

**ОШ МАМЛЕКЕТТИК УНИВЕРСИТЕТИ
БИЗНЕС ЖАНА МЕНЕДЖМЕНТ ФАКУЛЬТЕТИ
ИШКАНАЛАРДЫН ЭКОНОМИКАСЫ ЖАНА БИЗНЕСИ БАШКАРУУ
КАФЕДРАСЫ**

**Кол жазма укугунда
УДК:657.1:338(275.2).**

ТОЙЧУБЕКОВА ГУЛАНДА КАРИМЖАНОВНА

**КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНЫН ТҮШТҮК РЕГИОНУНДАГЫ
ТУРИЗМДИН ПРИОРИТЕТТҮҮ БАГЫТТАРЫ ЖАНА ӨНҮКТҮРҮҮ
ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ (Ош областынын мисалында)**

08.00.05- экономика жана эл чарбасын башкаруу адистиги (экономика, ишкананы, тармактарды, комплекстерди уюштуруу жана башкаруу) боюнча экономика илимдеринин кандидаты окумуштуулук даражасын изденип алуу үчүн жазылган

ДИССЕРТАЦИЯЛЫК ИШИ

**Илимий жетекчиси: э.и.д., доцент
Маткеримова Анаркан Маткасымовна**

Жалал-Абад-2020

МАЗМУНУ

Киришүү.....	4-10
1-БАП. Туризм тармагынын теоретикалык аспектери жана методологиясы.....	11-52
1.1. Туризмдин теоретикалык-методологиялык аспектилери.....	11-26
1.2. Туристтик продукт, тейлөөчү ишканалар жана мекеме-уюмдар мамлекеттин экономикасын өнүктүрүүнүн бир тармагы катары.....	27-52
2-БАП. Кыргызстандагы туризм тармагын өнүктүрүүнүн потенциалдуу мүмкүндүктөрү жана приоритеттүү маселелери.....	53-114
2.1. Кыргызстандын түштүк регионундагы туризм өндүрүшүнүн структурасы жана туристтик ишмердүүлүктүн учурдагы абалын талдоо.....	53-69
2.2. Аймактардын туристтик ресурстарынын потенциалын баалоо жана маселелерин аныктоо.....	70-80
2.3. Чет өлкөлүк тажрыйбалардын негизинде, Кыргызстандын түштүк аймагындагы туризм тармагынын приоритеттүү багыттарын аныктоо.....	81-114
3-БАП. Туризм тармагындагы инвестициялык факторлор жана анын трендик божомолу.....	115-169
3.1. Туризмдин кирешеси инвестициялардын натыйжалуулугунун фактору катары жана аны баалоо.....	115-130
3.2. Туризм тармагындагы инвестициянын ролу жана аны өнүктүрүүнүн трендик божомолу.....	131-142
3.3. Ош областынын туризмдин өнүктүрүүнүн перспективалары.....	143-169
Корутунду.....	170-172
Колдонулган адабияттар.....	173-183
Тиркемелер.....	184-202

Колдонулган кыскартуулардын тизмеси

ЕАЭБ	-	Евразиялык Экономикалык Биримдик;
ЖЖТА	-	Жибек Жолу туризмдин ассоциациясы;
ЖЖБ	-	Жөө жүрүүчүлөр бирикмеси;
ЖОЖ	-	Жогорку окуу жайлары;
ИДП	-	Ички дүң продукция
КРУСК	-	Кыргыз Республикасынын улуттук статистикалык комитети;
КРТА	-	Кыргыз Республикасынын туризм ассоциациясы;
КТА	-	Кыргыз туроператорлорунун ассоциациясы;
МРБА	-	Мейманканалык, ресторандык бизнес ассоциациялары;
МТ	-	Маалыматтык технология;
ӨК	-	Өзгөчө кырдаал;
ТКА	-	Туроператорлордун Кыргызстан ассоциациясы;
ЧӨЖ	-	Чет өлкөлүк жарандар;
ЧӨИ	-	Чет өлкөлүк инвестициялар;
АБЭК	-	Алматы-Бишкек экономикалык коридору;

КИРИШҮҮ

Туристтик тармак, өлкөнүн экономикасынын жогорку пайда алып келүүчү тармактарынын бири болуп, дүйнө жүзүндө кирешелүүлүгү боюнча отун-энергетика жана аскердик өнөр жайынан кийинки орунду ээлейт. Айрым өлкөлөрдүн жогорку социалдык-экономикалык өнүгүүсүнүн себеби катары туристтик тармакты өнүктүрүүнү жолго коюшу менен түшүндүрүлөт.

Бүткүл дүйнөлүк туристтик уюмдун маалыматы боюнча, аталган тармакка бардык дүйнөлүк экономиканын 10%ы, дүйнөлүк УДПнын 6%га жакыны, дүйнөлүк инвестиция 7%ы, ар бир 16-жумушчу орун, дүйнөлүк керектөө чыгымдарынын 11%ы туура келет жана анын орто жылдык өсүү темпи 4-5%ды түзүп, тармакта иштегендердин саны 250 млн. адам болуп, дүйнөдө туризм ишмердигине катышкандардын саны 800 млн.дон ашат¹.

Өлкөбүздүн туристтик ресурстарга бай экендиги туризм тармагынын Кыргызстандын социалдык-экономикалык абалын жакшыртууда жана ИДПны түзүүдө (5%, 2018-ж) орду чоң экендигин тастыктайт. Аталган тармак, транспорт, маданият, спорт, байланыш, курулуш, айыл чарбасы жана өндүрүштүк тармактарынын өнүгүүсүн камсыз кылуу менен калкка жумуш ордун түзүп келет. Аталган тармак жаштыгына карабастан, башка тармактарга салыштырмалуу мамлекеттин бюджетине келип түшкөн каражаттардын басымдуу бөлүгүн түзөт.

Эсептөөлөр көрсөткөндөй, 2018-жылы 2017-жылга караганда кирешенин көлөмү бир аз төмөнүрөөк болорун көрсөк болот, башкача айтканда 2018-жылы 20,32 млн. сомду түзүшү күтүлүп, 2017-жылга караганда 0,48 млн. сомго төмөн болду. 2019-жылы бул көрсөткүч дээрлик 2017-жылдагы көрсөткүчтүн деңгээлине барабар болору божомол эсептөөлөрдөн байкалып турат. 2020-жылы кирешенин көрсөткүчү 21,49 млн. сомду түзөөрү күтүлүп, 2017-жылга салыштырганда 0,69 млн. сомго көп болот. Ал эми 2021-жылы кирешенин көлөмү 22,16 млн.сомду түзүп, 2017-жылга караганда 1,36 млн. сомго өсөөрү божомолдонууда.

¹Атышов К.А., Турдумамбетов Б.У. Экотуризм: Учебное пособие. Бишкек, 2005 –С.128.

Кыргызстан туризмдин экотуризм, гастрономдук, диний жана экстремалдык түрлөрүн эл аралык деңгээлде өнүктүрүү мүмкүнчүлүгүн толугу менен пайдалана алса, анда өлкөнүн аймактарынын экономикасын өнүктүрүүнүн негизги приоритеттүү багыттарын туура жолго коё алгандыгын тастыктайт.

Бүгүнкү күндө, туристтик тармактагы инвестициялык ишмердүүлүктү активдештирүүдөгү көйгөйлөрдүн бири катары, туризм инфраструктурасынын жай өнүккөндүгүнөн жана республиканын 94%ы тоолордон тургандыгынан (мындай жерлерде туристтик маршруттарды салуу өтө кыйынга турат), туризм тармагындагы ишканалардын ишмердүүлүгүн мамлекеттик тескөөнүн жана колдоонун жолго коюлбагандыгынан, аймактардагы туризм тармагынын потенциалын керектүү деңгээлде натыйжалуу колдонулбагандыгы, фискалдык саясаттын ачык эместиги, туристтик ресурска болгон жакыр маданият, тейлөөнүн төмөн маданияты ж.б. жогорудагы аталган мүмкүнчүлүктөрдөн кур калтырат. Ошондой эле, туризм бизнесин өнүктүрүүдө көптөгөн илимий эмгектер жана макалалар жазылган менен анын практикалык маңызы терең ачылбай жана колдонулбай келет.

Жыйынтыктап айтканда, эл аралык туристтик базарда атаандаштык жаратууда туристтик агымдарды багынтууда, туристтик продуктыларына иштеп чыгууда жана сапаттуу тейлөө кызматтарын сунуштоодо инвестициялык салымдардын орду салмактуу экендиги белгиленди жана ал үчүн түштүк аймакта туризмдин приоритеттүү багыттарын жана аны өнүктүрүү перспективаларын аныктоо зарылчылыгы теманын актуалдуулугун жаратты.

Көйгөйдүн изилденүү дэңгээли. Акыркы жылдары туризм тармагына инвестиция тартуу көйгөйлөрү боюнча чет элдик окумуштуулардан: Виленский П.Л., Воронцов М.Г., Гезгала Я., Лившиц В.Н., Смоляк С.А., Сапрунова В.Б., Герасимова А., Скапенкер М., Гуляев В.Г., Храбовченко В.В., Харрис Г., Кац К.М., Уваров В.Д., Борисов К.Г., Шевченко А., Соколов Ю.Н., Соколова М.В., Смирнова С. ж.б. өз иштеринде изидөөлөрдү жүргүзүшкөн болсо, ата-мекендик окумуштуулардан: Койчурев Т.К., Мусакожоев Ш.М., Купуев П.К.,

Токтомаматов К.Ш., Зулпукаров А., Атышев К.А., Тургунбаев Ж.Т., Камчыбеков Т.К., Ишенов Б.Ч., Жыргалбеков Т.Ж., Арзыбаев А.А., Мамасыдыков А.А., Омурзаков С.А., Низамиев А.Г. ж.б. белгилей кетсек болот.

Диссертациянын негизги илимий жана мамлекеттик программалар менен байланышы, илимий мекемелер жүргүзгөн негизги изилдөө иштери.

Диссертациялык иш, КРнын 2017-2021-жылдардагы туруктуу өнүктүрүү стратегиясынын, КРнын экономикалык өнүгүшүнүн 2035-жылга чейинки аралыктагы инновациялык модернизациялоонун концепциясынын, Ош мамлекеттик университетинин өнүгүү стратегиясынын жана “Бизнес жана менеджмент” факультетинин “Ишканалардын экономикасы жана бизнести башкаруу” кафедрасынын пландык илимий ишинин темасынын алкагында даярдалды.

Диссертациялык изилдөөнүн максаты болуп, Кыргыз Республикасынын экономикасын өнүктүрүүдөгү туризмдин орду жана Ош областындагы туризмдин приоритеттүү багыттарын аныктоо менен инвестиция тартуу жолдорун иштеп чыгуу саналат.

Коюлган максатка жетүү төмөндөгү **маселелерди** чечүү талаптарын койду:

1. Туристтик түшүнүктөрдү теоретикалык-методологиялык жактан изилдөө жана туризмдин өнүгүшүнүн мүнөздөмө берүү;
2. Туризм тармагындагы ишканалардын ишмердүүлүгүнө экономикалык анализ жүргүзүү;
3. Түштүк региондун туристтик потенциалына баа берүү жана туризмдин приоритеттүү багыттарын аныктоо;
4. Кирүү туризмдин жакшыртуунун оптималдуу жолдорун изилдөө;
5. Чет өлкөлүк тажрыйбаларга таянуу менен жаңы туристтик продуктыны иштеп чыгуу;
6. КРнын туризмдин кирешесинин жана инвестициянын негизинде келечектеги өнүгүшүнүн трендик божомолун иштеп чыгуу;
7. Республика боюнча туризмдин өнүгүшүнө салым кошуунун жолдорун сунуштоо;

Изилдөөнүн илимий жаңылыгы Кыргыз Республикасынын түштүк региону боюнча туризмдин өнүгүүсүнө салым кошуу. Тагыраак айтканда:

1. Туризм түшүнүктөрүнө автордук теоретикалык-методологиялык тактоолор жана толуктоолор киргизилди. Туризмдин бүгүнкү күндөгү абалынын анализи жүргүзүлүп аны өнүктүрүү механизмдери иштелип чыкты;
2. Алдыңкы туристтик ишканалардын тажрыйбасын жайылтуу каралып, эс алуучу жайлардын инфраструктуралык көйгөйлөрүн чечүүнүн жолдору боюнча рекомендациялар берилди;
3. Түштүк аймактын туристтик потенциалына баа берилди жана автордук Предиктив-тур системасын жергиликтүү жана эл аралык туристтик ишканаларда практикалоо сунушталды;
4. Чет өлкөлүк туристтик тажрыйбалар изилденип анын негизинде автордук «Туристтик шакекче» аттуу уникалдуу туристтик продукт иштелип чыкты жана эл аралык туристтик компанияга сунушталды;
5. Ош областынын туризмдин приоритеттүү багыттары аныкталып ага инвестициялык жагымдуу климат түзүүнүн жолдору иштелип чыкты;
6. КРнын туризмдин кирешесинин жана инвестициянын негизинде келечектеги өнүгүшүнүн 2021-2025-жылдарга трендик божомолу сунушталды;
7. Республика боюнча туризмдин өнүгүүсүнө механизмдер, рекомендациялар жана илимий жыйынтыктар иштелди;

Иштин практикалык маанилүүлүгү. Диссертациялык изилдөөнүн теориялык жана практикалык натыйжалары туризм тармагын өнүктүрүүнүн приоритеттүү багыттарын практикалоого, механизмдерди, стратегияларды жана жоболорду иштеп чыгууга жана тажрыйбада колдонууга чоң салым кошот. Диссертациядагы экономикалык-математикалык модельдердин негизинде иштелип чыккан практикалык көрсөтмөлөр жана сунуштар туристтик тармактын негизги капиталына инвестициялык салымдардын келип түшүүсүнүн келечегин божомолдоодо, аталган тармакта иштиктүү долбоорлорду иштеп чыгууда жана нормативдик документтерди даярдоодо колдонулат.

Мындан сырткары ЖОЖдо “Туризмге киришүү”, “Туризм маркетинги” жана “Туризм менеджменти” предметтерин окутууда, мамлекеттик деңгээлде туризм саясатын иштеп чыгууда, инвестициялык натыйжалуулукту баалоодо, узак мөөнөттүү проекттерди ишке ашырууда, Кыргызстандын эл аралык туристтик базарда жана ошондой эле коңшу өлкөлөр менен туристтик алакаларды кеңейтүүдө илимий негизде кеңири колдонулгандыгында деп эсептейбиз.

Алынган натыйжалардын экономикалык маанилүүлүгү: Изилдөөнүн жыйынтыктары, илимий жаңылыгы тууралуу методологиялык аспектерин иштеп чыгууга жана аймактардын экономикасын өнүктүрүүгө таасирин тийгизет. Диссертациялык тыянактар, туристтик тармакты башкаруунун аймактык экономикалык механизмдеринин негизги жоболорун тактайт жана толуктайт.

Диссертацияны коргоого алып чыккан негизги өзөгү болуп төмөндөгүлөр саналат:

- ✓ Туристтик тармакты өнүктүрүү үчүн өлкөлөрдүн жана аймактардын экономикалык байланышы, туризмдин формалары жана түштүк аймактын туризмдин приоритеттүү багыттары илимий-теоретикалык негизде изилденди;
- ✓ Дүйнөлүк туристтик базардын башкы багыттарын колдонуу, кирүү жана ички туризмдин саясаты, областтардын туристтик потенциалын баалоо, туристтик товарлардын сапаттуулугу, аларга инвестиция тартуунун бирдиктүү системасынын түзүлүүсү аталган тармакты өнүктүрө тургандыгы белгиленди;
- ✓ Алыскы жана коңшу өлкөлөрдүн туристтик тажрыйбалары салыштырылып аталган тармакка SWOT–анализ берилди жана жыйынтыктардан, туризм түштүк аймактын экономикалык жактан өнүгүүсүндө негизги фактор экендиги белгиленди.
- ✓ Аталган тармакты өнүктүрүүнүн механизмдери: Ош облусунун туризмдин приоритеттүү багыттарын аныктоо; ички туризмдин агымын күчөтүү; жергиликтүү калктын социалдык көйгөйлөрүн чечүү; Россия, Казакстан, Өзбекстан жана Тажикстан мамлекеттери менен комплекстүү

туристтик бизнести түзүүдө инновациялык жана коммуникациялык технологияларды колдонуу аркылуу инвестицияларды тартуу жана аны натыйжалуу пайдалануунун негизинде комплекстүү тейлөөнүн сапатын жогорулатуу экендиги аныкталды.

✓ Учурда ийгиликтүү иштеп жаткан Ош-travel, Мундуз -Турист, Кыргыз-Памир Tours жана Бий ордо тревел компанияларына Ош облусунун приоритеттүү багыттарын практикалоодо, Предиктив-турду уюштурууну жана уникалдуу “Туристтик шакекче” туристтик продуктысын реализациялоону жолго коюп туристтик базардын массалык сегменттеринен туризмдин приоритеттерине багыт алуусу сунушталды.

✓ Туризмдин негизги капиталына 2021-2025-жылдар аралыгында өлкөгө келип түшүүчү инвестициянын сызыктуу эконометрикалык моделинин негизинде келечектеги инвестициялык агымдын жана туризмдин кирешесинин болжолдуу көлөмү аныкталды.

✓ Ош областынын туризмдин перспективалык багыттары: туризмдин формаларына, типтерине, түрдүк топторуна жалпылаштырылып анын ичинен экотуризм, гастрономиялык, диний, окуялуу, экстремалдык жана треккинг (жөө саякаттоо) түрлөрү Ленин чокусунун (7134м) мисалында иликтенди жана түштүк аймакка туристтик агымдын жогорулоосуна шарт түзөөрү аныкталды.

Изилдөөчүнүн жеке салымы. Автор тарабынан аталган тармакты өнүктүрүүнүн башкы багыттары илимий-теориялык, методологиялык аспектери жана практикалык негиздери тереңдеп изилденди. Кыргызстандын экономикасын жакшыртуучу булактар белгиленип түштүк аймактын туризмдин приоритеттүү багыттары түптөлдү. Аталган тармакка инвестициялык келип түшүүлөрдүн жана туризмдин кирешесинин экономикалык-математикалык модельдердин негизинде талдоо жүргүзүлдү жана анын болжолдуу варианты сунушталды.

Изилдөөнүн жыйынтыгын апробациялоо. Ош шаарындагы “Мундуз-Турист” эл аралык туристтик компаниялары турпродуктыларды эффективдүү сатууда, кардарлардын категориялары менен натыйжалуу кызматташуу

максатында автордук тыянактарды жана сунуштарды практикалык колдонууга кабыл алышты. Ошондой эле, натыйжалар Кыргыз Республикасынын Экономика министрлигинин Түштүк аймактар аралык башкармалыгынын бөлүмдөрүнүн иштеринде колдонулду, жергиликтүү жана чет өлкөлүк илимий-практикалык конференцияларда, семинарларда баяндоолор жасалып талкууланган жана илимий журналдарда жарык көргөн.

1- БАП. ТУРИЗМ ТАРМАГЫНЫН ТЕОРЕТИКАЛЫК АСПЕКТТЕРИ ЖАНА МЕТОДОЛОГИЯСЫ

1.1. Туризмдин теоретикалык-методологиялык аспектилер

Кыргызстандын тоолуу өлкө катары туризмдин ресурстарына бай болуусу, коңшулаш өлкөлөргө салыштырмалуу туристтик потенциалынын жогору экендигин тастыктайт. Алсак Кара-Шоро, Кара-Кой жайлоолору, Арсланбап жаңгак токою, Салам–Алик жана Өзгөн мунарасын атап кетсек болот. Кыргызда кереметтер бар: Саймалы-Таш, Манастын күмбөзү, Өзгөн архитектуралык тарыхый комплекси, Бурана мунарасы, Сафед-Булан, Сары-Челек, Ысык- Көл [160]. Мындай тарыхый жерлерге илимий эмгектерде өзгөчө көңүл бөлүнөт.

Өзгөн–Ош областы боюнча эң байыркы шаарлардын катарында. Ал X-XII кылымдарда Караханиддердин доорунда бүтүндөй Азиянын аймактарына базарлары гүлдөп өскөндүктөн “Озгон” деп аталып, доорлордун алмашышы менен Өзгөн деген аталышка ээ болгон. Комплекс, Кара-Дарыяны бойлото жайгашып, жанаша курулган 3 күмбөздү Орто, Түндүк, Түштүк күмбөз деп бөлүп атап коюшкан. Мунаранын негизин сегиз бурчтуу фундамент түзүп, бийиктиги 4 метр, диаметри 9,4 метрге жетет. Ал эми ички диаметри 3,5-3,6 метр болсо, жалпы бийиктиги 17 м, жердеги айланасы 28,25 м, жогорку бөлүгүнүн айланасы 20,15 м жетет [48]. Мунараны куруу максаты, сырттан келген душмандарды байкоо жана азан айтып элди намазга чакыруу болуп эсептелген.

«Айгүл» гүлү дүйнөдө үч гана өлкөдө: Ооганстанда, Тибет тоолорунда жана Кыргызстандын Баткен областында өсөт. Баткендеги Айгүл гүлү, шаардын чет жагындагы бийик тоолордун боорунда өсүү менен туристтерди өзүнө тартып келет.

«Жылуу суу» дарылоочу булагы, Ош областынын Алай районунун Гүлчө айылында жайгашкан. Бүгүнкү күндө, тери жана дем алуу органдарынын ооруларынан жабыркаган жарандар айыгып кетүү максатында келишет.

Арстанбап, Фергана-Чаткал тоолорунун түштүк тарабында жана Бабаш-Ата тоо кыркаларынан орун алып, жаратылыштын уникалдуу туундусу жана түркүн түстүү гүлдөрдүн комплексин камтыган оазис, эң кооз курорттордун бири катарында болсо, Шах-Фазл тарыхый маданий корук музейи туристтерди өзүнө тартып келген уникалдуу ресурс катары эң ыйык жана касиеттүү жай болуп, Кыргызстандын түштүк аймагында диний (зыярат кылуу) туризмин өнүктүрүүдө чоң роль ойнойт. Бирок, күмбөздүн реставрациялоо иштерин жандантуу зарылдыгы бүгүнкү күндүн талабы. Анткени, бул жумуштар аткарылган соң Шах-Фазл тарыхый-маданий комплекси кайра дагы ажарына чыгып, миндеген ички жана эл аралык туристтерди өзүнө тартаарына ишеним чоң экендиги баса белгиленет [44].

Демек, жогорудагы маалыматтарга таянуу менен рекреациялык ресурстарга бай мамлекет катары туризм тармагын өлкөнүн өнүгүүсүнө салым кошуучу негизги жана туруктуу экономикалык тармактардын бири экендигин баса белгилеп көрсөтүүгө болот. Кыргызстанда Ысык-Көл, Арстанбап, Кызыл-Үңкүр, Сары-Челек, Ала-Арча сыяктуу ажайып кооз жерлер арбын жана Таш-Рабат, Бурана ж. б. тарыхый-маданий эстеликтер да көп.

Жумушта, чет жана ата-мекендик окумуштуулардын тармакты изилдөөлөрүнө кеңири орун берилген. Алсак, Виленский П. Л., Лившиц В. Н. жана Смоляк С.А., “Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика” [59] аттуу бирдиктүү эмгегинде, туристтик тармактын практикаланышына таасири олуттуу болгон инвестициялык проекттерди эффективдүү ишке ашыруунун “рецебин” сунуштаса, В.Г. Гуляев туристтик бизнести уюштуруу, ишкананын туристтик иш-аракеттеринин проекттерини, туристтик продуктыны иштеп чыгуудагы транспорттук каражаттардын ордуну, виза, камсыздандырууну жана туристтик агенттиктер (мындан ары турагенттер) менен туристтик операторлордун (мындан ары туроператорлор) туристтик продуктылардын (мындан ары турпродуктылар) сатуудагы кызматташтыгын “Организация туристской деятельности” [65] жана “Организация туристских перевозок” [66] аттуу эмгектеринде тыкыр изилдеген.

Мындан сырткары, В.В. Храбовченконун ою боюнча, экотуризмди практикалоодо Кытай, Индия, Пакистан жана Австралия мамлекеттеринин иштээр жерин колдонууда атайын принциптерди пайдаланууну рекомендациялоо менен жергиликтүү улуттук парктарда экотуристтик турларды уюштурууну “Экологический туризм” эмгегинде баса белгилейт [152].

Ал эми Г. Харрис жана В.Д.Уваров эл аралык туризмдин бүгүнкү күндө туристтик агымдын тандоо жана талап кылуу образынын өзгөргөнүн “Стимулирование международного туризма в XXI веке” китебинде тактаса [150], К.Г. Борисов “Международный туризм и право”, аттуу окуу колдонмосунда туризмдеги эл аралык укуктун принциптерин, саякатчы туристтин укуктарын, эл аралык 2 тараптуу туристтик келишимдерди жана контракттарды иштеп чыгуунун технологиясын, туристтик кызматтардын камсыздандыруу жумуштарын, аба транспортторун жөнгө салууну, укук бузууларды, чыгымдарды кайтарууну жана эл аралык конфликттердин алдын алуу иш-аракеттерин ЕАЭБдин курамындагы мамлекеттерде анализдеген [56].

Ал эми ата-мекендик окумуштууларыбыздын аталган тармакты изилдөөгө жасаган салымдары абдан зор. Койчуев Т.К., 2006-2010-жж. инвестициялык салымдарга токтолуп: -“Эгерде туристтик кызматтарды эл аралык стандарттарга жооп бере турган деңгээлде уюштурууну колго алсак, анда ири суммадагы чыгымдарды жумшообуз зарыл. Бул чыгымдарды сырткы булактардан алуу да жетишсиздикти жаратат”– деп баса белгилейт [86]. Ошондой эле, КРнын экономикалык коопсуздугунун коркунучтарынын мониторингин Ш.М. Мусакожоев, “Послемартовский Кыргызстан. Идеология, Политика, Экономика” [110] аттуу тандалган кол жазмаларында чыгарса, П.К.Купуев, туристтик продуктынын наркынын экономикалык болжолунун методун иштеп чыгып, туристтик компаниялардын эсеп саясатына “Азыркы этапта туристтик продуктунун наркын экономикалык болжолдоп баалоону калыптандыруу жана пайдалануу” аттуу эмгеги менен чоң жаңылык ачып берген [99].

Бул тармакты, жогорудагы аталган окумуштуулардан сырткары да көптөгөн изилдөөлөр жүргүзүлүп илимий жана практикалык жыйынтыктар иштелип тыянак чыгарылып келет. Аларга токтолуп өтсөм, М. Д. Кочкорбаева 2008-жылы, “Формирование конкурентноспособного туристского продукта с учетом национальных особенностей” аттуу эмгегин КРнын мисалында изилдеп, туризм ишмердигинде ар бир кызматкердин иш-аракеттеринен туристтик продуктынын сапаты жана атаандаштыкка жөндөмдүүлүгү көз карандылыгын аныктап, туристтик тармакты башкарууга болгон заманбап көз караш, тармактын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн арттыра тургандыгын жана туристтик продуктыны тереңдетип изилдөө менен илимий жактан түшүнүктөрдүн иштелип чыгуусу зарыл экендигин баса белгилеген [87].

Ал эми 2012-жылдагы изилдөөлөрдүн катарын, Б. Б. Акаевдин, «Пути совершенствования управления туристической отраслью Кыргызской Республики» атуу эмгеги толуктайт. Анда, өлкөбүздүн уникалдуу тарыхый-маданий байлыктары тармакка үзгүлтүксүз суроо-талапты жаратаарын белгилеп аны өлкөнүн ИДПсын жогорулатууда валюттук келип түшүүлөрдү камсыздай тургандыгын баса белгилеп, ал үчүн илимий практикалык негидөөлөр зарыл экендигин тастыктайт [40].

2014-жылы М.А. Ахмаджанов, өлкөдөгү экономикалык кырдаалдарды жөнгө салууда инвестициялык процесстерди активдештирүү керектигин жана ар түрдүү тармактардын ичинен жогорку потенциалды камтыган туристтик тармакка басым жасоону, “Пути повышения эффективности инвестиций в сфере туризма Кыргызской Республике” аттуу эмгегин коргоодо сунуштаса [46], М.О.Аманалиеванын изилдөөсүндө, тармакты өнүктүрүү үчүн өлкөдө туризм тамагын өнүктүрүүнү болжолдоо маселесин чечүү зарылдыгын белгилеп, инвестициялык ишмердүүлүктөгү чечилбей келген принципалдуу жана практикалык аспекттерди терең изилдеген [41].

2017-жылдагы илимий изилдөөлөрдүн катарын, Ш. К. Сариеванын «Перспективы развития внутреннего туризма в Кыргызской Республике» аттуу эмгеги толуктап, анда геоэкономикалык тармакка туристтик тармактын өтө

сезгичтигинен улам, Кыргызстандын турпродуктылардын экспортунун түшүүсүнө чоң таасирин тийгизе тургандыгын изилдеп, туристтик тармактын өнүгүүсүндө, ички туристтик потенциалдын ролу чоң экендигин баса белгилейт [125].

Ал эми, 2018-жылы С. Йылмазелдин, “Коомдук жарандык уюмдардын КРнын улуттук туризм саясатынын өздөштүрүүгө тийгизген таасири (КРнын түштүк регионунун мисалында)” аттуу илимий эмгегинде, туризм секторун өнүктүрүүдө бир топ теоретикалык жана методологиялык мүмкүнчүлүктөр бар экендигин, алар негизинен биздин өлкөдө туризмдин салыштырмалуу жаш тармак катары түшүндүрүлө тургандыгын жана теоретикалык жактан изилдөөлөр Кыргызстан эгемендүүлүк алгандан бери эле орун алып келе жаткандыгын баса белгилеп көрсөтөт. Ошондой эле туризмдин материалдык–техникалык базасы учурдагы эл аралык туризмдин стандарттарына туура келбегендигине терең токтолуп, туризм экономикасына коомдук жарандар жана жергиликтүү уюмдардын таасиринин орду орчундуу экендигине изилдөөлөр жүргүзгөн [82].

Жогорудагы жүргүзүлгөн изилдөөлөр, Кыргызстандын бардык аймактарын камтыган. Ал эми учурда, 2019-жылы Түрк дүйнөсүнүн маданий борбор шаары деп таанылган, туристтик потенциалы жогору болгон Ош областынын туристтик тармагынын приоритеттүү багыттарын жана өнүктүрүү перспективаларын изилдөө диссертациялык жумуштун негизги өзөгүн түзүп, актуалдуулугун шарттады. Өлкөбүздүн туристтик потенциалынын жогору экендиги, Кыргызстандын жана анын түштүк аймагынын социалдык-экономикалык өнүгүүсүндөгү ролу чоң экендигин баса белгилейт. Аны кийинки материалдардан карап көрөлү.

Кыргызстандын түштүгүнүн экономикалык артыкчылыктуу багыттары катары туризмдин: курорттук-рекреациондук, зыярат, гастрономиялык, айыл, мергенчилик турлар, экстремалдык, трекинг, спелеология, альпинизм жана экотуризм түрлөрү саналат: Алардын классификациясы төмөндөгүлөр:

1. Көл боюнда эс алуу жана көлдөр туризми;
2. Ден-соолукту чыңдоо туризми;

3. Экотуризм;
4. Экстремалдуу туризм;
5. Экскурсияларды (треккинг) уюштуруу туризми;
6. Экзотика туризми;

1. *Көл боюнда эс алуу жана көлдөр туризмин*–Кыргызстандын Сары-Челек биосфералык коругунан кезиктирүүгө болот. Корук, Чаткал кырка тоолорунун чыгыш жагында жайгашып, “Кылаакөл”, “Арамкөл”, “Ийрикөл”, “Бакалык-көл”, “Чөйчөк-көл” жана “Чача-көл” деп аталган абдан кооз көлдөрдүн коллекциясын катарына кошот жана туристтердин кызыгуусун жаратып келет.

2. *Туризмдин ден-соолукту чыңдоочу багыттагы* кызматтарын Жалал-Абад курорттук-санаторийи, Кочкор-Ата жана К. Мамакеев атындагы эс алуу жайлары сунуштап келет.

2019-жылдын 1-январына карата, Жалал-Абаддагы жалпы чарбачыл субъекттердин саны 9215 болуп, анын ичинен мейманканалардын жана ресторандардын саны 114 болсо, анын 4өө гана мамлекеттик, 7 коммуналдык калганы (103) менчик ишканалар экендиги такталды. Ал эми натуралай түрдө өндүрүлгөн продукциялардан минерал суулары 124,5%ке өткөн жылдан ашыкча өндүрүлгөндүгү, баалардын булгаары буюмдарда (102,4%,) өскөндүгү, рекреациялык ресурстарга суроо-талаптардын жогорулаганын аныктайт. Ал эми салыктык төлөмдөргө келсек, мамлекеттик тейлөөлөрдүн салыгы 17,1%ке, басымдуулук кылса коопсуздукка, экономикалык ишмердикке байланыштуу мамлекеттик тейлөөлөргө 3,1% (44,6 млн сом) жумшалган [71]. Мындай цифралык маалыматтарды камтыган, ири экономикалык фигура болгон Жалал-Абад курорту деңиз деңгээлинен 975м. бийиктикте жайгашкан бальнеологиялык дары баткактуу жана климаттык эс алуучу жай болуп эсептелет. Келген туристтердин саны 2017-жылдагы маалымат боюнча 74435болуп, 2016-жылга караганда 10,2% жогорулаган [145].

К. Мамакеев атындагы санаториясы Ак-Буура дарыясынын оң жээгинен орун алган ажайып эс алуучу жай. Санаторияда, бут жана гипертония, жүрөк оорулары үчүн табылгыс табигый дарылоонун түрлөрүн сунуштап келишет.

3. *Экотуризм*-чет өлкөлүк жарандардын кызыгуусун арттырып, адам баласы үчүн өтө сейрек көрүнүштөрдүн бири болгон жапайы жаратылышта дем алууну сунуш кылган өзгөчөлүккө ээ болгон туризмдин бир түрү. “Экологиялык туризм же экотуризм-жаратылышы табигый дэңгээлде сакталган жаратылыш аймактарына изилдөөлөрдү жүргүзүү, ырахаттануучу маданий эс алууларды уюштуруу, айлана-чөйрөнү коргоо жана ага карата аяр мамиле жасап, жергиликтүү жашоочулардын социалдык-экономикалык активдүү катышуусун жана бул ишкердүүлүктөн пайда табуусун камсыз кылуу [49]. Мында, эс алууну каалоочулар негизинен чет өлкөдөн келген саякатчылар болуп, алардын санынын термелүүсү, инфраструктурадан, аба-ырайынан, тейлөө кызматтарынан жана туристтерге болгон жергиликтүү калктын маданиятынан көз каранды болот.

4. *Экстремалдуу туризмди* сүйүүчүлөрдүн санынын жана турпродуктыларды сатуу деңгээлинин жогорулагандыгы, 2011-жылы, өлкөбүзгө 67 өлкөнүн жарандарына жеңилдетилген жолдор менен виза берүү кабыл алынгандан улам чет өлкөлүк жарандардын, өлкөбүзгө агылып келүүсү байкала баштады [33]. Ал эми 2012-жылы 45 мамлекеттин жарандарына Кыргызстанга визасыз режим менен 60 күнгө келүү мыйзамын кабыл алуусунан улам Кыргызстанга эң көп келгендер, коңшулаш Казакстан, алыскы Германия, Франция, АКШ, Британия, Испания туристтери. Анын ичинен басымдуу бөлүгүн Россиянын жарандары экендигин аныкталды [4].

Аталган туризмдин сүйүүчүлөрүн Кыргызстан менен Тажикистандын чек арасында орун алган Ленин чокусунда (7134м), туристтерди кылымдар бою эрибей турган түбөлүк муз жана кар катмары күтүп турат. Мындай курч сезимдерди жараткан кооптуу жөө жүрүштөрдү каалагандардын санын алыскы чет мамлекеттерден келген туристтер түзөт. Кыргыз Республикасынын улуттук статистикалык (мындан ары КРУСК) комитетинин эсептөөлөрү боюнча,

экстремалдуу тоо туризми боюнча келген туристтердин саны жылына 15-40 миңге жетет. Мындай турларды уюштурууда Аксай-тревел, Азия тоолору жана Мундуз-Турист эл аралык турагенстволорунун салымы чоң. Бирок, бийиктикке чыккан туристтердин ичинен ар түрдүү себептерге байланыштуу бир сезондо орто эсеп менен 3-5 туристтин өлүмгө дуушар болгондугу кейиштүү көрүнүш.

5. *Экскурсиялар (турлар) туризми*-туристтер үчүн өтө ыйгайлуу болгон ар тараптуу уюштурулган тейлөө кызматтарынын комплексинен турат. Бул турда, баалардын кымбат эместиги, убакыттын туура бөлүнгөндүгү, коопсуздук эрежелеринин сакталгандыгы, ажайып жайларга маршруттардын түзүлгөндүгү жана гид кызматтарынын жогорку деңгээлде болуусу жана суроо-талаптын жогору экендиги менен айырмаланат.

6. *Экзотика туризмин* - адамдын өмүрүнө чоң коркунуч туудурган жүрүштөр, спорттук машыгууларды талап кылган альпинизм түзөт. Ал үчүн күнүмдүк керектөөлөрдү камсыз кылуучу буюм-тайымдар, азык-түлүк салынган 20кг болгон жүктү көтөрүп жүрүү жана комплекстүү чыгымдардын зарылдыгы турат. Мындай мазмундагы уюштурулган экзотикалык туризм, туристтерде курч сезимдерди сезүү менен адреналин алуу жана унутулгус эмоцияларды жаратат.

Мындай туризмдин алгачкы кадамы катары, Кыргызстанда 2005-жылдан тарта бул багытта аракеттенип келген “Жөө жүрүүчүлөр бирикмесин”(мындан ары ЖЖБ) айтсак болот. Бирикменин төрагасы М. Даниловго байланышканыбызда, өз сөзүндө: “Сергек жана активдүү эс алуунун каалагандардын басымдуу бөлүгүн ички туристтик агым (80%) ал эми калганын, чет мамлекеттик туристтер ээлейт (20%). Мындагы иш-аракеттер негизинен 3 баскычтуу ишке ашырылат. Турлар, “Жеңил, (15-16км)”, “Орто (16-25км)” жана “Бийик (25-30км)” тепкичтерден турат. Бул эс алууну алгачкы жолу тандаган туристке, турдун “жеңил” тепкичи сунушташат. Бирикме директору 2016-жылы алектенген уюмдар абдан аз санда болуп монополисттик көз-караштар болгондугун жана учурда, бул багытта 10дон ашык уюмдар алектенип келе жаткандыгынан, атаандаштык сапат менен өсүүнү камсыздай

тургандыгына ишенимин билдирет.

Бирок иликтөөлөрдүн жыйынтыгында, аталган туризмдин түрүндө көп маселелер кездешкендиги анык болду. Аларга: кадрлардын жетишсиздиги, сезон эмес убакта кадрлардын миграциянын толкундары менен башка мамлекеттерге чыгып кетүүсү, сезондо кайрадан кадрдык жетишсиздиктин (гиддердин) башталышы, волонтерлорду табууга жана аларды тарбиялоого узак убакыттын талап кылынуусу көйгөйдү аныкталды.

Ушуга улай эле учурда, “Автостоп” аттуу туристтик агым өсүп келе жатат. Мында туристтер, алыскы мамлекеттерге жөө жана жүк ташуучу автоунаалардын жардамы менен арзан баада жетишет. Бирок бул кадамдарга барууда туристтин коопсуздугуна кепилдиктер аз болот. Өлкөбүздө туризмдин мындай түрүнө эми гана сүйүүчүлөрдүн катары өсүп бара жатса, Кызыл жана Жер ортолук деңизинин жээгинде жайгашкан Африканын курортторунда жапайы жаратылыш менен бетме-бет келүү кадимки эле туристтер үчүн сунушталуучу экзотикалык шарттардын бири катары каралат. Ал эми, Марокко, Танзания жана Кения өлкөлөрүндө туристтерди тартуунун негизги жолдорунун бири жана бизнестин эң кирешелүү тармагы катары бааланып келе жатат.

Экзотикалык туризмдин артыкчылыгы катары, турист багыт алган өлкөнүн маданиятына жана социалдык абалына маани берүү менен жергиликтүү калктын каада-салттарына, улуттук тамак-аштарына, кол-өнөрчүлүгүнө, чыгармачылыгына жана диний түшүнүгүнө баа берүү менен экзотикалык эмоцияларды алып канааттанат жана бир нече тарыхый жана маданий табылгаларды (сувенирлерди) өзү менен бирге алып кетип өз өлкөсүнүн тарыхый музейлеринин текчесинен орун берет.

Андыктан экзотика туризмдин катышуучуларына туризмдин бардык түрлөрү боюнча келген саякатчы-туристтердин баары катышат. Анткени саякаттоо учурунда, туризмдин бардык түрлөрүндө гастрономиялык жана тарыхый баалуулуктарды камтыган жерлерге зыярат кылуу шарттары туристтик пакеттерде (мындан ары турпакет) каралат

Бирок, иш жүзүндө туризм тармагы Маданият, маалымат, туризм жана спорт министрликтеринин бир бөлүмү катары эсептелип келе жатат. Мындай көрүнүш, базар экономикасы төлөөгө жөндөмдүү суроо-талаптын, жеке жана адамдар тобунун керектөөлөрүн максималдуу камсыздоо экендигине карабастан туризм тармагынын мындай абалда болуусу квалификациялуу кадрлардын башка өлкөлөргө иштөө үчүн чыгып кетүүсүнө жана туризм тармагына кадрларды даярдоодо чабалдыгын тастыктап келет.

Илимий адабияттарда, туризмге көптөгөн ар тараптуу аныктамалар айтылып келет. Алсак, В.С Боголюбовдун пикиринде, “Туризм–табигый жана жасалма өзгөчөлүктөргө ээ болгон, келгендерди ар түрдүү ишмердүүлүктүн түрлөрү менен өзүнө тарткан региондордогу өнүккөн индустрия” -экендиги айтылса [56], Ю.А. Барзыкин, -“Туризмге тигил же бул районду, жаңы өлкөнү таанып билүү максатында саякатта жүрүү деп, активдүү эс алуунун бир түрү”- катарында аныктама берет [51].

М.Б. Биржаков, -“Туризмди коммерциялык жана профессионалдык иши боюнча эмес саякатчынын туруктуу жашоо ордун убактылуу жана өз эрки менен алмаштырууга байланышкан бири-бири менен болгон байланыштардын жана кызматтардын жыйындысы”- деп эсептейт [54].

Мындай окумуштуулардын ойлоруна таянуу менен туризмдин түшүнүктөрүнө толуктоолору жана тактоолорду киргизүү диссертациядагы негизги максаттарыбыздын бири болуп саналат. Андыктан сөз эми ошол жөнүндө болсун.

Турист- өлкөбүзгө акчалай пайда алып келүү менен, мамлекетибиз тууралуу жакшы ой-пикир алып кетүүчү жаран. Мына ошол жакшы ой-пикирди жаратуу, кыргыз элинин милдети болуп эсептелет. Анткени, турист өзүнүн өлкөсүнө жана сайттардагы өздүк баракчаларына туристтин өздүк көз-карашы менен жазган маалыматтары, өлкөбүз тууралуу ой пикирлерди жаратат. Мындан өлкөбүзгө келүүгө камданып жаткан коноктордо мамлекетибиз тууралуу маалымат пайда болот.

Туризм тармагы, өндүрүштөн, эл чарбасынан жана курулуштан өзүнүн чыгарган продукциясы жана таза тармак экендиги менен айырмаланат. Турпродуктулардын дагы бир өзгөчөлүгү катары, келүүнү каалаган туристтерге негизги жана кошумча кызматтардын алдын ала накталай акчага сатылгандыгында. Аны И. В. Зорин: -“Туристтик кызматтан, туристтик продуктунун айырмасы, товардык формага өткөндүгү” - аттуу эмгегинде турпродуктулар, базар керектөөчүлөрү өзүнүн кызыкчылыктарын ушул кызматтар аркылуу канааттандырган керектөөчү адамдарга көрсөтүлгөн туристтик шарттар жана кызматтар болуу менен өзүнчө бир формага ээ»- деп баса көрсөтөт [75].

Учурда, турпродуктыны сатуу ачык-айкын иштеп жаткан система. Анын практикаланышы турлардын уюштурулуусунан көз каранды. Тур- бул аныкталган туристтик кызмат көрсөтүүлөрдүн жана туристтик чөйрөгө сунушталуучу товарлардын жыйындысы катары, өзүнүн курамына бир нече же бир күндүк саякаттоонун программасын камтыган кагаз же электрондук түрүндөгү каталог болуп эсептелет.

Мындай иш-аракеттердин башталышына дем алууну каалаган турист себепчи болууда. Анын турпродуктыны алып дем алууга келгенге чейинки кадамын биздин оюбузда төмөндөгүдөй схемада чагылдырууга болот (1.1.- сүрөт).

Туристтик продуктынын пайда болуусуна себепчи болгон жагдайлар.



(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү).

Бул схемада:

1. Турист– тандаган өлкөгө белгиленген мөөнөткө ден соолукту чыңдоо, таанып-билүү, эстетикалык, кесиптик ишкердик, спорттук, диний жана башка максатында убактылуу келген жеке адам. Ар бир жаран эс алууну пландоодо, турдун, туристтик продуктынын жана туристтик кызматтардын тикелей

керектөөчүсү деп табылат. Анын саякат маршруту, жергиликтүү жашоочулардын маданиятынан, тарыхынан, улутунан, тилинен ж.б. факторлордон көз карандысыз практикаланат. Анткени, туристтин келүүсүнө себепчи болгон негизги жагдайлардын бар болуусу туризмдин элементтерин калыптандырат. Андыктан туристти туризмдин объектиси деп атоого толук негиз бар.

2. Туристтик кластер–административдик-аймактык чектерде жайгашуу менен туризм чөйрөсүндөгү чарбакер субъекттердин тобу:

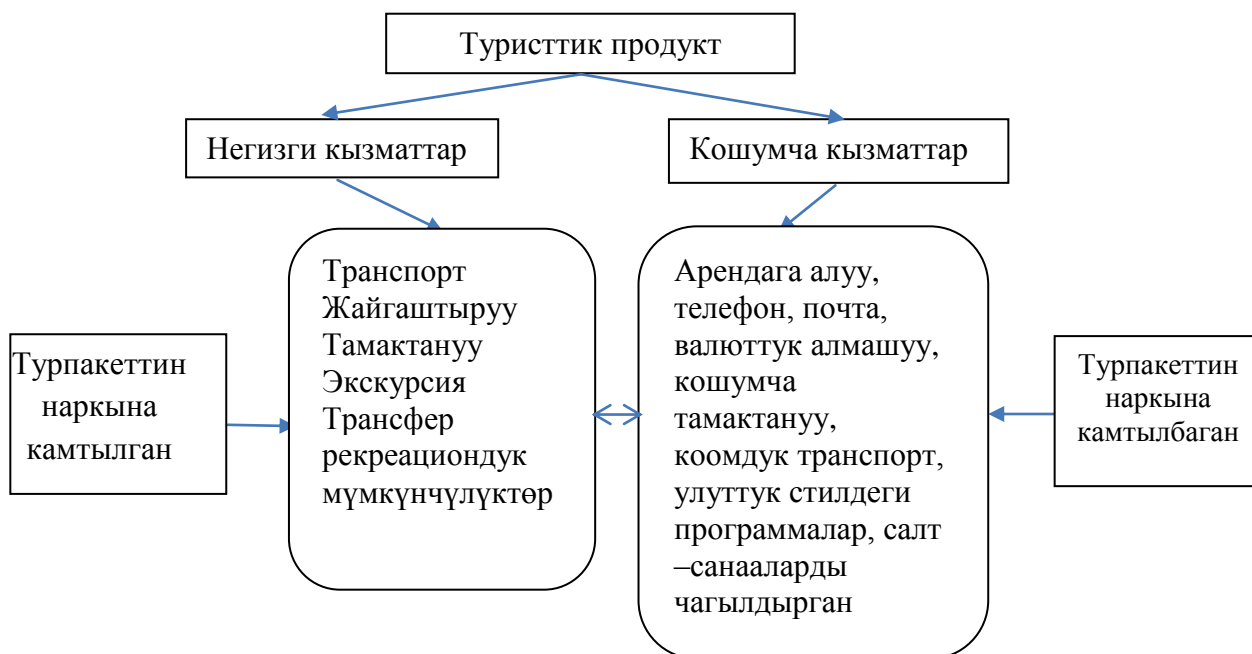
3. Туристтик дестинация –туристтик саякатоого ыңгайлуу шарттары жана комплекстүү тейлөө кызматтары. Тейлөө кызматтары; туризмдин негизги рычагы катары роль аткарат. Рычагды кыймылга келтирүүдө, гиддер, котормочулар, пиар-менеджерлер, кызматкерлер, туроператорлор жана жергиликтүү туристтик потенциалды эффективдүү пайдалануу жолдору активдүү катышышат.

4. Тур–чарбачыл субъекттертер тарабынан аныкталган мөөнөттүн ичинде белгиленген маршрут боюнча саякаттоону камтыган туристтик комплекстүү кызмат көрсөтүүлөр, аны уюштуруу жана практикалоо туроператорлордун негизги кызматтарына кирет.

5. Туристтик продукт–белгиленген географиялык пункттардын, дем алууну тастыктаган объекттердин тизмесин жана көрсөтүлүүчү кызматтарды, туристтик маршрут системасын камтыган комплекстүү иш-чаралардын жыйындысы. Мындай уникалдуу кызматтардын жыйындысына төлөмдөрдүн алдын ала жүргүзүлгөндүгү, мамлекеттик деңгээлдеги экономикалык байлык жана ишенимдүү туристтик өнүм экендиги тууралуу саякатчыда ишеним жаратат. Турпродукт менен туристтик кызматтын ортосунда абдан маанилүү айырмачылык бар. Туристтик кызматты аны өндүргөн жерде гана сатып алууга болот, ал эми турпродукту жашаган жеринен сатып алып, бирок туристтик кызматты сунуштаган жерде гана керектөөгө болот. Бул саякат жолдомосун саткан туроператорлор колдонуучу негизги айырмачылык. Ваучер сатып алган менен азырынча туристтик кызматтарды сатып алынган жок, бирок буга акча

төлөмдөрү жүргүзүлгөндүктөн эс алуунун кепилдиктерин гана сатып алып жаткандыгы анык болот. Андыктан, туристтик продуктынын структурасы төмөндөгүдөй болот деп ойлойбуз (1.2.-сүрөт).

Туристтик продуктынын структурасы 1.2.-сүрөт



Булагы: Автор тарабынан иштелип чыкты.)

Жогорудагы сүрөттө, турпродукт саякат учурунда туристтердин муктаждыктарын канааттандыруу үчүн зарыл болгон кызматтарды, сунушталган товарлардын жана кызмат көрсөтүүлөрдүн жыйындысы, бир жактуу чарбалык уникалдуу продукт (ташуу, жайгаштыруу, тамактандыруу, экскурсия, гид кызматы), туристтик кызматтарын өндүрүү жана аларды керектөөчүлөргө сатуу тууралуу маалыматтардын практикалык туюндусу болуп ал 2 бөлүктөн тураары белгиленди. Аны:

1. Негизги туристтик кызмат–турга максаттуу киргизилген кызмат болуп дем алуудагы керектөөнү жана кызмат көрсөтүүлөрдү милдеттүү түрдө кепилдик менен камсыздап берген пакет.
2. Кошумча туристтик кызматтар-турдун баасына кошулбаган кошумча наркты талап кылган максаттуу жана инфраструктуралык кызматтардын жыйындысы.

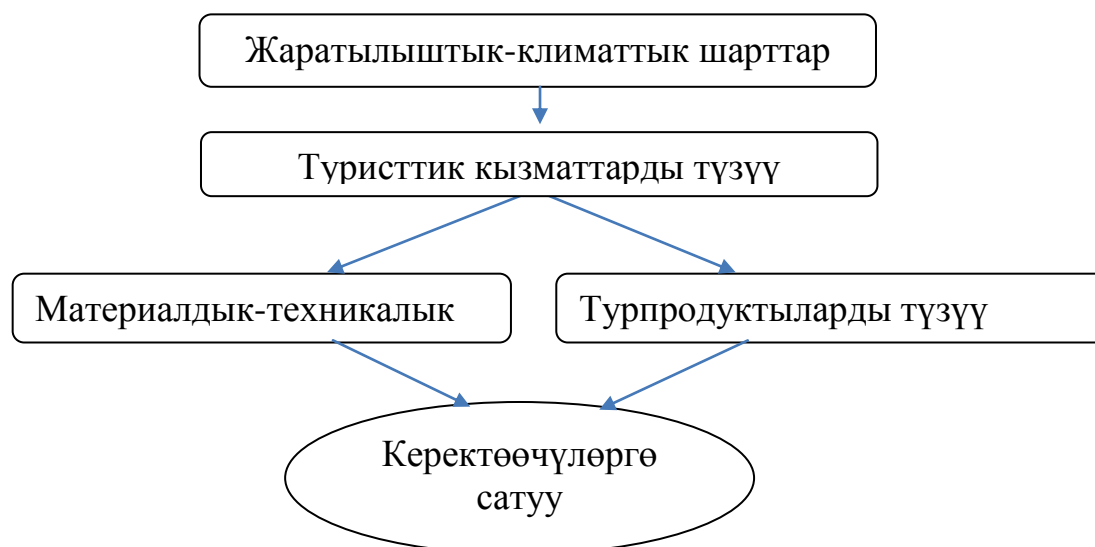
Алсак, кошумча кызматтарды жогорку деңгээлде сунуштоо менен туристтердин агымын жылдан жылга жогорулаткан өлкөлөр бар. Алар турпродуктыларды түзүүдө, кошумча шарттардын маалыматтарына кеңири орун берүү менен пайда табууну жолго коюшкан. Негизинен кошумча кызматтардын көптүгү туристтерде тандоо мүмкүнчүлүгүн жогорулатат. “Түштүк–Чыгыш Азиянын, Таиланд жана Малайзия мамлекеттеринин туристтик борборлорунда өнүккөн комплекстүү кошумча шарттагы тай массажаынан, суу алдындагы аңчылыкка чейин кызматтарды сунушташат [156].

Иликтөөлөр, Кыргызстандын территориясында жайгашкан санатордук-курорттук жана профилакториялык мекемелер кошумча кызматтарга: массаждын түрлөрү, косметология, жергиликтүү ажайып жайларды көрүү, руханий көрүнүштөр жана зыяраттар, сувенирлердин жарманкесин уюштуруу, жергиликтүү гастрономиянын өзгөчөлүктөрү, элдик таланттардын чыгармачылыгы менен тааныштыруу ж.б. шарттарын кошуусу учурдун талабы экендигин тастыктап берди. Кызматтардын өндүрүшү технологиясына эмгек каражаттары жана эмгек предмети катышат.

Ал эми туристтик ишмердүүлүктү уюштуруудагы баштапкы чекит катары жаратылыштык-климаттык шарттар жана материалдык-техникалык база болуп табылат. (1.3.-сүрөт).

Туристтик кызматтарды түзүү жана сатуу процесси

1.3.-сүрөт.



(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү).

Мында, материалдык-техникалык база эмгек каражаты катары катышса эмгек предметинде негизги ролду кызматтарды реализациялап жаткан кызматкерлер аткарат. Туристтердин керектөөлөрүн толук камсыз кылуу үчүн жогорку сапаттагы мейманканаларды, автожолдорду, байланыш түйүндөрүн, коопсуздукту көзөмөл пункттарын объекттерди камсыздоосу менен турпродуктыны сатууну жолго койсо боло тургандыгы белгиленди жана туристтик кызматтарды түзүү жана сатуу процесси, логикалык схемада төмөндөгүдөй болот деп аныкталды. Анда, турпродуктыларды сатууну ишке ашыруунун бир мисалы катары Ош шаарына уюштурулган 1 күндүк экскурсиялык-турдун программасына назар салып көрөлү.

Эрте менеки саат 9:00дө Ош шаарына учуп келүүдөн саякат башталат. Андан соң Сулайман-Тоо тарыхый-археологиялык комплексине (зыярат туризми) сапар уланат. Тарыхтагы Фергана өрөөнүндө жайгашкан Ош базардын бүгүнкү көрүнүшү менен тааныштыруу (гасрономиялык жана этнотуризм) борбордук аянтка, Михайил-Архангельский (18-к) чиркөөсүнө баруу (зыярат туризми) тизмеден орун алган. Мындан сырткары, улуттук даамдарды сунуштаган этно-ресторандардан түштөнүүгө (гасрономиялык) программада орун берилген. Бир күндүк мазмундуу саякаттоого карата түзүлгөн коопсуз кызматтар, ар бир саякатчы-туристке жеткиликтүү баада (4500сомдон-7000сомго чейин) болуп натыйжалуу дем алуусуна өбөлгө түзөт. Республикадагы туризмдин социалдык-экономикалык абалын изилдөөдө төмөндөгүдөй жыйынтыктар алынды

- Кыргызстан Улуу Жибек жолунда жайгашып, туристтик ресурстардын негизгилери болгон Сары-Челек коругун, Сулайман-тоо тарыхый археологиялык комплексин, Кара-Шоро суусун, Абшыр-Ата паркын жана Ленин чокусун ж.б. кучагына алып дүйнөдөгү туризмдин сүйүүчүлөрүнүн “Жашыл Кыргызстан” деген аталышты алганы белгилүү болду.
- Чет өлкөлүк окумуштуулардын изилдөөлөрүнө кеңири орун берилип, туристтик тармактын практикаланышына таасири олуттуу болгон инвестициялык проекттерди эффективдүү ишке ашыруунун “рецеби”

турпродуктыны иштеп чыгуу жана экологиялык туризмди анализге алуу милдети коюлду.

- Ата-мекендик окумуштуулардын туризмди изилдөөгө салган салымдарын туристтик кызматтардын эл аралык стандарттары жана анын ири суммадагы чыгымдары, туризм ишмердигинде тейлөөдөн турпродуктыга тийгизген таасири, илимий түшүнүктөрдүн иштелип чыгуусу зарылдыгы, тарыхый-маданий байлыктар тармакка үзгүлтүксүз суроо-талапты жаратаары, өлкөдөгү экономикалык кырдаалдарды жөнгө салууда инвестициялык процесстерди активдештирүүнү туристтик тармакка багытталуусу, тармакты өнүктүрүүнүн жолу катары адистештирилген аймактарды аныктоонун орчундуу экендиги илимий изилдөөлөрдөн белгилүү болду.

- Изилдөөлөрдүн негизинде, Кыргызстандын түштүгүнүн экономикалык артыкчылыктуу багыттары катары, курорттук-рекреациондук, зыярат, гастрономиялык айыл, мергенчилик турлар, экстремалдык, трекинг, спелеология, альпинизм жана экотуризм түрлөрү аныкталды.

- Туристтик тармакка тиешелүү болгон “Турист”, “Тур”, “Туристтик дестинация” жана “Туристтик продукция” ж.б. терминдери изилденип толугу менен автор тарабынан тактоолор жана толуктоолор киргизилди.

- Туризм, орду салмактуу болгон тармактардын бири болгонуна карабастан, Сары-Челек коругун сактоо боюнча жергиликтүү жашоочулардын жана башкаруу органдардын ортосундагы талаш маселелер көп. Аксы алыскы райондордун катарында, андыктан, оңдолбогон жолдор кооптуулугунан жана узактыгынан, соода жайларынын, мейманканалардын жана тейлөө кызматтарынын стандартка жооп бербегени туристтердин санынын азаюсуна алып келе тургандыгы аныкталды.

Эгерде, туризм тармагынын Кыргызстандын түштүк регионундагы орчундуу орунду ээлей тургандыгына жана социалдык -экономикалык абалына мамлекеттик деңгээлде назарга алынса, анда тургундардын сунуштарынын иш жүзүнө ашуусуна мүмкүндүктөр түзүлгөн болоор эле.

1.2.Туристтик продукт, тейлөөчү ишканалар жана мекеме-уюмдар-мамлекеттин экономикасын өнүктүрүүнүн бир тармагы катары

Кыргызстанда туризмди өнүктүрүүдө, жаңылануу этабындагы улуттук идеянын инициатору болуп мамлекет эсептелет. Андыктан, идеяны ишке ашуусу, улуттук саясий инструментти түптөп “Кыргызстан-туризмдин өлкөсү” аттуу ураан менен иштөөгө шарт түзөт. Мындай идеологиялык багыттагы жумуштарды аткарууда, мамлекеттик органдардын турпродуктуну чыгарууну жана сатууну оптималдуу жана сарамжалдуу пландаштыруусу, алдын ала түзүлгөн смета менен туристтерди тартуу жеңил болоорун жана турпродуктыга камтылган турпакеттердеги саякаттын структурасын тыкыр карап чыгуу зарылдыгын ачыктайт.

Пландаштыруу 2 этаптан турат.

1. Документтештирүү этабы. Мында, туристтик кыймылдын технологиялык схемасына (пункттар, объектилер)-саякат убакытына, километражы жана гиддин баяндоосуна (суроо-жооптор), бош убакыттарга (аба ырайыже өзгөчө кырдаалдар, жеке керектөөлөр ж.б.) деталдуу иштөө талап кылынат. Муну менен катар өз ара аракеттенүү схемасына, транспорт, экскурсиялар, музей уюмдардын маалымат базаларына, коомдук тамактануу жана жайгаштыруунун биргелешкен иш –аракеттерине олуттуу маани берүү зарыл.

2. Курамдык бөлүктөрдөгү жумуштар - кадрларды окутуу (даярдоо жана кайра даярдоо) боюнча уюштуруу иштерин жүргүзүү, камсыздандыруу (көп күндүк программадагы турпакеттердин наркынын экономикалык көрсөткүчтөрү), брендинг- (чакырыктардын, сүрөттөрдүн, жана жарнама ураандарынын аталышын түзүү), негизги керектөө рыногунун бардык сегменттеринде сувенирдик продуктыларды өндүрүүнү жана сатууну жолго коюдан турат.

Жогоруда аталган иш-аракеттерди системалуу ишке ашырууну камсыздаган легендарлуу документ бар. Ал туризм продуктусу. Туризм продуктысы-өндүрүү жана сатуу үчүн уруксат берүүчү лицензияны талап кылуучу товар. Ал боюнча КРнын туризм жөнүндөгү мыйзамынын 1-

статьясында, турпродукт-жарандарга (туристтерге) сунушталуучу комплекстүү кызматтар экендиги айтылса, 8-статьяда, туризм сферасынын экономикалык ишмердүүлүк катары каралып, продуктыны түзүүдө учкай кеп болуп, мыйзамда туризмдин түрлөрү ага коюлган талаптар жана алардын мөөнөтү жеткиликтүү каралбаган [4]. Мындай жетишсиздиктер, турпродуктыдагы саякаттоону тыкыр карап чыгуу зарылдыгын дагы бир жолу ырастап турат.

Учурда турпродуктуну, туроператорлор түзүп, туризмдин типологиясын өздөштүргөн турагенттер аны сатууну ишке ашырууда активдүү алектенишет. Андыктан, өз алдынча изденүү менен иштелип чыккан турпродукт, жергиликтүү турагенттердин башка атаандаштардын алдында эч кандай укук бузууга жол бербөө менен уникалдуу товардын ээси болуу мүмкүндүгүн түзүп ишканалардын пайдасынын жогорулоосун шарттап келет. Туризмдин эффективдүү өнүгүшү үчүн туризм менен байланышкан экономикалык иш жүргүзгөн чарбакер субъекттердин ишмердүүлүгү башкы орунда турат.

Бүгүнкү күндө туристтик продуктылар 2 түрдө даярдалат.

1. Жеке турпродукт -бир кардардын кызыкчылыгы жана муктаждыгы атайын программа каралат жана сатууга коюлат.

2. Тайпалалык турпродуктыда, 3-5-10-20 адамга чейинки туристтер үчүн программалар түзүлүп, баалар тайпа мүчөлөрүнө жана салыштырмалуу арзан болот. Турпродуктыларды сатууда, алардын наркы өтө мааниге ээ жана тайпалык жана жеке турпродуктылардын айырмачылыгы абдан чоң. Анткени, турпродуктылардын баасы саякаттын мезгилинен, туризмдин түрүнөн, транспорттон, мөөнөтүнөн, тайпалык же индивидуалдык экендигинен көз каранды. Андыктан ар бир турист, турпродуктыга жумшаган төлөмдөрүнө тиешелүү деңгээлдеги кызматты күтөт жана товардын касиетин баалайт. Анда төмөндөгү Ош областы боюнча уюштурулган тайпалык турпакеттин бааларынын түзүлүү структурасын карап көрөлү.

Турпакеттин наркын тайпалык жана жеке туристке эсептөө.

Мөөнөтү: Ош областы - 6 күн - 5 түн

Тайпадагы туристтердин саны: 20 адам

Тамактануу: толук пансион (эрте мененки, түшкү, кечки)

Жашаган жери: «Классик» мейманканасы, бардык шарттары менен эки орундуу номер

Транспорт: Комфорт автобус

Трансферт: Аэропорт - мейманкана - аэропорт

Жогорудагы маалыматтарга таянуу менен 20 адамга чыгарылган турпакеттин болжолдуу наркын эсептеп көрөлү. Кыргызстан Ош областы «Классик» мейманканасы:

$20 \text{ 300 сом} \times 5 \text{ түнөө} \times 20 \text{ адам.} = 30 \text{ 000 сом;}$

тамактануу – 3 маал

$400 \text{ сом} \times 6 \text{ күн} \times 20 \text{ адам.} = 48 \text{ 000 сом;}$

Экскурсиялык, маданий программалар, атайын программалар .

$100 \text{ сом} \times 20 \text{ адам.} = 2000 \text{ сом;}$

Транспорт - Автобус: $100 \text{ сом} \times 6 \text{ күн} \times 6 \text{ адам} = 3600 \text{ сом;}$

Ишкананын кызматтары (Тайпаларды коштоп жүрүү, мейманканага орундарды жана авиабилеттерди брондоо) – чыгымдар -10%;

$(30,000 + 48,000 + 2000 + 3600) = 83\,600 \text{ сом;}$

$83\,600 \times 10\% = 8360$

Ишкананын пайдасы-20%;

$83\,600 \times 20\% = 16720 \text{ сом}$

Турдун жалпы наркы (авиа учуунун наркын кошпогондо)

$83600 + 8360 + 16720 = 108680 \text{ сом}$

Ошентип, 1 адамдык турпакеттин баасы (авиа учуунун наркын кошпогондо): $108680 : 20 = 5434 \text{ сом}$ экендиги аныкталды. Ал эми ишкананын үлүшүнө турдун жалпы наркынын 23% туура келет:

$8360 + 16720$

----- x 100 = 23.

108680

Турпакеттин баасын түзүүнү И.Т. Балабановдун ою боюнча, «Цена турпакета на 1 туриста с учетом НДС и комиссионных турагенту составит» -деп баса белгилейт [50].

Башка товарлар сыяктуу эле, турпродуктылар товардык касиеттерге ээ. Аны иштеп чыгууда, туроператорлор кардарлардын чексиз керектөөлөрүн чектүү ресурстарды колдонуу менен ишке ашырышат жана практикалшат 1.1-таблица.

1.1- таблица. Туристтик продуктынын касиеттери

№	Касиеттери	Чечмелениши
1.	Ишенимдүүлүгү	Турпродуктунун жарнамасынын реалдуулугу, маалыматтын жеткиликтүүлүгү
2.	Мөөнөтү	Бардык кызматтар муктаждыктарына убакытты туура колдонуусу
3.	Толуктугу	Турпродуктунун туристтин муктаждыктарын канааттандырууга жөндөмдүүлүгү
4.	Айкындыгы	Турпродуктынын максатынын туристтерге жана кызматкерлерге түшүнүктүү жана жеткиликтүүлүгү
5.	Ийкемдүүлүгү	Персоналдардын кардарларга кызмат көрсөтүүгө болгон жөндөмү
6.	Пайдалуулугу	Бир же бир нече максаттарга жетишүүгө болгон жөндөмдүүлүк, туристтердин муктаждыктарын канааттандыруу жана эксплуатациялоонун жөнөкөйлүгү
7.	Натыйжалуулугу	Төмөнкү наркты камтып, туристтер үчүн минималдуу чыгымды кетирүүгө жетишүүсү жана андан турагенттердин пайда табуусу

(Булагы: Автор тарабынан иштелди).

2018-жылдын июль айында КРнын туризм чөйрөсүндө аймактардагы 11715 чарбачыл субъекттер аныкталган. Аларга туроператорлор, турагенттер, коомдук тамактануу жана эс алуучу жайлар, транспорт ишканалары, финансылык институттар, байланыш компаниялары, авиатармагы, мейманканалар, санатордук-курорттук мекемелер, жаратышылыш парктар, коруктар жана профилакторийлер кирет. 1.2.таблица.

1.2. таблица. Аймактар боюнча туризмдин чарбалык субъектилердин санынын динамикасы

КРнын облустары жана борбор шаары	Мейманканалар	Туризм ишканалары жана эс алуу мекемелери	Ресторандар	Турагенттиктер	Санатордук-курорттук мекемелер	Жарат. парктар жана коруктар	Жалпы
Баткен облусу	48	25	511	58	4	3	649 (5,5%)
Жалал-Абад облусу	117	69	529	189	9	6	919(7,3%)
Ысык Көл облусу	264	491	586	330	30	3	1704(14,5%)
Нарын облусу	86	109	155	76	2	3	431(3,6%)
Талас облусу	36	5	202	20	3	2	268(2,3%)
Чүй облусу	102	45	769	250	15	2	1183(10,9%)
Бишкек ш.	422	168	1826	2525	26	-	4967(42,3%)
Ош обл. боюнча:	145	55	860	520	11	3	1594(13,6%)
Баары%:	1220 (10,4)	967 (8,3)	5438 (46,4)	3968 (33,8)	100 (0,9)	22 (0,2)	11715(100%)

Булагы: КРУСКнын “Кыргызстандагы туризм” Бишкек 2018-ж.[1]2- бет,[2] 3-бет.

Таблицадан, акыркы 5 жылда (2014-2018-жж.), туризм ишканаларынын жана эс алуу мекемелеринин саны 197ге жогорулаган. Андыктан мейманканалардын 13 (5.2%), ресторандардын 33 (13.1%) жана туристтик агенттиктердин 97ге (71.1%) санынын өскөндүгү такталды. Ал эми 2020-жылдын 1-январына карата чарбалык субъекттердин саны 114,2 миңди түзгөн. [94]. Аталган субъектилердин жалпы санынын ичинен 13,4 миң (11,8%) рекреация жана эс алуу тармагындагы ишканалар катталып 5,7 миң (42,4%) Бишкек шаарында жайгашса, калган 1,9 миң (13,9%) Ысык-Көл областына тиешелүү болуп, жалпысынан тармакта жеке ишкердик менен 100,2 миң (87,8%) жеке жактар иш алып барышты.

2019-ж., 2082 эс алуу мекемелери жана туризм уюмдары, мейман үйлөрүн кошкондо, туристтерди кабыл алып аларга кызмат көрсөтүштү. Анын ичинен: жайгаштыруунун адистештирилген каражаттары-193 (102 эс алуучу пансионаттар, дарылоо пансионаты-3, ден-соолукту чыңдоочу балдар комплекси жана спорттук лагерлер-33, санаторий-19 (балдар санаторийлери -6, санаторий-профилакторий-13), эс алуу үйү-8, туристтик базалар-18) ошондой эле мейманкана жана жайгаштыруунун ушул сыяктуу каражаттары-207, мейман

үйлөрү-1557, турфирма, туроператорлор, саякат жана экскурсия бюролор-71, жаратылыш парктары-10, ж.б. мекемелердин саны-44 тү түздү. Мындай өсүүнүн темпи, Кыргызстандагы саясий стабилдүүлүккө, туристтик чарбачыл-субъекттердин коңшулаш мамлекеттер менен өнөктөш иш алып баруусуна жана жыл ичинде жүргүзүлгөн туризм тармагынын ишмердигин жакшыртуу боюнча уюштурулган иш- чаралардын натыйжалуулугуна байланыштуу болду.

Кийинки сөз туроператорлор тууралуу болсун. Туроператорлор-турларды комплектация жасоочу жана турпакеттерди иштеп чыгып, турлардын наркын эсептеп сатуучу уюм. Учурда туроператорлор, багыттардын ассортиментин түзүү максатында, турагенттердин кызматын кошо аткарып жатышат. Бул ишканалар, туристтер үчүн: транспорт кызматтарын (чек арадан өткөрүү, регистрация ж.б.), персоналдарды жалдоо (гиддер, проводниктер, жүк ташуучулар ж.б.) жана турларды азык-түлүк менен камсыздоо ж.б. кызматтарын аткарат. Турагенттиктердин саны 2014-жылы 2049 жетсе, 2018-жылы 3968 ге жетип 1919га (51,6%) өскөн [97]. Алар туроператорлордун негизги кардары болуп, турпакеттерди сатып алууда кеңеш берүү жана сатуу кызматтарын аткаруу менен чекене сооданы туристтик компаниялар менен жүргүзөт жана ал кызматтары үчүн товардын жалпы наркынан комиссиялык төлөмдөрдү алышат.

Туристтик компанияларга (мындан ары туркомпаниялар) келсек, Кыргызстан өз аймагында туркомпанияларга лицензия бербеген жалгыз өлкө [21]. Ал, административдик тоскоолдуктарды жоюу жана ишкердикке жеңилдиктерди берүү максатында токтотулган. Бул кадам, туркомпаниялардын эл аралык туристтик базарга Батыш жана Чыгыш Европа, Түштүк-Чыгыш Азия мамлекеттери менен өнөктөштүк түйүндөрүн түзүүгө жана тажрыйба топтоого шарттарды жаратты. Буга колдоо катары мамлекет кошумча шарттарды түзүшү керек.

Мындай туристтик багытта иштеп жаткан турагенттиктердин жана туроператорлордун саны 2016-ж. Ош областы боюнча алсак- 401 (анын ичинен Ош шаары-341) болсо 2020-жылы жалпы- 660га (64,5%) өстү. Мындай өсүү

динамикасын камсыздаган ишканалардын алдыңкы катарына Ош-travel, Мундуз–Турист, Визит-Алай, Кыргыз-Памир Tours, Феникс- travel, ЧПБектур, Кыргыз-Tour, Dauphin travel, Авиа маркет, DiTravel, Билет.kg, Кочевник kg. Тез жет Экспресс, Туран, СВТ-Ош, Жазира-тревел жана Бий ордо тревел ж.б. кирет. Бул аталган ишканалар чет өлкөлүк компаниялар менен өнөктөштүк мүмкүндүктөрү менен биргеликте ортомчулук соода тармагында да ишмердигин жүргүзөт. Анткени, бул сферада тажрыйбасы молдугун жана жергиликтүү компаниялар менен атаандаштык жөндөмүнө ээ экендигин баса белгилешип, келечекте өнүккөн өлкөлөрдүн туроператорлору менен түз кызматташуу мүмкүндүгүн ишке ашырууда тейлөөнү өркүндөтүү зарылчылыгына басым жасоо керектигин белгилешет.

Эми сөз кезегин, 2020-жылдын 1-январына карата алынган КРУСКнын маалыматына ылайык туризм чөйрөсүндөгү чарбачыл субъекттердин санынын динамикасын анализдеп көрөлү 1.3.-таблица.

1.3-таблица. Туризм тармагындагы чарбачыл субъекттердин санынын динамикасы

К №	Чарбачыл субъекттер	2016	2017	2018	2019	2020	2016-ж 2019-ж салыштыр-да, %	2017-ж 2020-ж салыштыр-да, %
	Бардыгы	10306	11012	11715	12615	13456	122,4	122,1
1.	Мейманканалар	1075	1137	1220	1287	1361	119,7	119,7
2.	Туризм ишканалары жана эс алуу мекемелери	877	918	967	1047	1084	119,3	118
3.	Ресторандар	4744	5112	5438	5858	6248	123,4	122
4.	Турагенттиктер жана туроператорлор	3502	3732	3968	4298	4648	122,7	124,5
5.	Санатордук–курорттук мекемелер	89	94	100	103	92	115,7	-102,1
6.	Жаратылыш парктар жана коруктар	19	19	22	22	23	115,7	121

Булагы: КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” Бишкек-2020-ж.

Таблицадагы маалыматтардан, акыркы беш жылдагы (2016-2020-жж.) чарбачыл субъекттердин санында өзгөрүүлөрдүн бар экендиги байкалды.

Алсак, туризм ишканаларынын (26,6%), ресторандардын (31,7%) жана санатордук–курорттук мекемелердин (3,3%) жана турагенттиктерде, туроператорлордо (32,7%) өсүү катталган. Мейманканалардын саны өзгөрүүсүз сакталгандыгы мамлекеттеги саясий стабилдүүлүктүн жемиши деп белгилөөгө болот.

Аталган туристтик ишканалардын ишмердиги чет өлкөлүк туристтик агым пайда кылат. Андыктан сөз, чет өлкөлүк жарандардын (мындан ары ЧӨЖ) Кыргызстанга келиши тууралуу болсун. 2014-жылда келген ЧӨЖ жалпысынан 4418,6 миң адамды түзгөн. Анын ичинде КМШ мамлекеттеринен келген ЧӨЖ 3938,3 миң адамды түзөт. Ал эми 185,2 миң адам КМШдан тышкаркы мамлекеттердин ЧӨЖ түзөрүн көрсөк болот. Бул жылдагы келген ЧӨЖ структурасынын негизги чоң үлүшүн КМШдан келген ЧӨЖ экендиги (89%) көрүнүп турат. Калган 11%зын КМШдан тышкаркы ЧӨЖ түзөрүн байкаса болот. 2018-жылы жалпысынан 7057,1 миң ЧӨЖ келген. Анын 96% ти же 6771 миң адам КМШынын жарандарын түзөт. КМШдан тышкаркы ЧӨЖ 286 миң адамды түзүп, анын үлүшү 4% гана барабар болгон. 2014-2018-жылдарда келген ЧӨЖ динамикасында, 2018-жылы 2014-жылга салыштырганда 2638,5 миң адамга көбөйгөнүн (59,7% ке) байкаса болот. Анын ичинен КМШнын жарандары 71,9% ке жана КМШдан тышкаркы өлкөлөрдөн келген жарандар 54,5%га көбөйгөн 1.4-таблица.

1.4-таблица. 2014-2018-жылдардагы ЧӨЖдүн динамикасы (миң адам)

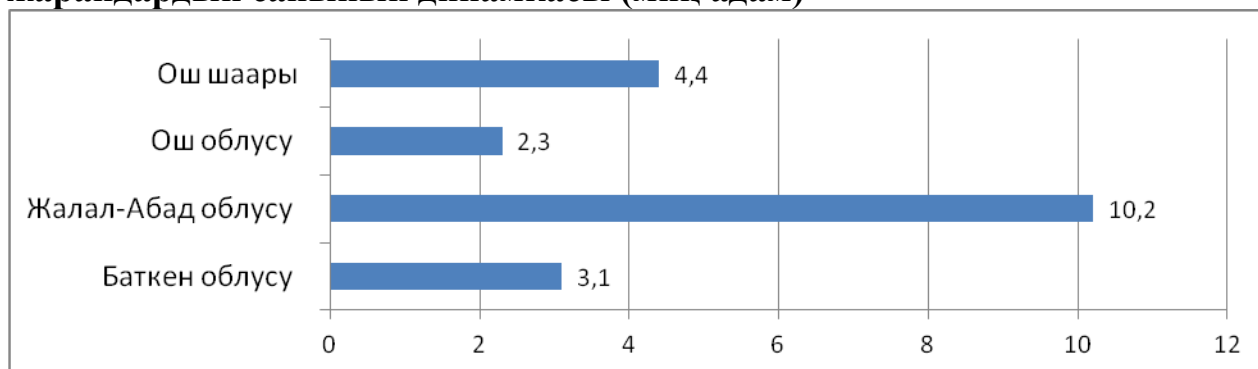
№	Көрсөткүчтөр	2014-жыл	2015-жыл	2016-жыл	2017-жыл	2018-жыл	2017-ж 2014-ж салышт ырганд а, %	2018-ж 2014-ж салыш тырган да, %
1.	ЧӨЖ келүүсү	4418,6	4335,2	4147,42	4666,5	7057,1	105,6	159,7
2.	КМШ боюнча	3938,3	4156,1	3909,8	4408,6	6771,0	111,9	171,9
3.	КМШдан тышкаркы боюнча	185,2	202,0	237,6	257,9	286,1	139,3	154,5

Булагы : КРУСКнын “Кыргызстандагы туризм” Бишкек 2019-ж.

Динамикадан 2017-жылды 2014-жылга салыштырганда Кыргызстанга келген ЧӨЖ 5,6% ке өскөнүн көрсөк болот. Бул көрсөткүч 2018-жылы кескин жогорулаганы (54,1%) байкалат. Ал эми 2019-жылда 8635,7га жетип, анын ичинде КМШ өлкөлөрү боюнча-8331,3 (Казахстан, Россия, Өзбекистан жана Тажикстан мамлекеттеринен туристтер көп келишкен), КМШдан тышкаркы өлкөлөр боюнча 304,4 (Кытай, Германия, Түркия жана АКШ мамлекеттери) ЧӨЖдүн келгендиги аныкталды. ЧӨЖдүн, КМШ жана КМШдан тышкаркы өлкөлөр боюнча келүүсү таблицадагы маалыматтарга караганда, акыркы беш жыл ичинде өскөн. Мунун негизги себептери катары, Кыргызстандын ЕАЭБдин курамына мүчө болуусу, мамлекеттеги стабилдүүлүк, виза алуудагы жеңилдиктердин кабыл алынышы, туристтик мейкиндиктин кеңейүүсү жана туристтин жакшы дем алуусуна түзүлгөн шарттардын жакшы жактарга багыт алуусу деп баса белгилөөгө болот. Бул себептер тууралуу кийинки главаларда сөз кылабыз.

Ал эми Кыргызстандын түштүгүнө келген ЧӨЖ саны, өлкөлөр боюнча (миң. адам) диаграммасы 1.4-сүрөттө берилди.

1.4-сүрөт. Кыргызстандын түштүк аймагына келген чет өлкөлүк жарандардын санынын динамкасы (миң адам)



Булагы: Ош шаардык мамлекеттик статистика башкармалыгы январь-декабрь 2020-ж.

Сүрөттөн, 2017-жылы аба каттамдары менен келген туристтердин жалпы саны 1375,0 миң адам болуп, уюштурулган сектордо 727.8 миң адам, ал эми уюштурулбаган сектордо 647.2 миң адам дем алууга келип, 2013-жылга салыштырмалуу туристтердин саны 242,8 ге көбөйгөн. Изилдөөлөрдө, мындай көрсөткүчтөргө таасирин тийгизген негизги факторлор катары туристтерди

ташып жеткирүүнүн эффективдүү жолу болгон авиаташууну сунуштаган Ош аэропортунун кызматы жана уюштурулбаган сектордун сезон учурундагы көрсөткөн сапаттуу кызматтары деп табылды.

Изилдөөлөрдүн кезегин эми, Кыргызстанга келген ЧӨЖды жайгаштыруунун коллективдик каражаттарынын абалына берсек. 2014-жылы мейманканалардын саны 171 түзгөн. Ал эми 2018-жылы бул көрсөткүч 194 түзүп, 13,5% га көбөйгөн. Санатордук-курорттук мекемелердин саны 2014-жылы 172 түзгөн болсо, 2018-жылы 187 (8,7%) ге жеткен. Мейманканаларга жана санатордук-курорттук мекемелерге жайгаштырылган туристтердин саны 2014-жылы 34,2 миң орунду түзгөн. Бул көрсөткүч 2018-жылы 34,7 миң орунду түзүп, 0,5 миң орунга көбөйгөн же 1,5% га өскөнүн көрсөтүп турат. Жайгаштырылган туристтердин саны 2014-жылы 499,5 миң адамды түзгөн болсо, 2018-жылы бул көрсөткүч 8,6% ке же 43,0 миң адамга өскөн. 2014-жылы мейманканалардын жана санатордук-курорттук мекемелердин сыйымдуулугун колдонуу коэффициенти 15,6% ти түзсө, 2018-жылы 17,6% ти түзүп, 12,8% ке жогорулаган 1.5-таблица

1.5-таблица Туристтерди жайгаштырууну коллективдик каражаттарынын динамикасы (2014-2018-жылдар)

	Көрсөткүчтөр	2014-ж.	2015-ж.	2016-ж.	2017-ж.	2018-ж.	2018-2014ж салыштыруу у, %
1	Мейманканалар, бирдик	171	199	192	196	194	113,5
2	Санатордук-курорттук мекемелер, бирдик	172	180	187	190	187	108,7
3	Мейманканалар, санатордук-курорттун орундар, миң орун	34,2	38,5	35,7	35,5	34,7	101,5
4	Жайгаштырылган адамдардын саны, миң адам	499,5	561,1	467,9	568,8	542,5	108,6
5	Мейманканалар, санатордук-курорттун сыйымдуулугун коэффициенти, %	15,6	14,2	15,6	14,2	17,6	112,8

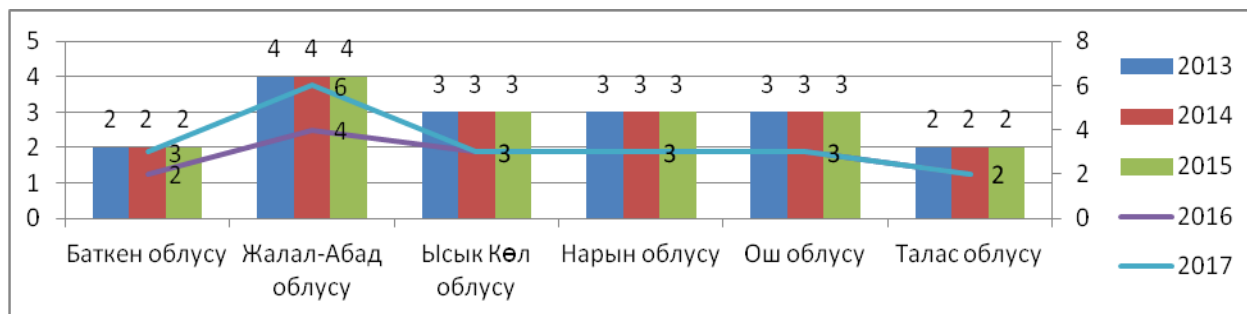
Булагы: КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм”, (2014-2018) -жж. Бишкек. 2019-ж.

Туризмге тыгыз чөйрөлөрдүн бири болуп транспорттук ишканалар табылат. Транспорттун алты түрүнүн авиациялык жана автомобилдик түрлөрү

гана толук кандуу иштеп, темир жол транспорту Казакстандын территориясынан өткөн жалгыз Москва-Бишкек каттамын тейлейт. Учурда, жүк ташуунун көбөйүшү, Казакстан менен Россиядагы экономикалык кырдаалдын жакшырышы жана (2.03.2017-ж) Кыргызстан менен Казакстандын ортосундагы темир жол транспорттору аркылуу өткөн товарды унификациялоо келишиминин иштеп башташы менен түшүндүрүлөт.

Коруктардын саны, 2013-2017-жылдар аралыгында, Баткенде-1ге, Жалал-Абадда-2ге өскөн. Бул мамлекеттик деңгээлде коруктарга көңүл бурулбагандыгынан кабар берет. 1.5-сүрөт.

1.5-сүрөт. Кыргызстандагы коруктардын санынын динамикасы



(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү).

Динамикадан, корукта иштеген жумушчулардын саны, (2013-ж-681 адам, 2017-ж-644 адам) 37ге азайып кеткен. Бул өзгөрүүнүн себеби, мамлекеттик колдоонун жоктугу, төмөн айлык маяна, ЖОЖдогу тиешелүү адистиктердин жоюлуусу, изилдөөлөргө мамлекет тарабынан буйрутмалардын жоктугу эсептелет.

Кийинки кезектеги изилденген маалыматтардын катарына, туристтик ишканалардын финансылык жыйынтыктары кирди. Жалпысынан 2017-жылы 230,9 млн. сомду түзгөн жана 2013-жылга салыштырганда 91,8 млн. сомго же 66% ке өскөн. Ал эми 2017-жылы дебитордук карыздар 317,2 млн. сомду түзүп, 2013-жылдан 77% ке азайган. Кредитордук карыздардын суммасы 2013-жылы 463,9 млн. сомду түзсө 2017-жылы бул көрсөткүч 465,2 млн. сомду түзүп, дээрлик өзгөрүүгө учураган эмес. Башкача айтканда кредитордук карыздар кыскарбаганын билсек болот. 1.6-таблица.

1.6-таблица. 2013-2017-жылдардагы Кыргызстандагы туризм ишкана-уюмдарынын финансылык көрсөткүчтөрүнүн анализи

№	Көрсөткүчтөр	2013	2014	2015	2016	2017	2017-2013-жж. абс. өзг. млн.сом	2017-2013-ж өсүү темпи%
1	Туристтерди тейл түшкөн дүң киреше, млн.сом	1161,4	1288,2	1187,5	1461,5	1718,7	557,3	148,0
2	Туристтерди тейл. кеткен чыгымдар, млн.сом	984,5	1107,4	1076,4	1315,8	1448,3	463,8	147,1
3	Пайда, млн.сом	196,5	183,4	170,1	221,5	295,0	98,5	150,1
4	Чыгаша, млн.сом	57,4	-170,1	-219,2	-37,6	-64,1	-121,5	-111,7
5	Калдыгы чыг-ган фин. жыйынтык, млн.сом	139,1	13,2	51,2	183,9	230,9	91,8	166,0
6	Дебитордук карыз, млн.сом	962,2	219,4	237,7	294,8	317,2	-645	33,0
7	Кредитордук карыз, млн.сом	463,9	407,4	450,1	923,7	465,2	1,3	100,3

(Булагы: автор тарабынан иштелип чыкты).

Таблицада көрүнүп тургандай 2017-жылы 2013-жылга салыштырганда туристтерди тейлөөдөн түшкөн дүң киреше 557,3 млн. сомго көбөйгөн, ал эми анын өсүү темпи 48% ке жогорулаган. Мунун жыйынтыгы катары, дебитордук карыздардын эффективдүү кайтарымдуулугу жана кредитордук карыздардын өз мөөнөтүндө төлөнүшү менен түшүндүрүлөт.

Изилдөөлөрдө, 2013-2017-жж. аралыгындагы туризм ишканаларынын финансылык көрсөткүчтөрүн анализдөөдө *каражаттардын эффективдүү колдонулганына* көңүл бурганыбызда, көрсөткүчтөрдү пайдалануу менен алардын рентабельдүүлүгүн жана айлануусунун бүгүнкү көрсөткүчтөрүн эсептеп, талдоо жүргүзүп чыгууну туура деп таптык. Анын жыйынтыгы 1.7-таблицада берилди.

3.7-таблица. 2013-2017-жылдар аралыгындагы туризм ишканаларынын жана уюмдарынын финансылык көрсөткүчтөрүнүн эффективдүү колдонулуусу

№	Көрсөткүчтөр	2013	2014	2015	2016	2017	2017- 2013-жж. абс. өзгөр.	2017- 2013-жж. өсүү темпи, %
1	Туристтерди тейлөөдөн түшкөн дүң кирешенин рентабельдүүлүгү, %	16,92	14,24	14,32	15,16	17,16	0,24	101,45
2	Туристтерди тейлөөгө кеткен чыгымдардын рентабельдүүлүгү, %	19,96	16,56	15,80	16,83	20,37	0,41	102,05
3	Дебит. карыздардын кредит. карыздарга болгон катышы, сом	0,48	1,86	1,89	3,13	1,47	0,98	304,19
4	Туристтерди тейлөөгө кеткен каражаттардын айлануусу, жолу	1,18	1,2	1,1	1,1	1,19	0,01	101
5	Тейлөөгө кеткен караж-дын айл. мөөнөтү, күн	305	309	326	324	303	-2	99

(Булагы: Автор тарабынан иштелип чыкты).

Таблицада көрсөтүлүп тургандай туристтерди тейлөөдөн түшкөн дүң кирешенин рентабельдүүлүгү 2013-жылы 16,92% ти түзгөн, ал эми 2017-жылы 17,16% ти түзүп 0,24% ке жогорулаган. 2013-жылы туристтерди тейлөөгө кеткен чыгымдардын рентабельдүүлүгү 19,96% ке барабар болгон. Бул көрсөткүч 2017-жылы 20,37% ти түзүп, 0,41% ке өскөн жана анын өсүү темпи 1,45% ке барабар болгон. Дебитордук карыздардын кредитордук карыздарга болгон катышы 2013-жылы 1 сомдук дебитордук карызга 0,48 сом кредитордук карыз туура келген. 2017-жылы болсо 1 сомдук дебитордук карыздарга 1,47 сом туура келип, кредитордук карыздардын басымдуулук кылып калганын көрсөк болот, башкача айтканда кредитордук карыздар 0,98 сомго өсүп кеткен.

Ал эми туристтерди тейлөөгө кеткен каражаттардын айлануусу 2013-жылы 1,18 жолу айланган, ал эми 2017-жылы айлануунун көрсөткүчү 1,19 га

барабар болгон же 1% ке жогорулаган. 2013-жылы туристтерди тейлөөгө кеткен каражаттардын бир жолку айлануусу 305 күндү түзгөн. Бул көрсөткүч 2017-жылы 303 күндү түзүп 2 күнгө кыскарган, башкача айтканда каражаттардын айлануусунун ылдамдыгы бир аз жогорулаган.

Жалпысынан, 2013-2017-жылдар аралыгында Кыргызстандагы туризм чөйрөсүндөгү ишкана жана уюмдардын ишмердүүлүгүнүн көрсөткүчтөрү бир кыйла жакшырган. Туристтерди тейлөөдөн түшкөн дүң киреше 2013-жылы 1161,4 млн. сомду түзгөн. Бул көрсөткүч 2017-жылы 557,3 млн. сомго өскөн. Туристтерди тейлөөгө кеткен чыгымдар 2013-жылы 984,5 млн.сомду түзүгөн болсо, 2017-жылы 1448,3 млн. сомго барабар болгон. 2017-жылы 2013-жылга караганда 463,8 млн. сомго өсүп, 1,5 эсеге жогорулаган. 2013-жылы туризм тармагындагы сатуудан түшкөн пайда 176,9 млн. сомду түзсө, бул көрсөткүч 2017-жылы 274,4 млн. сомду түзгөн же 53% ке көбөйгөн.

Сатуунун рентабельдүүлүгүн анализдей турган болсок, бул көрсөткүч 2013-жылы 0,15 сомго же 15% ке барабар болгон. Бул 2013-жылы туристтерди тейлөөдөн түшкөн кирешенин 1 сомуна 15 тыйындык сатуудан түшкөн пайда туура келерин көрсөтүп турат. Ал эми 2017-жылы сатуунун рентабельдүүлүгү болгону 0,01 сомго өсүп, 0,16 сомго эле барабар болуп калган. Башкача айтканда анын өсүү темпи 3,3% ке эле жогорулап, туристтерди тейлөөдөн түшкөн кирешенин 1 сомуна 16 тыйындык сатуудан түшкөн пайда туура келип калган. Туристтерди тейлөөгө кеткен каражаттардын айлануучулугу 2013-2017-жылдар аралыгында дээрлик өзгөргөн эмес. 2013-жылы каражаттардын айлануусу 1,18 жолу айланса, ал эми 2017-жылы 1,19 жолу гана айланып, 0,6% ке эле өскөн.

Персоналдардын рентабельдүүлүгү 2013-жылы 0,12 млн. сомго же 12% ке барабар болгон. Бул дегени 2013-жылы 1 персоналга 120 миң сомдук капитал туура келерин көрсөтүп турат. 2017-жылы персоналдардын рентабельдүүлүгү 0,17 млн. сомго барабар болуп, бул көрсөткүч 0,05 млн сомго өскөн жана 1 персоналга 170 миң сомдук капитал туура келип калган.

Эмгек ресурстарын колдонуунун рентабельдүүлүгү 2013-жылы 0,02 млн. сомду же 2% ти түзгөн. Ошондо 1 кызматкерге 20 миң сом сатуудан түшкөн пайда туура келген. 2017-жылы бул көрсөткүч 0,03 млн. сомду же 3% ти түзүп, 0,01 млн. сомго өскөн. Ошентип 2017-жылы 1 кызматкерге 30 миң сомдук сатуудан түшкөн пайда туура келип, анын өсүү темпи 49% ке жогорулаган. 1.8-таблица.

1.8-таблица. 2013-2017-жылдар аралыгындагы Кыргызстандагы туризм тармагындагы эмгек ресурстарын эффективдүү колдонулуусу

№	Көрсөткүчтөр	2013	2014	2015	2016	2017	2017- 2013-жж. абс.	2017- 2013-жж. өсүү
1	Туризм ишканалардын кызмат-нин орточо саны, адам	8137	8553	8444	8284	8474	337	104,1
2	Турист-ди тейлөөдөн түшкөн дүң киреше, млн.сом	1161,4	1288,2	1187,5	1461,5	1718,7	557,3	148,0
3	Сатуу. түшкөн пайда, млн.сом	176,9	180,8	111,1	145,7	270,4	93,5	152,9
4	Турист-ди тейлөөгө кеткен чыгымдар, млн.сом	984,5	1107,4	1076,4	1315,8	1448,3	463,8	147,1
5	Сатуу. рентабельдүүлүгү, сом	0,15	0,14	0,09	0,10	0,16	0,01	103,3
6	Туристтерди тейлөөгө кеткен каражаттардын айлануусу, жолу	1,18	1,16	1,10	1,11	1,19	0,01	100,6
7	Персонал-н рент.-гү, млн.сом	0,12	0,13	0,13	0,16	0,17	0,05	141,3
8	Эмгек ресурстарынын рентабельдүүлүгү, сом	0,02	0,02	0,01	0,02	0,03	0,01	146,8

(Булагы: Автор тарабынан иштелди).

2013-жылы туризм чөйрөсүндөгү иштеген кызматкерлердин орточо саны 8137 адамды түзгөн. Ал эми 2017-жылы иштегендердин орточо саны 8474 адам болуп, салыштырмалуу 337 адамга (4,1% ке) көбөйгөн. Эмгек ресурстарын колдонуунун эффективдүүлүгүнө негизинен сатуудан түшкөн пайда жана туризм тармагында эмгектенген кызматкерлердин саны таасирин тийгизген. Бул эки фактордун таасир эткенин фактордук анализ методунун жардамында

анализдеп чыксак болот. Ал үчүн төмөндөгүдөй эмгек ресурстарын колдонуунун рентабельдүүлүгүнүн формуласын пайдаланып эсептөөлөрдү жүргүзөбүз:

Мында, $ЭР$ - эмгек ресурстарын колдонуунун рентабельдүүлүгү;

$СП$ – сатуудан түшкөн пайда;

$КС$ – туризм тармагында эмгектенген кызматкерлердин саны.

$$ЭР_{2013} = \frac{СП_{2013}}{КС_{2013}} = \frac{176,9}{8137} = 0,21740 \text{ млн. сом}$$

$$ЭР_{2017} = \frac{СП_{2017}}{КС_{2017}} = \frac{270,4 \text{ млн. сом}}{8474 \text{ адам}} = 0,31909 \text{ млн. сом}$$

Жогорудагы эсептөөлөр көрсөткөндөй сатуудан түшкөн пайда 2017-жылы 2013-жылга караганда 93,5 млн. сомго өскөндүгү туризм тармагындагы эмгек ресурстарынын рентабельдүүлүгүн 11,491 миң сомго өстүрүп оң таасирин тийгизген. Ал эми туризм тармагындагы эмгектенип жаткан кызматкерлердин саны 2017-жылы 2013-жылга караганда 337 адамга көбөйгөндүгү эмгек ресурстарын колдонуунун рентабельдүүлүгүнүн 1,322 миң сомго азайганы менен анчалык терс таасирин тийгизген эмес.

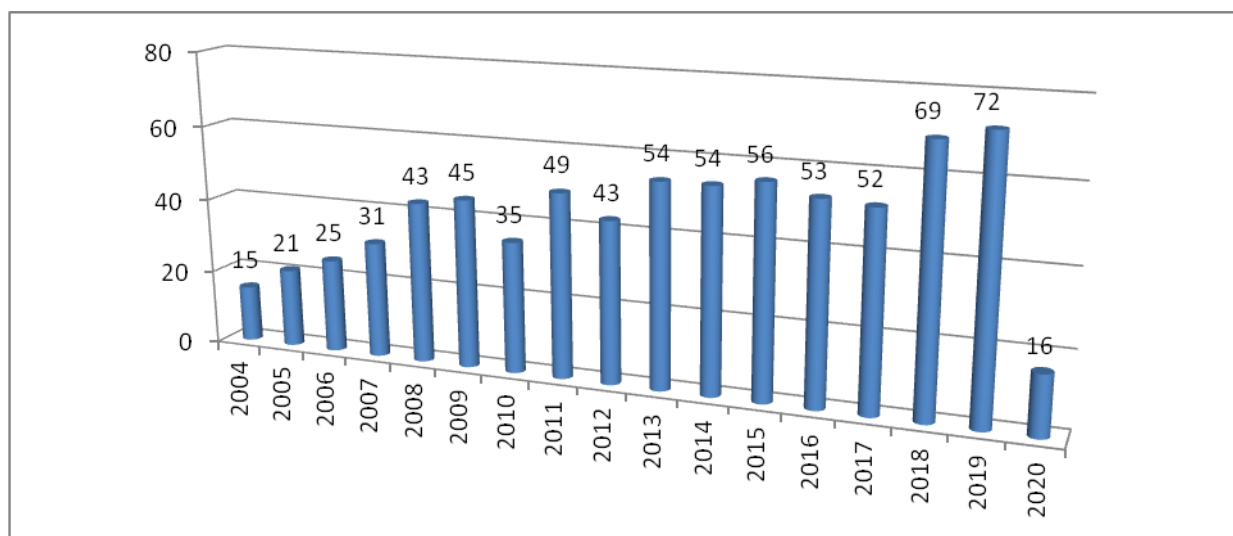
Ошентип, жалпысынан эмгек ресурстарын колдонуунун рентабельдүүлүгү 2017-жылы 2013-жылга караганда 10,169 миң сомго өскөн. Демек негизги чоң таасир этүүчү фактор болуп сатуудан түшкөн пайда экендиги жогорудагы аналитикалык эсептөөлөрүбүздөн көрүнүп турат.

Илимий жумуштун актуалдуулугун туристтерди тейлөөгө кеткен чыгымдарды аныктоо түзөт. Негизинен тейлөө чыгымдары, 2017-жылы 1448,3 млн. сомду түзүп, 2013-жылга караганда 463,8 млн. сомго же 47,1% ке өссө, 2017-жылы туризмден түшкөн пайда 295,0 млн. сомду түзгөн. Бул көрсөткүч 2013-жылга салыштырганда 50,1% ке көтөрүлгөн. Чыгаша 2017-жылы -64,1 млн.сомду түзүп 2013-жылга караганда 11,7% ке жогорулаган.

Жогоруда туристтик ишканалар боюнча маалыматтарда бир катар жетишсиз жактарды эске алып өттүк. Мындай туристтик тармактын жетишсиздиктерин камсыздоо каржы маселесине барып такалат. Маселелерди чечүүдө ата-мекендик жана чет өлкөлүк инвестициялык булактарга таянууга болот.

Инвестициялар, КРнын экономикасын өнүктүрүүдө (анын ичинен туризм чөйрөсүн) өлкөдөгү инвестициялык мыйзамдары абдан либералдуу мааниге ээ. Алсак, лицензиялоо жөнүндө, КРнын Салык кодекси, КРнын Бажы кодекси, Мамлекеттик жеке өнөктөштүк жөнүндөгү мыйзамдар инвестицияларды түз жана кыйыр жөнгө салып турат. Андыктан, 2004-2020-жылдар аралыгындагы КРнын аймагына келип түшкөн чет өлкөлүк инвестицияларды (мындан ары ЧӨИ) карап көрөлү.. (1.4-сүрөт).

1.6-сүрөт. КРнын территориясына келип түшкөн ЧӨИнин динамикасы (млн АКШ долл.)



Булагы: КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” Бишкек-2020 ж.05.03.2020.

Анда, 2010-жылдан тарта инвестициялык тармакта тынымсыз өсүүлөр болгону көрүнүп турат. Алсак, тикелей чет өлкөлүк инвестициялардын келип түшүүсүнүн өсүүсү, 2010-2015-жж 57,1% ке;, 2011-2015-жж.13,4% ке;, 2015-2019-жж. 29,6% ке;, 2017-2019-жж. 36,4% ке жеткен. Мындай тынымсыз өсүүнүн негизги себеби катары, мамлекеттеги стабилдүүлүк, электрондук

визалардын иштелип чыгуусу, виза алуунун жөнөкөйлөштүрүлүшү жана инвесторлордун иштөөсүнө болгон ыңгайлуулук деп табылды. Ар бир пайда табууну көздөгөн инвестор, бизнесин жүргүзүүнү пландаган өлкөнүн укуктук талаасын изилдеп чыгат [8]. Андыктан, биздин мыйзамдагы инвесторлорго каралган мамлекеттик кепилдиктерге көңүл бөлүп, талдап көрөлү.

КРнын инвестициялар жөнүндө мыйзамында, ата-мекендик жана жана чет өлкөлүк инвесторлордун укугу бирдей, көрсөтүлүп, алардын укуктарын коргоо жана бузулган укуктарын калыбына келтирүү да бирдей каралган. Ушуга эле кошо, коомдук кызыкчылыктар менен байланышкан өзгөчө учурларда инвесторго келтирилген чыгымды жабууга мамлекеттик кепилдиктер менен экспроприацияланышы мүмкүндүгү баса белгиленген [9].

Ал эми ата-мекендик инвесторлордун өз мекенине инвестициялык салымдарды салууга шашпагандыгынын себеби катары коррупциялашкан элементтер болсо, мыйзамдын чийки жагы катары, акча операцияларынын эркиндиги (чектелбеген акча которуулар) чет өлкөлүк инвесторлорго дагы бир мүмкүндүк катары берилгенидиги, акчалай операцияларды мыйзам бузуу менен аткаруусуна ошондой эле мыйзамсыз акчалардын изин жашырууга шарттарды түзүп жаткандыгы иликтөөлөрдө белгилүү болду.

Үстүбүздөгү жылы, дүйнө жүзүндөгү экономикалык кризисти алып келген COVID-19 пандемиясынын таасиринен башка тармактарга караганда, туристтик тармак катуу жабыркады. Аны 2020-жылдын, январь-июнь айындагы эсептөөлөргө караганда Кыргызстанга болгону 164370 АКШ долл. инвестиция келип түшкөн. Мында, КМШдан тышкаркы мамлекеттерден Кытай, Нидерландия жана Турция мамлекеттери өз позициясын сакташкан. Канада мамлекетинин 2020-жылдагы тизмеде жок болуусун, пандемиянын себептери менен түшүндүрүүгө болот. Анткени, инвестициялык салымдардын өлкөгө келүүсү Кыргызстандагы Кум-Төр алтын кенин иштеткен Centerra Gold Inc. компаниясынын ишмердигинен көз каранды. Андыктан 2020-жылдын жыйынтыгында, түз инвестициялык салымдардын көрсөткүчү 34,5 ке түшүп кеткен. Ошодой эле, түштүк аймактын областарына 2019-жылдагы келип

түшкөн инвестициянын болгону 25,1% гана каралса, 2020-жылы 9,4кө азайган б. а. 15,7% гана акча каражаттары каралган [91].

Туристтик потенциалы жогору болгон Жалал-Абад областына салымдардын багытталышы кубантаарлык. Бирок, калган облустарга мындай мүмкүндүктөр каралбаган б. а. экинчи борбор аталган Ош шаарына 2019-жылдын эсебинен акча каражаты бөлүнгөн эмес (1.9-таблица).

1.9-таблица Туристтик тармакка 2019-2020-жылдар аралыгында келип түшкөн инвестициянын динамикасы

2019-жыл							
КМШ өлкөлөрү	100%	КМШдан тыш. өлкөлөр	100%	Обл	100%	Бөлүштүрүү	100%
Россия	3,6%	Кытай	31,4	Баткен	1,1	Транспорт	1,7
Казакстан	3,5%	Канада	24,1	Жалал-Абад	23,7	Ресторан Мейманкана	0,1
Азербайджан	0,1%	Швецария	9,6	Ош обл.	0,3	Маалымат байланыш	12,9
-	-	Турция	8,8	Ош ш.	-	Искусство тармагы	-
-	-	Нидерландия	5,7	-	-	Курулуш	5,2
Жалпы:	7,2		79,6		25,1		19,9
2020-жыл							
Казакстан	10,5	Кытай	31,1	Баткен	1,7	Транспорт	0,1
Россия	5,5	Нидерландия	18,3	Жалал-Абад	12,9	Ресторан мейманкана	0,1
Белорусия	0,3	Турция	12,5	Ош обл	0,5	Маалымат байланыш	9,7
Украина	0,3	-	-	Ош ш.	0,6	Искусство тармагы	0,6
-	-	-	-	-	-	Курулуш	6,4
Жалпы	16,6	-	45,1		15,7	-	16,9

(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү)

Таблицадан көрүнүп тургандай, 2019-жылга салыштырмалуу 2020-жылы КМШ өлкөлөрүнөн келип түшкө салымдар 9,4 кө жогорулаган. Мында Белорусия жана Украина мамлекеттери катарга кошулган. Ал эми Россия менен Казакстан, Кыргызстан менен эл аралык экономикалык байланыштарды дайыма чындоого жана колдоо көрсөтүүдө салымдарын кошуп келет. Ошондой эле, облустардын бюджетине келип түшкөн каржаттарды бөлүштүрүүдө, санариптештирүү саясатына жана курулуш тармагына багытталганы көрүнүп турат. Бул ишканалардын маалымат жана байланыш каражаттарынын сапатын

жакшыртууга болгон аракети деп табылды жана бул аракеттин эффективдүүлүгү пандемия шартында оң таасирлерин берди деп жыйынтык чыгарсак болот.

Пандемияга байланыштуу, Туризм департаментинин 2020-жылдын 30-апрель күндөгү билдирүүсүнө ылайык, Кыргызстан боюнча жайкы сезонго кабыл алынган бардык туристтик сапарлардын токтотулганы белгилүү, анын натыйжасы катары туристтик көрсөткүчтөрдүн 80%га түшүүсү божомолдонгон. COVID-19 пандемиясынын туристтик тармакка 2-3 жылга таасирин тийгизгендиктен, 2021-2022-жылдар аралыгында гана 2019-жылдын көрсөткүчтөрүнө жетишибиз мүмкүн деген болжолдоолор бар. Бирок, пандемиянын качан толук аяктоосу жана туристтердин оруудан коркпостон дем алууга келүүсү үчүн убакыт гана керектиги белгилүү болуп калды.

Бирок убакыттын өтүшү, туристтик тармактагы ишканалардын жана туристтик бизнес талаасында ишкердик менен алектенгендердин салыктардын түрлөрүн жана кредиттик төлөмдөрүн төлөөдө кыйынчылыктардын жаралып жаткандыгын айтышууда. Мындагы схеманы жөнөкөй гана түшүнүүгө болот. Кардар жок → киреше жок → айлык маяна жок → салыкты төлөө → пайыздарды кошуп төлөө ж.б. милдеттери сакталып турат.

Пандемиянын шартында, турбизнес ээлери 2020-жылга пландалган 700 млн доллардын кайсы бир бөлүгүн ата-мекендик туристтерден үмүт этишүүдө. Анткени, ички туристтердин келүүсүнөн алган кирешенин эсебинен милдеттүү болгон чыгымдарды жабуу пландалууда. Андыктан ишкерлердин айтуусунда, август-сентябрь айларында аба жолдорун жана чек араларды мамлекет тарабынан ачуу каралса, аталган мөөнөттө туристтердин келүүсүнө үмүттөрү чоң экендигин билдиришкен.

Бирок, учурда республикабызда туризм тармагында иш менен камсыз болгон адамдардын саны 100 миң адам деп болжолдонууда. Алардын мамлекеттен алган колдоосу катары, бар болгону салыкка (% менен), кредиттик төлөмдөргө 3 айлык каникул жана акысыз эс алууга берилген уруксат гана болду. Бул кырдаал боюнча телефон аркылуу байланышканыбызда, «Kyrgyz

Concept» туристтик компаниясынын президенти Э. Уметалиевге берген суроолорубузга, киреше жоктугуна карабастан салыктын бардык түрлөрүн төлөөгө мажбур экенин жана ага «Абсурддук ситуация» деп баа бергенин жашырбады.

Пандемиялык вирустун таасиринен туристтик тармактын абалы ыйлай турган абалга жетти. Мындай учурда коңшу өлкөлөрдүн туристтик көрсөткүчтөрүнө айласыз назар саласын. Алсак, чектеш турган Кытай республикасына жылына 24 млн турист келет. Анын ичинен 4 млн туристтик агым чет өлкөлөрдөн келет, калган туристтик агымды ички туризмди түзөт.

Мындан, ички туризмди перспективалуу багыт катары тааныган өлкөлөрдө, өзгөчө кырдаалдар анча чоң эмес чыгымдарды гана алып келе тургандыгы белгилүү болду. Андыктан ички туризмди жолго коюу жана жакшыртуу милдеттери алдыда турат.

Сөзүм кур болбосун, ички туризмди жолго коюу жана жакшыртуу боюнча аракеттер көрүлдү. Туриндустриянын активдүү өкүлдөрү тарабынан каалоочу туристке, «Ардактуу турист» болуу менен «Бурана», «Өзгөн», «Таш-Рабат», «Сары Челек», «Арсланбоб», «Сулайман-Тоо» ж.б. туристтик ажайып жайларды көрүү менен андагы түшкөн сүрөттөрүн сайттарга жарыялоо шарттарын камтыган кичи-проекти сунушташкан. Анын жыйынтыгы пандемиянын шартында проектке катышуучулар болгон жок жана туриндустрияны сактап калуучу кадамдарга алып баруу мүмкүндүгү төмөн жана ийгилиги аз проект экендигин белгилеген эксперттердин сунуштары менен толукталды. Бул тууралуу дагы толугураак маалыматтар. Кийинки главада берилген.

Бирок ага да карабай бизнес ээлери, КМШ өлкөлөрүнөн келүүчү туристтерди тартуу максатында жергиликтүү пансионаттарды эл аралык деңгээлдеги жарнамалар аркылуу жарыялоо иштери жолго коюшту. Ошондой эле Борбордук Азия боюнча партнерлер менен байланышып КМШнын жана КМШдан тышкары өлкөлөрдүн алкагында эс алууну уюштуруучу уникалдуу турпродуктыны иштеп чыгууну планы сунушталган. Аталган уникалдуу

продукт, «Туристтик шакекче» деген аталышта болуп «Мундуз- Турист» Эл аралык туристтик компаниясынын стратегиялык жана антикризистик пландарына кошуу сунушу автор тарабынан 2019-жылдын апрель айында берилген. Бул уникалдуу турпродукт тууралуу кийинки главаларда сөз кылабыз.

Пандемиядан кийинки алгачкы кадамдарды эмнеден баштоо керек? Мындай суроонун жооптору иликтөөлөрдөн кийин төмөндөгүдөй болду.

1. Туристтик агымды түзүүдө кызматташкан чет өлкөлүк партнерлор менен байланышты чыңдоо жана дем алууга келүүчү туристтердин качан жана канча убакытка келүүсүнө карата уюштуруу иштеринин пландарын иштеп чыгуу;
2. Пандемияга чейин Кыргызстанга келүүнү пландаган туристтердин келип эс алуусун максималдуу уюштуруу;
3. 2020-2021-жылдарга пландалган эл аралык туристтик жарманкелерге катышуу иш-чараларынын баары токтотулгандыгына байланыштуу, «Онлайн-маркетинг» системасына басым жасоо;
4. Пандемиядан кийин эс алууга келген туристтерге коопсуздук чараларын жана ишкананын антикризистик пландарын өнүккөн өлкөлөрдүн тажрыйбаларына таянуу менен иштеп чыгуу жана жергиликтүү шарттарды эске алуу менен практикалоо;
5. Туристтик чарбачыл субъекттердин ишмердигинин үзгүлтүксүздүгүн камсыздоодо, ички туристтик агымды күчөтүү жана ага мамлекеттик органдарды кызматташууга чакыруу;
6. Ички туристтик агымды күчөтүүдө, минималдуу тарифтерди иштеп чыгуу менен чартердик рейстерди уюштуруу аркылуу Ысык-Көл, Жалал-Абад жана Ош областынын туристтик потенциалдарын эффективдүү пайдаланууга багыт алуу зарылдыгы бар. Анын натыйжасы катары кичи бизнести каржылоо менен сактап калуу мүмкүндүгү жаралат.

Учурда, туристтик тармактын ишмердиги ИДПнын структурасынын 5,2% түзөт. Эгерде аталган тармак 8% чыкса, анда профилдешкен тармактардын катарына кирет. Андыктан, Кыргызстандын табигый ресурстарына жана

салттуу базарларына туристтик агымдарды тартуучу булактардын бири катары (мыйзам талаасын эске алганда), инвестициялык жагымдуулугу жана экспортко багытталышы экендигин баса белгилеп кетебиз жана дүйнөлүк тажрыйба көрсөткөндөй, туристтик продукту жайылтуу өндүрүшү кеңейтилген сайын ага жумшалган чыгымдардын саны тынымсыз өсүүдө.

Мындан сырткары, туристтик жаратылыш ресурстарын толук эффективдүү колдонулуусуна инвестициялык каражаттардын жетишсиздиги туристтик тармактын өнүгүүсүнө өз тоскоолдуктарын жаратып келе жатат. Аны жогоруда берилген статистикалык маалыматтар далилдеп турат. Ата мекендик жана чет өлкөлүк инвестициялык булактарды тартуунун максаты инфраструктуранын материалдык базасын кеңейтүү жана ишмердиктин эффективдүүлүгүн жогорулатуу болгондуктан анын практикалануусу үчүн укуктук жана экономикалык шарттар талаптагыдай түзүлүүсү керек.

Мындан сырткары, туристтик ташуунун бир туткасы катары, Кыргызстандын тоолу өлкө болгондугуна байланыштуу өнүгө албай келе жаткан темир жол (узундугу болгону 423,9 км) тармагы инвестициялык салымдарга абдан муктаж. Аталган тармактын инвестициялык иммунитетин жогорулатуу менен кандай мүмкүндүктөрдү багынта алабыз? Карап көрөлү.

Учурда, перспективалуу жаңы темир жолдорун куруу жана туристтерди тартуучу «Балыкчы-Жалалабат-Торугарт-Кашгар» транзиттик маршрутун иштеп чыгуу абдан актуалдуу. Анткени, бул маршрут аркылуу Кытайга, андан ары дүйнөлүк темир жол линияларына чыгуу аркылуу көптөгөн мамлекеттер менен экономикалык олуттуу мамилелерди (туризм багытында) түзүүгө болот. Ошону менен бирге транзиттик темир жолдун түштүк коридорун түзүп, Борбордук жана Чыгыш Азиянын экономикалык жана маданий байланыштарын түзүп, туристтик потенциалдын деңгээлин 20%га жогорулатуу мүмкүндүгүн түзүп бермек.

Туристтик каражаттардын жеткиликтүүлүгүн камсыздоодо, туркызматтарын сунуштоодо, базарга турпродуктыларын сатууга маркетинг, менеджментти жүргүзүүдө жана туризмдин түрлөрүнүн практикалануусунда,

телекоммуникациялык кызматтардын жана спутник байланыштарынын орду абдан чоң. Санариптештирүү жылында мындай маселелердин чечилүүсүнө каржылоолор сөзсүз түрдө багытталыш керек. Анткени, туристтик комплекстерде, шаарлар жана эл аралык деңгээлде туристтерди издөө, куткаруу, сактап калуу жана жардам көрсөтүү кызматтарынын аткарылышын спутник желелери аркылуу жакшы жолго коюу зарылдыгы бар. Андыктан, туристтик инфраструктуранын өнүгүүсү, инвестициялык салымдарды актоо, бюджетти толуктоо, иш орударын түзүү, пайдалуу турпродуктылардын ассортименттерин иштеп чыгуу жана милдеттүү төлөмдөрдү өз мезгилинде төлөө жөндөмдүүлүгүнө ээ болгон кубаттуу ишканалардын катарын пайда кылат деп ойлойбуз.

COVID-19 пандемиясынын шарттарына ылайык карантиндик режимде иштөө бардык ишканалардын жана мамлекетибиздин, маалымат коммуникациялык технологияларды (мындан ары КМТ) колдонууга болгон даярдыгын сыноого алды. Анткени, бардык тармактын кызматкерлери КМТнын негизинде иштөөгө өтүштү. 2017-жылдын маалыматында, саякат жана туризм секторундагы атаандаштык индекси боюнча Кыргызстан, 139 өлкөнүн ичинен 103-орунду ээлегендиги маалым, ал эми коңшу Тажикстан 129-орунда турат [95].

Ал эми, ЕАЭБдин курамындагы өлкөлөрдөн, 139 мамлекеттин ичинен, Саякат жана туризм секторундагы атаандаштык субиндекси боюнча баллдык аныктоодо, Кыргызстан-115 балл;, Тажикстан-107 балл;, Украина-88 балл; Казакстан-81 жана Россия-43 балл алууга жетишкен [96]. Катарлаш өлкөлөрдүн туристтик бизнес талаасындагы атаандаштыкты жаратуу үчүн Кыргызстанга бир гана кол тийбеген сулуу жаратылышы жетишсиз болот. Анткени, 115 балл туристтик чөйрөдөгү туристтик укуктук базада, туристтик инфраструктурада, турбизнес чөйрөсүндө жана туристтик ресурстарды колдонууда мүчүлүштүктөрдүн бар экендигин көрсөтүп, тыкыр иштөө талаптарын коюп жатат.

Жыйынтыгында, Кыргызстандын Улуу Жибек жолунда жайгашуусунун

негизинде, өлкөнүн туристтик ресурстарынын булактарын: эс алуу үйлөрү, курорттук эс алуу, зыярат, гастрономиялык, экстремалдык, экотуризм ж.б. түзүп аны мамлекеттик колдоо иш-аракеттерди уюштуруу аркылуу өлкөбүздүн түштүк аймагында, туризмдин перспективалуу багыттарын аныктоо мененаларды өнүктүрүү үчүн зор мүмкүнчүлүгү бар өлкөлөрдүн катарына кирүү мүмкүндүгүн пайдалануу менен уникалдуу турпродуктылардын түрлөрүн иштеп чыгып, эл аралык туристтик базарларга экспорттоого аталган тармактагы тейлөөчү ишканалар жана мекеме-уюмдарга ата-мекендик жана чет өлкөлүк инвестициялык каражаттарды тартуу аркылуу мамлекеттин экономикасын өнүктүрүүгө боло тургандыгы аныкталды.

1-БАП боюнча жыйынтык:

1. Кыргызстандын түштүк аймагынын туристтик потенциалы аныкталып классификацияланды жана туристтик терминдерге автордук көз-караштагы толуктоолор жана тактоолор сунушталды. Туризмди өнүктүрүүдө, 2011-жылдан тарта визасыз режимдердин мамлекеттик деңгээлде кабыл алынуусу, өлкөбүздүн туристтик тармактын ролун жогорулатууга негиз болду. Андыктан рынок шартында жашап жаткан адам өндүрүштүк күчтөрдө гана эмес руханий жактан өнүккөн инсан болуусуна талаптар коюлду.
2. 2014-2018-жж. аралыгындагы ЧӨЖдын келүүсүнө, 2014-2018-жж. туристтерди жайгаштыруунун коллективдик каражаттарынын санына, 2013-2017-жж. аралыгындагы Ош областы боюнча туризмден түшкөн кирешеге, туристтик ишканалардын жана келген туристтердин санына анализ берилди жана жыйынтыкталды.
3. Областарга болгон инвестициялык чектөөлөр жана туура эмес бөлүштүрүлөр, туристтик ишмердүүлүктү жөнгө салуучу укуктук базадагы кемчилдиктер аныкталып, туризмдин өнүгүүсүнө тоскоолдук жаратаары аныкталды жана азыркы күндөгү туристтик ишканалардын потенциалдык мүмкүнчүлүктөрү анализденип, жыйынтыкталды.

4. Туризмдин жогорудагы түрлөрү өнүгүп жатса да, чечилбей келген көйгөйлөрү жана анын себептери аныкталды.
5. Изилдөөлөр көрсөткөндөй, туристтердин санынын жыл сайын азаюусунун себептери жана анын келип чыгуусуна таасир берген факторлор аныкталып, алардын алдын алуу жолдору сунушталды.
6. Бул көйгөйлөр, чоң эмес чыгымдарды жумшоо менен институционалдык багыттардын негизинде чечүүмүмкүндүктөрүн пайдаланбагандыктан, кошумча жаңы маселелер пайда болуп жаткандыгы аныкталды.

2-БАП. КЫРГЫЗСТАНДАГЫ ТУРИЗМ ТАРМАГЫН ӨНҮКТҮРҮҮНҮН ПОТЕНЦИАЛДУУ МҮМКҮНДҮКТӨРҮ ЖАНА ПРИОРИТЕТТҮҮ МАСЕЛЕЛЕРИ

2.1. Кыргызстандын түштүк регионундагы туризм өндүрүшүнүн структурасы жана туристтик ишмердүүлүктүн учурдагы абалын талдоо.

Кыргызстандын территориясында алгачкы туризм объекттери XIX кылымдын аягы жана XX кылымдын башында, Борбордук Азиядагы дарылык касиети бар минералдык суулардын базасында, Жалал-Абаддагы, Жети-Өгүздөгү жана Теплоключенкодогу (азыркы Ак-Суу) курорттору иштеп баштаган. Тармактын өнүгүү мүмкүндүктөрүнүн аз экендигине карабастан, коомдун ар тараптуу тармактарын өзүнө камтып келет. Андыктан туризмдин өнүгүүсү, калктын төмөн деңгээлдеги жашоосунан, начар инфраструктардан, материалдык-техникалык эски базасы бар дарылоочу рекреациялык мекемелерден, соодадан, транспорттон жана мамлекеттеги стабилдүүлүктөн анча чоң эмес көз карандысыздыкта өнүгүп келе жатат. Факт үчүн туризмдин мамлекеттик структуралык өнүгүүсүнүн этаптарына (1991-2019-жж.) көз чаптырып көрөлү. 2.1-таблица.

2.1-таблица. КРнын туризминин өнүгүү структурасы

№	Жылдар	Аталыштары
1.	1991-жыл	“Туризм” министрлиги
2.	1992-жыл	“Чет өлкө туризминин” агенствосу
3.	1994-жылдын март айы	“Мамлекеттик туризм” комитети
4.	1994-жылдын май айы	“Мамлекеттик туризм жана спорт” комитети
5.	1996-жылдын май айы	“Туризм жана спорт” министрлиги
6.	1996-жылдын декабрь	“Туризм жана спорт мамлекеттик” агенствосу
7.	2005-жылдагы март айы	“Жаштар саясаты, туризм жана спорт” комитети
8.	2007-жылдын март айы	“Туризм” агенствосу
9.	2009-жылдын октябрь	«Мамлекеттик туризм» агенствосу
10.	2011-2019-жылдар	КР маданият, маалымат жана туризм министрлиги

(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү).

Таблицадан көрүнүп тургандай, өзгөрүүлөрдүн акыркысы катары учурдагы «Маданият, маалымат жана туризм министрлиги» болду. Мындан,

туризм сферасынын башкаруу структурасынын статусунун бир нече жолу өзгөрүүсү, мамлекеттик туристтик администрациясын кайра түзүү иштери менен гана алектенгендигин жана туризм статусун алган мамлекеттик органдын 11 жолу, ал эми аны башкарган жетекчиликтин 12 жолу алмашкандыгынын, бюджеттен бөлүнгөн акча каражаттарын максатсыз сарптоо жана туризм сферасындагы ишмердик менен мамлекеттик органдардын ортосундагы ажырымдын бар экендигинин натыйжасында тармак өнүгүүсүн токтоткондугу белгилүү болду. Мында өнүгүүнүн негизги жолу катары өз алдынча ”Туризм комитети” деп бекитүү менен ишти алга жылдырууга мүмкүндүк берүү керек деп ойлойбуз.

Изилдөөлөрдө, 80-жылдардагы экономиканы реформалоонун шарттарында туристтик объекттердин саны 138 ди түзүп калды (1988-жылда 143 эле). Мунун себеби катары, чарбалык байланыштардын солгундашы, союздук бюджеттен каржылоонун токтошу өткөөл мезгилдин адамдардын аң-сезимине тийгизген таасири деп табылды. Ал эми, 2005-жылдан баштап объекттердин саны жогоруласа, 2010-2013-жылдар аралыгында төмөндөп, 2014-2015-жж. кайрадан өскөндүгү байкалат. 2005-жылга чейин туристтик тармакта туристтик кызматтарды өндүрүүнүн төмөндөшү белгиленип туристтик объекттердин саны кыскарган. 2.2-таблица

2.2.-таблица. Эс алуу мекемелеринин эң көп койкалардын санынын динамикасы (2005-2019-жж.).

2005	Жылдар													
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
27 689	29 979	27 068	27 281	27 233	25 732	26 836	19 742	23 321	29 333	31 328	27 786	27 776	28 100	28 142

Булагы: КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” (2006-2011 жж., 2007-201жж., 2013-2017.жж.) жыйнактары. Бишкек-2017

Таблицада, 2012-жылы 2005-жылга салыштырмалуу объекттердин саны дээрлик 6%га, ал эми жатуучу орундардын саны 43%га азайды. Ал эми 2013-2015-жж. аралыгында, койкалардын саны 8007ге (34,33%) көбөйсө, 2015-2019-

жж аралыгында 11,32%ке түшүп кеткен. Мунун себеби катары, эл аралык туристтик агымдардын жогору болуусуна карата туристтик объекттердин бири-биринен негизги фонддорунун түзүмү, аткарган жумуштарынын мүнөзү, фонд сыйымдуулугу, эмгек сыйымдуулугу, инновациялуулук даражасы жана өлкөдөгү саясий стабилдүүлүк менен олуттуу айырмалангандыгы тармактын өнүгүүсүн чагылдыруучу негизги көрсөткүч катары тармактын объекттеринин санынын өсүүсүнө алып келди.

Кыргызстан Евразиянын борборунда жайгашкандыгы жана, байыртадан атактуу болгон кыймылдын дүйнөлүк траекториясынын биздин өлкө аркылуу өткөндүгүн туризмди өнүктүрүүнүн потенциалдуу мүмкүндүктөрү катары пайдалануу менен мамлекеттик тиешелүү органдар акыркы мезгилдерде республиканын туризм областындагы ишеничтүү жана жагымдуу мамлекеттердин бири катарындагы имиджин түзүү үчүн бир канча аракеттерди жасады. Андыктан, башка тармактардын туризмден киреше алуу мүмкүндүгүн түзүп, Кыргызстандын экономикалык өнүгүүсү белгилүү деңгээлде туристтик тармактан көз каранды экендигин ачыкталды. Тармактын индустриясы, башка тармактарга караганда күчтүүрөөк мультипликатордук натыйжага ээ болуу менен натыйжалуу жана пайдалуу бизнес экендигин тастыктады. Мындай толуктоолор, базар мамилелеринин, саясий төңкөрүштөрдүн болуусуна карабастан, туристтик модельдердин элементтери болгон, маркетинг жана менеджмент, туризмдеги суроо-талап жана сунуштарын иликтөө аркылуу өнүгүүнү камсыздап келет. Кыргызстандагы туризмдин динамикалуу өнүгүүсүн камсыздоого, “Туризм жөнүндөгү мыйзамдын” кабыл алынышы (1999-ж) жана ага анын №1-3-10-15-17- статьяларына толуктоолордун камтылуусу таасир берди [24,25].

Базар экономикасы, туризм чөйрөсүнө өтө тез практикалана тургандыгынын далили катары уюштуруу-укуктук формалары боюнча жаңы менчик категориясын түптөдү. 2.3-таблица.

2.3-таблица.Туристтик ишканалардын санынын динамикасы (2013-2017-жж.)

К №	Туристтик ишканалар	Менчик формалары		Баары
		Мамлекеттик	Жеке	
1.	Мейманканалар	181	1039	1220
2.	Мейман үйлөрү	-	20	20
3.	Жайгаштыруунун адистештирилген каражаттары	41	149	190
4.	Туристтик базалар	1	9	10
5.	Санаториялар	4	9	13
6.	Балдар санаториясы	4	2	6
7.	Санаториялар- профилакториялар	2	8	10
8.	Эс алуу үйлөрү	1	4	5
9.	Дарылоочу - пансионаттар	3	2	5
10.	Эс алуу базалары	-	7	7
11.	Ден соолукту чыңдоочу балдар комплекстери	12	12	24
12.	Ден соолукту чыңдоочу спорттук лагерлер	6	3	9
13.	Турфирмалар, туроператорлор саякат жана экскурсия бюросу	1	59	60
14.	Эс алуу пансионаттары	93	8	101
15.	Жаратылыш парктары	22	-	22
16.	Башка туризм ишканалары	3	26	29
	Баардыгы:	374 (22%)	1357 (78%)	1731

Булагы: КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм”, (2013–2017-жж) Бишкек. 2018-ж.

Таблицанын маалыматтары, жеке менчик туристтик объекттердин (туроператорлор, турагенттиктер, эс алуу үйлөрү, эс алуу базалары, туристтик фирмалар, саякат жана экскурсия бюролору) басымдуу болуп, жалпы 1357 (78%) болсо, мамлекеттик ишканалар болгону 374 (22%). Бул түшүнүктүү, жеке менчик социалдык-экономикалык өнүгүүдө алдыңкы ролду ойнойт. Тактоо иретинде, турфирмалар, туроператорлор саякат жана экскурсия бюросу (98%), санаториялар- профилакториялар (80%), туристтик базалар (90%), мейманканалар (85%), мейман үйлөрү (100%) ж.б. Ошондой эле мамлекеттин балансындагы ишканаларда, дарылоочу- пансионаттар (60%), ден соолукту чыңдоочу балдар комплекстери (50%), эс алуу пансионаттары (92%) жана жаратылыш парктары (100%) пайызы жогору экендиги анык болуп, мындан мамлекет туристтик тармакты жолго коюуда, өздүк баланстан баштоосу керектиги белгиленип, тармактагы жеке менчиктин санынын жогору болуусу ар

тараптан артыкчылыктуу жана жетишсиз жактарын изилдөө мүмкүндүгүн берди. 2.4-таблица.

2.4-таблица Менчиктин артыкчылыктуу жана жетишсиз жактары

№	Артыкчылыктуу	Жетишсиз жактары
1.	Жаңы технологиялар жана инновациялар	Чектелүү кардарларды гана кабыл алат.
2.	Менчик объектинде, предметинде ошондой эле иштөө механизмдерине ээ.	Көмүскө экономиканын пайда болуусун, салык төлөмдөрүнүн аз өлчөмдө бюджетке келип түшүүсүн камсыздайт
3.	Интенсивдүү изилденген област	
4.	Мыкты тейлөө жана ыңгайлуулук	Тарифтердин кымбаттыгы
5.	Мыкты жарнама	Чыгымдар
6.	Башкаруунун эң жөнөкөй түрү колдонот	Башкаруудан көз карандылык
7.	Башкы миссия-жогорку киреше алуу	Демпингдик учурларды көп жаратат.
8.	Жумуш орундарынын өзгөрмөлүү түзүлүүсү	Стабилдүүлүккө кепилдик берилбейт
9.	Мыкты материалдык-техникалык база	Кайтарымсыз чыгымдар
10.	Мыкты кадрлар менен камсыздоо (жалданма)	Чыгымдар
11.	Мобилдүүлүгү жана ийкемдүүлүк	Чыгымдар
12.	Атаандаштыкка жөндөмдүүлүк	Чыгымдар
13.	Ички туризмдин өнүгүүсүнө шарт түзөт	Мамлекеттик кызматкерлерге жеңилдиктер жок

(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү).

Таблицада берилген маалыматтардын негизинде артыкчылыктуу жактардын жогору болуусу, жетишсиз жактардын басымдуу бөлүгүн ээлеген чоң чыгымдарды камтуу менен кардарларды тартууда, бааларды мезгил-мезгили менен себеби жок жогорулатып же тескерисинче жеңилдик менен кайра төмөндөтүү аркылуу демпингдик учурларды жарата тургандыгы аныкталды. Ал тууралуу Пензен мамлекеттик университетинин окумуштуулары: -“Демпинг–фирмалардын банкроттуулугуна алып келүү менен чекене сооданы жок кылат жана кардарларды негизсиз арзан баага үйрөтөт”- деп баса белгилешет [114].

Бул көлөмдүү жумушту практикалап жаткан КРнын мамлекеттик салык кызматынын маалыматында, так эмес түрүндө төлөнгөн салыктарга 50% бирдиктүү салык темпинин кыскарышы жана көмүскө экономикалык көрүнүш экендигин тастыктап келет. Андыктан, бул маалыматтардан туризм

тармагындагы жеке менчик ишканалардын накталай эмес эсептешүүлөр системасын пайдаланууда, финансылык институттардын ролу, ата-мекендик жана чет өлкөлүк ишканалардын алака түзүүдөгү негизги ишмердигинин бири катары аталды. Андыктан аталган тармактагы жеке менчик ишканалардын санынын өсүүсү атаандаштыкты, туристтик кызматтардын сапатын, тарифтердин жеткиликтүүлүгүн жана калктын жумуш менен камсыз болуусуна шарттар түздү жана ички туризмди жандандырды. Мындан туристтик субъекттердин Кыргызстандын территориясында жайгашкандыгына карабастан, алардын тупродуктысынын башка резидент эмес кардарлардын товарды накталай эмес эсептешүүнүн негизинде сатып алуусу, КРнын бюджетине өз таасирин тийгизбей койбойт. Ага факт катары, 2018-жылда, КРнын бюджетиндеги дефицит 20,3 млрд сомго жетээри алдын ала болжолдонуп айтылды [13].

Ички туризм түшүнүгү, учурда туризм өндүрүшүндө салмактуу орунга ээ. мамлекеттин жашоочуларынын өлкөнүн ичиндеги өздөрү жашабаган аймактарга жана сүйүктүү ажайып жайларга барып дем алуусунан турат. Ички туризмдин өнүгүүсү, өлкөнүн 3 типтеги субъектиден активдүүлүгүнөн көз каранды.

- 1.Мектеп курагындагы балдар жана жаш өспүрүмдөр;
- 2.Жумушка жарамдуу өлкөнүн жарандары;
- 3.Ардактуу эс алуудагы адамдар;

Бул катышуучулардын, кымбат баалуу эс алууларга (тышкы туризм) кетпей же тескерисинче бюджеттик тартыштыктарга карабастан, ички туризмди тандоосу үчүн, жергиликтүү туроператорлор тараптан ар түрдүү багыттарга байланышкан, убакытты жана акча каражатын туура иштеткендигине ишенимдүүлүктү камсыз кылган жарнамаларды, рекламаларды, роликтерди даярдоодо жергиликтүү мамлекеттик жана жеке ишканалардын күжүрмөндүк менен иштөөсүн талап кылат. Ошондой эле, баалардын жеткиликтүүлүгү жана сунушталган кызматтардын сапаты кардар

күткөндөн да жакшыраак болуусу талапка ылайыктуу. Жалпысынан алганда, ички туризмге SWOT анализ аркылуу назар салып көрөлү. 2.5-таблица.

2.5-таблица. Ички туризмдин анализи

№	<i>Күчтүү жактары</i>	<i>Жетишсиз жактары</i>
	1. Жергиликтүү калкка жумуш орундарын түзөт; 2. Инфраструктура өнүгөт; 3. Аймактар өнүгөт; 4. Салыктык келип түшүүлөр жогорулайт; 5. Мамлекеттин экономикасы жогорулайт 6. Айлык маяналар жогорулайт; 7. Атаандаштыкты жаратат; 8. Жаш муундардын кругорзору тереңдейт; 9. Кирүү туризмдин жолго коёт; 10. Интернет порталдары аркылуу жарыяланган маалыматтар, туристтердин агымынын жогорулашына салым кошот;	1. Чет өлкөлүк валюталарды тартып келбейт; 2. Коопсуздуктун начардыгы сакталат; 3. Экологиялык таштандылар көбөйөт; 4. Жабдуулардын эскилиги жана коомдук дааратканалардын жетишсиздиги сакталат; 5. Эс алуучулар тартип сакташпайт; 6. Мейманканаларда санузелдер иштебейт; 7. Ичүүчү таза суунун жетишсиздиги; 8. Тиешелүү маршруттардын жетишсиздиги; 9. Жергиликтүү калктын төмөн маданияты; 10. Соода жайларынын чаржайыттыгы; 11. Санитардык эрежелердин сакталбагандыгы; 12. Системалуу менеджменттин аксашы;
	<i>Мүмкүнчүлүктөрү</i> 1. Жаңы эс алуу жайларын курууга болот; 2. Мамлекеттик ажайып жайлар мобилдүү болууга умтулат. 3. Туризм тармагындагы адис болуу кызыкчылыктары пайда болот. 4. Аз камсыз болгон үй-бүлөөлөрдүн эс алуусуна шарттар түзөт; 5. Сезонго карата турпакеттер иштеп чыгуу миссиясын жолго коёт;	<i>Коркунучтары</i> 1. Ажайып жайларына болгон кызыгуу токтойт; 2. Коңшу өлкөлөрдүн туризмдин өнүгүүсү, ички туризмди алсыратат. 3. Туристтик рынокто, белгилүүлүк төмөндөйт; 4. Катуу атаандаштык жергиликтүү чарбачыл субъекттердин ликвидациялайт; 5. Баалар жогоруласа, адамдар үйүндө дем алууну тандайт; 6. Массалык туризм же жаратылышка болгон аёсуз мамиле сакталат;

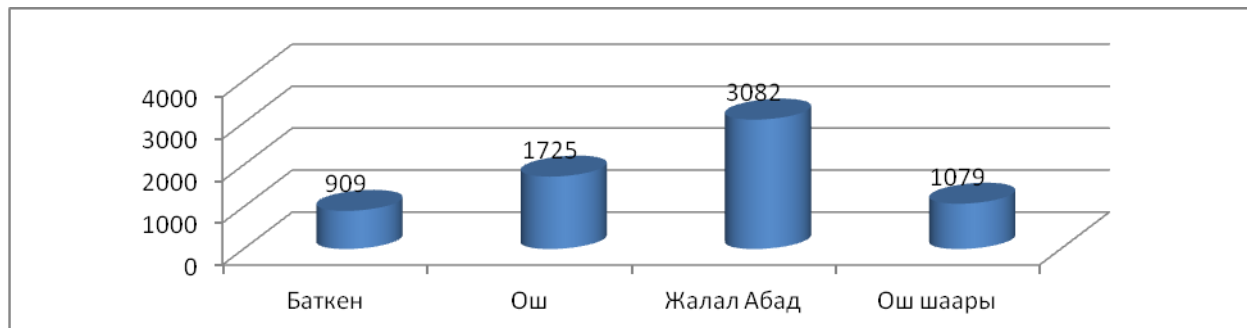
(Булагы: Автор тарабынан иштелип чыкты).

Таблицада, кирүү туризмдин натыйжалуу жолго коюу менен ички туризм калктын туризм маданиятын калыптандыра тургандыгына, ички туристтик ресурстун туура пайдаланышына, туристтик тармакка болгон маданияттын туруктуулугуна жана базар сегментиндеги туристтик үлүштүн пайда болушуна жетишүүгө болот тургандыгы көрүнүп турат.

2-БАПты, изилдөөдөгү негизги маселелердин бири катары туризмдин учурдагы абалына талдоо жүргүзүүнү областардын туристтик ресурстарына

карата туризмдин территориялык структурасын аныктоодон баштоону туура көрдүк . Ал боюнча маалыматтар 2.6-сүрөттө берилди.

2.1-сүрөт. Кыргызстандын түштүк аймагындагы туризмдин 2018-жылга карата территориялык структурасынын динамикасы



(Булагы: Автор тарабынан иштелип чыкты).

Сүрөттө, жогорку динамика Жалал-Абад областында (45,5%) жана Ош областында (25,5), Баткен областы (13,7%)ал эми Ош шаарында (15,3%) экендигин тастыктады. Тармактын структуралык негизги өзгөчөлүктөрүн: материалдык-техникалык база, жаратылыш-климат шарттары, туристтик базалар, жолдор, инфраструктуранын башка объекттери, ишканалар жана аларды өнүктүрүүгө инвестицияларды тартуу кирет. Андыктан, потенциалы жогору болгон областарды тандоодо, туристтердин гастрономиялык маданиятка, тарыхый баалуулуктарды көрүүгө жана эс алуу менен биргеликте курч экстремалдуу сезимдердин ээси болууга басым жасашаары белгилүү болду. Дем алуудан, ким жаңы сезимдерди сезүүнү кааласа, башка өлкөлөргө баруу менен алардын кулинардык маданияты менен таанышуусу, мыкты идея болуп эсептелет [101].

Туризм чөйрөсүндөгү ишмердүүлүктүн башкы максаты пайда табуу болгондуктан, өнүккөн өлкөлөрдөгү туристтик ишканалар туристтик ишмердүүлүктө интернет порталдарын (80%) колдонууну жакшы өздөштүрүшкөн. Маалымат алмашуу маданияты жогорку сапаттагы тейлөөлөрдү камтыйт.

Андыктан, мындай мүмкүндүктөр аркылуу мол киреше табуу жана минималдуу чыгымдарды жумшоонун эффективдүү жолу катары иштелип

чыккан, автордук *Предиктив-тур* (Predictive/tour) системасын сунуштайбыз. Алгач, бул түшүнүк тууралуу маалымат берип кетели.

Предиктив-тур системасы (Predictive- англ. тилинен которгондо алдын ала болжолдоо, аныктоо дег.түш.)-бул келечекте аткарылуучу жигердүү өз алдынча иш-аракет жана белгилүү артыкчылыктарга ээ. Аны эффективдүү пайдалануу үчүн билимдерди жана изденүүлөрдү колдонуу жетиштүү.

Предиктив-тур системасы, эс алуу менен ден-соолукту калыбына келтирүүнүн функционалдуу типтеринин бири. Сунуштап жаткан предиктивдик суроолордун ирээти менен жайгашуусу, туристтик базардын массалык сегменттеринен туризмдин өзгөчө приоритеттүү түрүнө карата багыт берет. Алсак, үй-бүлөө менен пляждарда бирге дем алуу, майыптарды спорттук оюндар аркылуу ден-соолугун чыңдоо ж.б..

Предиктив-тур системасы, түрдүү тилдерде маалыматтардын сайттарга жайгаштырылып, туристтик продуктынын структурасына негиз болуучу жоопторду камтыган суроолордун тизмегинен турат. Мындай суроолорго туристтердин жооп берүүсү жана турпродуктыны сатып алуусу үчүн басымды жарнамага коюу керек. Ал үчүн жарнамадагы маалыматтардын чындык менен дал келүүсү буга чейин келип кеткен туристтердин ой пикирлери, сунуштары, ажайып жайлардын ачык түстүү сурөттөрү, мейманканадагы рекреациондук каражаттардын жогорку сапатта сунушталаары ачык чагылдырылуусу зарыл жана кайсы өлкөнүн туроператорлору менен кызматташуудан көз карандысыз түрдө алардын өздүк сайттарында 6 тилдеги (кыргыз, орус, англис, тажик, казак өзбек) суроолордун жайгашуусу талапка ылайыктуу деп табылат (Тиркеме.1,2,3,4,5,).

Жарнаманын туристтик потенциал сапаттуу турпродукт, мазмундуу саякат, минималдуу чыгымдар тууралуу чын маалыматтын кепили- экендигин билген ар бир туристтик ишкер, ишкананын сайтына ар дайым жаңы жарнамаларды чыгарууну жолго коюп анын натыйжалуу иштешин камсыздаш керек. Мындай жарнамалоо иштерин коңшу жана чет өлкөлөрдө туристтик

ресурстарды пайдалануунун интенсивдүү жана креативдүү жолу катары карап чоң чыгымдарды сарпташат.

Алсак, Великобритания өлкөсүндө жайгашкан Fold 7 агенствосу, туристтердин жапайы жыркычтар менен бирге саякаттаган сүрөттөрүн баннер түрүндө көчөлөргө илип, сайттарга жарыялагандан кийин, туристтик товарлардын сатылуусу жогорулагандыгын билдирсе, Цюрих шаарындагы жарнамада, сүрөттүн бетиндеги катмарга түссүз желим көбүкчөлөрдүн ичине Швейцариянын Альпы тоолорунун таза абасы толтурулган. Көбүкчөлөрдү жарып, анын ичиндеги таза жана салкын абадан дем алуу менен тоолорго алып баруучу турпродуктыны сатып алууну каалоочулардын саны өскөн. Ал эми Сингапур шаарынын, Plum Ideas агенствосу аялдаманын жанына кызыл түстөгү ири көлөмдүү чемоданды жайгаштыруу менен туристтерге турпродуктыларын сатып алууну жарнамалап жогорку киреше табууга жетишкендигин билдиришкен [159].

Жарнамалардын негизинде, саякаттоону пландап жаткан туристке, туроператорлор тарабынан түзүлүп, сунушталган предиктивдик (аныктоочу) суроолорго, сайттар аркылуу алдын ала алынган жооптор турфирмалар үчүн чоң табылга жана ал аркылуу уникалдуу турпродуктту канча санда, кайсы мөөнөткө жана канча даана чыгарууну алдын ала так статистиканы аныктоого болот жана ал багытта жигердүү иш-аракеттерди уюштурушат. Ал суроолордун тизмеги изилдөөлөрдүн негизинде атайын даярдалып, болжолдуу варианты төмөндө берилди. 2.6-таблица

2.6-таблица Предиктив-турдун болжолдуу суроолору

№	Предиктив-турдун суроолору	Жооптор	
		Ооба	Жок
1.	Көл боюнда эс алуу туризми жана көлдөр туризми. Мезгилдин узактыгы 22-майдан 15-сентябрга чейин. Аба ырайынын өзгөрүүсүнө карата 5 күндү эс алуу күнүнүн эсебинен чыгарып салууга болот.	Ооба	Жок
2.	Курорттук дарылануу, профилакториялар, диний, госторномиялык туризм	Ооба	Жок
3.	СПА салондору, фитнес, треккинг. Жыл бою	Ооба	Жок
4.	Автотуризм, тарыхый баалуулуктар, экотуризм, экскурсияларды уюштуруу туризми, диний, гастрономиялык, треккинг, велотуризм. Жыл бою	Ооба	Жок

5.	Пансионаттарда, мейман үйлөрүндө, жылдыздуу мейманканаларда эс алуу. Жыл бою ;	Ооба	Жок
6.	Дары чөптөрдү жыйноо, гастрономиялык, медициналык, экзотика туризми жана экологиялык туризм; Апрель-октябрь айлары	Ооба	Жок
7.	Активдүү туризм, экстремалдуу туризм; рафтинг, экзотика жана тоо туризми;	Ооба	Жок
8.	Мергенчилик жана балык кармоо. Жылдын бардык мезгилдеринде, дарыяларда жана көлдөрдө эс алуу;	Ооба	Жок
9.	Экскурсиялар жана таанып билүү (тарыхый жерлер), археологиялык турларын уюштуруу. Жылдын бардык мезгилдеринде;	Ооба	Жок
10.	Окуялуу туризм. Майрамдар, фестивалдар, улуттук тойлорго катышуу, оюн -зоок программалары жана шоу концерттер. Жылдын бардык мезгилдеринде;	Ооба	Жок
11.	Конгресстер иштиктүү туризм жана тренингдер. Жыл бою курорттордо жана пансионаттарда уюштурулат;	Ооба	Жок
12.	Илимий изилдөө экспедициялары, талаа окуу практикалары, коллекцияларды жыйноо жана архивдик изилдөөлөр. Жашоого ылайыктуу конок үйлөрү тамак-аш жана жайгаштырууну камсыздоо ;	Ооба	Жок
13.	№1-Майыптардын экскурсиялык туризми: өзгөчө балдардын ден-соолугун чыңдоо максатындагы саякаттоосу, жашоого ылайыктуу конок үйлөрү тамак-аш жана жайгаштырууну камсыздоо. Медициналык кызматтардан, гиппотерапия, арт-терапия, физикалык реабилитация тармагында эмгектенген адистердин кызматтары менен камсыз кылуу ж.б.	Ооба	Жок
14.	№2-Майыптардын экскурсиялык туризми: Оюн-зоок программалары жана шоу концерттер, тарыхый баалуулуктар, экотуризм, туризми, диний, гастрономиялык, мергенчилик жана балык кармоо, дарыяларда жана көлдөрдө эс алуу. Жылдын бардык мезгилдеринде атайын инфраструктуранын негизинде. (коомдук транспорт,банкоматтар ж.б.)	Ооба	Жок

(Булагы: Таблица автор тарабынан түзүлдү.)

Таблицадагы түзүлгөн суроолордун негизинде, келүүчү туристтердин статистикасы так аныкталат жана туристтик продуктылардын өндүрүштүк чыгымы жана сатуунун саны алдын ала белгилүү болот. Мындай иш-аракеттердин натыйжасынан, туристтик келүүлөрдүн статистикалык маалыматтары тагыраак болуу менен анын негизинде уюштурулуучу турлардын программасынын түзүлүүсү көз каранды болот. Мындай кадамдар, туристтик тармактагы статистикалык маалыматтардын тагыраак болуусун камтып КРУСКнин, мамлекеттик салык кызматынын жана жергиликтүү

башкаруу органдарынын сайттарынын жаңы маалыматтар менен толукталып туруусун камсыз кылат деген ойдобуз.

Учурда, түштүк аймактагы облустарда туризмди өнүктүрүүнүн негизги багыттары катары турлар эсептелет. Мындай программалардын типтүү үлгүсү катары, тайпалык жана жеке турларды уюштуруп иш алып барып жаткан “Pamir Travel” туристтик компаниясы менен биргеликте иштелип чыккан варианты сунушталат 2.7-таблица.

2.7-таблица Кыргызстандын түштүк аймагындагы туризмдин түрлөрү боюнча 13 күнгө уюштурулган трекинг -турдун болжолдуу графиги

1-күн	Бишкек аэропортунан тосуп алуу, Ош шаарына учуп келүү менен мейманканага жайгашуу	1 адам — 860 €
2-күн	Ош-Папан суу сактагычы, жолго кеткен убакыт 1,5 саат. Кожо-Келен өрөөнү, палаткалуу лагерди уюштуруу жана үңкүрлөрдү көрүү(гастрономиялык,экотуризм,трекинг, спеология, экстремалдык)	68889,
3-күн		42сом
4-күн		1-4 (тайпа)
5-күн	Абшыр-Ата шаркыратмасына баруу. тоолор, дарыялар,Төө-Моюн. Жол 1,5 саат. 60 км.(экотуризм,трекинг)	— 620 €
6-күн	Төө-Моюн, үңкүрлөр, коон жана дарбыз бакчаларын көрүү (гастрономиялык туризм жана экотуризм)	49664, 47 сом
7-күн	Ноокат-Кара-Таш-Кара-Кой, 100км. Жөө жүрүү, минералдык Дары-Суу булагына баруу, ат минип жүрүү жана балык уулоо,токойлор жана дарыялар(гастрономия,зыярат)	5-9 (тайпа)
8-күн		— 540
9-күн		€
10-күн	Ноокат-Кара-Кокту, жол1саат.(Экотуризм, трекинг)	43256, 15 сом
11-күн	Ош шаары, Ак-Буура дарыясы, Сулайман-Тоосу жана андагы үңкүрлөр, Ош базары.(Гастрономия,зыярат,экстремалдуу, этнотуризм,трекинг)	10+1ак ысыз — 460
12-күн	Оштон Бишкекке учуу, мейманканага жайгашуу.(гастрономия)	€
13-күн	Үйгө кайтуу	36847, 83 сом
Турлардан сезондо, ишканалар 300-450миң сомго чейин пайда табышат		

Булагы: [161].

Түштүк аймактагы жөө жүрүүгө кызыккан туристтердин катарын Баткен областындагы Саркент улуттук паркы, Сары-Тоо массиви, Каравшин тоокыркалары, Айгул-Таш тоосу жана Кан и Гут үңкүрү түзөт (туристик структуранын 14%ын түзөт). Бирок, тармакка тартылган 2017-жылдагы ЧӨИнин жалпы суммасы 616,8 млн. АКШ долл. болгонуна карабастан, Баткенге болгону 4,9 млн. (0,80%) гана бөлүнүп (Ош областы, 0,24%, Жалал-Абад, 19,4%), ал дагы башка тармактагы инвестициялык каржылоолорго жумшалса, экономикалык ишмердүүлүктөгү инвестициялык салымдардан,

ресторандар жана ашканалар (3,1млн.\$, 2%), оюн-зоок жана дем алууга (4.8, млн.\$, 3,2%) ажыратылган. Жалпы КРга келген сумма 149,1 млн. АКШ долл. болсо, анын болгону 3,4% гана Баткен областына бөлүнгөн. Мындай каржылык операциялардын аймактар боюнча пропорционалдуу эмес бөлүштүрүлүшү туризмдин кирешеси ИДПнын 5%ын (2018-ж) түзгөндүгүн эске алынбагандыгы деп айтууга негиз болот.

2007-жылдан бери иштеп жаткан, Batken Travel Servis атуу турагенствосунун турпродуктылары трекингдин түрлөрү, альпинизм (Каравшин, Аксуу, Зардалы жана Ленин чокусу), Заравшан жана Аксуу базалык лагерлерине турларды уюштуруу менен катар эле чек арадан өтүүдө жардамдарды сунуштай турганын сайтына жайгаштырган. Аталган туристтик компаниянын артыкчылыктары катары, туризмдин трекинг (жөө жүрүштөр) түрү боюнча турлар практикаланат. Жөө жүрүүгө 7 күндүк тур сунушталат.

1. Ак-Суу (Лейлек району) 1-күн;
2. Жети Копрук (Лейлек району) 2-күн;
3. Керавшан (Баткен областы) 3-күн;
4. Кожокелен 4-5-күн;
5. Сары-Могол (Чон-Алай району)-6 күн;
6. Сары-Челек-Талас (Тянь-Шянь боюнча);
7. Сары-Челек-7 -күн;
8. Арслан-Боб-шаркыратмалар жана дарыяларды бойлоп жөө жүрүү менен саякатоо аягына чыгып, туристтер өз мекенине сапар тартышат. Мындай жүрүштөр адам колу тийбеген кооз жана опурталдуу туристтик ажайып жерлерди көрүүгө шарт түзөт.

Бирок туристтердин сайтка калтырган ой-пикиринде банк тармагынын кызматкерлеринин орой мамилелерин баса белгилеген. Бул, изилдөөдө валютаны алмаштырууда жана накталай эмес эсептешүүлөрдү жүргүзүүдө кыйынчылыктар боло тургандыгын туристтердин сурамжылоодо билдирген пикири да тастыктады.

Мындан сырткары, Ак Сай травел турагенттиги турдун эстеткичтерин, багыттардын карталарын сунуштагандыгы жана сайттарында жарыялангандыгы артыкчылыктарын толуктайт. Туристтик эстеткич-жол көрсөтүүчү каражаттар, маршрутдук схемалар, коддук белгилөө системасынын процессин чечмелейт жана жөнөкөйлөтөт. Треккинг турларын уюштурууну Ак Сай травел (Ak-Sai Travel), Караколго визит менен (Visit to Karakol), Эделвейс (Edelweiss), Тянь-Шань тревел (Tien-ShanTravel) жана Кыргызстандын саякатчылар клубу тарабынан туристтерге сунушталып келет [163]. Андыктан, Ош шаары жана Жалал-Абад областары боюнча жөө жүрүүнүн 14 күндүк туру төмөндөгүдөй багыттарды камтыйт:

1. Ош шаары-Өзгөн -Жалал-Абад -Арслан-Боб-Сары-Челек (4 түн,5 күн);
2. Ош шаары, Өзгөн-Кашгартоосу (2 түн, 3 күн);
3. Ош шаары-Араван айылы(2 түн, 3 күн);
4. Ош шаары-Сахаба айылы (2 түн, 3 күн);
5. Ош шаары -Жалал-Абад шаары;

Треккинг жана альпинизмди тандаган туристтердин агымындагы коопсуздук эрежелери туристтердин санын өзгөртө тургандыгы изилдөөлөрдө анык болду. Алсак, саякат учурунда байланыш каражаттарынын (уюлдук телефон, радар, пейджер ж.б.) жоголуусу, иштебей калуусунан улам чуу салуу (Номофобия, 72%) менен мүнөздөлөт. Ал эми автоунаалар менен саякатоодо чочулаган (Ходофобия, 28%) туристтердин саны түзөт. Мындай кооптуу жагдайларды камтыган туризмдин түрлөрүн туризм мыйзамынын 36-беренесинде, туристтик ишти камсыздандырууну–туристтерге саякаттоо учурунда күтүлбөгөн кырсыктарга кабылса, кокусунан ооруп калса, мүлкүн жоготсо келтирилген чыгымдардын ордун толтуруу ыкмасы катары эсептелген. Ошондой эле, туристтердин өмүрүнө келтирилүүчү коркунучтар медициналык жактан камсыздандырылган жана туристтин мүлкүнө ташууда келтирилген зыяндын ордун толтуруп берүүгө милдеттендирилгендигин мыйзам талаасындагы артыкчылыктар катары баалоого болот. Ошондой эле, туристтин өздүк милдеттерин аткарып жаткан учурда (иштиктүү туризм) өмүрүнө жана

саламаттыгына келтирилген зыян милдеттүү түрдө стейкхолдерлерге камсыздандырылган. Ага кошумча, КРнын аймагына кирген туристтердин жана гиддердин өмүрү жана саламаттыгы жарандыгы кайсы өлкөгө таандык болсо, ошол өлкөнүн мыйзамдарына камсыздандырыла тургандыгы ачыкталган. Мындай айкындык, чет өлкөлүк туристтердин коопсуздук боюнча жаралган суроолоруна бериле турган жооптор деп табылат. Ошондой эле, Кыргызстанга келген ар бир турист улуттук баалуулуктарга: кыргыз калпагы, камчы, боз үйдүн макети ж.б. сувенир катары сатып алат. Туристтердин улуттук баалуулуктарга маскаралоо иретинде жасалган мамилесин КРнын кылмыш кодексинин 31-299-статьяларында, айып пул төлөөгө жана 1-3-жылга чейин боштондуктан ажыратуу жазасына тартыла тургандыгын баса белгилеп көрсөтөт [37].

Кыргызстандын түштүк аймагындагы областарында ыкчам чечүүчү көйгөйлөр көп. Аны бири катары, туристик агым көбөйсө аны тейлөө тармагында чыңалуу пайда болот. Мисалы, сезондо Баткенге 300 турист келсе, аларды жайгаштырууга жай жетишсиз. Учурда Баткенде дагы мейманканалар салынып баштаганы менен маселе толук чечилген эмес.

Мындай маселелердин келип чыгуусун изилдегенибизде Жибек жолу туризми Ассоциациясынын маалыматына караганда, туризмдин өнүгүүсүнө туризмдин төмөн бюджетти, анын бөлүнүүсү жана рационалдуу иштетилүүсү өз ара саясаттан көз карандылыгын жетишсиз жактары, мүмкүндүктөрүнө интернет порталдары аркылуу иш алып барууну, ал эми коркунучтарына интернетти натыйжалуу колдонбогондук жана туризм тармагынын порталындагы тандана турган эч кандай маалымат жоктугу жана КТАнын президенти А. Юсуповдун айтуусунда, КРнын туризмдинин бюджетти Казакстандын чет өлкөлөрдө уюштурган бир гана көргөзмөсүнүн каржылануусуна барабар деген салыштыруу пикири белгилүү болду.

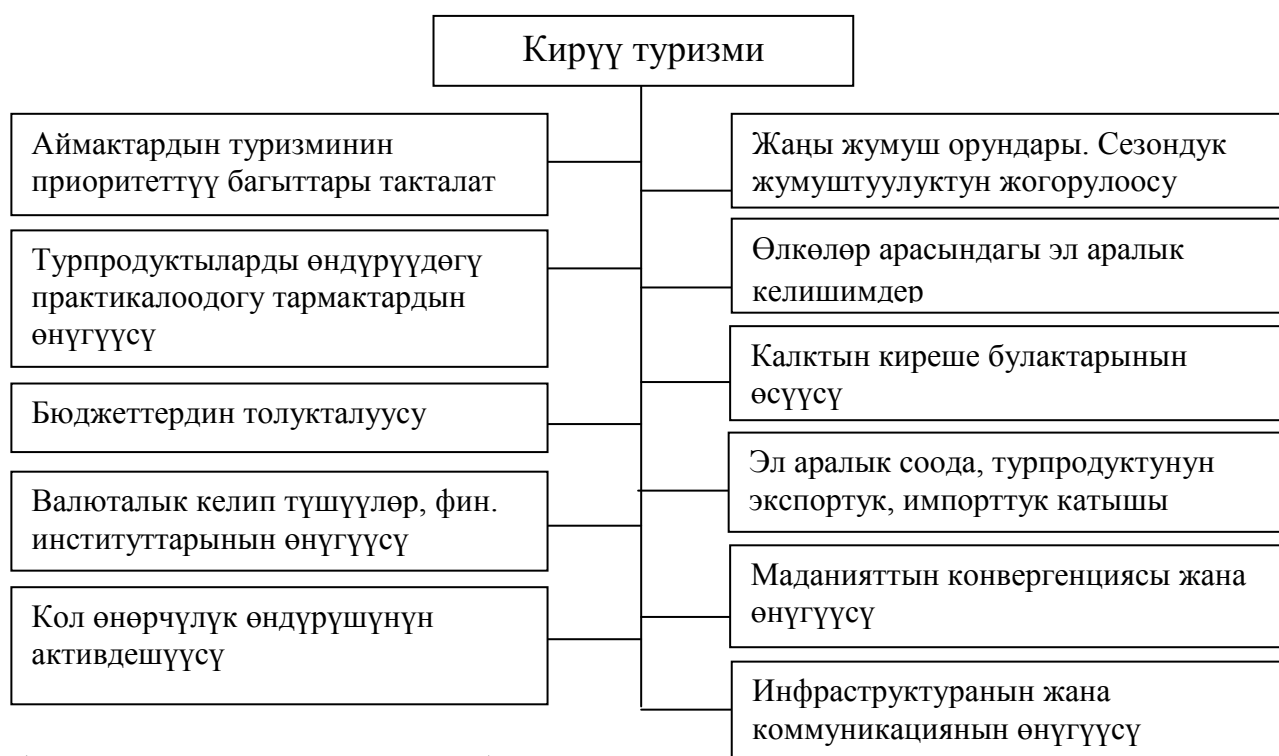
Мындай жыйынтыктарды түштүк аймакта, туристик бизнестин мүмкүнчүлүктөрү катары изилдөөнүн натыйжасында кышкы туризмге Казакстан менен Россиянын жарандарынын кызыгуусу жогору экендигин эске

алуу менен кышкы эл аралык туризмдин өнүктүрүү пландарын менен катар эле ички туризмди да иштеп чыгууну, кызматташкан ишканаларга сунуш катары жеткирдик.

Учурда, кирүү туризмдин потенциалын калыптандыруу башкы маселе экендигине таянуу менен эл аралык туризмдин толук бир организм катары жалпылаштырууга аракет катары, түштүк аймактын кирүү туризмдин потенциалдарын изилдеп көрүүнү туура деп таптык.

Кирүү туризмдин потенциалы—бул республиканын белгилүү бир сандагы туристтерди кабыл алууга жана сапаттуу тейлөөгө болгон жөндөмдүүлүгүн аймакка жарандардын келишинин көбөйүүсүн, сувенирдик продукцияга жана жергиликтүү өндүрүштөгү буюмдарга болгон суроо-талаптын жогорулоосун, элдик кол өнөрчүлүктүн, үрп-адаттардын, салттардын кайра жаралуусуна жагымдуу таасир берүүсүнүн жыйынтыгы катары чет өлкө валютасынын келүүсүн жогорулоосу, эл аралык соодага дем берүүсү, туристтик инфраструктураны, коммуникациянын жакшыруусу жана салыктык келип түшүүлөрдүн эсебинен бюджетти толуктоосун камсыздайт 2.2-сүрөт.

2.2-сүрөт. Социалдык-экономикалык кызыкчылыктардын тутуму жана кирүү туризмдин потенциалын калыптандыруу механизми.



(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү).

2.2-сүрөттөн аталган тармактын мамлекеттик деңгээлде стратегиялык мааниге ээ болгон приоритеттүү тармак экендиги көрүнүп турат. Андыктан, кирүү туризми валюттук агымды пайда кылат; кичи өндүрүштү калыптандырат; ата-мекендик турпродуктыларды иштеп чыгуу, сатуу, иш орундарын түзүү системалашат; кол өнөрчүлүк өндүрүшү б. а. улуттук өндүрүш жанданат; коңшу өлкөлөр менен мамиле чыңдалат; эл аралык соода жанданат; импорттун экспортко болгон катышы өзгөрөт; калктын кошумча киреше булактары пайда болот; инфраструктуралык өзгөрүштөр катталуу менен аймактын маданияты жогорулайт жана өнүгүү жолу мамлекеттик идеологияга багытталат.

Кыргызстандын түштүк регионундагы туризм өндүрүшүнүн структурасын жана туристтик ишмердүүлүктүн учурдагы абалын талдоодо төмөндөгүдөй жыйынтыктарды чыгардык.

- ✓ Туризм тармагындагы маселелерди жеринде чечүүчү, каржылоону ишке ашыруучу, инвестициялык процесстерди, иш жүзүнө ашыруучу мамлекеттик туристтик ишкана ачуу зарылдыгы аныкталды;
- ✓ Ишкананын негизги миссиясын айыл жеринде даярдалган сувенирдик продуктыларды, ички жана сырттан келген туристтерге сатууну менеджментин уюштуруу жана практикалоо;
- ✓ Туристтик объектилерге бай болгон райондордо, алардын туристтик потенциалын максаттуу пайдалануу максатында кичи жана орто туристтик объектилерди куруу, кайрадан түзүү, оңдоп-түзөө иштерин жүргүзүү менен айыл тургундары үчүн иш орундарын түзүүнү жандантуу;
- ✓ Жумушуна жоопкерчиликсиз мамиле кылган жетекчилерге, эскертүү, сөгүш берүү, жумуштан алуу, ири өлчөмдөгү акчалай айып пулдар салуу жазаларын келишимде так көрсөтүү жана аны жүзөгө ашыруу;
- ✓ Жергиликтүү туристтик мүмкүнчүлүктөрдү кеңейтүү б.а. жогорку технологияларды колдонуу менен сувенирлерди даярдоо боюнча атайын цехтерди/участкаларды уюштуруп квалификациялуу адистердин жардамында иш жүргүзүүнү жана даяр продукцияны сатууну уюштуруу;

- ✓ Туристтик ишмердүүлүк–Кыргызстандын адамдардын жашоо тиричилигинин ресурстук, уюштуруучулук, социалдык ж.б. маселелерин комплекстүү чечүүнү талап кылган чөйрө экендиги талдоодо аныкталды.
- Туризмди калктын кирешесин көбөйтүүнүн областы, калкты жумуш менен камсыз кылуучу, социалдык маселелерди чечүүчү экономикалык тармак катарында кабыл алуу жана ишке ашыруу.
- Комплекстүү мамлекеттик деңгээлде иштелип чыккан пландарга, системалуу ачык кадамдарга жана мыкты менеджерлерге суроо-талаптын жогору экендиги белгиленди.
- Саякатчы-туристтин негизги талабы катары транспорттун, маданий жана коомдук тамактануу жайларынын сапаттуу кызматтары аталды.
- Чет өлкөлүк туристердин санынын өзгөрүүсү, аймактын глобалдык жана локалдык экономикалык кризистерине, саясий абалга, жергиликтүү калктын ооруларына байланыштуулугу ачыкталды.

2.2. Аймактардын ресурстарынын потенциалын баалоо жана маселелерин аныктоо

Түштүк аймактын областарындагы туристтик ресурстарды колдонуу боюнча жергиликтүү калктын мамилесин изилдөөдө 2019-жылдын январь айында КРнын президентине кайрылуулардын ичинен туристтик тармакка тиешелүү болгон 1 гана кайрылуу болгондугун аныкталды. Туристтик багытта кайрылуулардын эң аз болгондугу эмнени билдирет?. Бизнес ээлеринин маалыматы ачыктабаганыбы?, статистикалык маалыматтардагы ойлонуп табылган цифраларбы?, тармак боюнча так маалыматтардын публикацияда жок экендигиби?, интернет порталдарында жана коомдук телеканалдарда так маалыматтын жоктугубу же туристтик ишканалардын өздүк сайтындагы жарытылуу эмес (жашыруун) маалыматтарбы?. Бул суроолорго жооп тапканга аракет кылып көрөлү. Кыргызстандын туризмдин түрлөрүн өнүктүрүүгө потенциалы жогорку деңгээлде деп айтылып келет. Мындай туристтик ресурстардын баалуулугун сактап калуу жана эффективдүү колдонуу

жарандарыбызды канчалык ойлондурат?. Канчалык деңгээлде коргоого алганбыз?. Алгач, түштүк аймактардын ресурстарынын потенциалын баалоодо, туризмдин классификациясын аныктап алууну туура деп таптык. Аны таблицанда чагылдырууда төмөндөгүдөй болуп бөлүштүрүлдү. 2.9-таблица.

2.8-таблица. Түштүк аймактагы туризмдин классификациясы

1. Туризмдин формаларынын жана түрлөрүнүн классификациясы	
Туризмдин формалары	Ички туризм–КРда туруктуу жашаган адамдардын, КРнын территориясындагы ажайып жайларга болгон саякаты;
	Чыгуучу туризм-туристтик шакекче, адамдардын туруктуу жашаган өлкөсүнүн чегинен тышкары башка өлкөдөгү убактылуу саякаты.
Туризмдин түрдүк топтору	1.Профилакториялык-курорттук; 5.Экотуризм-агрардык; 2.Маданий- социалдык; 6. Диний-тарыхый; 3. Спорттук-экстремалдык; 7. Айыл,тоолор туризми; 4.Коомдук- ишкердик; 8. Гастрономиялык- этностук;
2.Туризм чөйрөсүнүн илимий жана практикалык классификациясы	
Формасы боюнча:	1.Уюштурулган; (күтүлгөн). Предиктив-турлары 2.Уюштурулбаган; Турпакетте каралбаган шарттар
Саны боюнча:	1.Жеке (1-2-адамдын эс алуу программасы) 2.Топтук (5-8-10 адамдан турган саякат топтору)
Мөөнөтү боюнча:	1. Кыска мөөнөттүү саякат, (1-3 күнгө чейин); 2. Узак мөөнөттүү саякат, (5-7-12-21 күнгө чейин);
Мезгил боюнча:	1.Жайкы туризм; 2.Кышкы туризм; 3. Жыл ичиндеги саякат;
Сезон боюнча:	1.Жыл бою ; 2.Сезон; 3.Массалык туризм сезону;
Транспорт боюнча:	1.Автомобилдер; 2.Аба жолдору; 3.Темир жол, 4.Суу транспорту; 5.Транспорттун башка түрлөрү (жылкы, велосипед)

(Булагы: Автор тарабынан иштелип чыкты).

Таблицадагы маалыматтар, түштүк аймактын туристтик тармагын практикалоонун негизги инструменттери деп табылып, алардын канчалык деңгээлде областарда практикаланып жаткандыгы ачык эле көрүнүп турат. Кийинки кезекте, Кыргызстандын түштүк аймагынын туристтик ресурстарынын потенциалын баалоону 2.10. таблицандагы, областардагы туристтик ресурстардын потенциалын баалоону 1ден 5ке чейинки шкалада балл коюу менен туристтик ишкердүүлүккө тике жана кыйыр таасир берүүчү факторлордун санын аныктоо менен алардын пайыздык катышына карата баалангандыгына назар салалы 2.9-таблица.

2.9- таблица Туристтик потенциалды аныктоо

	<i>Факторлор</i>	Ош	Жалал-Абад	Баткен	Ош шаары	Жалпы
Кыйыр факторлор	Тоолору, чокулар	3	-	-	-	3
	Үңкүрлөр	7	1	2	1	11
	Термоминералдык суулар	1	3	-	-	4
	Көлдөр	6	5	-	-	11
	Суу сактагычтар	3	4	1	1	9
	Мөңгүлөр	2	1	-	-	3
	Коруктар	3	4	3	-	10
	Жыйынтыгы:		25(49%)	18(35,2%)	6(11,9%)	2(3,9%)
Тике факторлор	Туристтик ишканаларынын саны	25,9%	29,1%	20,5%	24,3%	100%
	Туристтик ишмердүүлүктөн алынган киреше	12,1%	45,8%	1,71%	40,2%	100%
	Туристтердин саны	11,4%	51%	15,4%	22%	100%
Жыйынтыгы:		49,9 (16,7%)	125,9 (42%)	37,61 (12,5%)	86,5 (28,8%)	299,41 (100%)
Жалпы:		65,7 (32,8,7%)	77,2 (38,6%)	24,4 (12,2%)	32,7 (16,35%)	200 (100%)
Баалоо:		4	5	3	4	

(Булагы: Автор тарабынан иштелди)

Таблицанын негизинде областтарга, Ош областына (Ош шаары) “4” деген балл берилип, туристтер үчүн “жагымдуу”, Жалал-Абад областы “5” баллды камтып “эң жагымдуу” деп табылса, ал эми Баткен областы “3” деген балл менен “салыштырмалуу жагымдуу” аталышындагы потенциалдык категорияларга ээ болгондугу аныкталды. Мындай потенциалды эл аралык деңгээлде пайдалануу мүмкүндүктөрү жаралды.

Кыргызстандын Евразия экономикалык биримдигине (ЕАЭБ) мүчө катары кабыл алынгандан кийин, өлкөнүн экономикасы жаңы этапка багыт алгандыгын жана чоң экономикалык перспективалык мүмкүнчүлүктөргө жол ачылып, туристтик тармак кандай артыкчылыктарга ээ болду. ЕАЭБдин өкүлдөрү, өлкөлөрдүн улуттук экономикасын ар тараптуу модернизациялоого,

кооперация жана атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жана калктын жашоо деңгээлин жогорулатууга туруктуу өнүгүү шарттарын түзүүнү көздөдү. Бул максаттар туризм тармагында көбүрөөк практикаланды. Анткени, визасыз режимдердин ишке кирүүсү менен бажы органдарындагы өзгөрүүлөр, биримдиктин курамындагы жана алыскы чет өлкөнүн жарандары үчүн да туристтик багытта жагымдуу өзгөрүүлөрдүн болуусуна шарттарды түзүп берди. Туризмдин формалары болгон, кирүү, чыгуу жана ички туризм тармактарында жетишкендиктер пайда болду.

Изилдөөнүн жыйынтыгында, ЕАЭБдеги мамлекеттерде бүгүнкү туризмдин өнүгүүсүн камсыз кылуучу төмөндөгүдөй тенденциялар аныкталды:

1. Европа мамлекеттеринин ортосунда туризмден түшкөн кирешелерди жогорулатуу максатында катуу атаандаштыктан улам, туристтик тейлөөнүн сапатын жогорулатуу жана турпродуктунун жаңы түрлөрүн түзүү талабы коюлат.
2. Үй-бүлөлүк бюджеттин чыгымдарында салыштырмалуу саякат чыгымдарынын салмагы жогорулайт;
3. Сарптоолордун жогорулоосу, узак мөөнөттүү саякаттарды кыска мөөнөттүүгө алмаштырат;
4. Сапаттуу турпродуктыларга суроо-талаптын өсүү тенденциясы калыптанат.
5. Европадан Азияга, Америкага жана Австралияга болгон континенттер аралык саякаттардын саны өсөт.
6. Европалык туризм маркетинги-дүйнөлүк туристтик базардагы интеграциянын негизинде сезондогу терс жагдайлардын таасирин азайтат.
7. Саякат тармагында жогору ылдамдыктагы транспорттун (авиация, ылдам темир жолдор) үлүшү жогору темп менен өсөт.
8. Үй-бүлөлүк туризм тенденциясы жогорулайт. Жекече жана топтук туристтик программаларга болгон суроо-талаптар жогорулайт.
9. Турларды жекече брондоого жана анын кыска мөөнөтүнө басым жасалат.
10. Туристтик кыймылдын активдешүүсү, улгайган жана жаштардын арасында байкалат.

11. Саякат коопсуздугу экотуризмдин негизги мотивдеринен болуп калат.
12. Туризмдин этностук (таанып билүү, зыярат), экстремалдуу, гастрономия жана экологиялык түрлөрү жогору темп менен өсүп баштайт.
13. Туризм интенсивдүүлүгүн жеңилдиктер жана арзандатуулар (демпинг) ээлейт.
14. КРдагы туристтик ишмердүүлүктүн кээ бир аспектери дүйнөлүк тенденциялардын катарында болуп калуусу ыктымал.

ЕАЭБдин курамына киргенден тарта, Кыргызстандын жарандарына, туризмдин өнүгүүсүндөгү чоң багыты катары каралган чыгуу туризми жанданды. Бул багытка бир нече аргумент келтирели.

Эгемендүүлүк, саякаттоого болгон табигый кызыгуунун кескин өсүүсүн (албетте, төлөмгө жарамдуу суроо-талаптын алкагында) камсыз кылды. Мындан жашоочулар үчүн: окуу, иштөө, квалификациясын жогорулатуу ж.б. үчүн чет өлкөлөргө баруу мүмкүнчүлүгүн ачып, туристтин таанып-билүүсүн, билим жана маданий деңгээлин жогорулатууга шарт түзүүчү касиети аныкталып, калктын жакынкы, алыскы чет өлкөлөргө болуп көрбөгөндөй миграциясын күчөттү.

Миграциялык кыймылдын туристтик ишмердүүлүккө чоң байланышы бар. Калктын сырткы миграциясы чет өлкөлөрдө Кыргызстан жөнүндөгү кызыктуу пикирлерди пайда кылуу менен оң ролду аткарып жатат. Мындан, туристтер үчүн саясий туруктуулук, коопсуздук, жаратылыш, экзотика, гастрономия, зыярат, маданият жана элдин жашоо тиричилиги (этностук) кызыкчылыгы туулат.

Учурда, Кыргызстан 20 дан ашуун эл аралык уюмдардын, анын ичинде туризмдин өнүгүүсүнө салым кошуп жаткан Бүткүл дүйнөлүк соода уюмунун жана Бүткүл дүйнөлүк туристтик уюмдун мүчөсү. Андыктан, өлкөбүз ачык экономика саясатын колдонуу менен жакынкы жана чет өлкөлөрдүн 50 дөн ашууну менен экспорттук-импорттук мамилелерди ишке ашырып келет. Албетте, туристтик бизнестин абалына биринчи кезекте калктын кирешелеринин деңгээли, айрыкча туристтик кызматтарды төлөөгө кетүүчү

бөлүгү таасир берет. Туристтик кызматтарды төлөөгө кетүүчү үлүшүнүн көлөмү канчалык чоң болсо, туризм чөйрөсүн кеңейтүү үчүн мүмкүнчүлүк ошончолук көп болот.

Жогоруда белгиленгендей, Кыргызстан Европа өлкөлөрүнөн келген саякатчы–туристтердин дем алуу базасы катары ыңгайлуулукту жаратат. Келечекте ЕАЭБде жана Азия менен Кытайга келүүчү саякатчылар үчүн транспорттук тармактагы эс алуу пунктунун ролун пайдалануу менен келген туристтин беш мамлекетте: Казакстанда, Кыргызстанда, Тажикстанда, Өзбекстанда жана Россияда дем алуусун камсыз кылуу зарыл. Ал ылдам поезддерди, мыкты унааларды жана чартердик авиакаттамдарды камтуудан турат.

Ал эми келечекте келүүчү туристтердин мекени катары Германия, Япония, АКШ, Кытай, Улуу Британия, Казакстан жана Россия мамлекеттери болуу менен бирге 2021-жылга карата 30 млн. турист келүүсү күтүлөт. Бул, Кыргызстанга ушул өлкөлөрдүн эсебинен туристтерди кабыл алууну кеңейтүүнүн объективдүү мүмкүнчүлүгү болот жана георафиялык жактан жакын же чектеш мамлекеттер менен тыгыз байланышты түзгөнгө шарттар жаралат. Рекреациянын эл аралык базарында эс алуунун жигердүү формаларына, (эстремалдуу, гастрономия, зыярат, трекинг, экотуризм) суроо-талаптын динамикалуу өсүүсү байкалат.

Мындан тышкары, келген туристтерди ташууда негизги кызматтарды (87%, 2018-ж.) аткарган Бишкек жана Ош аэропортторунун инновациялык жаңылануусуна (территория, инвестиция, жабдыктар, мамлекет тарабынан иш орударын түзүү ж.б.)ири көлөмдөгү инвестицияларды салуу менен “Манас” аэропорту келечекте жылына 7-8 млн. адамды, ал эми Ош аэропорту 5 млнго чейинки жүргүнчүлөрдү тейлөөсү мүмкүн. Мындай мүмкүнчүлүктөрдүн жаралуусу, туризмдин бир тепкич жогорулашына жана Кыргызстандагы туризм тармагын өнүктүрүүнүн потенциалдуу мүмкүндүктөрү жана приоритеттүү багыттары болуп кала берет.

Бирок аны менен катар, чечүүнү талап кылган туризмдин приоритеттүү көйгөйлөрү келип чыгууда. Аларга:

- Мамлекет тарабынан туризмдин өнүгүүсүнө өбөлгө түзүүчү шарттардын (объекттер, инфраструктура, курулуштар) төмөн деңгээлде болуусу;
- Жергиликтүү бийлик жана жол башкаруу органдары менен макулдашуу аркылуу транспорттук коридорго жер участкалардын резервдөө жана бөлүп берүү иштеринин кечигүүсү;
- Туризм индустриясынын жаңыдан түзүлүп жаткан объекттери үчүн инженердик-коммуникациялык инфраструктураны негиздөөдөгү жетишсиздиктер;
- Туризмдин 2023-жылга чейинки стратегиясынын алкагында ишкердик субъекттеринин насыялары боюнча пайыздык үстөктөрдү субсидиялоону камсыздоо менен инвестициялык преференциялар тутумун пайдалануу жана жер салыгынан бошотуу фактыларынын иштелбегендиги;
- Инфраструктуралык долбоорлорду жана мамлекеттик жекече өнөктөштүктү өнүктүрүүнү камсыздоочу инвестициялык механизмдердин алсыздыгы;
- Экономикалык иш-чараларга министрликтер жана ведомстволор аралык тоскоолдуктардын дайыма болуусу;
- Мамлекеттик органдардын, бизнес-түзүмдөр менен болгон тыгыз өнөктөштүк иш-аракетин координациялоо максатындагы мамлекеттик саясатты ишке ашыруудагы системанын жоктугу;
- Турпродуктылардагы реалдуулукка дал келбеген кызматтардын сакталуусу;
- Гид кызматтарынын жетишсиздиги жана негизсиз кымбат баалар;
- Саясий туруктуу өлкөлөр үчүн визалык, каттоочулук процедураларды жана чек аралык текшерүүнү жөнөкөйлөтүүнү жолго коюлбагандыгы;
- Кирүү жана ички туризмдин инвестиция тартууну, салык салууну жана укуктук-ченемдик базаларга толуктоолорду киргизүү менен өркүндөтүү;
- Ташуу чөйрөсүндө тарифти жөнгө салууга толуктоолордун зарылдыгы;

- Туризмдин статистика тутумунун реалдуу түзүлбөгөндүгү жана кошумча маалыматтардын кечиктирилип киргизилүүсү;
- Пансионаттардагы жана эс алуу жайларындагы, ишканалардагы мамлекетке төлөнүп жаткан салыктардын деңгээлинин төмөн экендигин эске алганда да, баалар жогору бойдон калууда. Мындан, мамлекеттин жана ишкананын ээсинин жылдык пайдаларын анализге алып, жыйынтыктоо менен баа саясатын жөнгө салууга эч кандай чара каралбагандыгы;
- Табигый паркттарга ыңгайлуулукту жараткан тротуарлардын, мезгилдүү эл аралык стандарттарга жооп берген кемпинг борборлордун жана эң жөнөкөй дааратканалардын жоктугу жана жергиликтүү жашоочулардын өз билемдик менен тиешелүү эмес территорияларды ээлеп алуусу;

Чет жана жергиликтүү туристтерди анкеталык сурамжылоодо, Кыргызстан ар бир төртүнчүсү чет өлкөлүк туристти кабыл алууга дарамети жете турганы (45%), коңшу туристтик потенциалы күчтүү болгон мамлекеттерде дем алууга келген туристтердин Кыргызстан үчүн бир күндүк маршруттарды гана тандай турганы (55%) аныкталып, аналитикалык изилдөөнүн анализи, мамлекеттик баалуулуктардын коргоодо мыйзамдын чийки жактары, туристтин өтө эркин жүрүүсүнө, абиятка аёосуз мамиле жасоого жана КРнын кызыл китебине кирген жаныбарларга ууга чыгууга ж.б. фактыларын токтотууга жана чара колдонууга күчсүз бойдон калып жаткандыгы *маселелердин* катарын толуктады.

Мындай кадамдардын алдын алуу максатында, келген туристтин кандай мөөнөткө эс алууга келгендигине карабастан, аларга өлкөбүздүн улуттук баалуулуктарына мамиле жасоо маданияты боюнча турпродуктыларга, буклеттерге, жол карталарына, эс алуу, тамактануу жана жалпы эле туристтик ишкана-уюмдардын объектилерине улуттук баалуулуктарга этияттык менен мамиле жасоодо терс фактылар катталса, тиешелүүтүрдө жазага тартылаары мамлекеттик органдар тарабынан эскертилүүсү зарыл.

Мындай жагдайларга карата, мыйзамда, туристтердин укуктары катары: өлкөгө кирүү эрежелери жана убактылуу жүрүү эрежелери боюнча маалыматты

алууга, кирүүгө мыйзамдуу түрдө чектөө коюлган объекттерге жана туристтик объекттерге ээн-эркин барууга жаралган суроолоруна чет элдик мамлекеттердин дипломатиялык өкүлчүлүктөрүнө жана консулдук мекемелеринен жооп алууга, туризм чөйрөсүндөгү уюмдардан квалификациялуу, консультативдик жана укуктук жана квалификациялуу медициналык жардам алууга, туристтик кызматтарды көрсөтүү жөнүндө келишимдин шарттары аткарылбаганда материалдык зыянды төлөтүп алууга укугу бар экендиги аныкталган [24].

Андыктан, жарнамалык маркетингдик агенттиктер (ЖМА) жана туристтик агенттиктердин ассоциациясы (ТАА) жергиликтүү туроператорлор, эс алуу мекемелери, укук коргоо органдары, финансылык институттар, мейманкана, транспорт, коомдук тамактануу жана спорттук мекемелер бир чынжырчада системалуу иш алып барса, өлкөбүз үчүн кирүү туризминин эффективдүүлүгү жогору болмок.

Туризмдин келечектеги абалын камтыган КРнын 2018-2040-жылдарга карата стратегиялык өнүгүү программасында туристтик тармак жөнүндө маанилүү маалыматтар камтылган [2]. Туристтик индустриянын улуттук экономиканы туруктуу өнүктүрүүгө, калктын жумуш менен камсыз болушуна, кирешелердин өсүшүнө олуттуу салым кошооруна жана ички, тышкы инвестициялардын келүүсүнө негиз болоорун баса белгилеп көрсөтөт. Өлкөдө туризмдин курорттук-рекреациялык, тоо-окуялуу жана маданий туризмдин түрлөрүнүн атаандаштыгы инфраструктураны түзүүнү шарттайт. Ал эми, аймактарда маданий жана ички туризмдин коммуникативдик потенциалы республикабызда жарандык теңдикти калыптандыруунун иштиктүү инструменти болуп калат. Ички туризм сегменти үй чарбаларынын кирешесинин жогорулашы, жеке адамдын бош убактысын мазмундуу жана пайдалуу өткөрүүгө суроо-талаптын өсүшү жана шаар калкынын демографиялык өсүүсү, өлкөнүн тарыхый-маданий мурасынын популярдуулугун жогорулатууда активдүү колдонула тургандыгы тууралуу айтылат.

Ал эми, изилдөөдө анык болгон алдыдагы милдеттер катары, “Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары” брендин сактоо менен туризмди өнүктүрүү, туристтерди тартуу жана өлкөнүн дүйнөлүк туристтик базарда белгилүүлүгүн артыруу, тобокелдерди милдеттүү камсыздандыруу, туристтерди жана альпинисттерди жеткирүүнү чектеген аймактардын инфраструктурасын жолго коюу боюнча иштерди аткаруу эсептелди. Андыктан туризм чөйрөсүнүн келечектеги динамикалуу өнүгүүсүн камсыз кылуу үчүн комплекстүү мамиле зарыл, ал көлөмдүк жана сапаттык көрсөткүчтөрдөн сырткары өз ичине өз ара байланышкан ишмердүүлүктүн түрлөрүн камтыйт. Алардын борборунда турист турат. Ошол эле убакта талаптар да өсүүдө. Алар да туристтик ишмердүүлүк менен байланышкан глобалдык, ички жана жергиликтүү процесстин өз ара аракеттенүүсүнүн негизинде өзгөрө тургандыгы белгилүү болду.

Жыйынтыгында, бул божомолдоолор акыркы жылдардагы статистикалык маалыматтардын негизинде, Кыргызстанда маалыматтык технологиялардын (МТ) калыптануусунун жана өнүгүүсүнүн, сервистин тармагын бардык жерде түзүүнүн шарттарында, туристтик ишмердүүлүктүн спорттук, кол өнөрчүлүк, таанып билүү, гастрономиялык жана зыярат сыяктуу түрлөрү территориялык адистешүүнүн негизин түзөт.

Ош областы туризм үчүн “жагымдуу” деп аталган категориясын ээлегендиги менен аталган маселелерди чечүүдө ЕАЭБдин курамында өзүнүн “Кирүү”, “Чыгуу” жана “Ички” туризмдин формаларын өнүктүрүүгө болгон жогорку мүмкүндүгүн толук пайдалана алса, келечекте туризм төмөндөгүдөй жетишкендиктерди камсыз кылат.

- 2021-жылга карата туризм жогорку пайдалуу чөйрө катары улуттук экономиканын туруктуу киреше алып келүүчү жана социалдык чөйрөнүн өнүгүүсүнө өбөлгө түзүүчү артыкчылыктуу тармак деп табылат. Башкача айтканда КРнын улуттук кирешесиндеги үлүшү 7% ды түзөт;
- КРнын түштүк аймагындагы, туристтик чарбачыл субъекттердин санынын кескин өсүүсү, эл аралык туристтик модельдердин элементтерин колдонуусу жана адистердин туристтик базарда маркетингдик системаны уюштура

алгандыгы, тынымсыз жана ыкчам өнүгүүнү камсыз кылуу менен туризм тармагы экологияга таасирлери аз жана таза тармак экендиги баса белгиленип практикаланат;

- Мамлекетибизде дем алган ар бир туристтин көз-карашынан жана пикиринен, Кыргызстандын туризми, эс алуу үчүн жагымдуу же жагымдуу эмес өлкө катары образынын калыптануусу көз каранды экендиги коомчулукка түшүнүктүү болот жана туристтердин “жакшы” пикирде болуусуна аракеттер көрүлөт;
- Келген туристтин беш мамлекетте дем алууга: Казакстанда, Кыргызстанда, Таджикистанда, Өзбекстанда жана Россияда анын ичинен поезддердин, мыкты унаалардын жана мамлекеттер аралык (чартердик) учактардын, мейманкана, коомдук тамактануу индустриясы ж.б. бирдиктүү иштөө чынжырчасын (системасын) сунуштаган эл аралык стандарттагы турпродуктыларды иштеп чыгуу талаптары туроператорлорго коюлат;
- Манас жана Ош аэропортторунун жаңылануусуна ири көлөмдөгү инвестицияларды салууга жана анда эл аралык чартердик (бирдиктүү) рейстерди ачууга, жүргүнчүлөрүн тейлөө стандарттарын киргизүүгө Кыргызстан болгон мүмкүнчүлүгүн жумшайт;
- Маалыматтык технологиянын өнүгүүсүнөн улам, республиканын экономика-географиялык, рекреациялык, инфраструктуралык, эмгек ресурстары, экономикалык жана маданий байланыштарынын өзгөчөлүктөрүнө карата туризм өндүрүшүнө жаңыланууларды киргизүүлөр жанданат;
- Туризм, базар экономикасында өтө тез практикаланган жана ийкемдүү, таза, минималдуу чыгымдарды жумшоо менен мультипликатордук натыйжаны камсыздай турган кирешелүү тармак экендиги коомчулукта таанылат жана мамлекеттик стратегиялык программаларда кеңири орун берилет;
- Туризмдин нормативдик-укуктук базасындагы саякатчы-туристтин, өлкөдө өзүн алып жүрүү этикети боюнча маалыматтар сайттарга жарыяланат

жана турпродуктыларга, буклеттерге, жол карталарына, эс алуучу жайларга, коомдук тамактануу жайларына жеткиликтүү тилдерде илинип коюлат;

- Туристтердин, туризм объекттеринин коопсуздугун сактоо жана травматизмдин алдын алууга багытталган текшерүү-куткаруу кызматын кайрадан карап чыгуу менен натыйжалуу системасы түзүлүп, тобокелдерди милдеттүү камсыздандыруу жолго коюлат жана туристтерди жеткирүүнү чектеген аймактарды бизнес чынжырына кошуу аракеттери көрүлөт.
- Авиацияда жүргүнчүлөрдү ташуунун борборун өнүктүрүү үчүн аба мыйзамдарын либералдаштыруу жүргүзүлөт. Ошондой эле, “Манас” аэропортун Түштүк-Чыгыш Азияны жана Европаны бириктирүүчү транзиттик карго-борборун түзүүгө мүмкүндүк берет. Андыктан, транспорттук инфраструктура өнүккөндө коммуникациялардын жаңы түрлөрүн куруу талабы коюлат.

2.3. Чет өлкөлүк тажрыйбалардын негизинде, Кыргызстандын түштүк аймагындагы туризм тармагынын приоритеттүү багыттарын аныктоо

Туристтик индустрияда, ага чектеш тармактардын өнүгүүсү ички жана тышкы инвестицияларды тартуу менен экономиканы туруктуу өнүктүрүүгө, калктын жумуш менен камсыз болуусуна жана кирешелеринин өсүшүнө олуттуу салым кошот. Меймандостуктун жүрүм-турум модели катары, мамлекеттик жана муниципалдык кызматкерлердин жүрүм-турум стереотиби атаандаштыкка жөндөмдүү фактор болуп саналат. Ошондой эле, туристтик ишмердүүлүк өлкөнүн ички жана сырткы базарларында атаандаштык менен коштолот. Андыктан, Кыргызстанга коңшу жана алыскы өлкөлөр атаандаштык чөйрөнү түзөт.

Бирок, туристтик атаандаштыкты, мамлекеттер аралык экономикалык кызматташтыкка өзгөртүүгө болот. Алсак, Кыргызстандын туристтери үчүн Өзбекстандын ажайып жайларына (Самарканд, Бухара, Фергана) барууну жана тескерисинче, Өзбекстандын туристтери үчүн Кыргызстандын тоолуу жерлерине, Жалал-Абадга, Ош шаарына жана Ысык-Көлгө саякат уюштурууга

болот. Муну менен катар, Казакстан Россия, менен туризм чөйрөсүндөгү эл аралык кызматташтыкты уюштуруу мүмкүндүктөрү жаралат. Бул теориянын практикаланышын 2017-2018-жылдарды салыштыруу менен карап көрөлү. 2.10-таблица

2.10-таблица. Кыргызстанга келген чет элдик туристтердин мамлекеттерге карата үлүшүнүн динамикасы

№	Мамлекеттер	2017	2018	Салыштыруу
1.	Өзбекстан	15%	48%	+33
2.	Таджикистан	8%	3%	-5
3.	Россия	11%	7%	-4
4.	Казакстан	60%	38%	-22
5.	Башкамамлекеттер	4%	4%	-

(Булагы: Автор тарабынан иштелип чыкты)

Таблицадагы маалыматтардан акыркы 2 жыл аралыгындагы келген туристтердин санында гана айырмачылыктар болбосо, туристер келүүчү мамлекеттердин саны сакталып калган. Мында Өзбекстандык туристтердин басымдуулугунан, туризмдин бюджетине олуттуу салым кошулганын белгилеп кетели. Ал эми калган мамлекеттердин туристтеринин саны (Казакстан) абдан азайып кеткен. Туристтердин мындай жүрүм-турумун, ар түрдүү факторлорго байланыштуу деп билебиз. Аларга, туристтик мекеме-уюмдардагы негизсиз кымбат баалар, турпакеттеги реалдуулукка туура келбеген шарттар, турпакеттеги көрсөтүлбөгөн кошумча шарттарга милдеттүү акча төлөтүү, укук коргоо кызматкерлеринин компетенттүү эмес мамилелери ж.б. кирет.

Бирок, Кыргызстандын туристтик тармагы Казакстан, Россия жана Турция мамлекеттеринен артта калып жаткандыгы айтылып келет. Анткени, аталган мамлекеттердин туроператорлорунун сунуштаган турпродуктыларынын окшоштугу жана бир базарды тандагандыгы, мамлекетибизге күчтүү атаандаштардын санын жогорулатууда. Алсак, 2014-жылы 2,8 млн эл аралык кирүү катталып, анын ар бир келген туристке 143 АКШ долларына айланган болсо (төмөн баалар жана кыска мөөнөттүү турлар), 2018-жылы 2014-жылга салыштырганда 2638,5 (59,7% ке) миң адамга көбөйгөнүн (ар бир келген туристке 195 АКШ долл.) байкаса болот [98]. Анда келген

туристтердин келүү максатын жана туризмдин кайсы түрлөрү колдонулганын карап көрөлү. 2.11-таблица

2.11-таблица. Туристтердин келүү максаты

№	Туристтердин максаты жана туризмдин түрлөрү	Эл аралык келүү (млн адам)	үлүшү
1.	Эс алуу (гастрономия, зыярат, экстремалдык, экотуризм, трекинг)	900000	64,2%
2.	Бизнес кылуу (гастрономия, зыярат)	150000	10,7%
3.	Туугандарына жана досторуна келүү (гастрономия, зыярат, экотуризм)	350 000	25%
Баары:		1,4	100%

(Булагы:Автор тарабынан иштелди.)

Мындан, Кыргызстандын коңшу Казакстандын “Жибек жолу” маданий туризмине жана Турциянын “Күн, деңиз жана кум” сегментациясына Россиялык жана Казакстандык туристтерди тартууда атаандаштык жарата албайт жана көрсөткүчтөрү дал келбейт деген жыйынтыкка келүүгө болот. Эксперттердин айтуусунда, Кыргызстан туристик потенциалынын болгону 15–20 % гана пайдалана алат. Андыктан, турзмдин ички жана сырткы шарттарына тез арада өзгөртүүлөр киргизип, өсүү темпин камтыган мүмкүндүктөрүн пайдаланса болот.

Жогорудагы маалыматтардан, учурдагы туризм тармагынын абалы белгилүү болду. Андыктан атаандаштыкты жаратып жаткан мамлекеттерди изилдеп чыгуу милдети турат. Ал үчүн конкуренттер менен күрөшүүдө, ички факторлорду (инвестиция тартуу, мамлекеттик башкаруу, жеткиликтүүлүк, ресурстардын потенциалы, технологиялык жаңылануу, товарлардын ассортименти ж.б.) жана сырткы чөйрөнү изилдеп чыгуу зарылдыгы бар.

Эми туризмди жолго койгон алыскы өнүккөн мамлекеттердин тажрыйбаларын карап салыштырып көрөлү.

Швецариядагы туризмдин түрлөрү, географиялык абалы, өлкөнүн 70%ын тоолордун ээлегендиги жагынан Кыргызстанга окшош. Аталган тармактан 2016-жылы бюджетине түшкөн пайда 19220 млн. АКШ долл. түзгөн. Туристтик ажайып жайларын көрүүгө жыл сайын 150000 ден ашуун турист келет. Бул

өлкөнүн туризм тармагынын күчтүү жагын, архитектурасы, инфраструктурасы, Батыш Европа менен каралган визасыз режими түзөт. Ал эми окуу, иштиктүү жана бальнеологиялык курорттук багыттары, туризмдин мүмкүндүктөрүнө кирет. Туристтердин виза алуудагы кыйынчылыктары жана негизсиз кымбат баалары алсыздыгын жаратса, атаандаштыктын өсүшү, коңшу өлкөлөрдөгү төмөн баалар жана тоо лыжаларына болгон кызыгуунун төмөндөөсү тармактын коркунучтарын пайда кылат. Мындан сырткары, өлкөнүн туристтик ресурстарын, археологиялык эстеликтер, музейлер, ЮНЕСКОнун курамына кирген объекттер толуктайт [156].

Мындан өлкөбүздө, тоолордо дем алууну каалаган туристтердин агымын жогорулатууда аталган өлкөнүн туристтик менеджментинин модельдерин пайдалануу аркылуу атаандаштыкты жаратуу керектиги аныкталды. Швейцарияда, туризм 3 багытта өнүккөн.

1).Транспорт багытында: автоунаа, темир жолдор, аба жолдору, суу транспорттору жана велосипед жолдору талапка ылайыктуу курулган жана инфраструктурасы эл аралык талаптарга дал келет. Мындай өзгөчөлүктөрү, турпродуктыларды сунуштоодо (путевкада) эске алынган жана маршруттары көрсөтүлгөн.

2).Тамак-аш индустриясы: жогорку класстагы ресторандар, барлар жана кафелер түзүп, өлкөнүн визиттик карточкасы болгон Швейцария виносунун жана сырларынын даамын татып кетүү мүмкүнчүлүгү ар бир турист үчүн түзүлгөн.

3).Окуялуу туризм индустриясын: парктарда эс алуулар, кинотеатрларда кызыктуу программалар жана дискотекалар түзөт.

Жогорудагы Швейцариянын 2-3-багыттарын окуп үйрөнүү менен КРнын түштүк аймагында гастрономиялык жана окуялуу туризмдин ресурсу жетиштүү жана өнүктүрүүгө шарттардын бар экендиги анык болду. Ал эми туристтик артыкчылыктуу багыттары катары туризмдин: окуу, иштиктүү бальнеологиялык, дарылоо жана курорттук түрлөрүн өнүктүрүүгө басым

жасалып жатышы биздин изилдеп жаткан туризмдин приоритеттүү багыттары менен дал келүүсүнөн кабар берет.

Кийинки кезекте, саякатчы үчүн май айынан сентябрга чейин эң арзан авиабилеттери менен кызыктырган, “Тьюлпандын мекени” жана “Жомоктогу шаар” аттуу бренддери менен эс алууга мүмкүндүктөрдү берип туризмдин: дайвинг, пляжда эс алуу, серфинг, велотуризм, трекинг, экотуризм, экскурсиялык окуялуу ж.б. түрлөрүн сунуштаган Нидерландия мамлекетине назар салып көрөлү.

Туристтик агымдарды Германия-5 млн. (2017-ж.) жана Бельгия -2,2 млн. болуп, жалпы туристтердин саны 2017-жылда 17,6 млн.го жетти. Андан түшкөн каражаттар 12,9 млрд€ экендиги белгилүү болду. Мындагы туристтик агымда басымдуулук кылган Россиядан 175 000 турист (33% жогору 2016-жылдан) жана АКШдан 2016-жылга караганда 23% туристтердин келүүсү азайганына карабай мамлекеттин капчыгын 1,7 млрд. евро менен толукташты [156,88]. Мындан өлкөбүз үчүн бюджеттик мааниге ээ болгон, Ысык-Көл жана Жалал-Абад областарындагы туристтик рекреациондук ресурстар сыяктуу, Нидерландия үчүн Швеннинген, Берген-эн-Зие, Зандворт жана Вассенар курорттору стратегиялык ролду аткарат. Мындан сырткары, суу ресурстарын эффективдүү пайдалануу менен туристтерге, дайвинг, серфингшарттарын сунуштайт жана Хохе Велюве, Бисбос, Ооскерскелде, Лоон и Дрюнен, Грут Пил жана Скирмонникуг улуттук парктары туризмдин трекинг түрүн ишке ашырат.

Эксперттердин айтуусуна караганда, 2018-жылы 18,5 млн туристти тосуп алуу пландалса, 2030-жылга туристтердин саны 42 млн. болоору аныкталды. Мында мамлекеттин пайда табуу булагы негизинен туризм болгондугуна карабастан (жылына 91,5 млн. АКШ долл.), туристтердин санынын жылдан-жылга өсүүсү, жашоочулардын жана мамлекет башчыларынын тынчсыздануусун жаратып, туристтердин келишине тыюу салуу же чектөөлөрдү киргизүү чараларын колдонууга багыттады. Аларга, Нидерландия бийлиги тарабынан, туристтик базардагы популярдуулугун туура

пайдалануунун жолу катары, туристтик объекттерде “туристтик салыкты” кабыл алып, анын негизинде мамлекеттин бюджетин толуктоону туура деп эсептешти жана 2018-жылы ар бир туристке 5-10 евро (6%) салык катары төлөтүп, массалык туризмдин (тюльпан газондору тебеленип башталды) алдын алууну ишке ашырып башташты [156,23].

Атактуу Нидерландия мамлекети менен Кыргызстандын туризмдеги окшоштуктары катары, экологиялык, курорттук-рекреациялык жана маданий түрлөрүн гана айта алабыз. Ал эми айырмачылыктары өтө эле көп. Бул айырмачылыктар бизге даяр практика, биз колдонушубуз керек болгон эл аралык стандарттагы даяр сыналган модельдер жана тажрыйбалар экендигин билишибиз зарыл. Ага кошумча, Нидерландия бийлигинин туристтик толкундарга карата иш –аракеттери, фермерлердин чыдамкайлыгы жана туристтик сферанын кызматкерлеринин иштермандыгы, туристтик бизнес чөйрөсүндөгү ишкерлерге даяр бизнес пландын үлгүсү гана болуп берет.

Словения мамлекети, климатынын окшоштугу менен Кыргызстанга салыштырууга негиз болуп берет. Өлкөнүн суу ресурстары, аймактарда ар түрдүү жайгашкандыктан, кээ бир региондордо Кыргызстанга салыштырмалуу суу ресурстары таптакыр кездешпейт. Өлкөнүн минералдык ресурстарга (көмүр, цинк, ртут, уран жана күмүш) бай болуп, илимпоздордун өлкөгө агылып келүүсүнө шарттарды түзөт. Бул багытта Кыргызстан, салыштырмалуу уникалдуу ачылыштардан жана мол кирешеден куру калып жаткандыгы айтпаса да белгилүү.

2018-жылы Словенияда, алдыңкы жылга салыштырмалуу туристтик рекорддук жыл, (5,9млн.8%) болгонун баса белгилешет. 2010-жылдан (56%) тарта туристтик агымдын саны жогорулоодо. Алсак, 2015-жылы 64%, 2017-жылы 68% жана 2018-жылы 71% ке жетти. Келген туристтердин мекени катары Германия, Италия (12%), Австралия (9%), Нидерландия (12%) жана Хорватия (5%) мамлекеттери эсептелет [155].

Кичи өлкөлөрдө дем алууну тандаган туристтерге, Словения туура келет. Анткени кызыктуу жана унутулгус эс алуу жайлары абдан көп. Алсак

Словениянын Үчилтик (Тройной) көпүрөсү, Блед жана Бохинь көлдөрү, Порторож курорту, Адриат деңизинин термалдык касиеттүү суулар, табигый табият жана Пстойн үңкүрү толуктап келет. Кышта кардын калыңдыгынан улам, спорттук оюндардын түрлөрү: лыжа оюндары, сноуборд, коньки аянттары (бийлөө үчүн) жана кышкы табияттын койнунда туристтердин дем алуусун мыкты жолго койгон. Аталган өлкөнүн климаты жагынан өтө окшоштугу, Кыргызстандын кышкы туризмдин өнүктүрүүгө тажрыйбаларын колдонуу керектигин далилдеп турат.

Мындан сырткары, аталган өлкө, Кыргызстанга тоолорго абдан бай экендиги менен окшош. Бирок, Триглава, Мангарт, Штайнер, Альпен Присойник жана Снежник чокулары жана Штаерск жүзүм өндүрүшүн камтыган жерлерин туристтердин эң сүйүктүү жерлерине айландырууга жетише алышкандыгы жана толугу менен пайдаланышы айырмачылыкты жаратат. Мындай туристтик потенциал, мамлекеттин капчыгына: мейманакана тармагынан (Альпы тоолору) 1,77 млн.; пансионаттар, спа-курорттордон 1,01 млн евро (01%); ал эми жээктерде дем алган туристтерден 929 000 евро (6%) түшүрүшкөн. Бул маалыматты жергиликтүү, Словения туристтик уюму, кубануу менен туристтик экспорттун наркынын жогорулоосуна (2,7 млрд. евро) туристтердин мурдагы жылга караганда көбүрөөк түнөөгө калып жатканы менен байланыштырышты. Бизде, мындай мүмкүнчүлүктөр болуп турса да, толук пайдаланууга мамлекеттик деңгээлде чечкиндүү кадамдар жасалбайт. Анткени, мыйзамдын чийки жактары абдан көп.

Словениянын туристтик тармагында башка өлкөлөргө салыштырмалуу чоң өзгөчөлүккө ээ болгон жактары бар. Ал жеткиликтүү туризм. Мындан, дүйнөнүн төрт бурчунан мүмкүнчүлүгү чектелген туристтердин келип дем алуусуна толук шарттар түзүлгөн. Мындай туристтердин катарын, тиешелүү группадагы инвалиддер, көзү көрбөгөн жана толук көрө албаган туристтер түзөт. Мындай өзгөчө меймандар үчүн, тортуарлар жеткиликтүү жасалган, атайын бийиктиктеги жана манжанын жардамы менен иштеп туруучу спецбанкоматтардын иштеп туруусу, бардык эс алууну каалаган мүмкүнчүлүгү

чектелген туристтердин кызыгуусун арттырып, жыл сайын алардын санынын өсүүсүнө шарттарды түзүп келет. Негизги жетишкендиктери катары, туроператорлордун турпродуктыларында “Майыптар үчүн комфорт” лицензиясын ишке ашыруу максатында иш алып барып жаткан мейман үйлөрү, отельдер, курорттор жана музейлер өзгөчө туристтер менен иштешүүнү жакшы денгээлде өздөштүрүшкөн.

Мындан сырткары, туристтерди тосуп алуу темир жол вокзалынан башталып, атайын платформалар орнотулган автобустар менен коштолот. Андан ары, тоолуу ажайып жайларга канаттык жолдор менен жеткирүү караласа, зоопарктарга, парктарга жана өзгөчө коруктагы ботаникалык бактарга баруу үчүн атайын автоунаалар каралган. Мындай иш-аракеттердин жыл сайын жакшырып баруусу, туристтердин санын көбөйтүүгө жана өлкөнүн бюджетине пайда алып келүүдө башкы ролду аткарып келет. Мунун башкы себеби катары, мүмкүнчүлүгү чектелген туристтердин, учурдагы маалымат технологиясын эффективдүү пайдалануунун негизинде, маалыматты тез жайылтуу аркылуу жарнамалагандыгында.

Мындай туристик өзгөчөлүктү, өлкөбүздө ишке ашыруу пландарын иштеп чыгуу бүгүнкү милдеттерибиздин бири деп эсептесек болот. Бирок, мындай өзгөчө туристтер гана эмес, өлкөбүздүн ажайып жерлери менен тааныштыруу мүмкүнчүлүктөрүн ички туристтик агымдар да өтө төмөн деңгээлде пайдалангандыгы туристтик тармакты жетишсиз жактарын гана толуктап келет.

Бельгия климаты менен Кыргызстанга аябай окшош. Ал Франция, Люксембург жана Германия шаарлары менен чектешет. Эң күнөстүү айлар катары, апрель жана сентябрь айлары эсептелет [155,3]. Бельгия өлкөсү, шаар тибиндеги инфраструктурада жайгашкан. Туризмдин артыкчылыктарына, туристтик ресурстардын көптүгү жана табиятынын сулуулугу эсептелет. Аларга: тарыхый жана кызыктуу скульптуралар, Гранд-Плас жана Гроте-Маркт аянттары, Брюссельдеги Атомиум, соборлор, тарыхый борборлор, кызыктуу фонтандар жана Гилдей үйлөрү ж.б. кирет. Суу ресурстарынын көптүгү, балык

чарбасынын ички жана сырткы түрүн туризмдин аңчылык жана спорт түрүнүн өнүгүүсүнө, өзгөчө коруктагы аймактардын көптүгү негиз болуп берет [156,18].

Евростаттын маалыматында, 2017-жылы туристтердин 38,221 млн. (3,7%) түнгө калуудан пайда табышкан. Ал эми туризмдин жалпы пайдасынын (9,9 млрд. евро) ИДПнын 6% ээлеп турганы, Кыргызстандын экономикалык абалын эске салды. 2018-жылдагы пайдасы 0,6%ке жогоруласа, 2028-жылы 13,5 млрд.еврого жетээри аныкталган 2.3-сүрөт. (Тиркеме 6).

Сүрөттөгү маалыматтардан, мамлекет туристтик ресурстарын өтө аз пайдаланган пассивдүү туристтик баланстуу мамлекет болуп, Бельгия үчүн туризм экономиканын өнүктүрүүнүн негизги тармагы катары эсептелбегенин 2008-2016-жылдар аралыгындагы маалыматтар тастыктап турат. Бул тармакта эмгектенип жаткан кызматкерлердин саны 2017-жылы 113000 (2,4%) болуп 2018-жылы да сакталган. Ал эми 2028-жылга 138 000 (2,9%) адамды жумуш менен камсыздайт деп белгиленет [15,12].

Мындай саясий абалы менен Бельгия мамлекети, Кыргызстандагы туризмдеги окшоштук жактары абдан көп. Изилдөөлөр тастыктагандай, өлкөдөгү туризмдин күчтүү жактарын, өнүккөн инфраструктура, маданий–тарыхый мурастар, жогорку тейлөө кызматтары, коопсуздук, иштиктүү туризмдин узак мөөнөттүү атайын жана максаттуу негизде түзүлгөн турларын уюштуруу эсептелет. Ал эми алсыз жактарына келсек, климаттын өзгөрмөлүүлүгүн эске албаганда, туристтердин транзиттик (1-2 күн) турларын тандоосу, Кыргызстандын туризмдеги туристтердин санынын азаюусунун себептеринин бири катары аныкталган. Буга кошумча, өлкөдөгү саясий кризис жана эл аралык туристтик базардан белгилүүлүктүн төмөндүгүнөн улам чыгып кетүү ыктымалы, Кыргызстандын туризмдеги коркунучтары менен окшоштугу бар экендигинен кабар берет.

Жогоруда каралган маалыматтарда, алыскы өнүккөн өлкөлөрдүн, туристтик ресурстары боюнча өлкөбүзгө туристтик тармактарда жакындыгы окшоштугу бар болгон мамлекеттер тууралуу сөз болду. 2018-жылдын жыйынтыгы менен жогоруда аталган жана андан сырткары мамлекеттерге

келген туристтердин саны, тармактык кирешелери жана калкынын саны сунушталды. 2.12-таблица

2.12-таблица. КМШ жана КМШдан тышкаркы мамлекеттердеги 2018-жылга карата туризмдин абалы.

№	өлкөлөр	Туристтердин саны	Бюджетке келип түшкөн пайдасы	Калкынын саны
1.	Швейцария	37,4 млн.	20 220 000 000 \$	8670535
2.	Нидерландия	17,6 млн.	12,9 млрд. €	17126 48
3.	Словения	8,9млн	1,6 млн долл.	2075011
4.	Бельгия	38,2 млн	38,221 млн\$	11 619 972
5.	Россия	90 млн	9,78 млрд \$	146 502 902
6.	Кытай	142 млн	5,98 трлн\$	1 424 548 267
7.	Өзбекистан	6,7 млн.	1,3млрд. \$	33 905 800
8.	Таджикистан	1,2 млн	214 млн. сомони	9 582 490
9.	Казакстан	8,4 млн	15,4 млрд тенге	18 574 323
10	Кыргызстан	7 млн	27 млрд сом	6 301 718

Булагы: Энциклопедия стран мира: Пособие-М.:Экономикаю2014

Жогорудагы таблицада, 10 мамлекеттин калкынын саны, келген туристтердин саны жана мамлекеттин туризмден тапкан пайдасынын көрсөткүчү берилди. Туристтик тике факторлор болгон туристтердин саны боюнча, салыштырууда, Кытай республикасы биринчиде орунда болуп, экинчиде Россия, Белгия мамлекети үчүнчү орунду ээлесе, Кыргызстан жетинчи орунга чыгып, Өзбекистанды жана Таджикистанды артта калтырды.

Демек, мындай маалыматтардан кайсы мамлекеттин туристтик тажрыйбаларын пайдаланууга аракет жасообуз керек экендиги анык болду. 7-орунга чыгуунун башкы себеби катары, кыска мезгилдеги турларды тандаган туристтердин санынын жогору экендиги менен түшүндүрүүгө болот.

Кытай Эл Республикасы, өзүнүн рекреациондук ресурстарын туура колдонууну мамлекет тарабынан колго алышкан. Өлкөнүн туризм сферасы аркылуу 2017-жылы мурдагы салыштырмалуу, бюджетке 832 млрд АКШдолл. алып келишкен жана жарандар үчүн 80млн. иш орду түзүлгөн. Ошондой эле, өлкөдөгү жакырчылык менен күрөшүү жолго коюлган. Өлкөнүн калкынын

саны өтө жогору экендиги, ички туризмдин кубаттуулугун негиздейт. Өлкөдө, тарыхый объекттердин саны абдан көп жана алардын ичинен белгилүүлөрү: Запретный город, Мин династиясынын 13 императорунун көрүстөнү, Нефрит Буддасынын көрүстөнү, Юй Юань багы, Сиань шаары, Виктория чокусу, Чоң Будда ж.б.. Мындан сырткары, деңиз, көлдөр круизи, автоунаада саякаттоо, спорттук, окуялуу, ден-соолукту чыңдоо жана изилдөө туризмдери жогорку деңгээлде өнүккөн.

Бүгүнкү күндө, туристтик индустриянын ар түрдүү тармагында, 38млн. 927миң адам эмгектенип, анын ичинен кызмат көрсөтүү тармагында, 6млн. 48000 адам жумуш менен камсыздалган. Ал эми гид кызматкерлеринин лицензия алгандардын саны 150 миң адам болсо, анын ичинен 87 миң гид кызматкерлери ар түрдүү туристтик фирмаларда иштөөгө катталышкан [58].

Циндао шаары, кышкы туризмди сүйүүчүлөрдүн шаары десек болот. Анткени шаарда, ар бир кыш мезгилине карата, “Барлардын” фестивалы уюштурулуп, туристтер кыш мезгилиндеги 1 кружка пивонун даамын татып көрүү үчүн алыскы жолго чыгышат. Бул фестиваль өзүнүн популярдуулугун узак жылдар бою сактап келүү менен ага катышууну каалаган туристтердин катарына жергиликтүү ички туристтер да кирет. Циндао –бул достуктун жана романтиканын шаары [157].

Дүйнөлүк туристтик бирикменин (ВТО) изилдөөсүнө караганда, 2020-жылы, дүйнөгө белгилүү болгон үчилтик: Франция, Испания жана АКШ мамлекеттеринин катарына кошулат деп билдирет [126]. Ошондой эле, туристтик жагымдуулугунун жогорку деңгээлде экендигинен улам, АКШ, ФРГ жана Япония өлкөлөрүнүн туристтик фирмалары, менчик туристтик ишканаларды курууга билдирүүлөрүн бергендиги айтылат.

Кыргызстан менен экономикалык карым-катыш мамилесин жандандырып, мамлекетибизге келген туристтердин саны боюнча 1-орунда турган, Өзбекстан республикасы коңшу өлкөлөрдүн катарында. Туристтик тармагы активдүү өнүгүүнүн жолунда болуп, туризмдин, спорттук, скололаз, тоо-лыжалары, таанып билүү, археологиялык жана диний багыттагы зыярат

кылуу түрлөрү мамлекеттин бюджетин толуктоодо активдүү тармактарды түзүп келе жатат. Өлкөдө жайгашкан Чимган (3309м) кырка тоолор комплекси, альпинисттердин кызыгуусун дайым жаратып келет. Мунун менен катар эле, жөө жана ат менен жүрүү маршруттары альпинизмди өнүгүүсүнө шарт түзсө, ал эми Чарвак суу сактагычына куйган Чаткал дарыясы туризмдин рафтинг түрүнө кызыгуучулардын санын көбөйтүүгө шарт түзөт. Бул бир жагынан, биз сунуштап жаткан “Айыл туризминин” келечеги кең экендигин, айыл жериндеги жумушсуздукту жоюуда чоң роль аткара тургандыгын, коңшу өлкөлөрдүн практикасынан эле көрүнүп тургандыгы маалым. 2019-жылдын статистикалык маалыматына караганда, 2019-жылы 6748500 турист келсе, анын ичинен 81,8% туристтер жакын тууган досторуна жолукканы келген болсо, 15,5% туристтер дем алууга келген. Келечекте, аталган мамлекет 10млн. туристти кабыл алууга ниеттенип, андан 10 млрд. сумм пайда алууну пландап жатат [126]. Спелеологдордун кызыгуусун, Бой булок (1415м), Муз фестивалы (580м), Урал (565м), Киев (990м), Зайдман (506м) жана Кырк тоо үңкүрлөрү арттырып келет. Мындай тереңдикти камтыган үңкүрлөр, мамлекетке изилдөөлөрдү жүргүзүүгө кызыктар болгон илимпоздордун катарын көбөйтүүсүнө шарттар түзөт. Бул илимпоздордун сапарын Кыргызстандын белгилүү спелеология системасына (300дөн ашык үңкүр изилденген.) бурууга эмнеге тоскоолдуктар болуп жатат? Бул да, чечүүгө муктаж болгон маселелердин бири деп эсептейбиз.

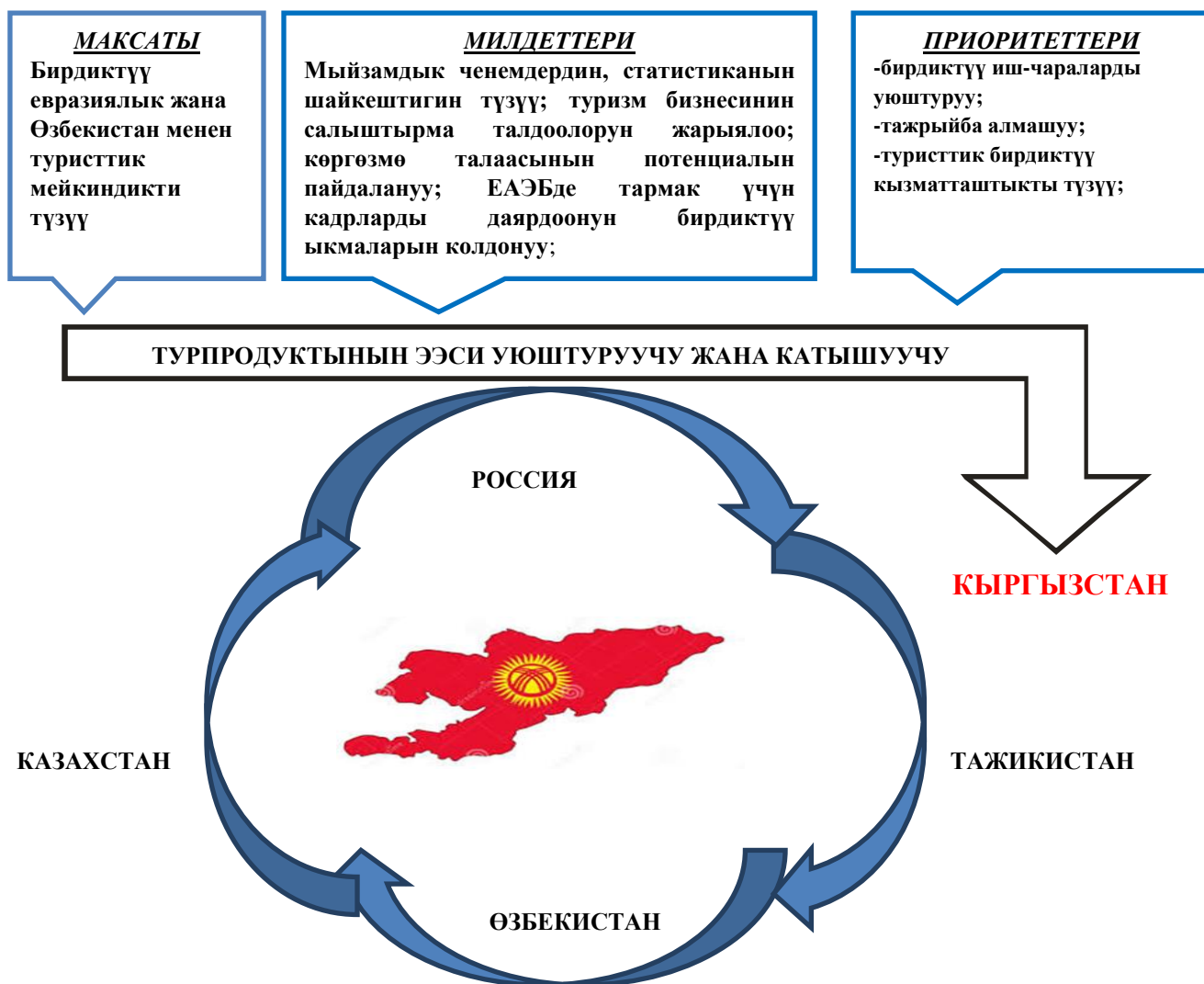
Мындан сырткары Андижан, Бухара, Джиззах, Кокон, Навои, Наманган, Нукус, Самарканд, Термез, Ургенч, Фергана аттуу ири шаарлары жана борбору болгон Ташкент өзүнчө туристтик ажайып жайларга ээ. Бул ири шаарлар туризмдин, таанып билүү, археологиялык жана диний багыттагы зыярат кылуу түрлөрүнүн өнүгүүсүнө шарттарды түзсө, жетишсиз жактарына, жарнамалап сатууга коюлган турпродуктылардын реалдуулук менен дал келбөөсү, реалдуу эмес тейлөөлөр, шаар ичиндеги укук коргоо органдарынын себепсиз текшерүүлөрү, биздин туризмдеги кемчиликтерден кабар берип турат.

Жыйынтыгында, Кыргызстан–туристтик ресурстарынын жана туристтик - рекреациялык булактарынын уникалдуулугу менен алыскы жана коңшулаш

өлкөлөрдүн туристтик индустриясында өзүнүн чыгарган турпродуктыларынын сапаты менен атаандаштыкты жаратууга дарамети жете турганы жана КРнын экономикасын өнүктүрүү үчүн приоритеттүү багыттарын атаандаштыкты түзө тургандыгына мүмкүндүктөрү бар экендиги ар тараптуу жүргүзүлгөн изилдөөлөрүбүз далилдеди.

Мындай конкуренттерди жеңүүдө, Өзбекистан, Казакстан, Тажикистан Россия жана Кыргызстан бирдиктүү туризм шакекчесин түзүү менен келген туристтин беш мамлекетте эс алууга узак убакытка калуусуна шарттарды түзүп берүүчү, туризмдин перспективалуу багыттарын өнүктүрүүнү жолго коюп, универсалдуу турпрордуктун ээси болууга алгачкылардан болуп кадам таштоосу зарыл. 2.4-сүрөт

2.4-сүрөт. Уникалдуу “Туристтик шакекче” турпродуктусу



Булагы. Автор тарабынан түзүлдү.

Бул шакекчедеги турдун уюштурулушуна ЕАЭБге мүчө мамлекеттердин жана Өзбекистандын туризм тармагы кызыктар болсо, бажы, маданият, саякат агенттиктери, коопсуздук, коомдук тамактануу ж.б. кыйыр жана тике факторлордун бирдиктүү аракеттеринин иш системасынан турган, аталган мамлекеттердин кызыкчылыгын эске алган кеңири форматтагы эл аралык экономикалык проект болмокчу. Мындай экономикалык мааниси терең проекттер, мамлекеттер аралык маданий, экономикалык байланыштарды күчөтөт жана чет мамлекеттик туристтик агымды кубаттандыруу менен мамлекеттик бюджетти толуктоого салымын кошот деп ишенебиз.

ЕАЭБдин курамындагы туризм тармагы- эл аралык кызматташтыкты өркүндөтүүнүн, достукту жана өз ара мамилени чыңдоонун, элдердин маданий өз ара байышынын кубаттуу фактору катары, бүгүнкү күндө бардык деңгээлдеги бюджеттердин каржылык кирешесинин булагы, калктын иш менен камсыз болушун жана жарандардын жашоо сапатын жогорулатуу каражаты, жарандардын ден-соолугун сактоонун жолу, социалдык-маданий чөйрөнү өнүктүрүүнүн негизи, калктын патриоттук сезимин өстүрүү, билим берүүнүн кубаттуу куралы жана жарандык коомду өнүктүрүүнүн моралдык платформасын түзүү катары каралып келет.

Учурда туризм, экономиканын өсүшүнө таасир этүүчү маанилүү багыттардын бири жана социалдык-экономикалык өнүгүүнүн катализатору деп табылууда. Андыктан бул багытта, туристтик ишканалардын кызматтары, транспорт, байланыш, соода, туристтик өнүмдөрдү өндүрүү, коомдук тамактануу жайлары, айыл-чарба жана курулуш тармактар өнүгүү жолунда десек жаңылышпайбыз. Андыктан, заманбап туризм индустриясы - дүйнөлүк экономиканын ири кирешелүү жана динамикалуу тармагын түзүү менен маданий жана табигый потенциалдын болушу айрым өлкөлөргө туризмди өнүктүрүү жаатында жигердүү мамлекеттик-жеке саясат жүргүзүп, дүйнөлүк туризм рыногунда олуттуу позицияларга ээ болууга мүмкүнчүлүк берет.

ЕАЭБ өлкөлөрү үчүн туризмди өнүктүрүүнүн эң маанилүү өбөлгөсү заманбап дүйнөлүк тажрыйбага жана керектөөчүлөрдүн укуктарынын

артыкчылыгына негизделген жөнгө салууну калыптандыруу болуп саналат. Дүйнөлүк тажрыйба көрсөткөндөй, туристтик кызмат көрсөтүү базарын жөнгө салуунун эффективдүү куралдарынын бири стандарттарды иштеп чыгуу болгондуктан, мүчө мамлекеттер тарабынан ЕАЭКте бекитилген туроператорлордун жана турагенттердин кызматтары секторун либералдаштыруу планын жүзөгө ашырылууда [8]. Бул ЕАЭБге мүчө мамлекеттердин башчылары кабыл алган фундаменталдык ыкма, анын негизинде ЕАЭБдин алкагындагы интеграциялык процесстер 2025-жылга чейин каралган.

КРнын президенти тарабынан, 2019-жыл Аймактарды өнүктүрүү, санариптештирүү жана балдарды коргоо жылы [183] деп жарыялангандыгына байланыштуу тармакты санариптештирүүдө, туристтик мүмкүнчүлүктөрдү илгерилетүүдө жана 2018-2040-жылдарга КРны өнүктүрүүнүн Улуттук Стратегиясынын багыттарын [184] ишке ашырууда, туризмдин жетишсиз жактары катары, туристтик объектилерин толук инвентаризациялоо муктаждыгы, квалификациялуу кадрлардын жетишсиздиги, туристтер менен ишкердик субъекттеринин жана жергиликтүү калктын өз ара аракеттенүү механизмдерин иштеп чыгуу зарылдыгы каралган.

Ал эми, туризмдин өнүктүрүүчү факторлорго: саясий туруктуулук, ачык тышкы саясат, либералдык мыйзамдар, экология, транспорт, жол жана маалымат инфраструктурасы, улуттук маданияттын жана тарыхтын өзгөчөлүктөрү, адам фактору жана коомдук коопсуздук экендиги эске алынган. Туристтердин көпчүлүгү, ЕАЭБ өлкөлөрүнөн, КМШдан жана коңшу мамлекеттерден: Казакстандан (65%), Россиядан (17%), Өзбекстандан (5-6%) келишет. Анда эмесе, мындай туристтик агымды Кыргызстандын өзүнүн кызыкчылыгына пайдаланууда канчалык мүмкүндүккө ээ экендигин изилдеп көрөлү.

ЕАЭБ мамлекеттери туризм тармагын өнүктүрүүгө жана туристтик кызмат көрсөтүүлөрдү керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоого багытталган ченемдик укуктук актыларды практикалап келишет. Алсак, Казакстанда,

Кыргызстанда жана Россияда туризмди өнүктүрүүгө туристтердин укуктарын жана кызыкчылыктарын коргоого багытталган мамлекеттик программалык документтер (мамлекеттик программалар, стратегиялар) жолго коюлган. Ошондой эле, бул чөйрөдө натыйжалуу мамлекеттик саясатты жүргүзүү үчүн керектөөчүлөрдүн укугун коргоо жаатындагы ыйгарым укуктуу органдар менен туризм чөйрөсүндөгү мамлекеттик органдар түзүлгөн жана иштеп жатат.

Мындан сырткары, туризм чөйрөсүндөгү туроператордук ишмердүүлүктү лицензиялоо бир катар өлкөлөрдө (Армения, Казакстан, Россия) колдонулат. Бул ыкма туроператордук иш-аракеттерди жүзөгө ашырат жана уюм улуттук мыйзамдардын бардык талаптарын сактаса уруксат берилет.

Изилдөөдө, туризм чөйрөсүндөгү чарбалык субъекттердин мамлекеттик реестрлерин жүргүзүү Беларусияда (Туристтик иш-аракеттердин субъекттеринин реестри), Казакстанда (Турагенттердин, гиддердин (гид-кормочулардын), туристтердин жана туристтик инструкторлордун мамлекеттик электрондук реестри), Россияда (Туроператорлордун Бирдиктүү Федералдык Реестри) практикаланып жаткандыгы белгилүү болуп, эреже боюнча маалыматтар, органдардын сайттарында жайгаштырыла тургандыгы аныкталды.

Ал эми, Беларусия жана Кыргызстандын ортосунда мындай иштер мыйзам чыгаруу иш-чараларынын алкагында пландаштырылуу этабында экендиги кубандырбай койбойт. Иштин натыйжалуулугу, ЕАЭБ мамлекеттеринин макулдашылган сунуштарын иштеп чыгууга жигердүү катышуудан, улуттук кызыкчылыктарды эске алуу менен өз ара пайдалуу кызматташтыктан жана бизнес коомчулугун биргелешкен долбоорлорго тартуудан көз карандылыгы, мүчө мамлекеттердин интеграциялык өз ара аракеттеринин деңгээлин жогорулатуу, мамлекеттер аралык кызматташтыкты өнүктүрүүнү иштеп чыгууда керектөөчүлөрдүн укугун коргоо максаттарына жетишүүгө жардам берет.

Биздин негизги максатыбыз, «Туристтик шакекче» аттуу уникалдуу турпродуктыны ЕАЭБдин алкагында жана Өзбекистандын туристтик бизнес

айлампасына практикалоодо, бирдиктүү турпакеттерди иштеп чыгууну сунуштоо болгондуктан, бирдиктүү турпакетти түзүү ыкмаларын изилдеп көрөлү.

Турпакеттер, убакыттын өтүшү менен мамлекеттердин ортосунда экономикалык маанидеги ишмердиктин бир тармагын түзүп келүүдө. Мындан улам, эс алууну каалаган ар бир жаран өз алдынча эс алуу маршрутун түзө алат жана даяр турпакетти сатып алуу аркылуу кызмат көрсөтүүлөргө болгон бааларга акча каражатын үнөмдөй алат. Ал үчүн турпакетти сатып алууда эске алуучу жагдайлар төмөндөгүлөр экендигин баса белгилейбиз

- Баа түзүүдөгү динамикалык өзгөрүүлөр атып алуу мөөнөтүнөн жана сунушталган орундардан көз каранды болгондуктан, турпакеттин акыркы сатып алууда белгилүү болот;
- «Ыңгайлуу баалар» тренди ар бир туроператорлор аркылуу сунушталат. Мындай жеңилдиктерге, сезондун башталышы же аяктап жаткан учурларында ээ болууга болот.

Мындай бирдиктүү турпакеттерди сатууну ишке ашыруу ЕАЭБдеги мамлекеттеринин керектөөчүлөрдүн укуктарын коргоо жана товарлардын жана кызмат көрсөтүүлөрдүн сапатын камсыздоо боюнча биргелешкен иш-аракеттеринин комплекстүү программасын иштеп чыгуу аркылуу мүмкүн болот. Ошондой эле, мүчө мамлекеттердин интеграциялык процесстерин тереңдетүүгө жана евразиялык интеграцияны өнүктүрүүнүн тармактык стратегиясын түзүүгө көмөктөшөт. Анда мындай мүмкүндүктөр канчалык деңгээлде укуктук жолго коюлган? Эми сөз ушул туурасында болсун.

Казахстан Республикасындагы туризм - бул өлкөнүн экономикасынын келечектүү жана өнүгүп келе жаткан тармагы. Казахстан пайдалуу геосаясий абалды ээлейт, табигый жана рекреациялык ресурстарга жана дүйнөлүк маданий жана тарыхый мурас объектилерине ээ болгон (өлкөдө жайгашкан 11 объект ЮНЕСКОнун маданий мурастарынын тизмесине киргизилген), табигый уникалдуу ар түрдүүлүгү, жаңы туристтик продуктыларды иштеп чыгуу

мүмкүнчүлүгүнө ээ жана дүйнөлүк туризм картасында өзүнүн татыктуу ордун ээлөө үчүн негизги өбөлгөлөргө басым жасайт.

Мамлекеттин мыйзамдарына ылайык, туроператордук иш лицензия алууну талап кылат. Туристтик агенттиктин иши, ошондой эле гиддердин (гиддер-котормочулар), экскурсоводдордун жана туризм боюнча инструкторлордун иш-аракеттери кабарлоо тартибинде жүргүзүлөт. Алсак, жарандардын укуктарын кепилдөө тутумун - бул жергиликтүү жарандары, турагенттер, туроператорлор, туроператорлор түзсө системанын администратору тышкы туризм жаатындагы укуктарын коргоону камсыз кылган ыйгарым укуктуу органдын ортосундагы укуктук мамилелердин жыйындысы деп баса белгиленет. Мунун менен катар эле, Маданият жана спорт министрлигинин курамында туризмди өнүктүрүү боюнча өзүнчө бөлүм түзүлгөн. Өнүккөн өлкөлөрдүн мыкты тажрыйбасынын негизинде улуттук туристтик имиджди өркүндөтүү боюнча “Казак Туризм” улуттук кеңсеси иш алып барат.

Дүйнөлүк экономикалык форумдун рейтингине ылайык, "Коопсуздук боюнча позиция" (58-орун) туристтик тармактын күчтүү тарабы болуп саналат. Мындай имиджин натыйжасын, 2018-жылдын биринчи жарым жылдыгында Казакстанга чет өлкөлүк жарандардын келиши 2017-жылдын ушул мезгилине салыштырмалуу 22% га, ички туристтер 7% га көбөйгөндүгүнөн байкоого болот.

Кийинки сөз, жайгашкан территориясы алыс болгондугуна карабастан, ар тараптуу мамилелерди түзүп келген Россия Федерациясындагы туризмди өнүктүрүүнүн артыкчылыктары болуп, ички жана келүүчү туристтерди кызыктыруучу көптөгөн пункттардын болушу саналат. Анткени, Россияда ЮНЕСКОнун бүткүл дүйнөлүк мурастарынан 18 даанасы жана табигый мурастарынын 11 даанасы жайгашкан.

Туризм тармагында мейманканаларды жана объектилердин классификациясын укуктук жөнгө салууну өркүндөтүү максатында 2018-жылы мейманканалардын милдеттүү этаптуу классификациясы киргизилген

Андыктан, учурда мейманканаларды, лыжа тебүүчү жолдорду жана пляждарды классификациялоо иштери аккредитацияланган уюмдар тарабынан жүргүзүлөт. Алардын аккредитациясы ыйгарым укуктуу федералдык аткаруучу орган тарабынан тастыкталат. Аккредитация үч жыл бою иштейт жана түзүүчү субъекттеринин ыйгарым укуктуу мамлекеттик органдарынын билдирүүсү Россиянын аймагында классификациялоого мүмкүндүк берет б.а. жолдомо берилгендиги жөнүндө күбөлүк берилип, ал үч жылга жарактуу деп табылат. Мындай көлөмдүү жумуштарды аткарган Ыйгарым укуктуу федералдык аткаруу органы аккредитацияланган уюмдардын бирдиктүү тизмесин жүргүзөт жана аларды өзүнүн расмий сайтына жайгаштырат.

Бул системалуу жумуш тармактагы чарбачыл субъекттердин классификациясын гана чагылдырбастан, сандан-сапатка жол ачкан чечкиндүү жана ийгиликтүү кадамдардын жыйындысы катары баалоого болот. Мындай иш-аракеттердин жол-жобосун толук өздөштүрүп, өлкөбүздөгү менчиктин жеке гана формасын тандоо менен иш алып барган туристтик чарбачыл субъекттерди оптимизациялоого эмнеге болбосун деген ой келет.

2018-жылы, Россиянын мыйзамдарына туристтердин укуктарын жана мыйзамдуу кызыкчылыктарын коргоону күчөтүүгө багытталган бир катар түзөтүүлөр кабыл алынды. Мындан сырткары, туристтик оператор чыгуу туризми жаатында туристтик продукцияны сатуу боюнча келишим боюнча бардык милдеттенмелерди аткарууда реалдуу зыянга учураса, анын ордун толтуруу механизмин белгилөө менен, жеке жоопкерчилик фондунун каражаттарынан туристтерге жана туристтик өнүмдүн башка кардарларына келтирилген чыныгы зыяндын ордун толтуруу эрежелерине өзгөртүүлөр киргизилди. Мындай укук талаасындагы толуктоолорду, биздин туризм мыйзамдарыбызга да камтуу аталган кубаттуу мамлекеттер менен иштөөдө ыңгайлуулукту гана жаратмак.

Жогорудагы аталган мамлекеттердин туристтик тармактагы укук талаасынын артыкчылыктары менен тааныш болдук. Эми өзүбүздүн мыйзам тааласында кандай мүмкүндүктөр түзүлгөндүгүнө назар салып көрөлү.

Кыргызстандын территориясындагы туристтердин укуктарын бузган жана керектөөчүлөрдүн укугун коргоо жаатында, мыйзамдарында же башка ченемдик укуктук актыларында белгиленген ченемдерге жана эрежелерге каршы келген келишимдин шарттары жараксыз деп табыла тургандыгы мыйзамда каралган. Ага кошумча туристтик иштин субъекттери туристтердин макулдугусуз акы төлөнүүчү кошумча кызматтарды көрсөтүүгө укугу жоктугу, туристтер туристтик иш-аракеттердин субъекттеринен кошумча кызматтарды көрсөтүү үчүн төлөнгөн суммаларды алардын макулдугу жок кайтарып берүүнү талап кылууга же келишимди туристтик иш-аракеттин субъектине кайтарып бербестен токтотууга укуктуу экендиги жана өзгөчө кырдаалдан улам баа көтөрүлгөн учурда, пикир келишпестиктер тараптардын ортосунда макулдашуу же сот аркылуу чечиле тургандыгы кошумчалаган.

Өлкөдөгү ички саясий кырдаалдын туруктуулугу туризмдин өнүгүшү үчүн маанилүү ролду аткаргандыктан, туристтердин коопсуздугуна мыйзамда кепилдик берет жана туризм чөйрөсүндөгү ыйгарым укуктуу орган туроператорлорго, турагенттерге жана туристтерге убактылуу болуу өлкөсүндөгү (жериндеги) коопсуздук коркунучу жөнүндө маалымат берүүсү милдеттендирилген. Ошондой эле, саякаттан кайтып келбеген туристтер жөнүндө, жугуштуу оорулардын деңгээли жогору болгон убактылуу жашаган өлкөгө (жерге) барууну көздөгөн туристтер эл аралык медициналык талаптарга ылайык профилактикалык чараларды көрүүгө милдеттүү экендиги баса белгиленген.

Бирок, иликтөөлөрдө, биримдиктеги мамлекеттер менен иштөөдө: туризмдеги камсыздандыруу базарынын, "экстремалдуу туризмдин" гиддеринин ишин жөнгө салуу, лыжа базаларынын коопсуз иштешин камсыз кылуу үчүн ченемдик укуктук базасынын аксашы жана заманбап талаптарга ылайык статус берүү үчүн жайгаштыруу жайларынын (мейманканалар, мотелдер, коноктор үйлөрү) эл аралык стандартынын жоктугу аныкталды.

Андыктан, бул багытта эл аралык туристтик кызматташуу стратегиясынын *максаттарын* төмөндөгүлөр деп белгиледик.

1. ЕАЭБдеги мамлекеттердин кылымдар бою топтолгон бай руханий жана маданий потенциалы жайылтууда, бирдиктүү евразиялык туристтик мейкиндикти түзүү;

2. Туризм барган сайын товардын эквиваленттүү түрүнө айланып бараткан мезгилинде, мамлекеттер туристтик потенциалын эффективдүү пайдалануусуна жана бул жааттагы атаандаштыкты түзүүсүнө шарттар түзүү;

3. Туризмди ЕАЭБдин алкагындагы мамлекеттердин экономикалык өнүгүүсүнүн маанилүү факторуна айлантуу;

Ал эми, туристтик кызматташтыгынын негизги *милдеттери* катары төмөндөгүлөрдү сунуштайбыз:

- Эл аралык документтердин жоболорунун негизинде, ЕАЭБдин өлкөлөрүнүн аймактарында туризмди өнүктүрүүнүн жалпы ыкмаларын колдонуудагы мыйзамдык ченемдерди шайкеш келтирүүгө көмөктөшүү;
- ЕАЭБдин өнүгүп келе жаткан бирдиктүү туристтик мейкиндигинде туристтик ишти уюштурууда ченемдик укуктук актыларды иштеп чыгуу;
- Статистикалык шайкештикти түзүү, ЕАЭБ мамлекеттеринин кызыкчылыгында туризм бизнесинин салыштырма талдоолорун жарыялоо;
- Ички жана эл аралык базарда турпродуктыларды илгерилетүү үчүн маалымат каражаттарын жана көргөзмө талаасынын потенциалын пайдалануу;
- ЕАЭБ өлкөлөрүндө тармак үчүн кадрларды даярдоонун бирдиктүү ыкмаларын иштеп чыгуу, практикалык формаларын жакшыртуу боюнча сунуштарды түзүү;

Мындай максаттардын жана милдеттердин ишке ашуусу эл аралык туризм кызматташтыгынын төмөндөгүдөй *приоритеттерин* камсыз кылат:

- Туризм боюнча бирдиктүү иш-чараларды: иш сапарларын уюштуруу, тажрыйба алмашуу, конференцияларга катышуу, туристтик жарманкелерди жана форумдарды өткөрүү;
- Туристтик кызматташтыктын жаңы түрлөрүн бирдиктүү иштеп чыгуу;

- Тарыхый баалуулуктарды сактоо, калыбына келтирүү жана коргоо жана тажрыйба алмашуу жаатында туризм кызматташтыгын түзүү;

Жогорудагы приоритеттерди практикалоодо, туристтердин өмүрүнүн жана ден-соолугунун коопсуздугун камсыз кылган кызматтарга талаптарды коёт, аларды текшерүү методдорун белгилейт жана туристтик кызматтарды милдеттүү түрдө сертификациялоо максатында иш алып баргандыгы, сунушталып жаткан турпродуктынын колдоо табышына шарттарды жаратат деп ишеним билдиребиз.

Диссертациянын экинчи главасынын негизги максаттарынын бири болгон уникалдуу турпродуктынын наркын иштеп чыгуудагы жагдайларга токтолуп өтөлү. Жумуш, келишимдерди тиешелүү органдар менен түзүүдөн башталат.

Андыктан, *авиакомпания* менен туроператордук келишимдер төмөнкүдөй түрлөрү болушу күтүлөт:

- 1) *үзгүлтүксүз каттамдарда квота берүү жөнүндө макулдашуу;*
- 2) *агенттик келишим;*
- 3) *аба кемесин ижарага алуу келишими (чартер).*

1). Туруктуу рейстерге квоталык орундарды берүү жөнүндө макулдашууда "жөнөкөй" жана "бизнес-класс" варианттары каралат. Тигил же бул жолду тандоо бүтүмдүн шарттарына, жеңилдиктерге жана арзандатууларга таасир этет. Отургучтарга квота берүүнүн "бизнес-класс" варианты үчүн, орундардын толушу жана сатылышы үчүн бардык жоопкерчилик (биринчи кезекте каржылык), аткарылбай калган жүйөөлүү себептерине карабастан, туристтик агенттикке жүктөлөт. Орундуктардын квотасын берүү боюнча "бизнес-класс" вариант үчүн туристтик компаниянын берилген квотадан же анын бир бөлүгүнөн баш тартышы мүмкүн болгон мөөнөттөрү, турлардын аткарылышында каралса, ал эми "жөнөкөй" квотасын берүүдө туристтик компаниянын берилген квотадан же анын бир бөлүгүнөн баш тартышы мүмкүн болгон мөөнөттөрү, турлардын аткарылышына жараша белгиленет.

2) Агенттик келишим - бул туристтик компаниянын авиабилеттерди сатуу агенттиги катары өз алдынча иш алып барат жана кассанын милдетин аткарып,:

аны өзү чыгарат жана авиакомпаниянын брондоо тармагына кирүүгө укук берилет.

3) Аба кемесин ижарага алуу (чартер). Устав кардар (туроператор) менен авиакомпаниянын ортосунда түзүлгөн келишимдин негизинде линиялык каттамдар тутумунан тышкары жүргүзүлөт. Мында, туроператор биринчи жолу чартер уюштуруп жаткан болсо, өнөктөш авиакомпанияны тандоо көйгөйү жаралат.

2. Темир жол менен түзүлгөн келишим

Бул пландаштырылган поезддерде орун берүү же учурдагы орундарды брондоо боюнча түзүлөт. Мындагы негизги жумуш адистештирилген туристтик поездди ижарага алуудан турат. Бул ижара адистештирилген темир жол турун өнүктүрүүнүн негизин түзөт.

3. *Экскурсиялык бюро менен келишим* адистештирилген туристтик компаниялар же ага байланыштуу эс алуу иш-аракеттерден: тоо (суу) сейилдөө, чөл сапарлары, балык уулоо же аңчылык саякаттоо, аквапаркка же улуттук паркка же жаратылыш коругуна баруу, сүрөтчүнүн же зергер зергердин чыгармачылык семинарына баруу ж.б.турат Экскурсиянын баасы тейлөө классына, сапардын узактыгына жана мезгилине, анын түрүнө жана формасына жараша болот. Ага базар конъюктурасы жана тандалган маркетинг стратегиясынын мүнөзү (жарнама, сатуу каналдары ж.б.) таасир этет. Бул термелүүлөр бул туризм өнүмүнө болгон талапты чагылдырса, суроо-талаптын термелүүсү убактылуу (жайкы, кышкы, мезгилден тышкаркы), белгилүү (туризмдин айрым түрлөрү үчүн) жана аймактык бөлүктөрдөн туруп баалардын дифференциациясын пайда кылат.

Турпродуктыларга баалардын дифференциациясы - бул ар кандай мезгилдерде кызмат көрсөтүүлөрдүн айрым түрлөрү үчүн эмгек чыгымдарынын өзгөрүүсүн чагылдыра турган кызмат көрсөтүүлөрдүн айрым түрлөрү үчүн тарифтердин натыйжасын түшүндүрөт. Турдун наркынын төмөнкү чеги болуп, ага экскурсиянын макулдашылган параметрлери үчүн келишимдерде белгиленген негизги кызматтардын баасы жана аларды жүзөгө

ашырууга учурдагы чыгымдар жана керектөөнү уюштуруу кирсе, экскурсиянын наркын - туристтик компоненттердин жалпы баасын (жатакана, тамактануу, транспорт, экскурсиялык кызматтар жана бир катар кошумча кызматтар, бул туроператордун пикири боюнча, пакеттин атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн сапаттуу жогорулатат, медициналык камсыздандыруу жана чет өлкөлүк турларга визалык колдоо) түзөт. Ошондой эле, жол чыгымдарынын негизги статьяларын туруктуу деп бөлүүгө болот жана компаниянын ишмердүүлүгүнө жараша өзүм билемдикке (эмгек акы, тур уюштурууга чыгымдар, жарнак, сатуу, туристтик продукцияны сатуу ж.б.) жол берүүгө тыюу салынат.

Учурда, турагенттиктердин атаандаштык аракеттери катары, турпродуктылардын универсалдуу өзгөчөлүгүнө жараша жеке инвестицияларды тартуу аракеттери, туристтер үчүн алдын ала иштелип чыккан пландын гана негизинде ишке ашуучу инклюзив-турлар (inclusivetour) же ташып-жеткирүү, жайгаштыруу тамактануу, экскурсиядан ж.б. турган пэкидж (packagetour) аталыштагы турларды сатуу аркылуу иш-аракеттер жүргүзүлүп келет. Ал турлардын аткарылуусунда, ISO 9000 жана ISO 14000 кызмат көрсөтүүлөрдүн эл аралык стандарттарын тутумдуу түрдө киргизүү менен атаандаштыкты өнүктүрүү жана тармакта кызматтардын цивилизациялуу базарды калыптандыруу үчүн шарттарды түзүү зарылдыгы бар [78].

Ошентип, турдун негизги чыгымдары чыгым баасынан (турпродуктынын негизги жана кошумча кызматтарынын жалпы наркы) жана мамлекет менен эсептешүүлөрдөн турат.

Турпродуктынын баасы стандарттык эсептөө ыкмасы менен эсептелет. Кызмат көрсөтүүлөрдүн наркын эсептөөнү аныктоодо аларды пайдалануу баалуулугу эске алынат. Бирок кызмат көрсөтүүлөрдүн өзгөрүлмөлүүлүгү жана жолдомонун баасы аны уюштурууга, жүзөгө ашырууга кеткен чыгымдарды жабууну жана өнүгүүгө мүмкүнчүлүк берген базар субъектине белгилүү бир кирешелүүлүгүн камсыздаш керек. Ошондой эле, рыноктук атаандаштык шарттарындагы активдүүлүктү камсыз кылуу жана суроо-талапка дал келүү

үчүн баа ийкемдүүлүгү сакталууга, туристтик топтомдун баасы туроператордун кирешесин камтууга тийиш. Анткени, ал чыгымдын пайызы менен белгиленет жана пландаштырылып жаткан турдун кирешелүүлүгүнө жараша болот.

Ал эми рентабелдүүлүктүн чен өлчөмү ар башкача (5% дан 100гө чейин жана андан жогору) жана суроо-талаптын абалына жана ушул максаттуу сегменттин базарынын атаандаштык чөйрөсүнө жараша болот

Жыйынтыгында, баа туристке карата турдун наркынын жана кирешелүүлүктүн ченеминин натыйжасы катары аныкталат 2.5-сүрөт.

2.5-сүрөт. "Туристтик шакекче" турпродуктысынын болжолдуу наркы

<i>Чыгымдардын түрлөрү</i>	<i>Баасы, долл</i>	<i>Жыйынтыкка болгон %</i>
Аба чартердик рейси	283.05	62.9
3*мейманканада4 керебеттүү бөлмөдө жайгашуу	52.65	11.7
Тамак-аш (толук же толук эмес рацион)	38.25	8.5
Улуттук көргөзмө	4.05	0.9
«Дасторкон» улуттук ашкана менен таанышуу	6.3	1.4
Аэропорттон мейманканага жана мейманканадан аэропортко трансферту	14.4	3.2
Көл жээги, мейманкана, тарыхый жерлер, музейлер парктар, шоу-программалар ж.б. трансферту	19.8	4.4
Медициналык кароо жана камсыздандыруу	13.05	2.9
Жайма базарлар,шаар менен таанышуу трансферту	1.35	0.3
Экскурсиялар(треккинг,спелеология, гастрономиялык)	17.1	3.8
Жыйынтыгы: турдун өздүк наркы	450	100

Булагы: Автор тарабынан иштелди

Ар бир турдун баасы туристтик агенттиктин имиджине, кызмат көрсөтүүлөрдүн түрлөрүнө, транспорттун наркына, мейманкана классына жана башка тышкы жана ички коомдук-саясий факторлорго жараша болот. Белгилей кетүүчү нерсе, турагенттик туристтик өнүмгө баа саясатын узак мезгилдерге чейин иштеп чыгат жана өзгөрүлүп турган базар шарттарына ылайыкташтырат, мисалы, жайкы сезондо анын баасынан 50% пайда жолдомонун баасына кошулат. Жолдомонун болжолдуу формасы тиркеме катары берилди.

(Тиркемелер 7,8)

Мисалы, чыгым 450\$ болсо, анда турдун баасы:

$$450 + (450 * 50 / 100) = 675 \text{ долл.болот}$$

Туристтик жолдомонун наркы төмөндөгүлөрдү камтыйт:

- жол кире;
- тамак-аштын наркы;
- жашоо наркы;
- которуунун наркы;
- экскурсиялык программанын баасы;
- виза алуу наркы;
- камсыздандыруу полисинин наркы.

Туристтик жолдомонун баасы негизги чыгымга караганда туристтик компаниянын чыгымдары жана кирешелери менен жогору. Аталган чыгымдар туруктуу жана өзгөрүлмө чыгымдарга бөлүнөт.

Туруктуу чыгымдардын категориясына төмөнкүлөр кирет:

- жол акысы;
- которуунун наркы;
- камсыздандыруу полисинин наркы;
- бардык керектүү документтердин таризделиши.

Эреже боюнча, туруктуу чыгымдар турдун узактыгына жана тейлөө сапатына көз каранды эмес. Ал эми жолдомонун жалпы баасында мейманкана кызматтары жана тамак-аштын үлүшү 60 - 65% түзөт. Бул эки элемент тең өзгөрүлмө болуп баалардын өзгөрүшүнө, субъекттин географиялык аймагына, тейлөө түрүнө, классына, турагенттик менен мейманкананын ортосундагы келишимдик коммерциялык шарттарга байланыштуу болот. Мейманкананын кызматын эсептөөдө, жайгашуу жана тамактануу баасы 7 күндүк диапазонду камтыган тарифтик шкалага бөлүнөт.

Учурда туристтердин агымынын негизги бөлүгүн бириккен топтор түзүп, сапардын дүң баасын бүт топ үчүн аныктайт дегенди билдирет. Ошол эле учурда, массалык дүң соода жүргүзүү үчүн жеңилдик, бүтүмдүн көлөмүнө жараша - 10% га чейин, убакыт жана узактыгы боюнча - 5% га чейин,

туристтердин мейманкана компаниясында болуу узактыгына жараша - 10% чейин болот. Мындай кошумча арзандатуулар компаниянын өлкөдөгү жарнамалык буклеттерди жарнамалоого жана басып чыгарууга катышкандыгы үчүн, компания туристтерди жиберген өзүнчө мейманкана үчүн дүң баада сатат жана бүтүндөй өлкөнү жарнамалайт. Жалпысынан, топтор үчүн туристтик кызматтардын баасы бир жолку келишимдердин базар баасынан орточо 10-20% га төмөн болушу мүмкүн.

Ошентип, сунуш кылынган кызматтардын санынын фактору жолдомонун баасына таасир этет жана турпродуктыны реализациялоодо юридикалык күчкө ээ болгон бир катар келишимдерди түзүү талапка ылайыктуу болот.

1.Турагенттик менен туристтин ортосундагы *келишим* эреже катары, төмөнкү стандарттуу шарттарды камтыйт:

- келишимдин предмети (турист тарабынан турга укуктарды (кепилдиктерди) алуу, жолдомо түрүндө) ;
- компаниянын кызмат көрсөтүүлөрүнүн наркы жана аларды төлөө формасы (накталай түрүндө же компаниянын учурдагы эсебине акча которуу);
- туристтик компаниянын милдеттери (туристтик продукцияны толук жана сапаттуу берүү; туристтерди медициналык камсыздандыруу; алар үчүн элчилик визаларын берүү);
- туристтин милдеттенмелери (акы төлөө, виза алуу үчүн керектүү документтерди берүү ж.б.);
- жоопкерчилик жана тараптардын жоопкерчилигинен бошотуу (форс-мажордук учурларда, көрсөтүлгөн кызматтардын сапатынын өзгөрүшү, аларды көрсөтүү мөөнөттөрү, тараптардын турдан баш тартуусу) ;

Кардар менен түзүлгөн келишимде төмөнкү маалыматтарды чагылдыруу максатка ылайыктуу: келишим түзүлгөн күн, туристтик компаниянын бардык реквизиттери, кызмат көрсөтүү убактысы, эс алуу жана артка жеткирүү транспорту, мейманкананын же санаторийдин классы, анын аталышы жана жайгашкан жери. *Көрсөтүү керек:* туристтер кайсы бөлмөлөргө

жайгаштырылат, жолдомонун баасына кандай кызматтар кирет (тамак-аш, сауна, экскурсиялар ж.б.).

2. Туроператор менен турагенттин ортосундагы *келишимде*:

- туроператордун атынан жана анын эсебинен кызмат көрсөтүүлөрдүн айрым түрлөрү;
- инклюзивдүү турларды сатуу укугун туристтик агентке кызмат көрсөтүүлөрдүн өткөрүп берүүсү;
- жүктөлгөн милдеттерди ишке ашыруу боюнча ачык-айкын көрсөтмөлөр;
- иш-аракеттер чөйрөсүн аймактык чектөө;
- тараптардын укуктары жана милдеттери;
- комиссияларды төлөө тартиби;
- агент өз ишин уруксат (лицензия) берилген даректе жана жайда гана жүргүзүүгө милдеттүү;
- агент туристтик кызматтарды туроператор белгилеген баада гана сатууга милдеттүү;
- агент белгилүү бир комиссияны анын бир бөлүгүн кардарга баанын арзандатуу түрүндө же башка кардарга бербестен алууга укуктуу;
- туристтик кызматтарды сатууга байланыштуу бардык документтерди туроператор каалаган убакта текшере алат;
- агенттин башка фирмалар менен ишкердик мамилелерди түзбөөгө милдеттендирилет;
- айрым туристтик кызматтарды сатуу монополиялык укугу жөнүндө пункт камтылышы мүмкүн;
- комиссиянын көлөмү 5% дан 15% га чейин;
- Туристтик уюмдар турпродуктынын рентабелдүүлүгүн жогорулатуунун оптималдуу жолу катары анын баасына арзандатууларды колдонушат. Аларга төмөндөгүлөр кирет.

1. Мезгилдик арзандатуулар;

2. Балдар жана мектеп окуучулары үчүн арзандатуулар (7 жашка чейинки балдар 50% жеңилдик алышат);
3. мектеп окуучулары - 35%;
4. Авиакомпаниялар жана мейманканалар тарабынан 50 - 65 жаштагы адамдар үчүн берилүүчү атайын арзандатуулар;
5. Туруктуу кардарлар үчүн арзандатуулар;
6. Эгерде экскурсияны брондогон турист компанияга анын кетишинин үч күнүнүн бирин жана эс алуунун үч жеринин бирин өз алдынча тандап алуу укугун берсе, жеңилдиктер каралат;

Мындан сырткары, турпродуктыларды сатуу бааларын иштеп чыгууда ортомчуларга комиссия төлөө эске алынат. Туризм бизнес практикасы ортомчулар үчүн комиссиялардын төмөнкү түрлөрүн айырмалайт:

1. Программаларды иштеп чыгып, аларды өз алдынча же ортомчу аркылуу ишке ашырган туроператорлор үчүн тапшырма (дүң сатуучулар үчүн комиссия);
2. Туроператорлорго программаларды кайра саткан же мейманканалардын номерлерин өздөрү брондогон турагенттер үчүн чекене комиссия;
3. Турагент, турист жана мейманкананын ортосунда ортомчу болгон башка уюмдар үчүн комиссия ж.б.

Жогорудагы каралган мамлекеттерден келген туристтерге, жергиликтүү ички туризмдин катышуучуларына, туризмди камтыган суроолордун топтомунан турган атайын анкеталар иштелип чыккан. “Турист-саякатчы” аттуу аналитикалык жүргүзгөн анкеталык изилдөөлөрүбүз төмөндөгүдөй жыйынтыктарды берди. 2.13-таблица

2.13-таблица. “Турист-саякатчы” анкеталык изилдөө

1. Кыргызстандагы туризм тууралуу маалыматты кайдан алдыңыз?							
%	Жооптор	%	Мөөнөтү	%	Туристтер	%	Туристтер
41,7	Тааныштар, достор	34,3	1-5	70,6	Келет	16,7	Ыраазы
20,4	Турагентстволор	33,3	6-10	18,5	Келбейт	38	өкүнбөйт
16,7	Журнал- газеталар	18	11 – 15	0,9	Билбейт	31,5	Нааразы эмес
13,9	Телевизор,интернет	13	3-5	3	Келбейт	6,5	Нааразы

7,4	Профессионалдуу гид	1,5	3-7	7	Келбейт	7,4	Нааразы
2. Кыргызстанда туризмдин кайсы түрүн максатуу тандайсыз?							
%	Жооптор	%	Мөөнөтү	%	Кыргызстан	%	Туристтер
4	Коомдук- ишкердик	3,2	1-3	2,5	Тандайт	4	Ыраазы
7	Гастрономиялык	11	1-10	15,8	Тандайт	19,3	Ыраазы
15	Спорт-экстремалдык	23,5	5-21	22,2	Тандайт	18,7	Ыраазы
8	Маданий- социалдык	11	5-10	1,3	Тандайт	3,8	Ыраазы эмес
16	Айыл,тоолор туризми	15,7	3-14	13,5	Тандайт	6,1	Нааразы эмес
15	Диний-тарыхый	7,8	3-7	14,2	Тандайт	14,3	Ыраазы
20	Профилакт-курорттук	16,8	10-15	19,8	Тандайт	18,2	Нааразы эмес
10	Экотуризм-агрардык	11	5-10	10,7	Тандайт	15,6	Нааразы эмес
3. Туристтердин турпродуктыны тандоосуна таасир берүүчү факторлорду жана туризмдин өнүгүүсүнө тоскоолдук жараткан маселелерди атап бериңиз?							
%	Жооптор	%	Көйгөй	%	Кыргызстан	%	Туристтер
21,1	Гастрономиялык маданияты	15	Тейлөө	3,1	Тандайт	41,3	Ыраазы
8,9	Мейманканалар	6,1	Тейлөө	4,3	Тандайт	8,1	Ыраазы
16,3	Туристтик потенциалы	30,3	Инфраструктура	37,9	Тандабайт	22,5	Ыраазы эмес
4,3	Саясий стабилдүүлүк	3,8	коопсуздук	15,3	Тандабайт	5,5	Ыраазы эмес
9,4	Тарифтик саясат	12,1	Кымбат, демпинг	19,8	Тандайт	10,9	Орточо ыраазы
16,8	Тейлөө сапаты	15,5	Мейманканалар	4,3	Тандайт	5,8	Ыраазы
14,3	Коопсуздук	15	Транспорт	15	Тандабайт	3,9	Ыраазы эмес
8,9	Башка кызматтар	2,2	Сапатсыз	0,3	Тандайт	1,9	Нааразы эмес

(Булагы: Автор тарабынан иштелди)

Аталган анкеталардын практикалануусу 3 багытта: 1). Турист; 2). Туристтик менеджер; 3). Турагенстволор тарабынан изилденип, негизги максат катары, Кыргызстандын туризми тууралуу маалыматтардын жайылтылуусун, учурдагы туризмдин актуалдуу болгон түрлөрүн, турпродуктыны тандоосуна таасир берүүчү факторлорду жана туризмдин өнүгүүсүнө тоскоолдук жараткан маселелерди аныктоо болгон. Андыктан сурамжылоого катышкан 174 туристтин ой-пикирин угуп, натыйжада жыйынтык чыгарылды. (Тиркемелер 9,10,11,12,13,14).

Таблицадагы 1-суроонун жыйынтыгында, Кыргызстанга кайтып келүүнү көздөгөн туристтердин пайызы (16,6%) жогору экендиги кубантпай койбойт. Бирок келген туристтердин ичинен нааразы жана келбей турган туристтердин да пайыздык көрсөткүчү (жалпы 13,9%) бул биздин жумушубуз, мына ушунун үстүндө иштеш керек экендиги зарыл. Ал эми өкүнбөгөн жана отрочо ыраазы туристтердин санын (69,5), кийинки жылда келе турган туристтик потенциал катары кароого болот. Мындан, өлкөбүзгө дем алууга келүү менен бир нече күнгө калуу ниетин билдирген, кийики жылы достору, туугандары менен келип эс алууну пландаган деңгээлге жеткирүүнүн үстүндө иш алып баруу керектиги жыйынтык катары баарыбызга эле түшүнүктүү болду деп ойлойбуз.

2-кезектеги берилген суроонун жыйынтыгында: Спорттук-экстремалдык, дарылануу, кулинариялык маданиятты баалагандар жана зыярат кылууга (диний) келген туристтердин үлүшү (72%) жогору болуп, туризмдин бул түрлөрүн перспективалуу багыттар катары назарга алуу керек жана алардын сапатын жакшыртууга бүт аракеттер багытталыш керек. Ал эми туризмдин коомдук-ишкердик жана маданий-социалдык багыттары, мамлекеттик бюджеттен көз каранды экендигинен, бул маселелерди чечүүдө мамлекет активдүү болуусу шарт.

Туризмдин өнүгүүсүндө маанилүү жооптору менен 3-суроонун жыйынтыгын: тейлөө, туристтик потенциалы, гастрономиялык маданияты жана саясий стабилдүүлүк шарттары (73,8%) турпродуктынын тандоодо тикелей таасири бар экендиги белгиленсе, коопсуздук, мейманканалар жана баалардын саясаты кыйыр таасир берээри анык болду. Ал эми аналитикалык суроолордун жоопторунан, туристтердин пикиринде инфраструктурада, бааларда, транспорттук ташууларда жана мейманканаларда (70,9%) чоң маселелер бар экендиги аныкталды. Мындай шартта, келген туристтердин 31,9%зы дем алуусуна ыраазы эместигин билдирсе, 68,2%зы Кыргызстанды келечекте тандайт.

Жыйынтыгында, аталган маселелер менен иштөөдө жана жетишкендиктерди камсыз кылууда төмөндөгү иш-чараларды уюштурууну туура деп эсептейбиз.

❖ Кыргызстандын территориясында жайгашкан уюштурулган жана уюштурулбаган сектордо иш алып барып жаткан чарбачыл субъекттердин жыл ичинде аткарган жумуштарынын жыйынтыктарынын эсеп-кысабын:

❖ Туристтик ишканалардын ачык отчеттулукту колдонуусу; Мында, отчеттун структурасын: ЧӨЖдүн жана ички туристтердин саны, (анын ичинен узак жана кыска мөөнөткө келген туристтердин саны), баалардын прејскуранты, ишкана кызматкерлеринин сапатык жана сандык көрсөткүчтөрү (штаттык формуляр, фото), ишкананын жылдык пайдасы жана чыгашасы, (баланстык отчет), “Арыздар жана сунуштар” журналындагы ыраазылыктар жана нааразылыктардык саны (туристтердин фото, видеолору менен), коопсуздук эрежелеринин жана ишканалардын инновациялануу абалына берген анализи ж.б. маалыматтардан туруусу талапка ылайыктуу;

• Ишкананын өздүк сайтынын натыйжалуулугу (сайттын структурасын: ишкананын жайгашкан дареги, электрондук дареги, маршруттук каттамы, байланыш телефондору ж.б.) жаңы маалыматтар менен толукталып туруусунан көз-каранды болот.

• Туризм министрлигинин сайтында, “1С” программасынын негизинде тармакта иштеп жаткан чарбалык субъектилердин “Хит парадынын” ай сайын чыгып туруусу, учурдагы жаралып жаткан баш аягы көрүнбөгөн маселелердин чечилүүсүн камсыздайт жана сапаттын деңгээлинин жогорулатат.

• Маданият, маалымат жана туризм министрлигинин атайын сайтына, чарбалык субъектилердин:

1).Тармак адистерин, гид-коштоочуларды даярдоо жана кайра даярдоо, материалдык база, пайда табууну жогорулатуу, туристтерди тартуу ж.б. боюнча бизнес проекттерди сунуштоо;

2). Бажы тармагындагы маселелер;

3). Маркетинг областындагы жарнамалардын көп тилдүү жарыялануусу, турист-альпинисттердин коопсуздугун сактоочу тайпаларын түзүү боюнча пикир алмашуусу ж.б. ачык жарыялоого аракеттер башталат.

- Туризм индустриясынын башкы максаты катары, туристтер үчүн дем алуу кызматтарды комплекстүү уюштура алуусу башкы стратегиялардын катарында чыгат;
- ЖОЖдордо туристтик тармакка адистерди даярдоодо, методикалык жана профессионалдык жардамдарга муктаждыгын чет өлкөлүк окутуучулардын жардамын, чет өлкөлүк мейманканаларда практикалардын түрлөрүн уюштуруу (трек-операторлорду, гид-коштоочуларды, гид-экскурсовод) менен мыкты менеджер-операторлорду даярдап алууга болот;
- Учурдагы дүйнөлүк желелерди туризм тармагынын өнүгүүсүнө эффективдүү пайдалануу менен көп тилдүүлүктү камтыган сайттарды ачуу, улуттук жана эл аралык телеберүүлөрдө аталган тармак боюнча жарнамаларды байма-бай көрсөтүп туруу менен туристтик перспективалык багыттардын өнүктүрүүгө болот .

Аталган иш-чараларды аткаруу менен туризмдин перспективалуу багыттарын өнүктүрүүгө төмөндөгү шарттарды түзүүнү сунуштайбыз.

- ✓ Атаандаштар, Өзбекистан, Казахстан, Россия жана Таджикистан менен бирдиктүү туризм шакекчесин түзүү аркылуу улуттук туристтик бренддерди сунуштоону, ажайып 4-5 жылдыздуу (luxury) отельдерди курууну өнүктүрүү;
- ✓ Тоо туризмде салтка айланган, кымбат баалуу сервис инфраструктурасын түзүүгө кеткен каражаттарды сарптоонун багытын, жогорку деңгээлдеги коопсуздук эрежелерин камсыздоого, туристик бизнесте территорияны интенсивдүү колдонууга жана кыска убакытта пайда табууга өзгөртүү;
- ✓ Кыргызстандын, Бельгия, Швейцария, Нидерландия жана Словения мамлекеттери менен туризмдеги окшоштугун эске алганда, туризмге болгон мамлекеттик саясатын туризм менеджментин, модельдерин, инвестициялык багыттарын үйрөнүү менен практикалоону натыйжалуу өздөштүрүү;

- ✓ Кыргызстандын түштүгүндөгү тарыхый баалуулуктарды, изилдөө, сыйынуучу жайларды кирүү жана ички туристтик агымды тартуучу туризмдин перспективалуу багыттарынын бири катары таануу;
- ✓ Ош областына Сулайман –Тоо археологиялык комплекси жана Ак-Буура дарыясы, Баткен областынын өрүгү, Жалал-Абад областына курорту жана коруктары ж.б. сыяктуу бренддерди иштеп чыгуу жана коомчулукка таанытуу.
- ✓ Кыргызстан тоолорго бай мүмкүнчүлүгүн: Жыгач хижиналарды, кемпинг комплекстерин, палаткалык лагерлерди түзүү менен туризмдин экотуризм, экстремалдуу, гастрономиялык, зыярат жана треккинг түрлөрүнүн перспективалык стратегиясын иштеп чыгуу жана колдонуу.
- ✓ Уюштурулбаган секторду тандаган туристтерге, турпакеттеги кошумча шарттардын шарттарын активдештирүү.
- ✓ “Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын” Кыргызстанды дүйнөгө таанытуу бренди катары колдонуу менен эл аралык туризмди өнүктүрүү.
- ✓ Кыргызстандын Улуу Жибек жолунда жайгашуусу, Кашгар-Нарын-Ысык-Көл-Бишкек-Джамбул жана Кашгар-Ош-Жалал-Абад-Самарканд, багытындагы комплекстүү транзиттик каттамдарын түзүү менен универсалдуу турпродуктту иштеп чыгуу аркылуу туризмдин “Автостоп” түрүн өнүктүрүү.

3-БАП.ТУРИЗМ ТАРМАГЫНДАГЫ ИНВЕСТИЦИЯЛЫ ФАКТОРЛОР ЖАНА АНЫН ТРЕНДДИК БОЖОМОЛУ

3.1.Инвестициялардын экономикалык натыйжалуулугуна таасирин тийгизүүчү факторлор жана аны баалоонун усулу

Кыргызстан, базар экономикасынын алкагында улуттук экономикасына чоң өзгөрүүлөрдү жасады. Мындан, тармактардын укуктук талаасында толук изилденбеген жагдайлар (мыйзамдын чийки жактары) катталып, инвестициялык ишмердикти жүргүзүүдө жетишсиздиктер чыга келди. Бүгүнкү инвестициялык мыйзамга назар салып көрөлү.

ЧӨИни ишке ашыруу мамилелерин жөнгө салуучу негизги нормативдик-укуктук акт катары мыйзам кызмат кылат. Бул чет өлкөлүк инвесторлор үчүн улуттук режимди белгилеп, жактардын инвестицияларын жагымдуу шартта жүзөгө ашыруу укугун берет. ЧӨИ, мамлекеттин тышкы карызды тейлөөдөгү мүмкүнчүлүгү аркылуу аныкталып жана анын кепилдиги менен келет [15]. Мунун катарында, жеке ЧӨИ үчүн туризмдеги чарбачыл субекттердин негизги курамы жеке менчиктен тургандыктан, жагымдуу шарт түзүү координацияланган мамлекеттик саясатты (маалыматтык камсыздоо, инвестициянын сервиси жана инвесторлор үчүн ыңгайлуулук) талап кылат. Ошондой эле, ЧӨИни жигердүү пайдаланууда артыкчылыктуу тармактардын жана областтардын тизмесин иштеп чыгуу менен капиталдын келүүсүн коррупциялык чөйрөдөн мамлекеттик тескөө аркылуу коргоо, калктын аманаттарын инвестициялоонун өсүшүн камсыздоо (банктардагы салымдардын кепилдик даражасын жогорулатуу) жана тездетилген амортизацияны колдонуу менен жогорку технологиялык өндүрүштүн бардык тармактарына жайылтуу зарылдыгы бар.

Андыктан, бүгүн Кыргызстандагы туристтик салымдарга таламдаш инвесторлор үчүн шарт түзүү боюнча бардык ведомстволордун ишин координациялоо талапка ылайык деп эсептейбиз. Республикада инвестициялык абалды жакшыртууга жана инвесторлорго адилеттүү, тең укуктук режимди жана КРнын экономикасына инвесторлор тарткан инвестицияларды коргоо

кепилдигин берүү аркылуу, ата мекендик жана чет өлкөлүк инвестицияларга түрткү берүүгө багытталган мамлекеттик инвестициялык саясаттын негизги принциптерин белгилей тургандыгы мыйзамда айтылат [17].

Жогорудагы маалыматтардан, туризмге ЧӨИ булактарды тартууда, мазмундуу жана өркүндөтүлгөн укуктук-нормативдик базага таянуу менен жигердүү аракеттердин негизинде, эффективдешкен жыйынтыктарга ээ болууга убакыт келди. Андыктан, инвестициялык мыйзам- бул мамлекеттин инвестициялык жагдайын аныктоочу негизги фактор жана инвесторлордун кызыкчылыктарын коргоочу укуктук документ экендиги белгилүү [14].

КРУСКнин маалыматтарына караганда (2018-ж), республикабызга 876160,4 миң АКШ долл. келип түшсө, ал сумманын болгону ресторандык жана мейманкана ишмердигине 546,1(1%) жана маданият, окуялуу дем алууга 181,1(0,02%) багытталганы абдан өкүнүчтүү.

Ал эми аймактарга бөлүштүрүүдө, аймактардын туристтик потенциалдары эске алынбагандыгы аныкталды. 3.1.- сүрөт. (Тиркеме 15) Таблицадан көрүнүп тургандай, түштүк аймактын областарына 27,1%зы гана каралган. Негизги сумма Бишкек шаарына жана Чүй областына (59,8%) каралган. Мунун себеби катары туристтик потенциалынын жогору болушу менен түшүндүрүлдү. Ал эми, Нарын жана Талас областарына инвестициялык багытта көңүл бурулган эмес.

Учурда, коомубуз бардык тармактарда, эмгекке жарамдуу адамдарга татыктуу жумуштуулукту камсыз кыла албайт (жумушсуздук 6,7%) жана жергиликтүү ресурстарды эффективдүү, сарамжал пайдалануу миссиясын көздөбөйт. Андыктан, Джон Мейнард Кейнс: “Пайыздын жана акчанын жалпы теориясы” деп аталган китебинде - “... биз жашап жаткан экономикалык коомчулуктун өзгөчө олуттуу кемчилиги болуп анын толук жумуштуулукту камсыз кыла албагандыгы, ошондой эле анын байлыкты жана кирешени өзү каалагандай акыйкаттуу эмес бөлүштүрүүсү саналат” -деп баса белгилегени реалдуу чындык [69].

Иликтөөлөрдүн жыйынтыгы, инвестициялардын келип түшүүсүнө жана экономикалык натыйжалуулугуна таасирин тийгизүүчү бир катар факторлордун бар экендигин көрсөттү. Алар төмөндөгүлөр:

- ✓ Капиталдык салымдардын натыйжалуулугун баалоодо долбоордун бардык стадияларында экономикалык натыйжаны камсыздоо талабынын каралуусу;
- ✓ Инвестициялык долбоорлордун натыйжалуулугун баалоо базар критерийлерине жана социалдык экономикалык абалга негизделишин эске алуу;
- ✓ Инвестициялардын өндүрүштүк базаны түзүүнүн, жаңы технологиялардын жана инновациялардын булагы катары дисконттолуусу, (келечектеги натыйжаларды жана сарптоолорду бүгүнкү күнгө ылайыкташтыруу) жана аныксыздыктын тобокелдерине даярдыктардын (камсыздандыруу) жолго коюлуусу;
- ✓ Инвестициялык ишмердүүлүктү ченөө, базар механизминин негизинде ишке ашкандыктан, ишкерлерге, атаандаштыкка жөндөмдүүлүк, инвестициялык жагымдуулук жана эл аралык стандарттары боюнча тынымсыз өз билимдерин өркүндөтүп туруусу;
- ✓ Инвестициялык долбоордун анализинин (жалпылоочу жана жекече көрсөткүчтөр, продукциянын бирдигине эсептелген рентабелдүүлүк, пайда, сарптоолор) системалуу жүргүзүлүүсү;
- ✓ Инвестициялар, адамдын таанып-билүүчүлүк, ишмердүүлүк, маданият, билим берүү областтарынын туруктуу өнүгүүсүндө маанилүү экендиги экономиканын секторлорун өнүктүрүү үчүн база жана көрсөткүчтөрдүн комплекси менен мүнөздөлөөрүнүн зарылдыгы;
- ✓ Инвестициялык натыйжалуулукту баалоодо, инвестициялоонун натыйжаларынын сарптоолорго болгон катышын башкача айтканда, натыйжалардын өсүүсүнөн жана сарптоолордун азаюусунан көз карандылыгын эсепке алынуусу;
- ✓ Туризм чөйрөсүндө инвестициялык натыйжаны камсыздоодо, салымдардын туристтик кызматтарды түзүүгө жумшалуусу башкача айтканда,

туристтик кызматтарды сатуу үчүн зарыл болгон бардык чыгымдардын суммасы катары кароосу;

✓ Эл аралык макулдашууларга жетишүүдө, базардын кыска жана узак мөөнөттүү аспекттеги суроо-талап менен сунуштарды тескелет. Ошондуктан мыйзамдык жана келишимдик жоболордун базар мамилелерине ийкемдүүлүгү жана мамлекеттик кийлигишүүнүн оң жана терс жактуу учурларын так аныктоо зарылдыгы;

✓ Туризмдин өнүгүүсү мейманканаларда, транспорт тармагында, коомдук тамактануу жайларында жана тейлөө областарында калкка жумуштуулук сферасын түзүп бере турган артыкчылыктарын эске алынуусу;

✓ Жалпы областтардын потенциалдуу инвестицияларды тартуу мүмкүнчүлүктөрүнүн болжолдуу эсептерин жүргүзүү;

✓ Туристтик кызматтардан, суроо-талаптардын динамикасынын өзгөрүшүнүн, жана баалардын адекваттуу эмес түшүүсүнүн (өсүүсү) көз карандылыгын уюштуруу иштеринде эске алуусу;

✓ Ишкердикти өнүктүрүүгө көрсөтүлгөн мамлекеттик колдоолордун конкурстук негизде өткөрүлүүсү, аймактардагы туристтик ишмердүүлүктү республика боюнча туризмди өнүктүрүүнүн жалпы стратегиясы менен координациялоонун объективдүү зарылдыгына багыталышы жана башкаруу аркылуу, колдоого кеткен чыгымдардын ортосундагы айырманы аныктоого дайыма мүмкүнчүлүктөрдүн болуусу;

✓ Туристтик ишмердик, мамлекеттин кубаты жана аброю. Ички жана эл аралык базар мамилелерден жана туристтик объекттердин атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүнөн көз карандылыгын стратегиялык пландарга камтылуусу;

✓ Мамлекеттик тескөө ар бир аймактын туристтик жана инвестициялык потенциалына карата иштелип чыгуусу жана колдоо максатында түзүлгөн мамлекеттик программа тармактын бардык түрлөрүнө тиешелүү болуусу;

Жогоруда аталган факторлор, ар бир инвестициялык процесстердин аткарылуусунда эске алынуусу жана практикаланышы, инвесторлордун

ишенимин дагы да арттырат жана мамлекеттин бюджеттик саясатында салмактуу орунга ээ болмок.

Туристтик бизнестен пайда табууда бизнес өкүлдөрүнүн пикирине караганда, эң жогору пайда табуу жолу катары кымбат баалуу туристтик объекттерди куруу эсептелет. Бирок, бул ойду улуттук менталитети, жаш курагы, материалдык мүмкүнчүлүктөрү, кызыкчылыктары ж.б. менен айырмаланган туристтерди жайгаштырууга ылайыктуу салыштырмалуу арзан, жөнөкөй объекттерди камтыган конструктивдик-курулуш параметрлери, иштөө технологиясы жана жергиликтүү калктын кызыкчылыктары өзгөртүп жиберди. Андыктан кирешелүүлүктү багындырууну максат кылган ишкерлер, алгач аз чыгым жумшоонун жолдорун изилдөө менен ишти пландуу баштоосу туура болот деп баса белгилейбиз.

Туризмдин кирешесин аныктоо биздин диссертациядагы максатыбыздын негизги пункттарынын бири. Ага анализ берүүдө 2013-2023-жылдардын аралыгын изилдөөнүн жыйынтыгын карап көрөлү. Жогоруда инвестициялык салымдарга өзүнүн таасирин оң тийгизген факторлорду санап өттүк. Алар, туризмдин кирешүүлүгүнө таасирин тийгизген бир катар факторлорду жана алардан турфирмалардын, турагенттиктердин жана туроператорлордун пайда табуусунун көз каранды экендигин аныктап берди.

Аларды анализдөөдө, алгач корреляциялык-регрессиялык методдун негизинде регрессиялык теңдемесин түзүп, эсептөөлөр жүргүзүлдү.

Теңдеме:

1) Бир факторлуу көрсөткүч болсо -

$$y = a + b \cdot x$$

2) Эки же андан көп болсо –

$$y = a + b \cdot x_1 + c \cdot x_2 + \dots x_n$$

Учурда, киреше натыйжалуу көрсөткүч болгондуктан эс алуу жайларынан жана туристтердин санынан көз каранды. Ал эми туристтердин жана эс алуу объектилердин саны натыйжалык көрсөткүчкө таасир этүүчү

фактордук көрсөткүч болуп саналат (y). Фактордук көрсөткүч болгон туристтик эс алуу жайларынын санын x_1 , келген туристтердин санын x_2 менен белгилеп алабыз.

Мында эки фактордук көрсөткүч бар. Андыктан төмөнкү корреляциялык модельди колдонобуз.

$$y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + \dots x_n$$

Мында: a – киреше; x_1 - туристтик эс алуу жайларынын саны; x_2 - келген туристтердин саны; b_1 – найтыжалуу көрсөткүчтүү өзгөртүүгө катышпаган туруктуу чоңдук; b_1 жана b_2 – теңдеменин параметрлери.

3.1- таблица Мындай учурда төмөндөгүдөй түрдө болот.

№	y	x ₁	x ₂
1	18,3	11	27,973
2	14,5	12	22,211
3	20,9	11	13,831
4	16,2	10	17,948
5	20,8	12	16,752

(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү)

Корреляциялык-регрессиялык теңдеменин параметрлери a , b , жана c коэффициенттерин төмөндөгүдөй теңдемелер системасы менен эсептейбиз:

$$\begin{cases} \sum y = na + b_1 \sum x_1 + b_2 \sum x_2 \\ \sum yx_1 = a \sum x_1 + b_1 \sum x_1^2 + b_2 \sum x_1x_2 \\ \sum yx_2 = a \sum x_2 + b_1 \sum x_1x_2 + b_2 \sum x_2^2 \end{cases}$$

Бул теңдемелер системасын чыгаруу үчүн таблицада тиешелүү эсептерди жүргүзүп алышыбыз керек болот. 3.2-таблица.

3.2-таблица. Теңдемелер системасын чыгаруу

№	y	x ₁	x ₂	x ₂ x ₂	x ₁ x ₁	yx ₁	yx ₂	x ₁ x ₂
1	18,3	11	27,973	782,489	121	201,3	511,906	307,7
2	14,5	12	22,211	493,329	144	174	322,06	266,53
3	20,9	11	13,831	191,297	121	229,9	289,068	152,14
4	16,2	10	17,948	322,131	100	162	290,758	179,48
5	20,8	12	16,752	280,630	144	249,6	348,442	201,02
Жалпысы	90,7	56	98,715	2069,874	630	1016,8	1762,23	1106,9
Орточо мааниси	18,14	-	-	-	-	203,36	352,447	221,38

(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү)

Таблицадагы эсепти жүргүзүп алганыбыздан кийин теңдемелер системасына керектүү көрсөткүчтөрдү коюп, теңдемелер системасын түзүп чыгабыз:

$$\begin{cases} 90,7 = 5a + 56b_1 + 98,715b_2 \\ 1016,8 = 56a + 630b_1 + 1106,9b_2 \\ 1762,23 = 98,715a + 1106,9b_1 + 2069,874b_2 \end{cases}$$

Бул теңдемелер системасынын жыйынтыктары төмөндөкүдөй болду:

$$a = 17,82; b_1 = 0,45; b_2 = -0,24;$$

Корреляциялык-регрессиялык теңдемелердин параметрлерин таап алганыбыздан кийин аны түзүп чыгабыз. Ал төмөндөгүдөй түргө ээ болот:

$$y = 17,82 + 0,45x_1 - 0,24x_2$$

Ушул модельдеги x_1 жана x_2 маанилерин эсептөөнүн жыйынтыгы:

$$2013\text{-жыл үчүн: } y = 17,82 + 0,45 \times 11 - 0,24 \times 27,973 = 16,1 \text{ млн. сом;}$$

$$2014\text{-жыл үчүн: } y = 17,82 + 0,45 \times 12 - 0,24 \times 22,211 = 17,9 \text{ млн. сом;}$$

$$2015\text{-жыл үчүн: } y = 17,82 + 0,45 \times 11 - 0,24 \times 13,831 = 19,5 \text{ млн. сом;}$$

$$2016\text{-жыл үчүн: } y = 17,82 + 0,45 \times 10 - 0,24 \times 17,948 = 18,0 \text{ млн. сом;}$$

$$2017\text{-жыл үчүн: } y = 17,82 + 0,45 \times 12 - 0,24 \times 16,752 = 19,2 \text{ млн. сом.}$$

Жогорудагы корреляциялык методдун негизинде жүргүзүлгөн анализде 2014-жылы кирешенин көлөмүн 14,5 млн. сомдун ордуна орточо эсеп менен 17,9 млн. сомго чейин алганга мүмкүн экендигин көрсөк болот. Ал эми 2016-

жылы 16,2 млн. сомдун ордуна орточо эсеп менен 18,0 млн. сомго чейин киреше алганга мүмкүн болгону байкалып турат.

Демек жогорудагы көрсөтүлгөн жылдары колдогу ресурстар толугу менен колдонулбай калганын билсек болот. 3.3- таблица.

3.3-таблица. Туристтик ресурстарды колдонуунун динамикасы

Жылдардын катар номери (x)	Жылдар	Киреше, млн. сом (y)
1	2013	18,3
2	2014	14,5
3	2015	20,9
4	2016	16,2
5	2017	20,8
Жалпы		90,7

(Булагы: Автор тарабынан иштелди.)

Ал эми келечектеги жылдарга туристтик кирешенин болжолун жүргүзүүдө корреляциянын *тренддик моделин* түзүп алабыз. Учурда тренддик модель сызыктуу функциялык модельден туруп, төмөндөгүдөй түргө ээ болот:

$$y=0,67x+16,13.$$

Алдыдагы, 2018-2019-2020-2023-жж. болжолу төмөндөгүдөй түрдө болот:

- 1) 2018-жыл үчүн: $y=0,67 \times 6+16,13=20,32$ млн. сом
- 2) 2019-жыл үчүн: $y=0,67 \times 7+16,13=20,82$ млн. сом
- 3) 2020-жыл үчүн: $y=0,67 \times 8+16,13=21,49$ млн. сом
- 4) 2021-жыл үчүн: $y=0,67 \times 9+16,13=22,16$ млн. сом
- 5) 2022-жыл үчүн: $y=0,67 \times 10+16,13=22,83$ млн. сом
- 6) 2023-жыл үчүн: $y=0,67 \times 11+16,13=23,5$ млн. сом

Болжолдуу эсептөөлөр көрсөтүп тургандай 2018-жылы 2017-жылга караганда кирешенин көлөмү бир аз төмөнүрөөк болорун көрсөк болот, башкача айтканда 2018-жылы 20,32 млн. сомду түзүшү күтүлүп, 2017-жылга караганда 0,48 млн. сомго төмөн болушу мүмкүн. 2019-жылы бул көрсөткүч дээрлик 2017-жылдагы көрсөткүчтүн деңгээлине барабар болору прогноздук

эсептөөлөрдөн байкалып турат. 2020-жылы кирешенин көрсөткүчү 21,49 млн. сомду түзөөрү күтүлүп, 2017-жылга салыштырганда 0,69 млн. сомго көп болот.

Ал эми 2023-жылы кирешенин көлөмү 23,5 млн.сомду түзүп, 2019-жылга караганда 2,68 млн. сомго өсөөрү божомолдонууда 3.4-таблица.

3.4-таблица. Туризмден келип түшүүчү кирешелердин динамикасы

Жж катар номери (x)	Жылдар	Киреше, млн. сом (y)
1	2013	18,3
2	2014	14,5
3	2015	20,9
4	2016	16,2
5	2017	20,8
6	2018	20,32
7	2019	20,82
8	2020	21,49
9	2021	22,16
10	2022	22,83
11	2023	23,5
Жалпы		221,82

(Булагы: Автор тарабынан иштелип чыкты).

Ал эми Ош областы боюнча 2013-2018-жылдар аралыгындагы туризмден түшкөн кирешени изилдеген маалыматтар (туристтик ишканалар жана келген туристтердин саны) 3.5-таблицада берилди.

3.5-таблица. Ош областынын туризмден түшкөн кирешеси (2013-2018-жж.).

Жылдар	Киреше, млн. сом	Туризм ишканалары, эс алуу мекеме.саны бирдик	Туристтердин саны, (миң адам)
2013	18,3	11	27,973
2014	14,5	12	22,211
2015	20,9	11	13,831
2016	16,2	10	17,948
2017	20,8	12	16,752
2018	21,00	12	18,200
2019	22,5	12	22,000

Булагы: [154,45].

Таблицадагы маалыматтарда, келген туристтердин санынын төмөндөгөнү көрүнүп турат Анын негизги себеби катары, начар инфраструктура, туристтерге

болгон тейлөөнүн төмөндүгү жана жакыр маданият деп түшүндүрүлдү. Ал эми ишканалардын санына келсек, 2014-17-19-жылдары ишканалардын санында туруктуулук сакталса, калган жылдарда өзгөрүүлөр менен коштолуп турган. Пайданын келип түшүүсүнө назар салсак, акыркы жети жыл ичинде пайданын 22,9%га жогорулаганы көрүнүп турат. Буга таасир берүүчү факторлор катары, туристтердин түнөөгө көп калып жаткандыгы иликтөөлөрдө белгилүү болду.

Туристтик ишканалардын кызмат көрсөтүү менен пайда тапкысы келгени бул табигый көрүнүш. Инвестициялык фонддор да, пайданын чоңдугу туристтик ишмердүүлүктөн түшкөн кирешенин өсүүсүнө жана ага кеткен чыгашанын азаюусуна тилектеш болуу менен карызга алынган инвестициялык ресурстарды жаап гана калбастан, туристтик фирмага салынган каражаттардан туристтик кызматтарды сатуунун эсебинен пайда табуусу талапка ылайыктуу.

Мында бизнестин эрежеси катары эң чоң кызыкчылык- пайда табуу. Бул табигый көрүнүш, себеби ишмердүүлүктүн бул чөйрөсү – спецификалуу, эки тараптуу келишимди гана талап кылат. Туристтик объектилердин ижарага берилүүсү ишкердиктин формаларынын бири жана алубактылуу иjarалык мамилелерди камтыйт. Ал тараптардын бири каалаган учурда мамилени үзүүсү мүмкүн, бул ишкердиктин солгундашына алып келет. Иjarалык мамилелерде туристтик базалардагы негизги фонддорду, курчап турган чөйрөнү аёосуз иштетет жана эч кандай жаңылануу иштерин жүргүзбөйт. Мындан сырткары, долбоорду ишке ашырууда катталган жетишсиз жактар бар. Ал кемчиликтердин катарына төмөндөгүлөр кирет:

- ✓ Натыйжалуулук көрсөткүчүн практикада колдонуунун спецификалуу шарттары жана өзгөчөлүктөрү так көрсөтүлбөйт;
- ✓ Долбоорлордун натыйжалуулугун баалоодо салыктар эсептелбейт;
- ✓ Инвестициялык долбоордун оптималдуу мөөнөтүн аныктоо усулу жок;
- ✓ Спецификалуу эмес инвестициялык тобокелдерди эсепке алуу жолдору боюнча сунуштардын жок;
- ✓ Альтернативдүү долбоорлордун мыктысын тандоонун механизми жок.

Бирок, мындай кемчиликтерге карабастан, инвестицияларды тартуу үчүн

каржылык кубаттуулукка ээ болгон компаниялар менен өнөктөш болуу, туристтик объекттердин стратегиялык пландарын түзүү жана ресурстук камсыздоо ж.б. багытындагы долбоорлорду ишканалар иштеп чыгат

Биздин оюбузча, инновациялык долбоор-бул инновацияларды жаратуудан баштап, жүзөгө ашырууну (илимий изилдөөдөн баштап алган жыйынтыкты практикада колдонгонго чейин) камтыган процесс. Ага мисал катары, инвестициялык долбоордун экономикалык натыйжалуулугун камсыз кылуу боюнча маселе пайданын өлчөмүнүн тармактык нормага дал келүүсүн аныктоого, өзүн актоо мөөнөтүн эсептеп чыгууга, долбоордун учурдагы наркын баалоого, инвестициялык ишмердүүлүктүн пайданын ички нормасына ылайык келүүсүн аныктоого алып келет. Иштелип чыккан усулду инвестициялоонун бардык учурларына колдонууга болот. 3.1-сүрөт. (Тиркеме 16)

Сүрөттөн көрүнүп тургандай, инвестициялык долбоорду эки категория боюнча баалоонун жыйынтыгында маселенин стандарттык чечимин камсыз кылууга болот. Инвесторлорго сунушталуучу долбоордун туристтик тармакты өнүктүрүүнүн жалпы стратегиялык максатына багытталуусу үчүн квалификациялуу жана ишке жөндөмдүү “башкаруучулук команданын” бар экендигинен кабардар болуу зарыл.

Бирок, учурдагы инвесторлор менен иштөө тажрыйбасынын ачык эместиги, демилгелүүлүктүн жана ишкердик сунуштардын айтылып эле калып жаткандыгы инвестицияларды тартууда коррупциялашкан схемалардан улам инвестициялык натыйжалуулуктун деңгээли төмөн болууда. Ага карабастан коомдун тынымсыз өнүгүүсү, инвестициялык ресурстардын багыттуулугун аныктоодо кыйынчылыкты жаратып келет. Айталы, туризм тармагында бир катар учурларды аныктоо кыйын.

Биринчиден, экономикалык чөйрөгө тиешелүү, себеби көрсөтүлгөн туристтик кызматтар пайда алып келет жана тармакта аткарылып жаткан экономикалык ишмердүүлүктүн негизинде мамлекеттик бюджетти толуктоочу булактарынын бири болуп саналат.

Экинчиден, туристтик кызматтар туристтердин эс алуусун камсыз кылууга, дүйнө таанымды жогорулатууга жана интеллектуалдык деңгээлди көтөрүүгө багытталып, социалдык өнүгүүнүн предметин түзөт.

Чет өлкө тажрыйбаларына таянууда, туризмдин өнүгүүсүнө түз эле тоскоолдукту жаратып жаткан салык саясатын өркүндөтүү зарыл. Бирок туристтик ишмердүүлүк капиталдык салымдардын өзүн актоо мөөнөтүнүн салыштырмалуу узакка созулуусу менен тобокелдүү экендигине карабастан, көптөгөн өлкөлөрдө туризм пайдалуу ишмердүүлүк жана каражаттар өзүн актайт деп эсептеше турганына күбө болдук.

Жыйынтыгында, туристтик кызматтардын таасир этүү чектерин аныктоо кыйынга турат. Андыктан, инвестициялык ресурстарга карата аларды пайдалануунун натыйжалуулугу, натыйжалардын сарптоолорго болгон катышы катары төмөнкү формула боюнча ченелүүсү керек:

$$\text{Э} = \frac{\text{P}}{\text{З}}$$

мында: P—инвестициялык ишмердүүлүктүн натыйжасы;

З—натыйжаны шарттаган сарптоолор.

Натыйжалуулуктун келтирилген ушул формуласы экономиканын бардык тармагындагы ишмердүүлүктү баалоо үчүн колдонууга жарамдуу.

Алсак, Арсланбап паркына 2017-жылы сезонго карата 200,000 сомдук жаңы жабдуулар сатылып алынган. 2019-жылдын жыйынтыгында, жаны келген жабдыктардын тейлөөсүнөн келип (кардарлардын саны жогорулаган) түшкөн сумма жалпы 550,000 сомго жеткен. Мындан алынган жабдыктардын жумушун баалоо, башкача айтканда 2 жыл ичинде 200,000 сом канчалык деңгээлде эффективдүү иштеп берди?. Аны эсептеп чыгууда, 2 жылдын ичинде келип түшкөн сумманы (экономикалык натыйжаны), сатып алууга жумшалган сумага бөлүп алуу жетиштүү.

Андыктан: $550,000/200,000=2,75$.

Мындан салымдардын эффективдүүлүгү 2,75 түздү.

Биздин оюбузча, туристтик ишмердүүлүктө инвестиция тартууда, инвестициялардын көлөмү менен туризмдин экономикалык көрсөткүчтөрүнүн жана инвестициялардын көлөмү менен сырткы туристтик ишмердүүлүктүн натыйжаларынын ортосундагы шайкештикти изилдөө менен мүнөздөлөт. Мындай изилдөө төмөндөгү аргументтерге негизделген.

Биринчи аргумент, туристтик ишмердүүлүктүн өнүгүүсү, бар потенциалды пайдалануунун белгилүү бир чегине ээ. Алсак, Ысык-Көл областынын туристтик базалары, 1 миллиондон ашык эс алуучуларды кабыл ала албайт. Себеби экологияга, көлдүн санитардык абалына зыян келтирүүсү жана азык-түлүк менен камсыздоодо чыңалууну жаратат.

Ал эми, Жалал-Абад курортуна 400дөн ашуун эс алуучуну кабыл алууга мүмкүндүгү жетпейт. Анын себеби катары жайгаштыруучу койкалардын санынын жетишсиздиги, азык түлүктүн тартыштыгы жанарекреациялык дарылоочу процедураларда чыңалууну пайда кылуусу эсептелет. Анткени, жаңы имараттар салууга, корпустардын эскилигин оңдоого жана материалдык-техникалык базаны чыңдоого акыркы 5жыл ичинде инвестициялардын тартылбагандыгы эсептелет. 2016-жылы корпустарды ремонттоо бассейнди ишке киргизүү, туз шахтасын ачуу, массаж роботторун жайгаштыруу ж.б. иштерин жүргүзүү курорттун өздүк каражаттарынын эсебинен жүргүзүлгөн. Бирок бул иш-аракеттер санаторийдеги эс алууга келген чет өлкөлүк жана жергиликтүү эс алуучулардын дем алууга жана дарылануудагы кезек күтүү маселесин чечип бере алган жок.

Экинчи аргумент-бул инвестициялык ишмердүүлүктү жүргүзүүгө ыйгарым укуктуу болгон мамлекеттик органдардын жүргүзгөн саясаты. Кыргызстанда туризмге инвестицияларды иштетүүдөгү абалы кубандырбайт. Мамлекеттик тескөө, туризм тармагынын натыйжалуу иштөөсүнө багытталган иш-чараларды колдоосу зарыл. Бүткүл дүйнөлүк туристтик уюмдун маалыматтарына ылайык, акыркы жылда саякаттагандардын саны 4,5%га, ал эми туристтик кызматтарды сатуудан түшкөн кирешелер—6,8%га көбөйгөн.

Мындай темп, адистердин ою боюнча, туризм келечекте биринчи орунга чыгуусу мүмкүн экендиги белгилешет [63].

Үчүнчү аргумент-туристтик ишмердүүлүктүн республикалык масштабда жана бардык аймактардагы туризм областында коррупциялык схемаларды кеңири жолуктурууга болот. Андыктан областарга тартылган инвестициялар экономикалык тармактардын башка багытына агылып кетүүдө. Мындай көрүнүштөр менчик компаниялар тарабынан көрсөтүлгөн туристтик кызматтарды көзөмөлдөөнүн жоктугунан да болуусу мүмкүн. Алсак, “Дүйнөлүк көчмөндөр оюну” өткөрүүдө, келген туристтердин саны турсоператорлордун айтуусу боюнча төмөндөп кеткендиги белгиленет. Бул туура эмес маалымат.

Мындан, туристтерге транспорттук, тамактануу кызматтарын көрсөткөн, бирок официалдуу статистикадан сыртта калып жатышкан, легалдуу эмес жеке ишкерлердин көрсөткөн кызматтарынын эсепке кирбей калып жаткандыгы ачык болду.

Пакистан, Кытай жана Индия мамлекеттеринен окууга жана иштөөгө келип жаткан жаштар, легалдуу эмес туристтердин катарын пайда кылууда. Анткени, алар дем алууга тайпалык эс алууну тандашат. Бирок салыктын бир түрүн да төлөшпөйт. Мындай ишмердүүлүктөн мамлекеттик бюджетке эч кандай пайда түшпөйт жана көзгө көрүнбөгөн экономика, ИДПнын 37% түзүп турат.

Кийинки сөз, түштүктөгү туристтер үчүн белгилүү туристтик объект болгон, Ош областынын Ноокат районундагы “Абшыр-Ата” туристтик базасы тууралуу болсун. База, жергиликтүү калкты сезондуу жумуш менен камсыздайт. Андагы тамактануу блоктору жана жатаканалары санитардык ченемдер сакталбаган түрдө 19-кылымдын стилин камтып дааратканалардын жол бойлото курулгандыгы, эч кандай коопсуздук эрежелеринин сакталбагандыгы жана таштандылардын бардык жерде жаткандыгы ж.б. туристтердин нааразылыгын жаратат жана алардын келүү агымына терс таасирин тийгизет.

Ал эми, Сары-Челек жана Кара-Шоро туристтик базаларында да ушуга окшош эле абал. Изилдөөлөрүбүз көрсөткөндөй, көптөгөн туристтик базалардын канааттандыраарлык эмес абалынын негизги себеби-бул эгемендүүлүк жылдарындагы массалык менчиктештирүүдө ээлик кылгандар тарабынан, объекттерди өнүктүрүү боюнча туризм тармагындагы маркетинг, менеджмент билиминин аксап тургандыгы, туристтик кызматтарга болгон суроо-талаптар менен сунуштардын иликтенбегендиги жана базаларды ижарага берүү менен чектелгендиги болуп эсептелет.

Жыйынтыгында, Кыргызстандын бүткүл аймактары үчүн инвестициялардын аймактык натыйжалуулугун эсептеп чыгууга, аймактардагы объекттердин натыйжалуулукка жетишүү рейтингин иштеп чыгуу менен туризмди өнүктүрүүгө потенциалдуу мүмкүнчүлүктөрү бар аймактарга объективдүү колдоо көрсөтүүсү менен бүгүнкү күндө, мамлекеттик тескөө тарабынан туризмдин натыйжалуу иштөөсүнө багытталган төмөндөгү иш-чараларды системалуу уюштуруусу зарыл.

- Мейманкана, транспорттук тейлөө, жол курулушу, сувенирлерди ж.б. жана тармак үчүн атайын адистерди даярдоо жана кайра даярдоо;
- Мамлекет тарабынан туристтик ишмердүүлүктүн формасына карабастан, көз карандысыз түрдө координациялоо жолу менен таасир берүүсү аркылуу баалардын чектен чыгып кетүүсүнө тоскоолдуктарды жаратуу;
- Туристтик чөйрө үчүн адистерди даярдоо аркылуу интеграциялануу мейкиндигине чыгуу зарылдыгы бар;
- Туристтик базардын спецификасын, материалдык эмес кызматка алдын ала акча төлөө менен анын негизинде пайда алуу;
- Туристтик тармактын негиздерин: туристтик ишти уюштуруу, тейлөөнү жакшыртуу, материалдык-техникалык базаны жаңылоо, туристтерди тартуу, рекламалык ишмердүүлүк ж.б. билимди талап кылган чөйрө түзүү.

Ишкерлер, жеке жактарга берилүүчү насыялык ресурстардын пайыздарынын жогору экендигинен пайдалануу мүмкүн эместигин айтып

келишет. Анткени, Кыргыз-Орус фонду тарабынан туристтик тармакты өнүктүрүүгө кредиттик линия каралган. Орто чакан ишканаларга 5%дык кредиттер каралып, 5 жылга берилет жана анын ичинде 1 жылдык салык каникулу бар. Эгер ишкер туристтик чөйрөдө бизнес ачуу боюнча түз фондго кайрылса анда 4% дан 7%га чейин берилет. Бирок бул маалыматтардын коомго жетишсиздиги ишкерлерди тынсыздандырбай койбойт.

Экономиканын башка секторлорунда бюджеттик каражаттарды ишкердикти өнүктүрүү үчүн бөлүштүрүү тиешелүү бийлик түзүмдөрүнүн кароосу менен чечилет. Учурда, өркүндөтүүгө муктаж болгон чөйрөнүн бири катары туризм болгондуктан, туризм өндүрүштүк ишмердүүлүк, анда туристтик кызматтар өндүрүлүп сатылат, ал эми маданият–бул көбүрөөк руханий чөйрө экендигин эске алуу зарыл.

Бүгүнкү күндө мамлекеттик тескөө, биздин оюбузча, маселелердин төмөнкү үч блогун боюнча иштөөсү керек:

1. Республиканын, областтардын жана райондордун деңгээлиндеги маалыматтык кызматтын ишин уюштуруу жана ал аркылуу ишкерлерди жана потенциалдуу туристтерди базар конъюнктурасы, туризмге болгон суроо-талап, жолдомолорду сатып алуу маселелери жөнүндөгү маалыматтарды интернет порталдары аркылуу жеткиликтүүлүгүнө жетишүү;
2. Мамлекеттик стандартташтырууну өркүндөтүү, Кыргызстандын стандарттарын дүйнөлүк стандарттардын талаптарына ылайыкташтыруу боюнча иштерди жүргүзүү;
3. Ишкердикти өнүктүрүү жана анын тескөөдөгү аймактык саясат, экономикалык мамилелердин (менчик, каржылык- насыялык, салыктык- бюджеттик тутумду, уюштуруучулук-башкаруучулук ж.б.) чөйрөсүнө байланыштуу республикалык органдар менен жергиликтүү өзүн- өзү башкаруу органдардын өз ара аракеттенүүсүнүн жалпы принциптерин иштеп чыгуу.

3.2. Туризм тармагындагы инвестициянын ролу жана аны өнүктүрүүнүн трендик божомолу

Мамлекеттин өнүгүү стратегиясында туристик ишмердүүлүктү өнүктүрүү боюнча, тармакка инвестицияны тартуу жана аларды эффективдүү пайдаланууга көңүл буруу чоң мааниге ээ. Стратегиялык пландарда туризмди өнүктүрүү үчүн инвестиция тартуу, мамлекеттик саясатты ишке ашыруу жана конкреттүү багыттарды ресурстар менен камсыз кылуу талап кылынат. Бирок мында каржылык мамилелерди түзүү жана каржылык маселелерди чечүү жагы мамлекетке жүктөлүп калгандыгы туура эмес. Мында, мамлекет, бүтүндөй өлкөдөгү туристтик ишмердүүлүктүн заманбап тенденцияларын объективдүү талдап болжолдуу варианттарга басым жасоо менен регулятор кызматын аткаруусу зарыл. Мындай иш-аракеттердин натыйжалуулугу катары, туристтик ишканалардын комплекстүү иш алып баруусун көзөмөлгө алуу менен коррупциялык схемаларды жок кылууга шарттар түзөт жана инвестициялык процесстерди эффективдүү ишке ашырат.

Инвестиция бул- пайда табуу максатында акча же материалдык түрдөгү каржылануучу территориялар, өндүрүштөр жана тармактар арасындагы иш жүзүнө ашуучу экономикалык категория. Мындан сырткары, ар түрдүү тармактарда, территорияларда жана ишкердиктин түрлөрүндө да инвестиция өзүнүн конкреттүү түзүмүн көрсөтө алат. Алсак, КРнын «Инвестиция жөнүндө» мыйзамында, инвестициялар жеке ишкердин же юридикалык жактардын фиксирленген (белгиленген) активдери катары каралат [11].

Туристтик ишмердүүлүктө, инвестиция өнүгүүнүн бир түрү катары каралып ага белгилүү бир мөөнөткө акча каражаттарынын пайда алып келүүсүн түшүндүрөт. Инвестициялык ишмердүүлүк- акчалай эквиваленттерге кирбеген узак мөөнөттүү активдерди жана ивестицияларды сатып алуу жана сатуу, жабылуучу насыяларды берүү жана алуу менен байланышкан иш-аракет.

Мындай каржылоону ишкердиктин туризм түрүнөн карап көрөлү. Бул тармак, өндүрүштөн, эл чарбасынан жана курулуштан, өзүнүн чыгарган

продукциясы менен айырмаланып турат. Аталган тармакта инвестициянын түрлөрү төмөндөгүлөр болуп эсептелет:

1. Аргасыздан берилүүчү;
2. Эффективдүүлүктү жогорулатуучу;
3. Өндүрүштү кеңейтүүчү;
4. Изилдөө-инновациялык иш–аракеттерге тартылган инвестиция;

Бул инвестициянын түрлөрүн туристтик тармактагы чарбачыл субъектердин жана жеке жана мамлекеттик ишканалардын инвестициялык стратегиясына карата 2ге бөлүп кароого болот.

1. Активдүү инвестициялар-жаңы технологиялардын жардамы менен конкуренттерди жеңүү жөндөмүнүн жана алган пайдасынын деңгээлинин мурдагы жылдын көрсөткүчтөрүнө салыштырмалуу жогорулоосу, суроо-талап жогору болгон товарларды чыгарууну уюштуруу, жаңы базарларды багындыруу жана конкуренцияны жаратып жаткан фирмаларды жеңип чыгуу максатында тартылат.

2. Пассивдүү инвестициялар-ишкананын моралдык жактан эскирген жабдыктарды алмаштыруу, жумушка жаңы келген кызматкерди окутуу, туристтик тейлөөнүн жаңы формаларын жайылтуу ж.б. максатында жумшалат.

Инвестицияларды башкаруунун өзгөчө маанилүү этаптары же элементтерин камтыган башкаруу чечимдерин кабыл алуунун схемасы төмөндөгүлөрдөн турат. 3.2-сүрөт

3.2-сүрөт. Инвестицияларды башкаруунун схемасы



(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү.)

Сүрөттө, экономикалык тармакка тартылган инвестицияларды башкаруу механизми бир нече этаптардан туруп, алардын ар бири жалпы башкарууга багытталып, инвестициялардын натыйжалуулугун өркүндөтүүгө жана аны жогорулатууга таасир берүүчү мааниге ээ экендиги белгилүү болду.

Демек, башкаруу процесси жалпысынан алганда, башкаруунун концепциялары, теориялары, принциптери, жолдору жана формалары сыяктуу билимдердин тутуму, адамдардын башкарууну ар түрдүү жагдайларда натыйжалуу колдонуу жөндөмдүүлүгү, экономикалык объекттерге күтүлгөн натыйжаларга жетүү максатында ишке ашырылуучу максаттуу багытталган маалыматтык таасир берүү катары мүнөздөлүүсү мүмкүн.

Андыктан инвестициялык иш-аракеттерде, ички жана сырткы каржы булактарын аныктап чыгуу жана ички каржы булактарын түзгөн каражаттардын жетишпестиги жаралса, сырткы каржы булактарын колдонуп, жумушту аткарууда бир максатты көздөөсү талапка ылайыктуу. Мындай аракеттер аркылуу, инвестициялык ресурстарды натыйжасыз пайдалануунун, сарптоодогу айкынсыздыктын, максатсыз иштетүүнүн жана тараптардын жоопкерчиликке тартылбагандыгы сыяктуу терс көрүнүштөрдүн алдын алууга болот.

Эми туризм чөйрөсүндөгү негизги капиталга инвестициялардын көлөмү боюнча статистикалык маалыматтарды тереңирээк анализдеп көрөлү. Туризм багытына тартылган каражаттардын көлөмүнүн өзгөрүү тенденциясын аныктоого жана анын негизинде келечекке карата кыска же орто мезгилдүү убакыттарга алардын көлөмү боюнча прогноз-божомолдоо жүргүзүүгө мүмкүнчүлүк берет [150]. 3.6-таблица.

3.6-таблица. Туризм чөйрөсүндөгү негизги капиталга инвестициялардын көлөмү, млн. сом, (2006-2017–жж.).

№ п/п	жылы	Туризм чөйрөсүндөгү негизги капиталга инвестициялар, млн. сом	№ п/п	жылы	Туризм чөйрөсүндөгү негизги капиталга инвестициялар, млн. сом
1	2006	2216,4	7	2012	8472,7
2	2007	3627,1	8	2013	8771,7
3	2008	3989,7	9	2014	10635,3

4	2009	6165,7	10	2015	13812,0
5	2010	6951,7	11	2016	17452,6
6	2011	10004,2	12	2017*	22795,1

Булагы: КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” (2006-2010 жж., 2008-2012 жж., 2015-2019.жж. Бишкек-2020

Статистикалык маалыматтардын негизинде акыркы 12 жыл ичинде туризм чөйрөсүндөгү негизги капиталга инвестициялардын көлөмү негизинен өсүү тенденциясына ээ экендигин белгилөөгө болот (2011- жылдагы өзгөчөлүктү эске албаганда). 2008-2017-жылдар арасында бул көрсөткүч 5,71 эсе өскөн, ал эми акыркы 2013-2017- жылдарда б.а. акыркы 5 жылда инвестициялардын көлөмү 2,6 эсеге же 260% ке көбөйгөн. Акыркы 5 жыл ичинде негизги капиталга инвестициялардын көлөмүнүн өсүндү темпин да анализдеп көрүүгө болот. Бул көрсөткүчтөр ар бир мурунку жылга карата 2013-жылы 3,53%; 2014-жылы 21,2%; 2015-жылы 29,9%; 2016-жылы 26,4%; 2017-жылы 30,6 % ти түздү. Жылдык орточо көрсөткүч 22,3% тен ашыгыраак. Бул өсүү темптеринин 2014-жылдан баштап өтө жогору экендигин белгилеп кетебиз.

Бул көрсөткүчтөрдүн өтө жогору болушу менен бирге акыркы 10-12-жыл ичинде негизги капиталга инвестициялардын көлөмүнүн өсүү тенденциясын аныктап, жакынкы мезгилдерге карата бул чоңдуктардын божомолдук маанилерин сунуштоого болот. Мындай экономикалык кубулуштардын параметрлерин алдын ала көрө билүү жана келечектеги тенденцияларды анализдеп тааный билүү бул процесстерди башкаруу багытында алгылыктуу сунуштарды даярдоого негиз болот.

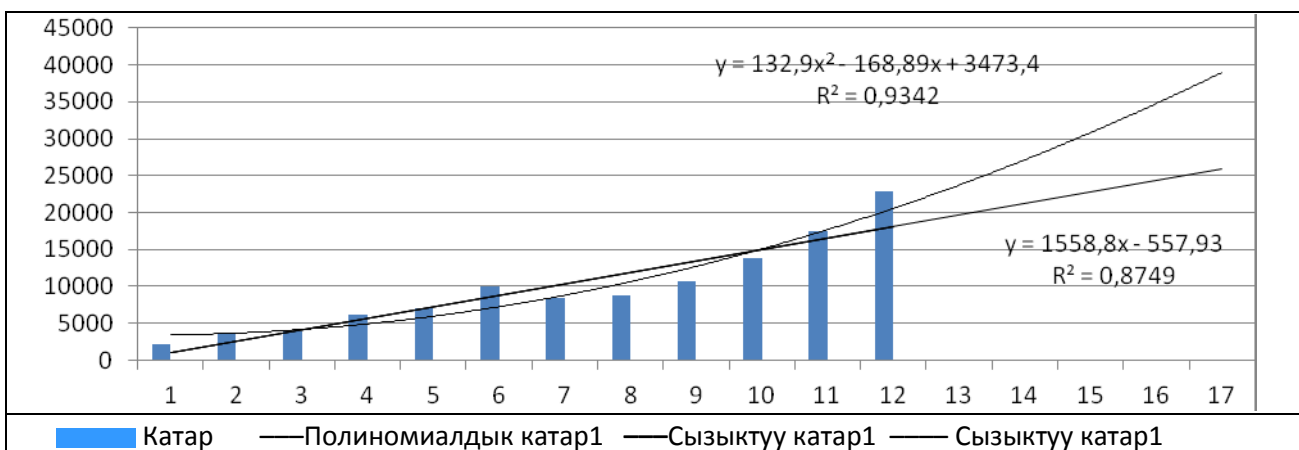
Адегенде жогорку таблицада берилген маанилерди убакыт боюнча динамикалык катар карап координаталык ХОУ тегиздигинде таблицалык маанилерди пайдаланып негизги капиталга инвестициялардын көлөмүнүн гистограммасы же (x_i, y_i) чекиттери катары жайгаштырабыз, мында x_i огунда жылдарды, ал эми y_i инвестициялардын көлөмүнүн көрсөтөт.

Бул маанилердин негизинде (x_i, y_i) чекиттери аркылуу өтүүчү ар түрдүү тренддерди же моделдик ийри сызыктарды жүргүзөбүз. Берилген 12 жылдык

(2006-2017) мөөнөт ичиндеги мезгилде бул маанилерди эң эле жакшы аппроксимациялаган ийри сызык - тренд катары сызыктуу функцияны же экинчи тартиптеги полиномдук көп мүчөнү алууга мүмкүн экендигин аныктайбыз. Графиктен көрүнүп тургандай каралуучу мезгилдин сыртында же жакынкы келечек мезгилдерге карата бул тренддердин ичинен бизге көбүрөөк туура келгени **квадраттык полином** экендигин белгилөөгө болот.

Тренддик моделди тургузууда жана анын негизинде орто мөөнөттөгү 2017-2021-жылдарга карата туризмдеги негизги капиталга инвестициялардын көлөмүнүн прогнозун даярдоодо динамикалык катарларды иштеп чыгуунун статистикалык методу болгон эң кичине квадраттар методун (ЭККМ) колдонобуз.3.3-сүрөт

3.3-сүрөт. 2006-2017-жылдарда туризм чөйрөсүндөгү негизги капиталга инвестициялардын көлөмү боюнча сызыктуу жана полиномдук (n-2) тренддер, млн.сом



(Булагы: Автор тарабынан иштелди.)

Тренддик теңдеме болгон квадраттык полином $y = a_0 + a_1x + a_2x^2$ функциясынын a_0, a_1, a_2 коэффициенттерин аныктоо ЭККМ менен жүргүзүлүп

$$\begin{cases} na_0 + a_1 \sum x_i + a_2 \sum x_i^2 = \sum y_i \\ a_0 \sum x_i + a_1 \sum x_i^2 + a_2 \sum x_i^3 = \sum x_i y_i \\ a_0 \sum x_i^2 + a_1 \sum x_i^3 + a_2 \sum x_i^4 = \sum x_i^2 y_i \end{cases} \text{ системасын чечүү менен}$$

табылат. Бул системаны чечүү менен

$$a_0 - 3473, a_1 - 168,8, a_2 - 132,9$$

маанилерин алабыз. Демек экинчи тартиптеги полином

$$y - 132,9x^2 - 168,8x + 3473, (1)$$

түрүндө болот.

Моделдин детерминация коэффициенти R^2 трендик теңдемени тандоо сапатын аныктоо үчүн эсептелет. Детерминация коэффициенти R^2 эсептөө үчүн $R^2 - Q_R / (Q_R + Q_e)$ катышын эсептейбиз, мында $Q - Q_R + Q_e$ көз каранды y чоңдуктун анын орточо маанилеринен $(y_i - y_{орт})^2$ четтөөлөрүнүн квадраттарынын суммасы, ал эми Q_R трендик теңдеме менен эсептелген y_p маанилердин анын орточо $y_{орт}$ маанилеринен четтөөлөрүнүн $(y_p - y_{орт})^2$ квадраттарынын суммасы, жана Q_e калдык квадраттардын б.а. берилген y тин маанилери менен трендик теңдеме менен эсептелген y_p маанилердин айырмаларынын $(y_i - y_p)^2$ квадраттарынын суммасы. Q_e жана Q_R суммалары таблицанда 6-, жана 7- мамычаларда эсептелип таблицанын төмөн жагынан 2- жолчодо жайгаштырылган. Бул маанилердин негизинде $R^2 - 0,93397$ же $R^2 \approx 0,934$ келип чыгат. 3.5-таблица.

№ 3.7-таблица. Модельдин детерминация коэффициенти

1	2	3	4	5	6	7
x	y_i	y_p	$y_i - y_p$	$ y_i - y_p / y_i$	$(y_i - y_p)^2$	$(y_p - y_{орт})^2$
1	2216,4	3437,1	-1220,7	0,355154	1490108,49	37228509,7
2	3627,1	3667	-39,9	0,010881	1592,01	34898757,11
3	3989,7	4162,7	-173	0,04156	29929	29287763,24
4	6165,7	4924,2	1241,5	0,252122	1541322,25	21625448,2
5	6951,7	5951,5	1000,2	0,168058	1000400,04	13126252,18
6	10004,2	7244,6	2759,6	0,380918	7615392,16	5428513,227
7	8472,7	8803,5	-330,8	0,037576	109428,64	594467,2143
8	8771,7	10628,2	-1856,5	0,174677	3446592,25	1110247,864
9	10635,3	12718,7	-2083,4	0,163806	4340555,56	9885886,737
10	13812	15075	-1263	0,083781	1595169	30255313,23
11	17452,6	17697,1	-244,5	0,013816	59780,25	65976354,59
12	22795,1	20585	2210,1	0,107365	4884542,01	121230735,9
$\Sigma - 78$	114894,2	114894,6	---	1,789714	$Q_e -$ 26114811,66	$Q_R -$ 370648249,2
Орточо мааниси	9574,517	9574,55	---	0,149143		

(Булагы: Автор тарабынан иштелди.)

Детерминация коэффициенти $R^2 \geq 50\%$ тен кем эмес болгон учурда моделдик теңдеме жарактуу деп каралат, ал эми $R^2 \geq 80\%$ тен жогору болсо ал жетишерлик жакшы деп эсептелет. Биздин полиномдук функция үчүн $R^2 - 0,934$

же $R^2=93,4\%$, демек $93,4\%$ учурда x тин өзгөрүшү y тин өзгөрүүсүнө алып келет, б.а. тендемени тандоо тактыгы жогорку деңгээлде. Бул маанини компьютердик *Microsoft Excel* программасынын жардамында эсептелиши трендик тендеменин графигин тургузууда көрсөтүлгөн.

Моделдик тендемени $\alpha = 0,05$ маанилүүлүк деңгээлинде баалоо үчүн $m-1$ жана $n-m$ эркиндик даражалуу F -бөлүштүрүлүштү карап көрөбүз. Эгерде бөлүштүрүлүштүн чыныгы эсептелген $F_{\text{факт}}$ мааниси $F_{\alpha; k_1; k_2}$ маанисинен чоң болсо, б.а.

$$F_{\text{факт}} \cdot \frac{Q_R(n-m)}{Q_e(m-1)} > F_{\alpha; k_1; k_2}$$

болсо, анда моделдик тендеме бул деңгээлде статистикалык маанилүү деп аталат.

Мында: $F_{\alpha; k_1; k_2}$ - Фишер-Снедекордун α маанилүүлүк деңгээлиндеги k_1-m-1 жана k_2-n-m эркиндик даражалуу F – критерийинин таблицалык мааниси, n - байкоолордун, m - тендемедеги параметрлердин саны.

Детерминация коэффициенти R^2 белгилүү болгон учурда моделдик тендеменин маанилүүлүгүн

$$F - \frac{R^2(n-m)}{(1-R^2)(m-1)} > F_{\alpha; k_1; k_2}$$

критерийи аркылуу аныктоого болот.

(1) - тендеме үчүн $R^2 = 0,934$ маанисин пайдаланып акыркы формула боюнча

$F_{\text{факт}}$ маанисин эсептейбиз, $n=12$, $m=3$:

$$F_{\text{факт}} = 0,934 \cdot (12-3) / ((1-0,934) \cdot (3-1)) = 63,68.$$

F -бөлүштүрүлүштүн таблицасы боюнча $F_{0,05; 2; 9} = 4,26$

Демек, $F_{\text{факт}} > F_{0,05; 2; 9}$ болгондуктан, трендик тендеме $\alpha = 0,05$ деңгээлинде статистикалык маанилүү.

Бул трендик тендеме боюнча маанилерди жана ε_n аппроксимациялык катачылыктардын деңгээлин аныктоо максатында полиномдук функцияны

пайдаланып эсептөөлөрдү компьютердик *Excel* программасынын жардамында жүргүзөбүз. Эсептелген маанилер жогоруда таблицада берилди:

Таблицадагы y_i нин (2-мамыча) жана трендик (1) теңдеме боюнча эсептелген y_p маанилеринин (3-мамыча) негизинде аппроксимациянын катачылыгы

$$\varepsilon_n = \frac{1}{n} \sum \frac{|y_i - y_p|}{y_i} 100\%$$

формуласы менен 5-мамычада эсептелген жана $\varepsilon_n 14,9\%$. Бул аппроксимациялык катачылыктын жогорку мааниде экендигин белгилейт, бирок мүмкүн болгон чектерден ашып кетпейт. Экономикалык изилдөөлөрдө $\varepsilon_n \leq 15\%$ болсо модель канааттандыруу деп эсептелет жана y_{np} прогноздук маанилерди аныктоодо колдонууга болот.

Ушул сыяктуу эле салыштыруу жана трендик теңдемени сапаттуу тандоо максатында графикте көрсөтүлгөн сызыктуу теңдемени да аныктап алалы. Сызыктуу функция

$$y = -1558x - 557,9$$

теңдемеси менен берилери эсептөөлөрдүн негизинде келтирип чыгарууга болот. Эсептөөлөр көрсөткөндөй, сызыктуу тренд үчүн детерминация коэффициенти $R^2=0,874$ жана аппроксимациянын катачылыгы $\varepsilon_n 19,2\%$.

Демек бул трендик теңдеменин сапаты жогорку полиномго караганда төмөнүрөөк жана прогноздук маанилерди эсептөөдө көбүрөөк катачылыктарга жол берилип калат.

Туризм багытына тартылган каражаттардын көлөмүнүн өзгөрүү тенденциясынын негизинде, келечекке карата кыска же орто мезгилдүү убакыттарга, негизги капиталга тартылган инвестициялардын көлөмүнө **божомолдоо** жүргүзүүгө болот. Изилдөөлөр туризм чөйрөсү боюнча атайын статистикалык маалыматтар 2018, 2019-жылдар үчүн жарык көргөнгө чейин жүргүзүлгөндүктөн, бул жылдар үчүн, мисалы 2019-жыл учун, официалдуу

берилген маалымат менен бул жыл учун эсептелген прогноздук маанилерди салыштырып кетели.

2019-жыл учун негизги капиталга тартылган инвестициялардын көлөмү $y_{2019} = 27184,2$ млн. сом [96].

Ал эми ушул жыл учун прогноздук маанини трендик (1) тендеменин жардамында эсептесек:

$$y_{np(2019)} = 132,9 \cdot 14^2 - 168,8 \cdot 14 + 3473 = 27158,2 \text{ (млн.сом)},$$

башкача айтканда маанилердин дал келиши ото жогору, салыштырмалуу каталык 0,1% дан ашпайт. Мына ошондуктан тургузулган трендин негизинде туризмдеги негизги капиталга инвестициялардын көлөмүнүн 2020-2025-жылдарга прогноздук маанилерин полиномдук (1) формула боюнча эсептеп сунуштоого болот.

Тренддик (1) $y = 132,9x^2 - 168,8x + 3473$ теңдемеге $x = 15, 16, 17, 18, 19, 20$ маанилерин коюп төмөнкү божомолдук маанилерди алабыз:

$$y_{np(2020)} = 132,9 \cdot 15^2 - 168,8 \cdot 15 + 3473 = 30843,5 \text{ (млн.сом)};$$

$$y_{np(2021)} = 132,9 \cdot 16^2 - 168,8 \cdot 16 + 3473 = 34794,6 \text{ (млн.сом)};$$

$$y_{np(2022)} = 132,9 \cdot 17^2 - 168,8 \cdot 17 + 3473 = 39011,5 \text{ (млн.сом)};$$

$$y_{np(2023)} = 132,9 \cdot 18^2 - 168,8 \cdot 18 + 3473 = 43494,2 \text{ (млн.сом)};$$

$$y_{np(2024)} = 132,9 \cdot 19^2 - 168,8 \cdot 19 + 3473 = 48242,7 \text{ (млн.сом)};$$

$$y_{np(2025)} = 132,9 \cdot 20^2 - 168,8 \cdot 20 + 3473 = 53257,0 \text{ (млн.сом)};$$

Бул прогноздук маанилердин негизинде туризмдеги негизги капиталга инвестициялардын көлөмү 2019-жылга, акыркы атайын жарыяланган статистикалык маалыматтарга салыштырмалуу, 2024-жылга карата 21058,5 млн. сомго көбөйөт же өсүү темпи 177,6%ти түзөт же 1,8 эсеге өсөт деп белгилөөгө болот. 2019-2024 - жылдары инвестициялардын өсүндү темптери ар бир мурунку жылга карата тиешелүү 13,5%, 11,3%, 11,2%, 11,5%, 11,1% түзөт. Орточо жылдык өсүү темпи 12,2%. Бул, мисалы, жогоруда корсотулгон инвестициялардын 2013-2017- жылдардагы өсүү темпине (22,3%) караганда

2019-2024-жылдардагы көлөмүнүн өсүү темпинин эки эсеге жакын төмөндөшүн күтүүгө боло тургандыгын божомолдойт.

Туристтик ишмердик чөйрөсүндөгү негизги капиталга инвестициялардын көлөмү боюнча бул изилдөөлөрдүн жыйынтыктарын туризм чөйрөсүнүн өнүгүүсү учун стратегиялык же мүмкүн тактикалык жактан башкаруучулук чечимдерди иштеп чыгууда анын негиздери катары колдонууга болот.

Туристтик ишмердүүлүккө карата инвестицияларды тартуу көйгөйү белгилүү бир суммадагы акча каражаттарын алууда гана эмес, келечекте бул тармактын иштөөсүнүн туруктуулугун камсыз кылууда турат. Туристтик чөйрөнү инвестициялоонун багыттары ар түрдүү: туристтик ишмердүүлүктүн түрлөрү, негизги капиталга салымдар, тармактык жана территориялык бөлүнүүлөр, жогорку технологияларды киргизүү, туристтик ишмердүүлүктү уюштурууга колдонулган инновациялардан турат. Аймактарга инвестициялык ресурстарды тартуу биринчи кезекте, туристтик объекттер республиканын аймактары боюнча бирдей жайгашпагандыгы, аймактардын алыстыгы, өзгөчө тоолуу жерлер, чек арага жакын райондорго жетүүнүн кыйындыгы ж.б. бар. Ушуга байланыштуу инвестициялардын аймактар боюнча тегиз эмес бөлүштүрүлүүсү келип чыгат. Мындай бөлүштүрүүлөр, туризмдин ИДПга кошкон пайызын дагы өзгөрттү. Алсак, 2011-ж. 6%; 2012-ж.-4,1%; 2013-ж.5,1%; 2014-ж.3,8%; 2015-ж.4,2%; 2016-ж.3,9%ды түздү [95,96]. Ал эми, 2017-ж.4,8% ды түзсө, 2018-ж 5% 2019-5,2% түзөт деген болжолдоолор бар.

Аймактарда, туризмди өнүктүрүү багытында, материалдык-техникалык базаны өнүктүрүү стратегиясы КРнын туризмди 2019-2023-жылга чейин өнүктүрүүнүн Мамлекеттик программасында чагылдырылган [31]. Программада туристтик тармактын локомотиви болгон, аймактардын социалдык-экономикалык суроолоруна көңүл буруу, ата-мекендик туристтик приоритеттүү багыттардын базалык борбору болгон, табигый жана маданий-тарыхый объектилердин картасы чагылдырылган, ошондой эле, өлкөнүн экономикасынын приоритеттүү сектору болгон туризм тармагынын өнүгүүсүн камсыз кылуучу 47 пункттан турган иш- чаралардын план иштелмелери

камылган. Андан сырткары, калктын рекреациялык кызматтардын бардык түрүнө болгон керектөөсүн толук канааттандыруу, рекреациялык райондордо территориялык-чарбалык түзүмдү жакшыртуу, туризм үчүн эмгек ресурстарын өндүрүү көйгөйүн рационалдуу чечүү менен республикадагы стратегиялык максаттарга жетүүгө өзгөчө маани берилген.

Ошентип, чарба жүргүзүүнүн учурдагы практикасы жогоруда айтылган катышуучулардын өз ара аракеттенүүсү гана *smart* (аткарууга мүмкүн болгон) максаттарга жеткирет.

Республикада инвестициялык фонддордун, туристтик фирмалардын жана алардын ассоциацияларынын өз ара аракеттенүүсүнүн ишенимдүү тутумун түзүү жана туристтик фирманын инвестициялык фонддор менен өз ара мамилелерин, Ош областынын Ноокат районунун туристтик потенциалын колдонуу өзгөчөлүгүн карап көрөбүз.

Райондо экотуризм туристтик маршрутту ачуу аркылуу Абшыр-Ата шаркыратмасы, Кара-Кой жайлоосу, Алтын-Бешик арча токойлору жана Кыргыз–Ата улуттук жаратылыш паркы сыяктуу уникалдуу территорияларга туризмдин трекинг, айыл, жайлоо, ат менен сейилдөө, зыярат кылуу, тоолорго чыгуу жана фотомергенчилик сыяктуу түрлөрүнө турларды уюштурууга болот. Жергиликтүү, ички жана алыскы өлкөлөрдөн келген туристтер бул жерлерге өзүнүн демилгеси болгон диний мотивдер боюнча келишет. Мындай агымдардын уюштурулбагандык мүнөздө болуп, жайында өтө көп сандагы коноктор келишет. Алар жаратылыштын койнунда тамактануу, эс алуу менен сууларга таштандылар таштап парктын аймагына аёосуз мамиле жасашат. Кээде мындай саякаттардын жүрүшүндө, одоно эреже бузуулар катталат. Мындай тартип бузуулар катталган учурда, административдик айып пулдарды салуу менен тартипке келтирүү керектиги талапка ылайыктуу экендигин баса белгилейбиз.

Жыйынтыгында, туризм тармагындагы инвестициянын ролун аныктоодо жана аны өнүктүрүүнүн трендик божомолун иштеп чыгууда төмөндөгүдөй жыйынтыктар келип чыкты.

- Туризм чөйрөсүнө капиталды тартуу үчүн жагымдуу укуктук жана экономикалык шарттарды түзүү (салыктык жеңилдиктерди киргизүү, чет өлкөдөн келген инвестицияларды каттоо процедураларын жөнөкөйлөтүү ж.б.) жана мамлекеттик бюджеттен берилүүчү ассигнациялар менен иш алып баруу экендиги белгилүү болду.
- Тартылган инвестициялар бир гана ишкананын кызыкчылыгын көздөбөстөн, улуттук байлыктын көбөйүүсүн жана өлкөнүн бюджетин толуктай тургандыгы такталды.
- Инвестициялык агымдарды аймактардын өзгөчөлүгүнө карата өздөштүрүү боюнча долбоорлорду ишке ашырууда, мамлекет тарабынан легитимдүү мамиле талап кылынаары ачыкталды.
- Туризм тармактагында алгач, пассивдүү андан кийин активдүү инвестициялар менен активдүү иштөө талапка ылайык деп эсептелди.
- Инвестицияларды тартууда аймактардын туристтик инвестициялык потенциалын баалоого, инвестицияларды тартуунун артыкчылыктарын аныктоого, жеке ишкерлерге консалтингдик жардам берүүгө, инвестициялык ресурстарды колдонууда мамлекет менен ишкерлердин арасындагы өнөктөштүк мамилелер боюнча келишимдерди түзүүгө жана инвестициялык ресурстарды тиешелүү мамлекеттик органдар тарабынан көзөмөлдөп турууга басым жасалуусу керек.
- Туризм багытына тартылган каражаттардын көлөмүнүн өзгөрүү тенденциясы аныкталды жана анын негизинде келечекке карата кыска же орто мезгилдүү убакыттарга алардын көлөмү боюнча прогноз-божомолдоо жүргүзүлдү.
- Тренддик модельдин жыйынтыгында, КРнын 2011-2025-жылга чейин өнүктүрүү стратегиясына ылайык, туризм өлкөнүн экономикасынын өсүүсүнүн артыкчылыктуу багыттарынын бири деп табылып, инвестициялардын өсүндү темптери 1,8 эсеге өсөт.

- Келечекте, Ноокат районунда экотуристтик маршрутту ачуу аркылуу Абшыр-Ата шаркыратмасы, Кара-Кой жайлоосу, Алтын-Бешик арча токойлору жана Кыргыз–Ата улуттук жаратылыш паркы сыяктуу уникалдуу территорияларга туризмдин треккинг, айыл, жайлоо, ат менен сейилдөө, зыярат кылуу, тоолорго чыгуу жана фотомергенчилик сыяктуу түрлөрүнө турларды уюштурууга, инвестициялык агымдарды колдонуу, аймактын перспективалуу кадамдарынын бири болот деп ишенебиз.

3.3.Туризмди өнүктүрүүнүн перспективалары (Ош областынын мисалында)

Бул бөлүмдө, Жалал-Абад облусунун түндүк-батышынан Өзбекстан, батышынан Баткен облусу, түштүгүнөн Тажикстан, түндүк -чыгышынан жана чыгышынан Нарын облусу, Кытай менен чектешкен, 7 районго (Алай, Араван, Кара-Кулжа, Карасуу, Ноокат, Өзгөн, Чоң Алай), 3 шаарга (Ош, Карасуу, Өзгөн), 2 шаарчага (Найман, Сарыташ), 82 айыл өкмөтүнө, 469 айылга бөлүнгөн, КРнын түштүгүндө жайгашкан ири административдик аймактык бирдик болгон Ош облусунун туризмдин өнүктүрүүнүн перспективалары тууралуу сөз кылууну туура таптык.

Ош шаарынын аймагындагы «Сулайман-Тоо» эстелиги, Рават Абдуллахандын мечити (16–17 к.), Асаф ибн Бурхия мавзолейи (17–18-к.), Алымбек датканын (19-к.) жана Мухамад Юсуп Байкожо уулунун мечиттери (20-к.), орто кылымдарга таандык архитектуралык эстеликтердин бири Өзгөн архитектуралык комплексинин мааниси зор. Кокон хандыгынын тушундагы эстеликтерге–Дароот-Коргон, Соголон Кербен-сарайы таандык.

Мындан сырткары, облустун табигый объектилери туризм менен альпинизмди өнүктүрүүдө чоң мааниге ээ. Кара-Шоро минералдуу суулары, Салам-Алик жаңгак-мөмө токою, Ажыдаар, Баритүү жана Ферсман үңкүрлөрү ж.б. рекреациялык мааниге ээ.

Илимий жумуштагы материалдарга таянуу менен Ош областынын туристтик потенциалына баа берүүдө, туризмдин түрлөрүн аныктоого аракеттенип көрөлү.

1. *Рекреациялык-курорттук туризми*– Ош шаарынын “ХБК” микрорайонундагы “Барчын”, профилакториялык борбору, Озгур айылында жайгашкан К.Мамакеев атындагы профилактикалык санаторийлери жана Алай районунун “Гүлчө” айылына жакын жайгашкан “Жылуу Суу” дарылоочу комплекси, медициналык, курорттук-санаториялык жана баткак менен дарылануунун шарттарын туристтерге сунуштаса, жайлоо-туризмде, дары чөптөр жана кымыз менен дарылануу үчүн Өзгөн районундагы Кара-Шоро, Алайкуу, Салам-Алик жана Ноокат районундагы Кара-Кой жайлоолорун тандоого болот.

2. *Маданий-таанып-билүү туризми*–Ош областында жайгашкан тарыхый эстеликтерди камтыган жайларга: Сулайман–Тоо археологиялык комплекси, Шейит–Төбө, Ача-Мазар, Садыкбайдын жана Мухаммад Юсуф Байходжи угли мечиттерине, Асаф-ибн-Бурхия мавзолейи (XI—XVIIкк), Рават Абдулла-хан раваты (XVII—XVIII кк.), Михайл-Архангельский чиркөөсү жана Өзгөн архитектуралык комплекси ж.б. гиддердин жардамында атайын уюштурулган маршруттар жана туризмдин трекинг түрүндөгү экскурсияларын уюштурууга болот.

Жогоруда аталган тарыхтын күбөлөрү болгон объектилерге *диний (зыярат) мотивдер* жана изилдөө максатында келген туристтерди тейлөөнү жакшыртуу иштери зарыл. Анткени, Сулайман Тоо үңкүрүндө жайгашкан жана “Улуу Жибек жолу” край таануу музейлери жана Сүрөт-Таш аска жазуулары келген илимпоздорго өзүнө сиңирип алган тарыхый маалыматтары менен бөлүшүп турат.

Муну менен катар областын белгилүү тарыхый инсандары жөнүндөгү маалыматты, тарыхый эстеликтердин жардамында билип алууга болот. Аларга: Р. Абдыкадыров; Т.Сатылганов, Барсбек-Каган, Алымбек датка, Алишер Навои, Каныкей жана Манас, Курманжан датка, Афганистан баатырларынын

эстелиги, «Энелердин көз жашы» мемориалы, борбордук аянттагы В.И.Лениндин эстелиги, «Өчпөс от» мемориалдык комплекси, «Айкөл Манас» монументалдык комплекси жана «ГАЗ-АА» автомобиленин эстеликтери кирет.

Ал эми областка турлар аркылуу келген тайпалык жана жеке туристтерди келген маанайын көтөрүүгө кино-театрларга тартуу башкы максатыбыз болуусу зарыл. Анткени, жергиликтүү жана дүйнөнүн төрт тарабынан келген меймандар үчүн да атайын программалардын үстүндө областык маданият тармагы иш алып баруусу учурдун талабы. Бул багытта төмөндөгү иш-чараларды сунуштайбыз.

✓ Дүйнөлүк классикалык чыгармалардын сахнаштырылуусу театрлардын жылдын–иш пландарына камтылуусу, аткарылышы жана анын көрсөтүлүүсүнө канча көрүүчү келээри алдын ала Предиктив-тур системасындагы суроолордун негизинде изилдөөгө болот. Мында турпродуктыларды электрондук негизде сатууну турагенттиктер гана эмес жергиликтүү тургундардын колдонуусуна шарттар жаратуу;

✓ Турагенттиктер менен тыгыз байланыштардын негизинде, туристтердин агымы жогору болгон өлкөлөрдүн атактуу болгон чыгармаларын турпакеттерге негизги шарттардын катарына кошуп, интернет –порталдарына жана жергиликтүү тургундарга афиша катары жарнамалоо, театр тармагында өнүгүүнүн бир баскычына кубаттуу секирик жасоого шарт түзүү;

✓ Маданий объектилердин башчыларынын инновациялык менеджмент жана маркетинг иштерин жүргүзүү ыкмаларын өздөштүрүүсү жана объектилерди заманбап жаңылоого аракеттенүүсүн жандандыруу;

✓ Жылдык иш-пландарда, каралган маданий программалары жана гастролдордун болуп өтүүчү графиктери системалуу түрдө туристтик агенттиктердин турпродуктынын курамында кошумча шарттар (туристтик продуктынын наркына кирбеген) же негизги шарттардын тизмегине киргизүүнү жандандыруу;

✓ Маалыматтарды оперативдүү таратууну интернет порталдары, сайттар, өздүк баракчалар жана мамлекеттик каналдар аркылуу келген меймандарга жана жергиликтүү тургундарга жеткиликтүүгүн камсыздоо;

Жогорудагы сунуштардын реализациялануусуна шаардагы Куурчак театры, Бабур атындагы мамлекеттик академиялык музыкалык-драмалык театры, Р.Абдыкадыров атындагы областык филармониясы, “Семетей, “Нур” кинотеатрлары, “Ак-Буура” кинозалы, С. Ибраимов атындагы Кыргыз улуттук драма театры ж.б. негиз болуп берет. Маданий таанып билүүнүн дагы бир тармагы катары Т. Сатылганов жана А. Навои атындагы эс алуу парктары, Ноокат районундагы “Кыргыз–Ата ” улуттук паркы кирет.

3. Экстремалдык туризмдин – мында эс алуучулар жаңы таасирлерге ээ болуу менен туристтин психикалык абалын чыңдоо жана физикалык жактан денени жакшыртуу максатында жаратылышта активдүү, опурталдуу ыкмалар менен эс алуу сунушталат. Мындай дем алууну каалаган туристтерге, авто-велотуризм, альпинизм, ат, тоо туризми, фотомергенчилик, спелеология же спорттук туризми жана трекинг түрлөрүн сунуштоодо, дүйнөдөгү белгилүү жети чокунун ичинен Ленин чокусун (7134м) тандасак болот. Аталган чокуга чыгууга камданган туристке, турагенттиктердин тоого чыгуунун татаалдыгынын 5А категориясына (тамак ооруларынын жоктугу, техникалык даярдыгы жана аба-ырайынын туруксуздугуна чыдамдуулугу) даярдыгынын болуусу башкы талап катары коюлат. Анткени, эффективдүү саякаттоого 21 күн убакыттын ичинде, чокуга чейин бардык шарттарды камсыз кылган 4 лагердин камсыздоосу менен гана жетүүгө болот.

Базалык лагер (3600м). Бул аймак, дүйнөнүн бардык тарабынан келген бийикти жана чокуга чыгууну сүйүүчүлөр чогула турган жай. Бирок ага чейин Ош-Душанбе багытындагы маршруттардын тейлөөсү туристтер үчүн автотуризмди сунуштайт.

Алгач Ош шаарынын уникалдуулугу, Чыйырчык (2402м) ашуусунун табигый жаратылышы, андан кийин Талдык (3600м) ашуусунун жапайы жаратылышынын сулуулугу, асман тиреген тоолор, булут жана туман ичинен

көрүнүп турган чокулар, кубаттуу салкын шамал, мезгилдүү жамгырлар, сүрөттөгүдөй тоолор ж.б.. Мына ушул көрүнүш, алгач туристтер үчүн өтө жагымдуу сезимдерди жаратуу менен бийиктиктин алгачкы тепкичине алып барат. Мында туризмдин: тоо туризми, альпинизм, аскага чыгуу, спорттук туризм жана трекинг (жөө саякаттоо) түрлөрү туристтерге сунушталат.

Акклиматизацияга (адаптациялануу) даярдоо 1-лагерден башталат. Аксай тревел компаниясы тарабынан түрдүү спорттук оюндарды (жарыш, жөө жүрүү ж.б.) уюштуруу аркылуу жеңүүчүлөрдү тандашат жана кызыктыруучу сыйлыктар менен сыйлашат. Бул лагердеги аба-ырайы суук, тумандуу жамгырлар менен коштолуп тез өзгөрмөлүү. Андыктан, лагерлердин бардыгынын аба-ырайынын өзгөрүшү боюнча алдын ала (7күн) атайын маалымат берүп туруучу сайттын бар экендиги жана учурда активдүү иштеп жаткандыгы абдан жагымдуу (124).

Лагер жайгашкан территорияда, алгачкы табияттын элементтеринин сакталгандыгы туризмдин фотомергенчилик түрү аркылуу Кыргызстан тууралуу уникалдуу фотолорду тартып алууга мүмкүндүктөр жаралат. Бул барган туристтердин 90% пайызынын аткарган жумуштарынын бири болуп саналат. Бул фотолор, албетте туристтин мекенине кайтуусу менен анын сайттагы баракчаларында, жалпы эле интернет порталдарында жайгаша тургандыгы талашсыз.

Мындан сырткары, кийинки лагерге, туристтердин жүктөрүн жеткирүү кызматтарын аткарган жүк ташуучу атчан жарандар жана автоунаалар да аз эмес. Сезон убагында, кеминде 70 ашык адам мындай жумуш менен камсыз болуу менен жакшы пайда табууну камсыз кылат. (1кг жүккө 3-7 доллардан төлөнөт.) Андыктан жергиликтүү тургундардын сезондогу тапкан орточо пайдасы, июнь жана август айларында 69000-70 000 сомго чейин жетип, 100-150гө чейинки адамдарды иш менен камсыздайт.

1-лагер (4400м) өзүнүн курамына өтө кызыктуу окуяларды камтыйт. Компания тарабынан лагерлердин аралыгында орнотулган туура багыт берүүчү түстүү желекчелерден улам коопсуздуктардын алдын алууга болот. Ошондой

эле, келген туристтерге (альпинисттер) компания тарабынан, тоого чыгуунунун технологиялары, коопсуздук эрежелери, медициналык кызматтар, тоо системасын мыкты өздөштүргөн гид кызматкерлери, тамак-аш жана дем алуучу термочатырлар менен шарттар түзүлгөн. Туристтер үчүн негизги тапшырма катары, жөө жүрүү (треккинг), трекинг таякчасын туура колдонуу жана дене-бойду чыңалтыруу үчүн (спорттук туризм) машыгуу жана адаптациялануу сунушталат. Туристтик кызматтардын негизгиси катары, кырсык катталган мезгилде базалык лагерден медициналык жардамдарды гид кызматкери рация аркылуу гана чакыра алат. Эгер аба-ырайы катаал болсо, анда аттардын жардамында жардам көрсөтүлөт.

2- лагерь (5400м). Бул лагерь бардык туристтер үчүн эмес. Мында, буга чейин татаал сыноолордон өткөн туристтер гана жайгаша алышат. Анткени, “Орто-Азия тоолору”, “Аксай тревел”, “Тянь-Шань”, “Памир-тревел” жана “Централ Азия “ компанияларынын кызматы, базалык жана 1-лагерлерде толук кандуу сунушталат.

Ал эми 3-лагерде (6130м) бардык туристтерди жолуктуруу мүмкүн эмес. Анткени, абасыз бийиктикти багындыруу бардык туристтердин колунан келе бербейт. Албетте, бул жерде компаниялардын мыкты деген гид кызматкерлеринин ролу абдан чоң. Мындай курч сезимдерди сезүүнү каалаган туристтер үчүн 950\$-1050\$ тайпалык жана гид кызматын кошкондо 2160\$, (1150-1500\$ ар түрдүү чыгымдар) АКШ долларын төлөө менен, “Lenin-Peak dreams is real” сайтында жайгашкан “Азия тоолору” 21 күндүк программаны камтыган турларынан пайдалануу менен чокуну багындыруу мүмкүнчүлүгү жаралат. Программа төмөндөгү шарттардан турат:

1. Бишкектеги Манас ,Ош аэропорту, мейманканага жайгашуу.(1-күн)
2. Ош–Базалык лагерь трансферу аркылуу жол жүрүп,2 орундуу палаткаларга жайгашуу;.(2-күн)
3. Акклиматизациялануу күнү (4830м).(3-күн)
4. Даярдык көрүү күнү .(4-күн)
5. Акклиматизациялануу 1-лагерге чейин (5-күн)

6. Акклиматизациялануу 2-лагерге чейин (6-күн)
7. Акклиматизациялануу 6100м ге чейин . 1-лагерге кайтуу (7-күн)
8. 1-лагерге кайтуу (8-күн)
9. Базалык лагерге кайтуу (9-күн) Дем алуу жарыяланат.
10. Дем алуу жарыяланат.(10-күн)
11. 1-лагерге чейин чыгуу (11-күн)
12. 2-лагерге чейин чыгуу (12-күн)
13. 3-лагерге чейин чыгуу (13-күн)
14. Ленин чокусун багындыруу (14-күн)
15. Резервдик күн (15-күн)
16. 1-лагерге кайтуу (16-күн)
17. Базалык лагерге кайтуу (17-күн)
18. Аба-ырайына карата резервдик күн (18-күн)
19. Базалык лагерь -Ош трансферу, мейманканага жайгашуу;
20. Бишкекте, “Азия тоолору” мейманканасында сыйлоо тамагы;
21. Программанын аягы;

Жогорудагы туризмдин түрлөрүнөн сырткары, дем алуу жана резервдик күндөрдө туристтердин жергиликтүү жашоочулардын жашоосу, маданияты, тили, дини, салт-санаалары, кол-өнөрчүлүгү, мал чарбачылыгы жана табияты (таанып-билүү туризми), кулинария маданияты менен жакындан таанышууга (гастрономиялык туризм) жана кооз жаратылыштын миңдеген фотолордо чагылдырылышын камтыган кадрларды тартып алууга (фототмергенчилик) мүмкүндүктөрү болот. Бул учурлар, албетте, эс алуучу туристтин кайсы өлкөдө болбосун өздүк баракчасынан орун алаарына ишеним чоң.

Экстремалдуу туризмди тандаган ар бир турист үчүн жалпы чыгым болжолдуу 4330\$ түзөт. Эми ушул сумманы бөлүштүрүү чынжырчасын карап көрсөк, жалпы ички чыгымдарды түзгөн туристтик пакеттин наркы 2160\$ды түзсө, калган сумма жергиликтүү тургундардын убактылуу сезондо иштеп тапкан пайдасын түзөт. Чыгымдардын бөлүштүрүү жагы толугу менен анализге алынды. 3.8-таблица.

3.8-таблица. Туристтердин жалпы чыгымдарынын бөлүштүрүлүшү.

1	Кызматтар	Аба транспорту	виза	Трансфер аэропорт-мейманкан	Бишкек 2 түн	Бишкек-Ош	Ош 2 түн	Лагерге келүү	Кызматтар, сувенидик чыгымдар
2	Катышуучулар	Эл аралык авиалиниялар	Иммиграция жана бажы кызматтары	Такси автобус	Мейманкана	Ички авиакөмөнчөлөр	Мейманкана	Туроператорлор	Жергиликтүү ажайып жайлар жана базар
3	Наркы	864\$ (40%)	43,2\$ (2%)	21,6\$ (1%)	64,8\$ (3%)	64,8\$ (3%)	86,4\$ (4%)	1015,2\$ (47%)	2170\$ (163000с)

(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү).

Таблицанын маалыматтарына караганда турпродуктынын чыгымынын көбүрөөк бөлүгүн туроператорлорго чыгымдалып жатат. Бул түшүнүктүү. Мында кулинария, профессионалдуу гиддер кызматтары жана камсыздандыруу камтылган. Ал эми эл аралык авиалиниялардын кызматтарын чыгымдарын азайтууга, эл аралык чартердик авиакаттамдарды ачууга мамлекеттик кадамдардын олуттуу жасалуусу таасир бере алат деп эсептейбиз. Өлкө ичиндеги туристтик тейлөөлөрдү камсыз кылган чарбалык субъекттер эсептерине 281 доллар (13%) же 22 000 сомдон ар эки күндө ар бир туристтен келип түшөт.

Ал эми жергиликтүү жашоочуларга келсек жыл бою күткөн сезондон жылдын ар бир айы үчүн 5900 сомдон акча иштеп табат. Бул албетте, жарандар үчүн абдан аз. Андыктан жергиликтүү тургундардын негизги кирешеси катары мал чарбачылык деп эсептелет.

4. *Трекинг* (жөө саякаттоо) – жогоруда аталган туризмдин түрлөрүнүн ичинен, коомдук туризм- туугандар, тааныштар жана достор менен жолугуу, ошондой эле коомдук бирикмелер, клубдар, ишканалар тарабынан өбөлгө түзүү катары уюштурулуп (инсентив туризми), жалпы кызыкчылыктар менен максаттарды көздөгөн адамдардын өз ара мамилелерине жана бирикмелерине негизделген. Бул багытта, учурда коңшу өлкөлөр менен катышууда, бул туризмдин түрлөрү өнүгүүдө.

Алсак, Өзбекистан, Казакстан, Таджикистан жана Россия өлкөлөрүндөгү карым катыш мамилелери, жалпы эле туристтердин келүүсү туризмдин бул түрүнүн мисалы боло алат. Ал эми туристтик кызматтардын экспорттолушу боюнча айтсак, 418 млн. АКШ долларын түздү. Бул маалыматтар албетте уккан кулакты кубандырат.

5. Социалдык туризм– мында калктын корголбогон катмарларынын мамлекеттик жана жергиликтүү бюджеттерден субсидиялануучу саякаттарынын тобу. Аны практикалап жаткан туристтик объектилерге:

- Жогорку окуу жайлары: Ош мамлекеттик университети, Ош технологиялык университети, А.Мырсабеков атындагы Ош гуманитардык-педагогикалык институту, Кыргыз-Өзбек университети жана Россия мамлекеттик социалдык университети (РГСУ);
- Спорт тармагы: Алай футболдук, «Динамо» эркин күрөш боюнча футбол клубдары, «Мухаммед-Умар» дзюдо боюнча спорттук клубу жана А. Момунов атындагы футбол академиясы;
- Массалык маалымат каражаттары: «ЭлТР» мамлекеттик телерадиокомпаниясы, «ОшТВ», «Ынтымак» жана «Керемет» телекомпаниялары, “Ош шамы” жана “Ош жаңырыгы” саясий гезиттери, “Рек-Парк, “Ош ордосу” жарнамалык гезиттери жана АКИ-Пресс Ош- маалымат агенттиги эсептелет.

Жогорудагы, билим берүү, спорт жана массалык маалымат тармагынын өкүлдөрү, дүйнөнүн бардык өлкөлөрү менен биргеликте каучсерфинг (бекер жашоо), билим берүү жана иштиктүү туризмдин активдүү катышуучулары катары таанылат. Мындан сырткары, этностук-окуялык туризмдин түрлөрүн түзгөн: улуттук оюндарга, улуттук майрамдарга, чыгармачылык фестивалдарга, конкурстарга, көргөзмөлөргө, конференцияларга тренингдерге, семинарларга, спорттук оюндарга негизделген туризм, б.а. туристтердин Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарына катышуусу жана иштиктүү жана ички туризмдин өнүгүүсүн камсыздап берет.

Учурда, коомдук-социалдык туризмдин, конок туризми, мейман үйлөрү, ажыга баруу, диний, (интенсив-туризм)түрлөрү өнүгүү жолунда бара жатат. Анткени, кооз жаратылыш жана тоолордун көпчүлүк территорияны ээлеп туруусу, туристтерди (шаардын ызы-чуусунан алыс) айыл жеринин маданиятына кызыктырып айыл туризминин өнүгүүсүн шарттады.

Бирок учурда, өзүнүн өзгөчө кардарлары менен туризмдин импорттук агымынын деңгээлин көтөрүп жаткан, диний багытты көздөгөн ажыга баруу жана өлкөбүздүн касиеттүү жерлерине сыйынууга келүүгө жана барууга ынтызар болгон туристтердин санынын жогорулагандыгын көрүүгө болот. Алсак, Кыргызстандык зыяратчылар үчүн 2019-жылга карата Сауд Аравиянын ажылык боюнча министрлиги 5485 орун бөлдү. Бул 2018-жылга караганда 85(1,5%) орунга көп [153].

5. *Экологиялык-агрардык туризми* – жапайы жаратылыштагы турлар, улуттук коруктарга, ботаникалык бакчаларга, зоологиялык музейлерге баруу, мергенчилик жана балык уулоо турлары, фотомергенчилик, хорсбординг (араба же тактай чиркеп алып атчан сапарга чыгуу), жашыл туризм, жеке жана фермердик чарбаларга, экология боюнча илимий-изилдөөчүлүк конференцияларга жана практикалык иш-чараларга баруу жана башкалардан турат. Келген туристтердин жаратылыштын экологиялык таза жерлерине, дээрлик адам баспаган (жапайы) корук жерлерге жана мамлекет тарабынан корголуучу жана өнүктүрүлүүчү жаратылыш объекттерине баруусу менен айыл турмушу, фермердик жана мал чарбачылыгы менен таанышуусуна туризмдин бул түрү шарттарды түзүп берет. Мындай мүмкүнчүлүктөр, Ош областындагы, Абшыр-Ата жаратылыш паркы, Кожокелен жаратылыш-этнографиялык комплекси, Алай өрөөнү, Кара-Шоро улуттук паркы, Кулун-Ата коругу, Чил-Үстүн үңкүрү, Өзгөн архитектуралык комплекси жана Төө-Моюн массивинде бар. Бул ажайып жайлар келген туристтерге жана илимпоз-тарыхчыларга өзүнүн сырын толук ачкан жок.

6. *Этностук-окуялуу туризми*- улуттук–маданий каада-салттарга жана элементтерге ээ окуяларга жана фольклордук иш-чараларды камтыган, айыл

туризми, улуттук-этнографиялык комплекстер турлары, боз үйлөрдө жашоо, гастрономиялык туризмдин түрлөрүнөн турат.

Анын ичинен, айыл туризми–туристтердин эс алуусу же айыл чарба иштерине катышуусу үчүн айыл жеринде болуусу шартталып, ал комплекстүү туристтик продуктту түзүү үчүн айыл жеринин табигый, маданий-тарыхый жана башка ресурстарын жана анын өзгөчөлүктөрүн пайдаланууга багытталган. Мындай туристтик продуктынын эффективдүү болуусуна Ош облусунда ар түрдүү уникалдуу шарттар түзүлгөндүгүн, Кыргызстандын түштүк аймагынын табигый-туристтик ресурстарын интегралдык баалоонун жыйынтыгында, Ош областы 4 (төрт) баллга ээ болгон. Мындан улам, айыл туризмдин комплекстүү уюштурууга толук потенциал бар деген жыйынтык чыгарууга болот. Мунун негизинде, турагенттиктерге, комплекстүү этнотуристтик продуктыларды иштеп чыгуу тапшырмасын берүү жетиштүү жана аны ишке ашырууга аракеттер системалуу жана уюштурулган негизде жүргүзүлүүсү зарыл экендиги теориялык негизде сунушталат.

Ал эми практика жүзүндө, бул процессти реализациялоочу объекттердин абалынын талапка ылайыктуу эмес экендиги көрүнүп калат. Ал үчүн төмөндөгү иш - аракеттерди айыл тургундары менен иштөө аркылуу жолго коюу үчүн төмөндөгү иш чараларды мамлекет тарабынан уюштурулуусу жетиштүү деп эсептейбиз:

- Айыл тургундарына, айыл туризми жөнүндө түшүндүрүү иштерин жүргүзүү;
- Бизнес класстарды, семинарларды өтүү менен даяр макеттерди сунуштоо;
- Меймандар менен баарлашуунун маданияты тууралуу тренингдерди жана тил курстарын уюштуруу (акысыз);
- Мейманканалык сервиздерди уюштурууну, гастрономиялык талаптарды жана санитардык эрежелерди сактоонун жолдорун үйрөтүү.
- Меймандардын суроо талаптарына ээ болгон сувенирлерди даярдоону жана анын маркетингин изилдөөнү үйрөтүү;

- Меймандардын көңүлүн көтөрүүчү программаларды түзүүгө жана даамдуу аш-тизмектерин шартка карата иштеп чыгуу;
- Бул аткарылган жумуштарды, жергиликтүү каналдардан үзгүлтүксүз көрсөтүп туруу;

Бул аркылуу, “Миң уккандан бир көргөн” демекчи, келген уникалдуу туристтердин, маданиятын, тилин жана дилин түшүнүү менен конок тосуу маданиятынын өсүүсүнө эффективдүү жасалган кадамдарга шарттар түзүлөт. Ал эми мамлекеттик деңгээлде, 2019-2024-жж. аралыгында Туризмди өнүктүрүүнүн программасында, алдынкы 5 жыл аралыгында, туризмдин экологиялык тенденциясы жогору болгон өлкөлөргө туристтердин агымынын жогорулай тургандыгын айтып, учурда ИДПнын 5% туризм түзсө, келечекте 7%-10% чейин жеткирүү эң негизги милдеттеринин бири экендигин министрлик баса белгиледи [6].

Бирок, бул максаттын ишке ашыруунун негизги багыттарынын бири болгон, туристтик объектилерди салууда, ЧӨИ негизги капиталга 24 млрд. сом Кыргызстанга келип түшкөн. Бирок алардын иштетилүүсү жана алардан алынган салык боюнча маалыматтар чеке жылытаарлык эмес. Алсак акыркы 3 жылдын ичинде келип түшкөн салыктардын көрсөткүчү 100 млндун гана тегерегинде болгондугу, салык инспекциясынын ишинин жыйынтыгы деп табылды.

Мындан тышкары, өлкөбүзгө келген туристтер үчүн, шаарларда, райондордо, трассаларда, көчөлөрдө, багыттагаларды, коомдук ажатканаларды жана көрсөткүч тактайчаларды 3 түрдүү тилде (кыргыз, орус, англис) жазып илип коюу милдеттери, транспорт министрлигине жана кайсы жерде болбосун жол жумуштарын жасап жаткан компанияларга (тендерди утуп алган) сунуш катары берилген.

Аймактардагы райондордо, айылдарда маданий объектилердин мамлекет тарабынан каралбай келгендигинен абдан начар абалда жана реконструкцияга муктаж. Ал маселелерди чечүү үчүн мекемелердин айланасындагы жерлерди арендага берүү, жеке же мамлекеттик өнөктөштүктүн негизинде

инвестицияларды тартып келүү менен инфраструктураны түзүүдө, жергиликтүү бийлик менен биргеликте иш алып баруу каралат. Ошону менен бирге, туристтик маалымат берүүчү жайлардын жетишсиздиги, трассалардын жээгиндеги туристтердин токтоочу жерлеринин белгиленбегендиги, айыл жергесиндеги жолдордун начардыгы, жарыктандыруу системасынын абалынын өтө төмөн экендиги жана ичүүчү суунун жоктугу, кызматташууну каалаган ири компаниялардын өздөрүнүн кичи ишканаларын курууга мүмкүндүк жарата албай жатат. Башкача айтканда алар куруудан баш тартып жатышат.

Биз, жогорудагы министрдин белгилеп өткөн маселелерин, туризмдин экономикалык-ишкердик түрү аркылуу чечүүгө мүмкүндүктөр болот деп ойлойбуз. Анткени аталган туристтик объектилердин: дүйнөлүк, эл аралык, мамлекеттер арасындагы, региондор, областар, райондор, айылдар аралык мамлекеттик инвестициялык жана экономикалык маселелерди чечүү жана илгерилетүү максатында, ошондой эле кесиптик жана коммерциялык кызыкчылыктагы иш сапарларды уюштуруу жана практикалоо иштерин аткарууну жолго коёт.

7. *Экономикалык- ишкердик туризмдин* изилдөөлөрүбүз көрсөткөндөй, анын катышуучулары катары ички туризмдин кыймылын эсептелет. КРУСК нин билдирүүсүнө караганда, 2017-2018-жж ичинде, КРнын социалдык-экономикалык абалынын жыйынтыктары, баалардын жана тарифтердин өзгөрүүсү жөнүндө, 2017-жылдын акыркы 9 айында тышкы жана өз ара соода жыйынтыктары, 2016-жылы камсыздандыруу уюмдарынын ишмердигинин көрсөткүчтөрү, айыл жериндеги таза суунун абалы, КРдагы миграциялык кырдаал, 2018-жылдын экинчи жарымындагы калктын ишеним индекси жөнүндө ж.б. мамлекет үчүн орчундуу болгон темалар тууралуу болуп өткөн пресс-конференциялардын саны 20 га жеткен.

Анын практикалануусуна аталган туризмдин төмөндөгү түрлөрү:

1. Экономикалык туризм (эл аралык саммиттерге, форумдарга, симпозиумдарга, конференцияларга катышуу);

2. Ишкердик туризм (конгресстерге жана тренингдерге катышуу, биржаларга, көргөзмөлөргө, жарманкелерге баруу);

3. Билим алуу/берүү туризми, ишкердик келишимдерди жана макулдашууларды практикалык түзүүгө мүмкүндүктөр жаратты.

Ал эми 2019-жылда, “КРнын социалдык-экономикалык абалынын жыйынтыктары жана КРнын билим берүү тармагындагы негизги тенденциялар жөнүндө” деген аталыштагы пресс-конференциялардын өткөндүгү белгилүү. Буга катарлаш эле, ишкердик келишимдерди жана макулдашууларды түзүү аркылуу, мамлекеттин экономикалык-социалдык деңгээлин жогорулатуу максатында үстүбүздөгү жылдын башталышында эле мамлекеттик деңгээлде соода-экономикалык, инвестициялык жана маданий-гуманитардык тармактарында ар тараптуу кызматташтыкты өнүктүрүү тармагында жүргүзүлгөн иш- аракеттер болду. Аларга:

- 2019-жылдын 12-февралында Кыргызстандын гидроэнергетикасына, тамак-аш өнөр жайына жана айыл чарбасын өнүктүрүүгө инвестицияларды жана технологияларды тартуу максатында, Австриядагы, "Global Hydro", "Hochreiter" жана "ReformWerke" ишканаларынын жетекчилери менен сүйлөшүүлөрдү жүргүздү.
- 2019-жылдын 13-февралында КРнын Өзбекстандагы элчиси Мамлекеттик бажы комитетинин төрагасы менен жолугушуп, мамлекеттердин ортосундагы соода-экономикалык жана инвестициялык кызматташууну күчөтүү максатында кабыл алынган “Жол картасынын” жана келечектеги кызматташтык боюнча маалымат алмашышты.
- 2019-жылдын 14-февралында, Катар мамлекети менен КРнын элчилери жолугуп, соода-экономикалык, инвестициялык жана маданий-гуманитардык тармактарында ар тараптуу кызматташтыкты өнүктүрүүнү талкуулашты.
- КРнын Европадагы коопсуздук жана кызматташтык уюмунун (ЕККУ) өкүлдөрү жолугушуп, КРдагы сөз эркиндигинин жана массалык маалымат каражаттарынын өнүгүүсүнүн маселелерин талкуулашты. Мындай экономикалык ишкердик туризмдин катышуучулары башка туризмдин

түрлөрүнө караганда санынын аз экендиги менен айырмаланып турат. Бирок, мындагы мамлекеттер аралык жана мамлекеттин ички туристтик багыттары, өлкөбүздүн өнүгүүсүнө зор салымын кошуп келет.

Ушуга улай эле, 2019-жылдын апрель айында, Ош шаарын түрк тилдүү элдерге таанытуу жана туризм бизнесинин өкүлдөрү менен бийлик органдарынын ортосундагы кызматташууну күчөтүү аркылуу Ош шаарын жана облусун эл аралык рынокто активдүү көрсөтүү максатында, "Улуу Жибек жолундагы Ош шаары менен Ош облусунун туристтик мүмкүнчүлүгү" аттуу бизнес-форум уюштурулду [168].

Форумда, "Ош шаары менен Ош облусунун туристтик мүмкүнчүлүгү" аттуу сүрөт көргөзмөдө уздардын жана усталардын колунан жаралган улуттук колориттеги буюм-тайымдар жөнүндө маалыматтар, чет элдик конокторго берилди. Маданият, маалымат жана туризм министри А. Жаманкулов, Ош шаарын дүйнө элине таанытууда, туристтердин эски жана тарыхый жайларга барууга кызыгаарын баса белгилеп, туристтердин агымын жогорулатуунун жолу катары Караханиддер доорунан, Сулайман-Тоо жана Өзгөн мунарасына атайын программаларды иштеп чыгууну жана Даван цивилизациясынын борбору болгон Ош шаарында, мифологиялык түшүнүктөгү канаттуу аттардын монументин курууну сунуштаган. Мындай иш-чаралардын айта берсек учугу улана берет.

Жыйынтыгында, Ош областынын туристтик потенциалын изилдөөлөрүбүздө областын туристтик потенциалын түзүүчү туристтик объекттер диаграммасы автор тарабынан иштелди. 3.4-сүрөт. (Тиркеме 17.)

Жогорудагы сүрөттө берилген маалыматтарда, мейманканалардан 119,5 млн. сом, коомдук тамактануучу жайларда туристтик кызматтардан алынган пайда 2018-жылга караганда, 2767,1 млн сомго (6,2%) жогорулады. Мында, негизги пайда коомдук тамактануудан (2647,6 6,4%) келип түшкөн. Ал эми облуста стратегиялык маанидеги аэропорттук кызматтар 18,2%ды (жалпы 110,8%) түзгөн. Бул, 2018-жылдын эсеби менен облус боюнча жалпы жумушсуздардын саны 4984 (57,7% аялдар) жетсе, алардын 2,5% искусство, эс

алуу, мейманканалар жана ресторандар тармагына жумушка тартылып, эс алуу тармагындагы ишканаларда иштеген кызматкерлердин алган эмгек маянасы 11700сомго (2017-ж.7603сом.) жогоруласа, ресторандардан жана мейманканаларда 11200 (2017-ж.8804сом) сомго өскөн [158].

Туристтик ишмердүүлүктүн келечеги, азыркы учурда ишке ашырылып жаткан кээ бир долбоорлорго, Кыргызстандын тарыхый, маданий жана жаратылыш ресурстарын сактоо жана коргоо менен анын туристтик секторунун экономикалык өнүгүүсүн жакшыртуу саналат. Мындай өнүгүүгө өлкөнүн туристтик секторун дүйнөлүк базарларда алып чыгуу менен жетүүгө болот. Ал үчүн долбоордо төмөндөгүдөй үзгүлтүксүз байланыштардын практикалануусу зарыл деп эсептейбиз.

- ✓ туристтик тармактын субъекттеринин кызыкчылыктарын жергиликтүүлүгү;
- ✓ эл аралык сервис-провайдерлердин кызматташуусу;
- ✓ мамлекеттик, жеке өнөктөштүк моделдерин түзүү;
- ✓ Борбор Азиялык жана Европалык туристтик ассоциациялардын арасындагы өз ара байланыштарды күчөтүү;

Бирок, туристтик тармакка гана эмес, экономиканын башка секторлорундагы да жогорудагыдай долбоорлордун салыштырмалуу төмөн натыйжалуулукка ээ экендигин белгилей кетүү керек. Себеби, тармактык семинарларга, конференцияларга, тренингдерге жана тегерек столдорго катышуучулардын ишканага кошуучу салымын эсепке албай эле, бул чөйрөдөн алыс адамдар тандалып калган учурларды көп кезиктирүүгө болот.

Тажрыйба үйрөнүү жана аны Кыргызстандын практикасына киргизүү максатында чет өлкөлөргө жөнөтүлгөн жактарды тандоо маселесинде мындан да көп суроолор түрмөгү пайда болот. Эреже катары, чет өлкөлөргө министрликтер менен агенттиктердин туризмге дээрлик тиешеси жок болгон жетектөөчү курамынан бир эле жактар кайра-кайра баруу менен эч кандай кайтарым байланыштын жок экендиги ачык эле көрүнүп турат.

КРнын дипломатиялык мыйзамында, тренингдер, билим берүү семинарлары же тажрыйба алууга баруучуларга КРнын тышкы эл аралык беделин жогорулатууга, өлкөнү татыктуу таанытууга жана өлкөнүн кызыкчылыктарын коргоо милдеттендирилген. Ал эми жогорудагыдай мисалдарга, программалардын пункттарын аткаруу жана каражаттарды сарптоо жагынан жоопкерчилик (эскертүү, сөгүш берүү, бошотуу, кызматын төмөндөтүү, иш сапарынан мөөнөтүнөн мурда чакырып алуу) өтө эле жеңил экендиги, учурдагы эл аралык байланыштардын талаптарына туура келбей артта калгандыгынан жана чийкилигинен кабар берет [7].

Албетте, туристтик ишмердүүлүктүн натыйжалуулугу өткөрүлгөн семинарлардын саны же Жибек Жолу туризминин ассоциациясы (ЖЖТА), Туроператорлордун Кыргызстан ассоциациясы (ТКА), мейманканалык, ресторандык бизнес ассоциациялары (МРБА) жана Жөө жүрүү бирикмелери тибиндеги башкаруучу органдардын улам жаңы бренддерин түзүүсү менен эмес, туристтик ишмердүүлүктүн негизинде жетиштүү киреше же пайданын бул ишмердүүлүктүн каражаттарына болгон катышы аркылуу бааланат.

Мындай кемчиликтерге карабастан, акыркы 5 жылдыкта, Кыргызстандын туристтик потенциалын жогорулатуу максатында, активдүү иштер жүргүзүлүп келет. Туризм департаменти менен Кыргыз туроператорлорунун ассоциациясы (КТА) “Kyrgyz Tourism Awards -2017” конкурс уюштурду. Конкурсун негизги максаты, ийгиликтүү жана пайдалуу болгон туристтик проекттерди тандоо жана аларды туризм тармагынын өнүгүүсүнө сунуштоо. Бул проекттерди реализациялоого бийлик өкүлдөрүн, туристтик ишканалардын ээлерин жана инвесторлорду тартуу каралган. Конкурста, туристик компаниялар, туристик операторлор, мейманкана бизнесинин өкүлдөрү, санатордук-курорттук мекемелер, туризм областындагы, инновациялык интернет жана окуялуу проекттердин ээлери жана жетекчиликтери, КРнын чет өлкөлүк өкүлчүлүктөрүнүн дипломаттары, массалык маалымат каражаттары, гиддер жана фотографтар жана 2016-жылдын 27-сентябрынан 2017-жылдын 15-сентябрына чейинки туризм сферасында проекттерди реализациялаган жактар

катыша алышты. Конкурстун жыйынтыгын, департаменттен түзүлгөн комиссия балоону өз колуна алды жана жеңүүчүлөргө, 18 түрдүү номинациялардагы сыйлыктарды тапшырышты.

Бул сыйлыктарга жогоруда аталган юридикалык жана физикалык жактар ээси болушту. Ал эми Кыргызстандын түштүк аймагынан № 6–“Мыкты мейманкана” номинациясынын жеңүүчүсү катары, Ош шаарында жайгашкан “Sunrise Osh” мейманканасы аталды. Ал эми, №16- номинациядагы, “Мыкты видеограф” сыйлыгынын ээлери катары, Турциянын жана Алматынын туристтери табылды. Бул маалыматтар, министрликтин сайтында 2018-жылдын 29-сентябрында жарыяланды.

2018- жылдын 27-28-апрель күндөрү, Бишкек шаарында, Борбордук Азиянын өлкөлөрүнүн катышуусунда туристтик форум болуп өттү. Форумда, Казахстан, Тажикистан жана Өзбекистан республикаларынан келген туристтик операторлордун жаңы туристтик объектилердин жана туристтик товарлардын презентациясы көрсөтүлдү. «Discover Kyrgyzstan: трендер, мүмкүндүктөр жана инновациялар» форуму 200дөн ашык туристтик мекемелердин өкүлдөрүн чогултуу менен Борбордук Азиядан өнөктөштөрдү табууга шарттар түздү. Мындан сырткары, форум аркылуу, көчмөн турмушубуздун элементтерди келген меймандарга көрсөтүүгө мүмкүнчүлүктөр жаратат:

Салбуурун элдик оюндардын комплекси, кыргыз ашканасы, USAIDдин жардамы менен жаңы иштелип чыккан 50 гө жакын 2 миң км. камтыган тоолордун маршруттары, улуттук тамактар жана туристтик товарлардын көргөзмөсүн ичине камтыган боз үйлөр тигилди. Ал эми форумдун 2-күнү потенциалдуу өнөктөштөр менен жолугушуу, мастер класстар өткөрүү, туризм тармагындагы эл аралык эксперттердин социалдык тармактардагы маркетингди уюштуруу, Кыргызстандын уникалдуу туристтик товарларларын кардарларга сунуштоо жана эл аралык рыноктордо сатыкка чыгаруу жөнүндө талкуулар болуп өттү.

Жыйынтыгында, Борбордук Азиянын меймандары жергиликтүү туристтик ишканалар менен борборлошкон азиялык турларды уюштуруу жөнүндө сүйлөшүүлөрдү жүргүзүүгө жетишишти.

Мындай иш чараларды байма-бай уюштуруу, туризм тармагынын көптөгөн көйгөйлөрүн чечүүгө түрткү болот жана региондор боюнча инвестициялык жагымдуулуктун индексин жогорулатуу мүмкүндүгүн жаратат.

Мындан сырткары, 2018-жылдын 19-декабрында КРнын “Туризм жөнүндө” Мыйзамынын долбоорунда каралган: туризмди өнүктүрүү, туризм чөйрөсүндөгү ченемдик укуктук актыларды өркүндөтүү, туристтерди тейлөө кызматтарын өнүктүрүү, ошондой эле туристтер менен туризм чөйрөсүндөгү ишкерлердин укуктары менен мыйзамдуу кызыкчылыктарын коргоо болду.

Жыйынтыгында, мыйзам долбоорун кабыл алуунун натыйжасында туризм чөйрөсүндөгү коомдук мамилелердин жөнгө салынуусу, туризм тармагында ишкердиктин жана иш-чаралардын, жаңы туристтик продуктылардын түрлөрү көбөйүп, инвесторлордун кызыгуусун арттырат, Атамекендик ишкердиктин субъекттери дүйнөлүк туристтик рынокко чыгуусуна түрткү берүүсүн жана туристтер үчүн КРнын жагымдуулугунун жогору боло тургандыгын, туристтик бизнес өкүлдөрү менен талкууга алынгандыгы, туристтик тармактын иш берүүчүлөрүнүн көйгөйлөрүн мамлекеттик органдардын уккандыгы деп айтууга болот.

Анткени, КРнын вице-премьер-министри А.Өмүрбековага жана Туризм департаментинин директору М. Дамир уулу бизнес өкүлдөрү тарабынан берилген суроолорго жооп беришип, айтылган сын пикирлер жана конструктивдүү сунуштар талкууланып жаткан Мыйзам долбооруна киргизе тургандыгын белгилүү болду [168].

Ал эми 2018-жылдын 24-май күнү болгон, Park Hotel бизнес-холл отелинде, туризм секторун өнүктүрүү максатында, «КРда туризмди өнүктүрүү жана илгерилетүү» аттуу IX туристтик форумда, авиаташуулардын базарын либерализация жолу аркылуу, жарандык авиацияларды өнүктүрүү жана анын пландарын иштеп чыгуу, анын тобокелдери жана перспективалары; VIII Tourist.

Кг туристик форумунун реализацияланышы, Дубайда болуп өтүүчү туризмди өнүктүрүү максатындагы «ЭКСПО-2020» аттуу дүйнөлүк көргөзмөгө катышуу мүмкүнчүлүктөрү ж.б.у.с. маселелер талкууга алынды [166].

2018-жылдын, 1-декабрында, Кыргызстан менен Казакстандын «Алматы-Бишкек экономикалык коридору» (АБЭК) аттуу талкууда, туризм боюнча көйгөйлөрдү биргеликте чечүү жолдору талкууланды. Мындан сырткары, 2 өлкөнүн туристик тармагын кадрлар менен камсыздоону, туристик ишканалардын биргелешип иш алып баруусу, генералдык пландарды иштеп чыгуунун суроолору жана негизги багыттар боюнча сүйлөшүүлөр болуп өттү. Мына ушундай мазмундагы туризм тармагына багытталган иш-аракеттердин саны жыл санап өсүп бара жатат. Мындан биз, туризм тармагын өлкөнүн экономикасын өнүктүрүүдөгү перспективалуу багыттар деп эсептөөгө негиз болот жана ушул сыяктуу иш-аракеттерди бардык аймактарда системалуу түрдө уюштуруу, туризм тармагынын өнүгүүсүнө жакшы шарттарды түзөт.

Жогоруда аталган иш-аракеттердин уюштурулуп жаткандыгы абдан жакшы. Мындай уникалдуу иш-аракеттердин туризм тармагынын ишинин илгерилешине жакшы түрткү берет деп ойлойбуз.

Бирок, сөздөн ишке өтүү фактылары абдан аз болгондугу, туризм тармагына бөлүнгөн инвестициялардын негизги суммасы түндүк аймакка бериле тургандыгы, мамлекеттик деңгээлде уюштурулган иш-аракеттердин (туристик объектилерди куруу, проекттер, конференциялар, семинарлар, тренингдер, көргөзмөлөр ж.б.у.с.) баарынын максаттары бир тараптуу болуп калган. Дегеле, КРнын түштүк аймагындагы, туристик ресурстардын бар экендиги, аны потенциалдуу эффективдүү пайдалануу үчүн шарттарды (инфраструктураны) жаратуу зарылдыгы, дүйнөлүк туристик тенденциянын экосистема багытына өзгөрүлүп бара жаткандыгы боюнча маалыматтарды, тиешелүү болгон өкмөттүк структуралар унутуп, көз жаздымында калтырып жаткандыгы өкүндүрөт.

Мындан улам Ош областынын туризм тармагында, төмөндөгүдөй көйгөйлөр чечилбей келет:

1. Туристтик жана рекреациондук зоналардын инфраструктурасынын жеткиликтүү өнүкпөгөндүгү (кемпингдердин, туристер токтоочу аялдамалардын жоктугу);
2. Популярдуу (Чил Үстүн, Ферсман үңкүрү, ж.б.) туристик объектилерге жолдордун жоктугу;
3. Туристтик инфраструктурага мамлекет тарабынан капиталдык салымдардын өтө аз бөлүнүүсү;
4. Областын туристик инфраструктурасы жөнүндөгү так бирдиктүү маалыматтардын мамлекеттик органдарда жоктугу;
5. Чет тилдердеги географиялык багыттагалардын жоктугу;
6. Туристтик маршруттарга жана туристик объекттерге барууга жардам берүүчү навигатор GPS системасынын иштөөсүнүн сапатынын төмөндүгү;
7. 4 жана 5 жылдыздуу мейманканалардын жетишпестиги;
8. Региондордогу окуялуу туризмдин сүйүүчүлөрүнө, атайын көңүл ачуучу спорттук, объекттердин жана жолдун боюндагы сервисдердин жоктугу;
9. Заманбап бизнес жана конгресс-борборлордун жетишсиздиги жана мамлекеттик деңгээлдеги туризм сферасындагы иш чаралардын уюштурулуубагандыгы жана өткөрүлбөгөндүгү;
10. Областын туристтик потенциалынын абалын чагылдыруучу туризм тармагын өнүктүрүү максатын көздөгөн областтык бирдиктүү сайттын жоктугу жана ишканалардын отчетуулугунун жабык болуусу;
11. Туризмдин тармагындагы иш алып барып жаткан бизнес өкүлдөрүнө, жогорудагы аталган конкурстар жөнүндөгү маалыматтардын жеткиликсиздиги;
12. Туризм тармагындагы туристтик объекттердин жана субъекттердин аткарып жаткан иштерине SWOT анализдин жүргүзүлбөгөндүгү жана туристтик чарбачыл субъекттердин «Хит-парадынын» түзүлбөгөндүгү ж.б.

Кыргызстан боюнча, 4 аэропорт бар. Анын ичинен Ош аэропорту, республиканын түштүктөгү областарынын ичинен аба транспортун салыштырмалуу эффективдүү пайдаланган Ош областында жайгашкан. Областта, аба транспортторунун жолдорун кеңири колдонууга өтүү жана

дүйнөлүк туристтик рынокко жол ачуу миссиясы жолго коюлган. Бул мүмкүнчүлүктү туура пайдалануу, туристтердин баруучу жерине аба транспортунун жеткиликтүүлүгүнө биринчилерден болуп көңүл бура тургандыгын эске алуу менен иш алып баргандан кабар берет. Андыктан, авиалиниялардын тармактарын жана заманбап аэропортторду куруу керектиги бүгүнкү күндүн кечиктирилгис талабы экендигитармак ээлерине белгилүү маселелердин бири.

Ош областында, эл аралык статуска ээ болгон Ош аэропорту бардык багыттар боюнча кызмат көрсөтөт. Учуунун географиясы ички жана эл аралык каттамдарды тейлөөдөн турат 3.5- сүрөт. (Тиркеме 18).

Учурда Ош эл аралык аэропорту 7 авиакомпания менен кызматташат. Алардын ичинен ата мекендик авиокомпаниялар-3, ал эми чет мамлекеттик авиокомпаниялардын саны-4. Аэропорттун партнерлору катары, россиялык жана чет өлкөлүк авиаташуу кызматтарын көрсөтүүчү ири компаниялар саналат. Алар менен кызматташуу, аэропорттун Орто Азия, КМШ жана жакынкы Чыгыш мамлекеттерге чыгуу мүмкүнчүлүктөрүн ачып берет. Бул жумуш, ишкананын авиатармактын келечекте, пассажирдик ташуу кызматтарын өнүктүрүү пландарын иштеп чыгууда негизги максат катары коюлган. Эл аралык багыттагы пассажирдик рейстерди: жана ички каттамдардан Бишкек жана Тамчы авиаташууларын тейлейт. Статистикалык маалыматтарга караганда 2010-жылдан тарта аэропорттун пассажирлерди тейлөөсүнүн саны жогорулап баратат. 3.6-сүрөт (Тиркеме 19).

Пассажирлердин динамикасындагы өсүүлөр, кирүү агымы менен ички туристтик агымдын жанданганынан кабар берип турат. Бул толкундун негизги себеби катары, мамлекеттеги жумушсуздуктун айынан калктын эмгекке жарамдуу бөлүгүнүн массалык түрдө чет өлкөлөргө миграцияланышы деп белгилөөгө болот. Мындай мигарциялык толкундар, 2019-жылдын жыйынтыгында, Манас аэропорту 2 млн 168 миң адамды тейлесе, Ош аэропорту 1млн 500миң адамды, анын ичинен Ош –Тамчы ички каттамы, болгону 16000гана адамды тейлегендиги аныкталган [169,2]. Ички каттамдын

мындай зыянга алып келүүсү (өзүн актабаган) сезонго байланышкан негизсиз кымбат баалардан улам экендиги аныкталды. Кыргызстан боюнча жалпы авиаташууларды изилдегенибизде, пассажирлерди Манас-59% жана Ош -0,41% аэропорттору тейлегендиги аныкталса, Ош-Тамчы ички каттамы- 0,4% тейлегендиги аныкталды. Мамлекеттин стратегиялык өнүгүүсүндө маанилүү орду бар авиатармагы 2019-жылдын жыйынтыгында казынанын толушуна ири жардамды көрсөттү. Алсак, тармактын пландалган салык төлөмдөрү толугу менен төлөнүп социалдык фондго 616 млн 877миң сом которулган. Ал эми авиаташканаларынын акционерлерине 814 млн 74миң сом дивиденд төлөсө, мамлекеттин үлүшүнө 718млн 231миң сом которулган. Мындан жыйынтык катары мамлекеттеги авиациялык иш аракеттер алдыңкы жылга караганда, 3млрд 382млн 571миң сомго б.а. 12% га жогорулагандыгы белгиленген [170].

Аталган тармакта убакыттын өтүүсү менен чечилбей келген көптөгөн көйгөйлөр бар. Алар төмөндөгүлөр:

1. Заманбап авиапарктары менен төмөн бюджетти камсыз кылган ташып жеткирүүчүлөрдү түзүүнүн кечиктирилүүсү;
2. Авиалайнер парктарынын, учуу жана конуучу жолчолордун (полоса) инфраструктурасынын начар абалын оңдоого каражаттын аз каралуусу;
3. Авиаташуу кызматтарын аткарып жаткан “кара тизмедеги” самолеттордун, келүүнү пландап жаткан туристтердин тынчсыздануусун пайда кылуусу ж.б.

Аталган маселелерди чечүүдө жогоруда белгиленген каражаттарды аталган тармакка натыйжалуу жана максатуу пайдалануу жетиштүү деп эсептейбиз. Өлкөбүзгө тайпалык жана жеке жолдомо менен келген туристтердин эң биринчи тандоосу катары, ташуунун дагы бир тармагы- туристтик автобустар эсептелет. Туристтик автобустар жергиликтүү өндүрүштөн чыгарылбайт, бирок анын жетишпестигине карабастан, келген туристтердин 15 % ушул транспорттун түрүн тандашат.

Мына ушундай суроо талаптарга ээ болгон кызматтарды келген туристтерге сунуштоодо, жергиликтүү турфирмалар менен биргеликте

жергиликтүү транспорт тармагы маршруттук ташууларды уюштуруу керек. Алсак, Ош аэропорту-Сулайман-Тоо-Борбордук базар-Абшыр Ата-Кыргыз-Ата улуттук паркы ж.б. Мындай маршруттар, областыбызга келген туристтердин негизги көйгөйлөрдүн бири болгон, жергиликтүү жана эл аралык стандарттарга туура келбеген төмөн деңгээлдеги көрсөтүлгөн кызматтар (пассажирилди тейлөө процедуралары, узакка созулган кезек күтүүлөр, багаждардын кармалуусу, кымбат баадагы такси кызматтары ж.б.) жеңилдетүүгө жардам бермек.

Андыктан Ош областынын туристтик потенциалынын стратегиялык пландоосуна ички жана сырткы чөйрөлөр аркылуу таасир берген факторлорунун абалын SWOT анализге алууну туура таптык. 3.9-таблица.

3.9-таблица. Ош областынын туристтик потенциалын SWOT анализи

Жетишкен жактары	Жетишсиз жактары
1.45 өлкөнүн жарандары визасыз режимдин негизинде келе алышат; 2.Адам колу тийбеген жаратылыш; 3.Жагымдуу климат; 4.Мейманканалардын жеткиликтүүлүгү 5.Тарыхый жерлердин көптүгү; 6.Кыргыз элинин меймандостугу; 7.Электрондук визалар мүмкүнчүлүгү; 8.Туризм сферасындагы баалардын ыңгайлуулугу; 9.Табигый жемиштердин жеткиликтүүлүгү; 10.Сыйынуучу ыйык жерлердин көптүгү; 11.Турлардын сезондуу уюштурулушу; 12.Конок, мейман үйлөрүнүн жеткиликтүүлүгү; 13.Финансылык институттардын жеткиликтүүлүгү; 14.Тоолуу аймактардын басымдуулугу; 15.Турлардын сапаттуу уюштурулуусу; 16.Валюталардын жеткиликтүүлүгү; 17. Туристтердин «Манас» аэропортуна визалык пунктка кайрылуу мүмкүнчүлүгү; 18. Акысыз СИМ карталар, тоолуу эмес аймактарда, интернет-порталдарынын жеткиликтүүлүгү;	1.Областтык туризмдин белгилүүлүгүнүн төмөндүгү; 2.Областтын брендинин жоктугу; 3.Туризмдин ачык жарнамаларынын жоктугу; 4.Мейкиндиктеги, интернет аймактарынын коммуникациясынын жетишсиздиги; 5.Окуялардын жылдык календарынын системаланбашы; 6.Туризмдин жеткиликсиз каржылануусу; 7.Түз авиарейстердин жетишсиздиги; 8.Начар инфраструктура; 9.Областык деңгээлди камтыган, инвестициялык проекттердин жоктугу; 10.Сезондук жогорку баалар; 11.Турист коопсуздугунун төмөндүгү; 12.Таштандылардын көптүгү; 13.Стандарттарга жооп бербеген мейманканалар; 14.Чет тилдүү жол навигаторлор жана багыттамаалар жокко эсе; 15.Туристтерге болгон төмөн мамиле; 16.Кызматкерлердин чет тилдерин билбегендиги; 17.КРга келген туристтин өзүнүн милдеттерин жана укуктарын билбегендиги; 18.Регионалдык жолдордогу коомдук дааратканалардын жана жетишсиздиги

Мүмкүндүктөрү	Коркунучтары
1.Негизги туристтик базарларга авиа билдирүүлөрдү түз ачуу жана жиберүү; 2.Областагы тарыхый объекттерди модернизациялоо; 3.Дүйнөлүк туристтик базарда, турпродуктынын жаңы түрүн жана багыттарын сунуштоо; 4.Облустун жаңы туристтик потенциалдарын пландык негизде ачуу; 5.Инвестицияларды тартуу жана туристтердин агымын көбөйтүү максатында, улуттук оюндардын түрлөрүн камтыган программаларды сунуштоо; 6.Экологиялык туризмдин негизинде, жаңы туристик эс алуу аймактарын өздөштүрүү; 7.Областын туристтик базарынын географиясын кеңейтүү: фитнес-эс алуу, дауншифтинг (жан дүйнөнү эс алдыруу, жашоону баалоо) жана автостоп;	1.Жергиликтүү калктын туристтерди кабыл алуудагы тажрыйбасынын жоктугу (туризмди өнүктүрүүнүн потенциалдуу мүмкүндүктөрү экендигин түшүнүшпөйт), 2.Мамлекет тарабынан туристтик тармакты жыл сайын стабилдүү каржылоонун жоктугу; 3.Жаратылыш парктарын өнүктүрүү концепциясынын жоктугу; 4.Областын экологиясынын акырындык менен булганып баруусу; 5.Инфраструктуранын өнүгүшүнүн төмөндүгү; 6.Туризмдин тармагынын үстүнөн системалуу иштөөнүн начардыгы; 7.Тайпалык визалардын жоктугу; 8.Түз авиакаттамдардын жоктугу; 9.Коопсуздук эрежелеринин төмөндүгү;

Булагы: Автор тарабынан түзүлдү.

Жогорудагы таблицада, Ош областынын туристтик потенциалынын жетишкендиктери, башкача айтканда перспективалык багыттарга негиздер белгилүү болсо, аларга тоскоолдук жаратып жаткан суроолордун тайпасы, жетишсиз жактардын катарында көрсөтүлдү. Ал суроолордун чечилүүсүнөн көз каранды болгон мүмкүнчүлүктөр, областтын приоритетүү багыттарын аныктап көрсөтүп турса, ал эми коркунучтар катары көрсөтүлгөн жагдайлар, көйгөйлөрдүн алдын алуу жана жеринен чечүү керектигине эстеткич түзүп берди.

Жыйынтыгында, облустун табигый объектилери туризмдин, рекреациялык-курорттук, маданий-таанып-билүү, экстремалдык, трекинг, социалдык, экологиялык-агрардык, этностук-окуялуу жана экономикалык-ишкердик туризмдин түрлөрүн практикалоого боло тургандыгы аныкталды.

Мындай аныктоолордон улам Ош областынын туризмдин артыкчылыктары жана өнүктүрүүнүн перспективалары катары төмөндөгү багыттарды сунуштайбыз.

- Экологиялык жактан ыңгайлуу, тоо аймактык табигый тоо жайыктары, киши буту баспаган жана өзгөчө кооз табиятын натыйжалуу колдонуу менен тоо лыжа туризмдин, рафтингди жана треккингди өнүктүрүүгө басым жасоо;
- Кыргызстанда 300дөн ашуун үңкүрлөр изилденген, алардын ар бири кандайдыр бир уламыш же сыйкырдуу окуялар менен байланышын изилдөөчү илимпоздордун катарын тартуучу спелеотуризмди өнүктүрүү;
- Тарыхый-маданий ресурстары, көчмөн маданияты, каада-салттары жана кыргыз элинин меймандостугу, улуттук оюндардын түрлөрүн камтыган программаларды иштеп чыгуу мүмкүндүгүн пайдалануу аркылуу этнотуризм, диний жана гастрономиялык туризмди өнүктүрүүнү жолго коюу;
- Курорттук-рекреациялык туризмди өнүктүрүүдө жергиликтүү туристтик ресурстарды натыйжалуу пайдалануунун бизнес пландарын иштеп чыгуу менен туристтик бизнести кеңейтүү;
- Тоо-окуя туризми жана альпинизми областтын туристтик потенциалынын негизин түзөт. Андыктан тоолуу райондордогу тоо жана экология ресурстарын пайда табуунун булактарына айлантуу менен жергиликтүү калкты иш орундарына тартуу жана калктын социалдык деңгээлин жогорулатуу;
- Маданий-таануу туризми, областын бюджетин толуктоого жана жергиликтүү жашоочулардын турмуштук жыргалынын деңгээлин жогорулатууга салымы жогору. Бул тармактын өкүлдөрү туризмдин өнүгүшүнө кошкон салымы катары турагенттиктердин продукцияларына өздөрүнүн кызматтарын кошуу менен пайда табууну жолго коюу мүмкүндүктөрүн колдонуусу;

Экология туризми, туристтик потенциалдын маанилүү бөлүгүн ээлейт. Областын бардык райондорунда экологиялык ресурстар жеткиликтүү жана туристтерди тартуу жагымдуулугуна ээ болгондуктан, экологиялык туризмдин негизинде, жаңы туристтик эс алуу аймактарын түзүүгө инвестициялык каражаттарды тартуу жана мамлекеттик деңгээлде каржылоо.

Мындан сырткары, Кыргызстандын туристтик потенциалын жогорулатуу максатында, мамлекеттик деңгээлде жүргүзүлгөн активдүү иштер жөнүндө сөз

болду. Мындай иш чараларды байма-бай уюштуруу, туризм тармагынын көптөгөн көйгөйлөрүн чечүүгө түрткү болот жана региондор боюнча инвестициялык жагымдуулуктун индексин жогорулатуу мүмкүндүгүн жаратат деп ишенебиз.

3- БАПтын жыйынтыгы.

Ош областына катарлаш башка областарга караганда, туристтик ресурстага бай экендиги изилдегенибизде анык болду. Алага тарыхый архитектуралык эстеликтердин, дарылоочу санатордук-курорттук уюмдардын, окуу жайлардын, парктардын, коруктардын, спорттук жайлардын, маданий ишканалардын жана жайлоо, табигый парктардын жайгашкандыгы кирет.

Изилдөөлөрдүн жыйынтыгы катары аталган туристтик ресурстардын областын стратегиялык өнүгүүсүндө чоң ролду ойной тургандыгына басым жасалды. Ошондой эле, аталган ресурстар, областтын кубаттуу туристтик потенциалын түзүп тургандыгы белгилүү болду.

Андыктан бул багытта мамлекеттик деңгээлдеги натыйжалуу иштерди уюштуруу аркылуу келечекте, Ош областынын туристтик базардагы белгилүүлүк деңгээлин жогорулатууга, туристтердин сүйүктүү жайына айлантууга, жергиликтүү калкта туристтик маданиятты калыптандырууга жана аймактык, дүйнөлүк туристтик базарда атаандаштык жөндөмдүүлүккө ээ болгон тармакты калыптандырат деп ишеним билдирели.

ТЫЯНАКТАР

Диссертациялык изилдөөнүн жыйынтыгында төмөнкүдөй илимий-теориялык жана практикалык тыянактар чыгарылды:

1. Туристтик тармакты өнүктүрүүгө салымдарын кошкон окумуштуу улуу инсандардын эмгектерине изилдөөлөр жүргүзүлүп, туристтик терминдерге теориялык жана методикалык жактан толуктоолор жана тактоолор камтылды. Кыргызстандын туристтик объектилерине мүнөздөмө берилди жана туристтик ресурстарга карата туризмдин түрлөрү иликтенип алардын классификациясы иштелип чыкты. Туризмдин түрлөрүнө мүнөздөмө берилип артыкчылыктары

баса белгиленип, изилденген эмгектердин жыйынтыгында туристтик продуктынын пайда болуусуна себепчи болгон жагдайлар, туристтик продуктынын структурасы жана туристтик кызматтарды түзүү жана сатуу процесси аныкталды.

2. Мамлекеттин экономикасын өнүктүрүүнүн бир тармагын, туристтик продукт жана туристтик мекеме-уюмдар түзөөрүнө басым жасалып, турпродуктуну чыгарууну жана сатууну оптималдуу пландаштыруу, тайпалык турпакеттин бааларынын түзүү технологиясы, товардык касиети изилденип аны практикалоочу чарбачыл субъекттерге анализ жасалды. Анда, негизинен алардын учурдагы саны, түрлөрү жана формалары, аймактардагы экономикалык мүмкүндүктөрү, тейлөө талаасындагы инновациялык абалы, базалык ресурсу, ишмердиги, финансылык көрсөткүчтөрү, туристтердин саны ж. б. тыкыр каралып, өнүгүү жолундагы тике фактор катары ата-мекендик жана чет өлкөлүк инвестициялык булактарды пайдалануу экендиги аныкталды.

3. Кыргызстандын түштүк аймагынын туристтик потенциалын эффективдүү пайдануу менен алыскы чет жана коңшу мамлекеттерден туристтик агымдарды тартуу улуттук идеологияга карата колдонууга иш- чаралар иштелип чыкты.

4. Кыргызстандын, коңшу жана чет өлкөлөрдүн туристтик өзгөчөлүктөрү жагынан окшоштугу талданып, келечекте жакшыртуунун башкы багыттары сунушталды. Сунуштарды, кирүү туризмдин жөнөкөйлөтүү, эл аралык стандарттагы туристтик комплекстерди түзүү, туристтик ресурстары мол аймактардын инфраструктурасын жакшыртуу, турпродуктуларынын сапатын жогорулатуу аракеттери түзгөндүгү белгиленди.

5. Ош облусунун экономикасын жогорулатууда, туристтик потенциалды натыйжалуу колдонуу менен эл аралык туризм бизнесин түптөөдө туристтик ресурстардын орду олуттуу мааниге ээ экендиги иликтенди. Ошондуктан базарда атаандаштыкты түзүү жана сапаттуу турпродукту сатууда региондун туристтик потенциалын үнөмдүү пайдаланууну каралды. Ал эми инвестиция тартууда, ички маркетингдик изилдөөлөр, мамлекеттик колдоо жана тескөө, фискалдык саясат жакшыртуу тууралуу тыянактар көрсөтүлдү.

6. Туризмдин негизин түзгөн экотуризм, гастрономиялык, экстремалдуу, диний айыл, тоо жана трекинг түрлөрүнүн турпродуктыларын экспорттоонун көлөмүн арттырууда инвестициялык каражаттардын орду олуттуу экендиги аныкталып, алардын кирешесине жана туристтик негизги капиталга инвестициянын келечекте келип түшүү көлөмүнүн божомолун аныктоого трендик модель колдонулду.

7. КРнын туризминин приоритеттүү багыттарын, эл аралык стандарттарга ылайык тейлөө кызматтарын өнүктүрүү, материалдык-техникалык базанын жана менеджменттин атаандаштыкка туруктуу болуусу, жана өндүрүштүк эмес фонддорду түзүү зарылчылыктары белгиленди. Андыктан туристтик продукцияларды өндүрүүдө арзан жана көп сандагы натуралдык ресурстарды гастрономиялык багытта сапаттуу, нукура, улуттук суусундуктардын түрлөрүн иштеп чыгууга жана аларды өндүрүү көйгөйлөрүнө көңүл бурулду.

СУНУШТАР

Диссертациялык изилдөөнүн жыйынтыгында төмөнкүдөй илимий-теориялык жана практикалык сунуштар берилди:

1. Туризмдин терминдерге автордук көз-караштагы толуктоолор жана тактоолор киргизилип, областарга болгон инвестициялык бөлүштүрүүлөрдүн туура жолго коюлуусу, укуктук базадагы кемчилдиктерге толуктоолордун зарылдыгы, туристтик агымга таасир берүүчү терс факторлордун алдын алуу жолдорун пайдалануу жаңы маселелердин алдын ала тургандыгы сунушталды;

2. Мыйзамдуу ишмердикти уюштурган туристтик мекеме-уюмдар, турпродуктуну пландаштыруунун оптималдуу жолдору, ийгиликтүү туристтик продукт, жеке жана тайпалык турпакеттин жеткиликтүү баалары жана сапаттуу тейлөө кызматтары мамлекеттин экономикалык өнүгүүсүнө салым кошуучу экендиги белгиленип, чарбачыл субъекттердин аймактардагы экономикалык мүмкүндүктөрүн, тейлөө талаасындагы инновациялык абалын, базалык ресурсун, көп профилдүү ишмердигин, ички жана сырткы туристтик агымдын жакшырына ата-мекендик жана чет өлкөлүк инвестициялык булактарды

пайдалануусу сунушталды;

3. Кыргызстандын түштүк аймагынын туристтик потенциалын эффективдүү пайдануу менен алыскы чет жана коңшу мамлекеттерден туристтик агымдарды тартууда, улуттук идеологияга карата иш- чаралар сунушталды;

4. Туристтик байланышты ЕАЭБдин нугунда өнүктүрүүдө, мамлекеттердин: туристтик ресурстары, туристтик потенциалы, кадрдык чөйрөсү, инновациялык экономика, эл аралык стандарттагы тейлөө кызматтарын тандоо жана илимий технологияны колдонуу менен мамлекеттин экономикалык өнүгүүсүн камсыздай алуусу белгиленип, улуттук идеологияга багытталган иш – чаралар иштелип чыкты жана сунушталды;

5. Ош облусунун башка областарга жана коңшу өлкөлөрдүн туристтик өзгөчөлүктөрү жагынан окшоштугу бар тараптарын улуттук колоритти камтуу менен аны өркүндөтүү иш-чараларын уюштуруу, туристтик потенциалды натыйжалуу колдонуу жана аймактык туристтик базарда атаандаштыкты түзүүдө ички маркетингдик изилдөөлөрдү жүргүзүү менен бул тармакка инвестиция тартуу жолдору сунушталды;

6. Туризмдин негизги түрлөрүнүн турпродуктуларын экспорттоонун көлөмүн арттырууда туристтик негизги капиталга инвестициянын келечекте келип түшүү көлөмүнүн божомолун аныктоого тренддик модель сунушталды.

7. Республиканын туризмдин жакшыртуунун өзөгүн турпродуктыларды сатуу жана иштеп чыгууда туристтик компаниялардын техникалык жана укуктук-нормативдик регламенттерин кеңейтүүнү чечүү сунушталды. Мындан сырткары, туризмдин экотуризм, экстремалдуу, айыл, тоо жана треккинг түрлөрүнүн продукцияларын экспорттоонун көлөмүн арттырууда, инвестициялык каражаттардын орду эске алынып, негизги капиталга инвестиция тартууга мамлекеттик деңгээлде колдоо көрсөтүлүшү керектиги сунушталды.

Нормативдик укуктук мыйзамдар

1. 2017–ж карата жыйынтыктоочу коллегиялык отурум [Текст] Мамлекеттик салык кызматы 31.01.2018.// Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2018-ж.
2. 2018-2040-жылдарга карата стратегиялык өнүгүү программасы [Текст] Кыргыз. Респ. Б.-2018-ж. // Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2018-ж.
3. 2013-2018-жылдары ОшМУнун стратегиялык өнүктүрүү программасы: Инновация, инвестиция жана интеграция. Ош МУнун Окумуштуулар Кеңеши (прот №3 02.12.2013-ж.) №639 – буйрук 06. 12. 2013-ж.
4. Айрым мамлекеттердин жарандары үчүн 60 күндүк визасыз режим киргизүү жөнүндө [Текст] Кыргыз.Респ мыйзамы № 3158 30.05.2013-ж // Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2013-ж.
5. ГОСТ 28581.3-95 Постановление по стандартизации, метрологии и сертификации межгосударственный стандарт [Текст] Комитет Российской Федерации № 164 12 .03. 1996 // Норматив. акты РФ – 1996.
6. Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019 - 2025 годы [Текст] // Постановление Правительства от 31.05.2019 № 360// СПС Консультант плюс [Электронный ресурс] (30.12.2019)
7. Дипломатиялык кызматы жөнүндө КРнын мыйзамы, №140 25-27-беренелер, 1-2-пункттар 15.07.2015-ж. // Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2015-ж.
8. ЕАЭЖтин чечимдери [Текст] Евразия экономикалык кеңеши №23 -чечими 26.12.2016 // ЕАЭБдин нормативдик-укуктук актысы–2016-ж.
9. Инвестиция жөнүндө [Текст] КРнын мыйзамы -№66/4 27.03 2003-ж.// Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2003-ж. Бишкек ш.
10. Инвестиция жөнүндө [Текст]КРнын мыйзамы № 78 27.08.2009-ж.// Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2009-ж.
11. Инвестиция жөнүндө [Текст] КРнын мыйзамы №32 2-гл. 13.02.2015-ж // Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2015-ж.
12. Инвестициялык фонддор жөнүндө [Текст] КРнын мыйзамы № 92 26.07.1999-ж. Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–1999-ж.
13. КРдин республикалык бюджетти жана 2019-2020 –жылдарга карата болжолдоолор 2018-ж жыйынтыгында КРнын мыйзам долбоору 02.10.2017-ж.// Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2017-ж.
14. КРнын инвестициялар жөнүндөгү мыйзамы [Текст] Кыргыз.Респ.№66 мыйзамы 10-ст.27.03. 2003-ж. // Кыргыз. Респ. нормат.-укуктук актысы–2003-ж.
15. КРнын инвестициялар жөнүндө мыйзамы [Текст] Кыргыз.Респ. 2003-жылдын 27-марты № 66// Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2003-ж.

16. КРнын туризм жөнүндөгү мыйзамы [Текст] Кыргыз.Респ № 34 25 -март 1999 жыл // Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2003-жыл № 218, 5.12. 2013-жыл, № 211, 10 май 2017-жыл № 79.
17. КРнын чет өлкөлүк **инвестициялар** жөнүндө [Текст] КРнын мыйзамы 14.05.1998-ж// Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–1997-ж.
18. Международно-правовой акт [Текст] Манильская декларация по мировому туризму 27.09. 1980 г. // Правовые акты. М., 2000.
19. О получение визы [Текст] Постановления Правительства КР №87 от 07.02.2009г., № 522 23 . 07. 2015г // Норматив. акты Кыргыз. Респ. – 2009.
20. О введении безвизового режима для граждан некоторых государствам сроком до 60дней [Текст] Кыргызской Республики от 19.06.2013. №153// нормативно правовые акты Кыргыз. Респ. – 2013 года.
21. О внесении изменений в Закон КР “О туризме” Закон КР от 21 октября 2003 года № 218// нормативно правовые акты Кыргыз. Респ. – 2003 года.
22. О внесении изменений в перечень секторов (подсекторов) услуг, в которых функционирует единый рынок услуг в рамках Евразийского экономического союза [Текст] Решение Высшего Евразийского экономического совета № 7 14.05. 2018 г. Норматив. акты ЕАЭС 03.02.2020
23. О дальнейшем развитии интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического союза [Текст] Декларация 06.12.2018 //Официальный сайт, нормативно правовые акты РФ, ЕАЭС <http://eaeunion.org/> –Санкт-Петербург –2018.
24. О туризме [Текст] Закон КР 02.10.1999. №34 // нормативно правовые акты Кыргыз. Респ. – 1999 года.
25. О туризме [Текст] Закон КР от 25 марта 1999года № 34 // нормативно правовые акты Кыргыз. Респ. – 1999 года;
26. О туризме. [Текст] Закон КР -№34. 25.09.1999 г.// Норматив. акты Кыргыз. Респ. – 1999.
27. О туристской деятельности в Республике Казахстан [Текст] Закон Республики Казахстан от 13.06.2001 № 211-2// нормативно правовые акты Каз. Респ. – 2001 года.
28. Ош шаарынын социалдык-экономикалык абалы жөнүндө [Текст] Ош шаардык мамлекеттик статистика башкармалыгы январь-декабрь 2020-ж.// Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2020-ж.
29. Өзгөчө корголуучу жаратылыш аймактар жөнүндө 2-глава 13-берене. КРнын мыйзамы № 18. 03.05. 2011-ж. // Кыргыз. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2011-ж.
30. Постановление Правительства КР №87от 07.02.2009г., №125от 12.07.2010г., и №405 от 25.07.2011г.

31. Программа развития сферы туризма на 2019-2023 годы [Текст] Правительства КР, Минюст. КР 09.01.2020.// Норматив. акты Кырг. Респ. – 2020.
32. Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Текст]Правительства РФ № 2129-р 20.09.2019 // Норматив. акты РФ -2020
33. Токтом. [Текст] КРнын Өкмөтү №87.07. 02. 2009-ж.,№125 12.07.2010-ж. №405 25.07.2011-ж.// Кырг. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2009,10,11-ж.
34. Туризм жөнүндө [Текст] КРнын Мыйзамынын долбоору тууралуу өкмөтүнүн токтому, 22-берене 23.10.2018-ж. Кырг. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2018-ж.
35. Туризм сферасын 2019-2023-жж өнүктүрүү программасы [Текст] КРнын Өкмөтү 02.02.2018-ж.// Кырг. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2019-ж.
36. Туризм сферасын 2019-2023-жж өнүктүрүү программасы. [Текст] КРнын Өкмөтү 02.02.2019-ж.// Кырг. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2019-ж.
37. Улуттук, расалык, диний же аймактар аралык касташуунун алдын алуу жөнүндө [Текст] КРнын Кылмыш-жаза кодекси №60 статья 31- 299. 20.02. 2009 –жыл.// Кырг. Респ. нормативдик-укуктук актысы–2009-ж.
38. Юридика аталгылары менен түшүнүктөрүнүн орусча-кыргызча түшүндүрмө сөздүгү. Илимий-маалымдама басылыш /АРД/ Чекки долбоору, авторлор жамааты. – Б.: 2005, ISBN 9967-428-14-7

Колдонулган адабияттардын тизмеси

- 39.Абдиев М. Ж. Бухгалтердик-финансылык эсеп. [Текст] Окуу китеби / Абдиев М.Ж., Момунов У.Н., Бишкек-2018-ж.
- 40.Акаев Б.Б. Пути совершенствования управления туристической отраслью КР. [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 - Б.- 2012.- С.3-23.
- 41.Аманалиева М.О. Приоритетное направление развития туризма в КР.[Текст]: Экономический вестник/ Аманалиева М.О., //- 2012.-№2.- С.22-25.
- 42.Арзыбаев А.А. и др. МСФО. «Формирование конкурентоспособного туристского продукта с учетом национальных особенностей» (на примере Кыргызской Республики. [Текст]: Арзыбаев А.А. Б:Изд. Макспринт, 2016 г.
- 43.Арзыбаев А.А. История социальной защиты населения. [Текст] Журнал InternationalJournalofDevelopmentResearch. Импакт-факторная статья. Импакт-фактор-4,25. Каталог «Томсон Ройтерс», /Арзыбаев А.Ж. ноябрь 2017 г.
- 44.АсановҮ.А.“Кыргызстан” улуттук энциклопедиясы [Текст] АсановҮ.А. / 6-том. 97. Б.: Мамлекеттик тил жана энциклопедия борбору, 2014-ж.
- 45.Астафьев, В.Е. Экономика электрического производства [Текст]: Астафьев, В.Е. – М: «Высшая школа», 2009,С - 126 14

46. Ахмаджанов М. А., “Пути повышения эффективности инвестиций в сфере туризма Кыргызской Республике. [Текст] автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 УДК: 336.467:339.31:796.5 г. Ош 2014г
47. Базаржапова Ж. Т. Использование интернет –ресурсов в профессиональной деятельности учителя [Текст] Вестник бурятского государственного университета / Базаржапова Ж. Т. -2008-№15-С.10-13.
48. Байдилдеев И.К. Өзгөн архитектуралык комплекси Ош областы [Текст]: Байдилдеев И.К. Энциклопедия. – Ф., 1989. – Б. 387–389 б;
49. Балабанов И.Т. Экономика туризма [Текст] Учебное пособие./ Балабанов И.Т. Балабанов А.И.: -М.: Финансы и статистика, 1999. С.110
50. Барзыкин, Ю.А. Актуальные вопросы государственной политики РФ в сфере туризма [Текст] Туризм: право и экономика. / Ю.А. Барзыкин, Е.Л. Писаревский, Т.В. Абрамова – 2004. – № 4. – С.19].
51. Батырбеков А. TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 [Текст] / Батырбеков А., Садыров Э. <https://ru.sputnik.kg/Kyrgyzstan>
52. Белов Г. В. Туризм в Кыргызстане. Медицинские., экологические, экономические и политические риски безопасности. [Текст] Вестник КРСУ / Белов Г.В., Мамбетов М.А., Иманкулова Э.М. –2015. Том 15.С – 113
53. Биржаков М.Б. Введение в туризм: [Текст] Учебник для студентов вузов / Биржаков М.Б. - М.; СПб.: Изд. «Невский фонд», ИД «Герда», 2006., 512с. 2.
54. Биржаков, М.Б. Безопасность в туризме [Текст] учеб. пособие / М.Б. Биржаков. – СПб.: Изд. Герда, 2005. – 208 с.].
55. Боголюбов В.С., Экономика туризма [Текст]: учеб. пособие /В.С.Боголюбов, В.П. Орловская. – М.: Академия 2005. – 192 с.
56. Борисов К.Г., Международный туризм и право. [Текст] Учебное пособие, Борисов К.Г. Издание НИМП, Москва, – 1999 г.
57. БУУнун экономикалык жана социалдык маселелер боюнча департаменти: Калктын саны бөлүмү 2018-ж.
58. Винокуров В. И., Индустрия туризма: Теоретические аспекты, научная монография. [Текст] / Винокуров В. И., Леонов В. А. – Сочи: СГУТиКД, 1998 – 215с. Краеведение.
59. Виленский П. Л. ,Лившиц В. Н. , Смоляк С. А. Оценка эффективности инвестиционных проектов. [Текст] // Виленский П. Л. ,Лившиц В. Н. , Смоляк С. А. Теория и практика. Учебное пособие –2002 ISBN: 5-7749-0286-2
60. Воронцов М.Г. Современные технологии менеджмента в турбизнесе и туристические формы Воронцов М.Г. –2007г. №28.
61. Гезгала Я. Туризм в народном хозяйстве. Сокр. Пер. с польск. [Текст] / Гезгала Я. -М.: Прогресс, 1974г. -210 с.

62. Герасименко А. Финансовый менеджмент. [Текст] Альпина Паблишер / Герасименко А. — М., 2013. — 532 с.
63. Герасимова А., Скапенкер М. Туристический бизнес: особенности бухучета и налогообложения // Экономика и жизнь. 1996г. апрель. № 14.
64. Головин С.Ю. Словарь практического психолога, [Текст] / Головин С.Ю. — Минск. Харвест, 1998 г
65. Гуляев В. Г., Организация туристских перевозок, [Текст] Издательство: Финансы и статистика, Гуляев В. Г. — 2001 г. ISBN 5-279-02418-X
66. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. [Текст] Учебное пособие. / Гуляев В.Г. - М.: 1996.
67. Гыязов А.Т., Факторы, оказывающие влияние на состояние экономической безопасности страны [Текст] Территория науки. // Гыязов А.Т., Балтабаев А.Г., Борубаева Г.Н. Территория науки. — 2015. № 3. С. 85-90.
68. Джон Мейнард Кейнс. Общая теория занятости, процента и денег. — Петрозаводск [Текст] Петроком, / Джон Мейнард Кейнс. — 1991г. — С. 276.
69. Драчева Е.Л. Экономика и организация туризма: международный туризм [Текст] учеб. пособие. / Драчева Е.Л., Забаев Ю.В. и др. — М.: КНОРУС, 2010. - 568 с.
70. Жалал-Абад облустук мамлекеттик статистика башкармасынын маалыматтары 2018-ж.
71. Жыргалбеков Т.Ж. Туризм Кыргызстана в документах и материалах. -Б., 1998г. -520 с.
72. Жыргалбеков Т.Ж., Лунькин Ю.М. Туризм в Кыргызстане. -Б.: Кыргызстан, 1993г. -208 с.
73. Зимин И.А. Реальные инвестиции, [Текст] /Зимин И.А. — Москва 2000 г.
74. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности. [Текст] Финансы и статистика / Зорин И.В., Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов — М. — 2005.
75. Зулпукаров А. Анализ использование доходов и расходов хозяйств районов Ошской области Кыргызской Республики. УДК330.1., Электронный научно-практический журнал Зулпукаров А. — “Синергия” 2016. №2.
76. Иваненко А. Инвестиции: источник и методы формирования. [Текст] Омега / Иваненко А. — 2009 г. 39 с.
77. Иванников Д.А. Основы метрологии и организация метрологического контроля. [Текст] Учебное пособие. Нижегородский государственный технический университет. Глава 12. / Иванников Д.А., Фомичев Е.Н. — 2001г.
78. Идрисов А. Б., Стратегическое планирование и анализ эффективности инвестиций. [Текст] Информационно-издательский дом “Филинь”, / Идрисов А. Б., Картышев С.В., Постников А.В. — М. — 1997ж.
79. Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2017г.

- 80.Ишенов Б. Ч. Проблемы и пути развития малого и среднего бизнеса КР. [Текст] Вестник КЭУ имени М. Рыскулбекова. /Ишенов Б. Ч., Турдалиева А.Т. №2(50)2020 г.
- 81.Йылмазел С. “Коомдук жарандык уюмдардын КРнын улуттук туризм саясатынын өздөштүрүүгө тийгизген таасири (КРнын түштүк регионунун мисалында)” [Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 - Жала-Абад-2018.- С.-22.
- 82.Каменкова Н.Г. Особенности использования Интернет- ресурсов в профессиональной деятельности учителя СПУЗов [Текст] Герченевские чтения. Каменкова Н.Г.,Сурикова С.В. —2011.№2 -С.46-56.
- 83.Карчевская Е.Н. Организация международного туризма: [Текст] Практическое пособие / Е.Н. Карчевская. – Гомель: ГГТУ, 2003. – 25 с.
- 84.Квартальнов В.А. Туризм: –М.:Финансы и статистика [Текст] Окуу китеби /Квартальнов В.А. –2004-320с.
- 85.Кенжетаева Ж., “Эркин тоо” гезити [Текст] / Кенжетаева Ж. 01.03.2016-ж.
- 86.Койчуев Т.К. Центр экономических стратегий при ПКР (ЦЭС), «Экономисты за реформу» [Текст] / Койчуев Т.К. – 2007г.
- 87.Кочкорбаева М. Д. Формирование конкурентно способного туристского продукта с учетом национальных особенностей (на примере Кыргызской Республики [Текст] автореферат дисс... канд. экон. наук УДК 796.5: 338(575.2) Бишкек-2008 16-18 стр
- 88.Кремер Н.Ш. Эконометрика: учебник для студентов вузов [Текст] / Н.Ш. Кремер, Б. А. ЮНИТИ-ДАНА, -3-изд.- М.: 2010.-328с.
- 89.Крупенина Т. Социальные проблемы развития индустрии туризма. [Текст] Управление персоналом. /Крупенина Т. – 2001. -№5. – С. 38-43.
- 90.КРУСК тиешелүү маалыматтары 12.06. Бишкек-2019-ж.
- 91.КРУСК, Кыргызстан цифраларда Бишкек-2019-жыл
- 92.КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” Бишкек-2020 ж.05.03.2020.
- 93.КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” Бишкек-2020-ж.
- 94.КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” (2006-2011 жж., 2007-2012 жж., 2013-2017.жж.) жыйнактары. Бишкек-2017
- 95.КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм” (2006-2010 жж., 2008-2012 жж., 2015-2019.жж. Бишкек-2020
- 96.КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм”, (2013–2017-жж) Бишкек. 2018-ж.
- 97.КРУСКнин “Кыргызстандагы туризм”, (2014-2018) -жж. Бишкек. 2019-ж.
- 98.КРУСКнын “Кыргызстандагы туризм” Бишкек 2018-ж.[1]2- бет,[2] 3-бет.
- 99.Купуев П.К. Азыркы этапта туристтик продуктунун наркын экономикалык болжолдоп баалоону калыптандыруу жана пайдалануу» [Текст] / Купуев П.К., Умаров С.Т., Дадабаев Н.А. УДК: 338.48(575.2) (04)

100. Кущева Н.Б. Гастрономический туризм, как перспективный вид развития регионов России Современные исследование социальных проблем (электронный научный журнал) №12 (44) [Текст] / Кущева Н.Б., Бедяева Т.В. –2014-ж WWWSiSp. nkras.ru
101. Кыргызстандагы туризм, 2015-2019. Статистикалык жыйнак // КРУСК.- Бишкек.- 2020, 25 б.
102. Кыргызстандын географиясы. Бишкек: Мамлекеттик тил жана энциклопедия борбору, 2004, s. 71-72. ISBN 9967-14-006-2
103. Легорнев С.Ф.Туризм в экономике открытого типа. [Текст] «Вестник Московского университета». Экономика /Легорнев С.Ф., Лайл К. – 1994, №2, 63 с.
104. Листвина Е.В. Современный туризм: [Текст] проблемы пути и турешествия /Листвина Е.В., Гализдра А.С. – 2002-2018 гг.
105. Лифшиц И.М., Основы метрологии, стандартизации и сертификации Международная стандартизация. [Текст] Стандарты серий iso 9000 и iso 14000 /Лифшиц И.М.– М.: ЮРАЙТ, – 2007. 399 с
106. Лунёва Г. Зарубежные капиталы не идут в регионы. [Текст] Общенациональная газета, “Слово Кыргызстана”. /Лунёва Г// №51 (23756) – 2019. 07.05.
107. Мамасыдыков А.А. Формирование и развитие туристического кластера в КР. [Текст] ILUSLARARASI TURK DUNYASI SOSYAL BILIMLER KONGRESI / Мамасыдыков А.А., Алишева П.К. г.Стамбул – 2013 г. ISBN: 978-975-498-207-7
108. Международные инвестиции (International Investment)№2 05. 02. 2018-ж
109. Мишина Л.А. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта. [Текст] /Мишина Л.А. О.Ю.Грачева , Ю. А. Маркова ,Ю. В. Мишунина, 3 сентября 2012 г.
110. Мусакожоев Ш.М. Экономика: [Текст] Жогорку окуу жайлары үчүн окуу китеби. 2-бас./ Ш.М. Мусакожоев, Б.Ч. Ишенов, Б.Ш. Мусакожоева. - Б.: «Турар». – 2011. - 528 б. ISBN 978-9967-15-095-9
111. Народонаселения 2018-ж.
112. Низамиев А.Г. Кыргызстандын түштүк аймагынын табигый туристтик потенциалын баалоонун геоэкологиялык маселелери. [Текст] /Низамиев А.Г.,Култаева А.К. – Ош. – 2017-ж.
113. Николаева С.Л.“Проблемы демпинга на российском туристическом рынке” [Текст] Российское предпринимательство, №24 (270) /Николаева С.Л., Владимировна Л.С., Михайловна Д. Е. – 2014г
114. НСК КР “Кыргызстан в цифрах” и “Туризм в Кыргызстане”1999-2018гг

115. НСККР «Кыргызстан в цифрах», 2012 -2013 гг. и “Туризм в Кыргызстане” 2018г., 2-4 стр.
116. НСККР, Кыргызстан в цифрах 2018г.С. 65-66.
117. Омурзаков С.А. Информационная система управления активами предприятий [Текст] журнал Иссык-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. “III Исраиловские чтения”, Омурзаков С.А., Кокуева Э.С. –2013 г. часть I–№2(25).- С. 83-86.ISSN 1694-7347
118. Оценка эффективности инвестиционных проектов. Теория и практика Учебное пособие, ISBN: 5-7749-0286-2 год выпуска: –2002
119. Прохоров А.М. Бельгия [Текст] Большая советская энциклопедия: Прохоров А.М. -3-е изд.М.: Советская энциклопедия,1969-1970 гг.
120. Путко Б. А.Эконометрика: [Текст] ЖОЖдун студенттери үчүн окуу куралы / Путко Б. А., Кремера Н. Ш.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, –2010.С- 328.
121. Романова М.М. Инвестирование в индустрию туризма в России и других странах [Текст] Экономика и современный менеджмент: Новосибирск: СибАК, / Романова М.М. –2014г
122. Самарцев С.Е. Эколого-культурный туризм: технологии и опыт организации. [Текст] Экологический туризм на пути в Росию. Самарцев С.Е., Хлыстова Я.Г. –2002г.
123. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. -М.: Ось -89, 1997г. -160 с.
124. Сариева Ш. К. «Перспективы развития внутреннего туризма в Кыргызской Республике»[Текст]: автореф. дис. канд. экон. наук: 08.00.05 - Б.- 2017.- С.18-19.
125. Саякат жана туризм боюнча дүйнөлүк кеңешменин маалыматтары 2011-2015-жж. 21,06,2017. World Travel & Tourism Council
126. Смирнова С. Самый эффективный экспорт// Внешняя торговля, 1991г., №1-2. С.55-56.
127. Соколов Ю.Н. Международный туризм и его правовое регулирование. -М.: 1967г.
128. Соколова М.В. История туризма, [Текст] Учебное пособие. /Соколова М.В. - М.: Мастерство, –2002. - 352 с.
129. Тойчубекова Г.К. Экономическая эффективность методов оценки инвестиций в сферу туризма и факторов влияющих на его эффективность. [Текст]/Тойчубекова Г.К., Международный теоретический и научно-практический журнал Известия Иссык-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. “IX Исраиловские чтения”, 2018 г. – №2(21).- С. 195-201.ISSN 1694-7347

- 130.** Тойчубекова Г.К., Инвестициялык ишмердүүлүктүн туризмдеги эффективдүүлүгүн жогорулатуунун жолдору жана формалары. [Текст] /Тойчубекова Г.К., ОшМУ жарчысы, №1, 2017-ж. 201- 206-б.
- 131.** Тойчубекова Г.К., КРнын туризмдин өнүктүрүүдөгү эл аралык тажрыйбанын таасири. [Текст] /Тойчубекова Г.К., Исраилов Т. М.//. Наука новые технологии и инновации Кыргызстана, –2019 –№2. 67-71б. ISSN1694-7694.
- 132.** Тойчубекова Г.К., КРнын түштүк аймагындагы туризмдин перспективалык багыттары жана анын маселелерин анализдөө. [Текст] /Тойчубекова Г.К., Международный научно практический конференции “Совершенствование учета и аудита в условиях становления цифровой экономики”, 2018г. –С.42-47.
- 133.** Тойчубекова Г.К., Кыргызстандын түштүк регионундагы туристтик кызмат көрсөтүүлөргө болгон керектөөлөр жана аны жакшыртуунун жолдору. [Текст]/ Тойчубекова Г.К., Вестник Кыргызского Экономического университета имени М.Р.Рыскулбекова 1 (43) 2018-С. 116-121
- 134.** Тойчубекова Г.К., Оценка туристического потенциала Кыргызстана и ее механизмы развития. , [Текст] Тойчубекова Г.К., Исраилов Т. М., ООО "Издательство "Спутник+" (Москва) ISSN: 1728-8878 Вопросы экономических наук. Россия, –№5 2018. – С.64-68.
- 135.** Тойчубекова Г.К., Развития инвестиций в туристической отрасли и ее трендовый прогноз.[Текст]/Тойчубекова Г.К., Маткеримова А.М. Международный теоретический и научно-практический журнал Известия Исык-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. “IX Исраиловские чтения”, –2019 г. –№2(25).- С. 114-118. ISSN 1694-7347
- 136.** Тойчубекова Г.К., Оценка и анализ экономической эффективности инвестиций в сфере туризма. , [Текст] /Тойчубекова Г.К., Исраилов Т. М.//. Проблемы совершенствования и развития государственного аудита в республике Таджикистан. Материалы международной научно-практической конференции (г. Душанбе. 28 – 30 июня 2019 года) 2019. – С.162-165.
- 137.** Тойчубекова Г.К., Проблемы развития туризма в южном регионе КР и роль иностранных инвестиций в развитии данного сектора., [Текст] /Тойчубекова Г.К., Исраилов Т. М.//. Международная научно-практическая конференция “Совершенствование бухгалтерского учета, анализа и аудита в условиях глобализации экономики: теория практика, перспективы” Сборник научных статей и тезисов”, 9-декабря 2018 г. г. Ташкент. – С.161-168.
- 138.** Тойчубекова Г.К., Современное состояние и приоритетные направления туристической деятельности в КР. [Текст] /Тойчубекова Г.К., Маткеримова

- 17А.М., Исраилов Т.М., Электронный научный журнал “Актуальные вопросы современной экономики” № 3.2020С-424
- 139.** Тойчубекова Г.К. Тенденции роста инвестиций в основной капитал в сфере туризма и его прогнозные значения. [Текст] /Тойчубекова Г.К., Ташбаев А.М., Республиканский научно-теоретический журнал “Наука, новые технологии и инновации Кыргызстана” Бишкек–2019 –№8. 86-93 б. ISSN1694-7694.
- 140.** Токтомаматов К.Ш. «Современные аспекты социально-экономического развития Кыргызской Республики, [Текст] монография./ Токтомаматов К.Ш. г. Бишкек, 1999 г.
- 141.** Толонов Э. Н. Туристический потенциал и проблемы развития туризма в Кыргызской Республике [Текст] Молодой ученый. /Толонов Э. Н. — 2016. — №18. — С. 290-293.
- 142.** Тургунбаев Ж.Т. Экономический потенциал Кыргызстана: состояние и перспектива использования. -Б., 2000г. -256 с.
- 143.** Тургунов Б.М. Кыргыз адабиятын окутуу процессинде окуучулардын экологиялык маданиятын калыптандыруу [Текст] УДК:372.882 (575.2) (043.3) /Тургунов Б.М. Б-2017-ж.
- 144.** Туризм в Кыргызстане: статистический сборник. Бишкек, 2013. 4. Кыргызстан в цифрах. Официальное издание. Бишкек, 2013. 5.
- 145.** Туриндустрия Китая (<http://www.chinatourism.ru>) 11.04.2010-ж.
- 146.** Туроператорлордун ассоциациясы. Вестник АТОП 18.01.2018-ж.
- 147.** Уваров В.Д. Международные туристские организации [Текст] Справочник .Междунар. отношения, / В. Д. Уваров, К. Г. Борисов. - М.: 1990. - 286,[1] с.; 22 см.; ISBN 5-7133-0045-5
- 148.** Умаров С.Т. Современное состояние и перспективы развития туристического бизнеса. [Текст] Кыргызстана Ошский технологический университет. Синергия. УДК 338.48 Умаров С.Т., Дадабаев Н.А. —2015. № 1.
- 149.** Фасилов М.С. “Социально-экономический сущность и принципы региональных инвестиций” [Текст] Журнал Экономика и экономические науки, октябрь. /Фасилов М. С., Хакимов С.Н. —2018г.
- 150.** Харрис Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке [Текст] Издательство: Финансы и статистика, ISBN 5-279-02157-1 /Харрис Г. —2000 г.
- 151.** Харрис, Г. Стимулирование международного туризма в XXI веке [Текст] Финансы и статистика, . - ISBN 5-279-02157- / Г. Харрис, К. М. Кац; Е. В. Мошняга. – М.: 2000. – 238 с
- 152.** Храбовченко В.В. Экологический туризм. [Текст] Учебно-методическое пособие.-М.: Финансы и статистика, /Храбовченко В.В. —2003.-208стр.
- 153.** Шевченко А. Инвестиции: источники и методы финансирования. [Текст] /Шевченко А., Г. Омега, —2009г. —178 с.

154. Энциклопедия “Кругосвет”:Белгия [Электронный ресурс].- 2005г.
155. Энциклопедия “Кругосвет” [Электронный ресурс].- 2007-ж
156. Энциклопедия Китая (<http://www.abirus.ru>) 20.05.2010-ж.
157. Энциклопедия Китая (<http://www.abirus.ru>) Проверено 20.05.2011-ж
158. Энциклопедия стран мира: Пособие.-М.: Экономика,2004.- 1319с
159. Эркин Тоо гезити №411 17-23-сентябрь, 2010-ж.

Электрондук булактар

160. www.pamirtravel.biz/tours/#7
161. 13-июнь 2019- ж /Кабар/ агенттиги
162. <http://www.mountain-forecast.com/peaks/Pik-Lenin/>
163. [https://sputnik.kg/trend/azhylyk_2019_09012019/][К-Newsсайты-26.04.2018
164. [<http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ky-kg/1266>
165. [<http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ky-kg/12663/10?cl=ru-ru&mode=tekst>
166. International Investment. 05. 02. 2018г.
167. <https://sputnik.kg/culture/20190422/1044065264/osh-turizm-ish-chara.html>.
168. <http://www.airport.kg/osh/about-airport/flight-map-airport>
169. https://24.kg/biznes_info/136766_finansovyie_pokazateli_oao_mam_demonstriruyut_ustoychiviy_rost/
170. https://24.kg/biznes_info/136766_finansovyie_pokazateli
171. <http://www.airport.kg/osh/about-airport/information-about-airport>
172. [China - The Asia and the Pasific Intra-regional Outbound Series. Madrid: World Tourism Organization, 2006. P.12.]
173. <https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=813>
174. <https://ru.sputnik.kg/Kyrgyzstan> ITRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT
175. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>
176. <http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ru-ru/1344?cl=ru-ru>
177. <http://www.stat.kg/ru/statistics/investicii>
178. <https://www.job.kg/> Работа в Кыргызстане.
179. ru.depositphotos.com
180. <http://www.eurasiancommission.org/ru/nae/news/Pages/12-08-2015-1.aspx>
181. <https://ru.wikipedia.org/wiki/> Население стран мира (прогноз)
182. <http://kg.kabar.kg/news/2020-zhyl-aimaktardy-n-kt-r-lk-n-sanaripteshtir-zhana-baldardy-koldoo-zhyly/>
183. http://www.president.kg/kg/okujalar/zharlyktar/12775_2018_2040_ghildari_kir_giz_respublikasin_nktrnn_uluttuk_strategiyasi_bekitildi

ТИРКЕМЕ-1

Примерные вопросы Предиктив- тура

№	Вопросы	Ответы	
		да	нет
1	Отдых у озера зерный туризм и озерный туризм. Период с 22 мая по 15 сентября. В зависимости от погоды из выходного дня можно вычесть 5 дней;	да	нет
2	Санаторно-курортное лечение, профилактика, религиозное, гастрономический туризм;	да	нет
3	Спа салоны, фитнес, треккинг. Весь год;	да	нет
4	Автотуризм, исторические ценности, экотуризм, экскурсионный туризм, религиозный, гастрономический, треккинговый, велосипедный туризм. Весь год;	да	нет
5	Отдых пансионатах, гостевых домах, звездных отелях. Весь год ;	да	нет
6	Сбор трав, гастрономический, медицинский, экзотический туризм и экологический туризм; Апрель-октябрь	да	нет
7	Активный туризм, экстремальный туризм; рафтинг, экзотика и горный туризм;	да	нет
8	Охота и рыбалка. Отдыхайте в любое время года, на реках и озерах;	да	нет
9	Экскурсии и исследования (исторические места), археологические туры. В любое время года;	да	нет
10	Приключенческий туризм. Праздники, фестивали, участие в национальных свадьбах, развлекательных программах и шоу-концертах. В любое время года;	да	нет
11	Конгрессы по деловому туризму и тренинги. Организуется круглый год на курортах и в пансионатах;	да	нет
12	Исследовательские экспедиции, полевые практики, коллекции и архивные исследования. Обеспечить питание и проживание в подходящих гостевых домах;	да	нет
13	№1-Экскурсионный туризм для людей с ограниченными возможностями: путешествия, особенно для здоровых детей, питание и проживание в подходящих гостевых домах. Предложение медицинских услуг, иппотерапии, арт-терапии, физической реабилитации и др;	да	нет
14	№2-Экскурсионный туризм для инвалидов: Развлекательные программы и шоу-концерты, исторические ценности, экотуризм, туризм, религия, гастрономия, охота и рыбалка, отдых на реках и озерах. На базе специальной инфраструктуры в любое время года. (Общественный транспорт, банкоматы и т. Д.)	да	нет

Предиктив- тур. Болжалды сұрақтардың үлгісі

№	Болжалды сұрақтар	Жауаптар	
1	Көл астық туризмі және көл туризмімен демалу. 22 мамырдан 15 қыркүйекке дейінгі кезең. Ауа-райына байланысты демалыс күнінен 5 күнді азайтуға болады;	Иә	жоқ
2	Курорттық емдеу, профилактикалық, діни, гастрономиялық туризм;	Иә	жоқ
3	Спа салондары, фитнес, треккинг. Бүкіл жыл;	Иә	жоқ
4	Автомобильдік туризм, тарихи құндылықтар, экотуризм, экскурсиялық туризм, діни, гастрономиялық, треккинг, велотуризм. Бүкіл жыл;	Иә	жоқ
5	Пансионаттарда, қонақ үйлерде, жұлдызды қонақ үйлерде демалу. Бүкіл жыл;	Иә	жоқ
6	Шөптерді жинау, гастрономиялық, медициналық, экзотикалық туризм және экологиялық туризм; Сәуір-қазан	Иә	жоқ
7	Спорттық туризм, экстремалды туризм; рафтинг, экзотикалық және тау туризмі;	Иә	жоқ
8	Аңшылық және балық аулау. Жылдың кез келген уақытында, өзендер мен көлдерде демалыңыз;	Иә	жоқ
9	Экскурсиялар мен барлау (тарихи орындар), археологиялық экскурсиялар. Кез-келген маусымда;	Иә	жоқ
10	Оқиғалық туризм. Мерекелер, фестивальдар, ұлттық тойларға қатысу, ойын-сауық бағдарламалары мен шоу-концерттер. Кез-келген маусымда;	Иә	жоқ
11	Жыл бойына курорттар мен пансионаттарда ұйымдастырылған іскерлік туризм, конгресстер мен тренингтер.	Иә	жоқ
12	Зерттеу экспедициялары, далалық тәжірибелер, коллекциялар және мұрағаттық зерттеулер. Тамақ және қолайлы қонақ үйлерде орналастыру;	Иә	жоқ
13	№1 Мүмкіндігі шектеулі адамдарға арналған туристік туризм: саяхат, әсіресе сау балаларға саяхат, тамақтану және қолайлы қонақтарда тұру. Медициналық қызметтерді ұсыну, иппотерапия, арт-терапия, физикалық оңалту және т.б.	Иә	жоқ
14	№2 мүгедектерге арналған экскурсиялық туризм: ойын-сауық бағдарламалары мен шоулары, тарихи құндылықтар, экотуризм, туризм, дін, гастрономия, аң аулау және балық аулау, өзендер мен көлдердегі демалыс. Жылдың кез келген уақытында арнайы инфрақұрылымға негізделген. (Қоғамдық көліктер, банкоматтар ж. б.);	Иә	жоқ

ТИРКЕМЕ-3

Саволҳои намунаӣ Предиқтив- тур

№	Саволҳо	Ҷавобҳо	
1	Истироҳат дар назди кул васаёҳии кулӣ. Мӯҳлатаз 22 майто 22 сентябр. Вобаста аз боду ҳаво варӯзҳои истироҳат мумкин аст 5 рӯз кам карда шавад	ха	не
2	Таботати санаторӣ-осоишгоҳӣ, солимгардонӣ (пешгирӣ), сайёҳати дар Ҷойҳои таърихӣ-динӣ ва гастронومӣ	ха	не
3	Спа салонҳо, фитнес, пиёдагардӣ. тамоми сол;	ха	не
4	Автосайёҳӣ дар Ҷойҳои таърихӣ, экосайёҳӣ, сайёҳии экскурсионӣ, динӣ, гастронумӣ, пиёдагардӣ, сайёҳии велосипедӣ. Тамоми сол;	ха	не
5	Истироҳат дар осоишгоҳҳо, меҳмонхона, меҳмонхонаи ситорадор. Тамоми сол;	ха	не
6	Ҷамъоварии алафҳо, туризми гастронумӣ, тиббӣ, экзотикӣ ва экологӣ; Апрель-октябрь	ха	не
7	Сайёҳии фаёл, сайёҳати экстремалӣ; рафтинг, экзотикӣ ва сайёҳии кӯҳӣ;	ха	не
8	Шикор ва моҳидорӣ. Истироҳат дар тамоми фасли сол дар дарёҳои ва кулҳо;	ха	не
9	Экскурсия ва таҳқиқот (дар Ҷойҳои таърихӣ), сайёҳии археологӣ. Дар тамоми фасли сол;	ха	не
10	Сайёҳати маросиму аънаҳо. Идҳо, фестивалҳо, иштирок дар маъракаву тӯйҳои миллӣ, барномаҳои шавқовар ва шоу-концертҳо. Дар тамоми фасли сол;	ха	не
11	Конгрессҳо оид ба сайёҳии Ҷоратӣ ва тренингҳо. Ташкили мизҳои мударбар дар осоишгоҳҳои истироҳатгоҳҳо;	ха	не
12	Экспедитсияҳои таҳқиқотӣ, таҷрибаҳои саҳроӣ, коллексияҳо ва таҳқиқотҳои бойгонӣ. Таъмини бурду бош ва хурока дар меҳмонхонаҳои мувофиқ;	ха	не
13	№1 Сайёҳии экскурсионӣ барои шахсони имконияташон маҳдуд: сайёҳати махсусан барои кӯдакони солим, бурду бош ва хурока дар меҳмонхонаҳои мувофиқ; Расонидани хизматрасониҳои тиббӣ, иппотабобат, арт-табобат, барқарорсозии ҷисмонӣ вағ.	ха	не
14	№2-Сайёҳии экскурсионӣ барои маъҷубон: Барномаҳои дилхушӣ ва шоу-концертҳо, Ҷойҳои таърихӣ, экосайёҳӣ, сайёҳии экскурсионӣ, динӣ, гастронумӣ, шикор ва моҳидорӣ, истироҳат дар дарёҳои ва кулҳо. Дар пояи инфрасохтори махсус дар тамоми фасли сол. (хизматрасонии нақлиётӣ ва ҷамъиятӣ, бонкамат вағ.)	ха	не

ТИПКЕМЕ-4**Predictive ekskursiyasi savollarning namunasi**

№	Savollar	Javoblar	
		Ha	yo'q
1	Ko'l donalari yonida dam turizm va ko'l turizmida dam olish. 22 maydan 15 sentyabrgacha bo'lgan davr. Ob-havoga qarab, dam olish kunidan 5 kunni olib tashlash mumkin;	Ha	yo'q
2	Kurortni davolash, profilaktika, diniy, gastronomik turizm;	Ha	yo'q
3	Spa salonlari, fitnes, trekking. Butun yil;	Ha	yo'q
4	Avtomobil turizmi, tarixiy qadriyatlar, ekoturizm, ekskursiya turizmi, diniy, gastronomik, trekking, velosiped turizmi. Butun yil;	Ha	yo'q
5	Pansionatlar, mehmon uylari, yulduzli mehmonxonalarda dam oling. Butun yil;	Ha	yo'q
6	O'simliklarni yig'ish, gastronomik, tibbiy, ekzotik turizm va ekologik turizm; Aprel-oktyabr	Ha	yo'q
7	Sport turizm, ekstremal turizm; rafting, ekzotik va tog 'turizmi;	Ha	yo'q
8	Ov va baliq ovi. Yilning istalgan vaqtida, daryo va ko'llarda dam olish;	Ha	yo'q
9	Ekskursiyalar va tadqiqotlar (tarixiy joylar), arxeologik ekskursiyalar. Har qanday mavsumda;	Ha	yo'q
10	Sarguzasht turizm. Bayramlar, festivallar, milliy to'ylarda qatnashish, ko'ngilochar dasturlar va shou-konsertlar. Har qanday mavsumda;	Ha	yo'q
11	Ish safarlariga bag'ishlangan kongresslar va treninglar. Yil davomida kurortlarda va pansionatlarda tashkil etilgan;	Ha	yo'q
12	Tadqiqot ekspeditsiyalari, dala amaliyotlari, kolleksiyalar va arxiv tadqiqotlari. Tegishli mehmon uylarida ovqat va turar joy bilan ta'minlash;	Ha	yo'q
13	№1 nogironlar uchun ekskursiya turizmi: sayohat, ayniqsa sog'lom bolalar uchun sayohat, ovqatlanish va tegishli mehmon uylarida yashash. Tibbiy xizmatlarni taklif qilish, hippoterapiya, artterapiya, jismoniy reabilitatsiya;	Ha	yo'q
14	№ 2 Nogironlar uchun ekskursiya turizmi: ko'ngilochar dasturlar va shoular, tarixiy qadriyatlar, ekoturizm, turizm, din, gastronomiya, ov va baliq ovi, daryo va ko'llarda dam olish. Yilning istalgan vaqtida maxsus infratuzilma asosida. (Jamoat transporti, bankomatlar va boshqalar);	Ha	yo'q

TIPKEME-5

The questions Predictive Tour

№	Questions	Answers	
		yes	no
1	Lake tourism and lakes tourism. The period is from May 22 to September 15. Subject to weather and weekends may be excluded 5 days.	yes	no
2	Spa treatment, prevention, religious, gastronomic tourism	yes	no
3	Spa salons, fitness, trekking. All year.	yes	no
4	Automotive tourism, historical values, ecotourism, excursion tourism, religious, gastronomic, trekking, cycling tourism. Whole year	yes	no
5	Rest in boarding houses, guest houses, star hotels. Lived in the war;	yes	no
6	Herbal collection, gastronomic, medical, exotic tourism and ecological tourism; April-October	yes	no
7	Active and extreme tourisms; rafting, exotic and mountain tourism;	yes	no
8	Hunting and fishing. Rest at any time of the on rivers and lakes;	yes	no
9	Excursions and explorations (historical sites), archaeological tours. In any season;	yes	no
10	Adventure tourism. Holidays, festivals, participation in national weddings, entertainment programs and show concerts. In any season;	yes	no
11	Business travel congresses and trainings. Organized all year round at resorts and boarding houses;	yes	no
12	Research expeditions, field practices, collections and archival research. Provide food and accommodation in suitable guest houses;	yes	no
13	No. 1 - Excursion tourism for tourists with disabilities: travel for the health of children, in particular, food and accommodation in suitable guest houses. Provision of medical services, acupuncture, art therapy, physical rehabilitation, etc.	yes	no
14	No. 2-Excursion tourism for disabled tourists: Entertainment programs and shows, historical values, ecotourism, tourism, religion, gastronomy, hunting and fishing, recreation on rivers and lakes. Based on a special infrastructure at any time of the year. (Public transport, ATM machines, etc.)	yes	no

ТИРКЕМЕ-6

Бельгия туризмдин абалынын динамикасы (2008-2018-жж.) 2.3-сүрөт.



(Булагы: Автор тарабынан иштелди.)

ТИРКЕМЕ-7

«Бекитилди»
Кыргыз Республикасынын
Финансы министрлиги
«__» ____ 20__-ж. № ____

Туроператор/Турагент/Эл аралык туристтик компания

(толук аталышы, дареги (жайгашкан жери),

(Почта дареги, телефону)

(СТЖН (ИНН), катталган номери –туроператорлор үчүн)

ЖКРДББ фирмасынын коду	4523145
ЖКРКТгү рүнүн коду	061000,061100, 061200, 061300, , 061500, 061700

ТУРИСТТИК ЖОЛДОМО № _____ Сериясы __

Туристтик продуктынын кардары

(Ф.А.А., паспорттун маалыматтары же инсандыгын тастыктаган башка документ)

Кыргыз Республикасынын мыйзамдарына ылайык, жашаган жери - физ. жактар үчүн),

(СТЖН, аталышы, дареги (жайгашкан жери), ЖКРИМКнин коду – юридикалык жактар үчүн

Турист

(Ф.А.А., паспорттун маалыматтары же КРнын жарандыгын тастыктаган башка документ жашаган дареги)

Туристтик продуктынын түрү (саякат)

(ЖКРКТ боюнча тейлөөнүн түрү)

Туристтик продуктунун өлчөө бирдиги (саякат)

(бир адамга туура келген күндөрдүн саны)

Туристтик продукциянын жалпы баасы

(сумма жазуу менен)

сом _____ тыйын.

Төлөндү: Накталай

(сумма жазуу менен)

сом. _____ тыйын,

төлөө картасы менен

(сумма жазуу менен)

сом. _____ коп.

Операция аткарылышынын тууралыгы үчүн жооптуу адам тарабынан алынган:

(Ф.А.А., кызматы)

(штамп)

(колу)

(мөөнөтү)

Эсептешүү күнү: "___" _____ 20__ ж.

Бул документ туристтик өнүмдү сатуу боюнча келишимдин ажырагыс бөлүгү болуп саналат

«_» ____ ж. № _____

(Басмакана жөнүндө маалымат (кыскача аталышы, СТЖН, жайгашкан жери, буйрутма номери жана аткарылган мөөнөтү, тиражы

ТИРКЕМЕ-8

Утверждена приказом
Министерства финансов
Кыргызской Республики
«__» _____ 200__ г. №__

Туроператор/Турагент/Международная туркомпания

(полное и сокращенное наименования, адрес (место нахождения),

почтовый адрес, телефон, ИНН, код по ОКПО, реестровый номер –
для туроператора)

Код формы по ОККУД	4523145
Код вида услуг по ОККУН	061000,061100, 061200, 061300, 061500, 061700

ТУРИСТСКАЯ ПУТЕВКА №Серия __

Заказчик туристского продукта _____

(ФИО, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность

в соответствии с законодательством КР, место жительства - для физ. лица),

(ИНН, наименование, адрес (место нахождения), код по ОККПО – для юридического лица)

Турист _____

(ФИО, данные паспорта, а при его отсутствии - иного документа, удостоверяющего личность в соответствии с

законодательством КР, место жительства)

Вид туристского продукта (путешествия) _____

(вид услуги по ОККУН)

Единица измерения туристского продукта (путешествия) _____

(количество дней на одного человека)

Общая цена туристского продукта _____

(сумма прописью)

_____ сом. _____ коп.

Оплачено: наличными денежными средствами _____

сом. _____ коп.,

(сумма прописью)

с использованием платежной карты _____

сом. _____ коп.

(сумма прописью)

Получено лицом, ответственным за совершение операции и правильность ее оформления:

_____ (штамп)

(ФИО, должность)

_____ (подпись)

_____ (дата)

Дата осуществления расчета: "___" _____ 20__ г.

Настоящий документ является неотъемлемой частью договора о реализации туристского продукта

от «__» _____ г. №_____

(Сведения об изготовителе бланка (сокращенное наименование, ИНН, место нахождения, номер заказа и год его выполнения, тираж)

ТИРКЕМЕ-9

Анкета для туристических фирм

Целью данного опроса является повышение качества туристических услуг, создание благоприятного климата для развития въездного и выездного туризма в городе Ош. Просим Вас оказать содействие и заполнить предложенную анкету. Благодарим за сотрудничество!

<p>Каким видом туризма вы занимаетесь?</p>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Въездным туризмом<input type="checkbox"/> Выездным туризмом<input type="checkbox"/> Внутренним въездным туризмом<input type="checkbox"/> Внутренним выездным туризмом
<p>Какими факторами руководствуются туристы при выборе ресторана?</p>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Месторасположение<input type="checkbox"/> Стоимость блюд<input type="checkbox"/> Качество блюд<input type="checkbox"/> Рекомендации знакомых<input type="checkbox"/> Рекомендации служащих турфирмы<input type="checkbox"/> Качество ресторанного обслуживания<input type="checkbox"/> Наличие англоговорящего персонала<input type="checkbox"/> Наличие меню на иностранном языке
<p>Какие способы проведения досуга наиболее привлекательны для туристов?</p>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Прогулка по набережной реки Ак-Буура<input type="checkbox"/> Поездка на лодке по озеру Папан<input type="checkbox"/> Загородная прогулка<input type="checkbox"/> Посещение русской семьи<input type="checkbox"/> Посещение Зоосада<input type="checkbox"/> Посещение музея<input type="checkbox"/> Экскурсия по городу
<p>Какой вид туризма наиболее популярен среди Ваших клиентов?</p>	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Бизнес-туризм (посещение ярмарок)<input type="checkbox"/> Научно-познавательный туризм<input type="checkbox"/> Экстремальный туризм<input type="checkbox"/> Экологический туризм<input type="checkbox"/> Этнотуризм

ТИРКЕМЕ-10

кыргызча

Туристтик фирмаларга анкета

Бул сурамжылоонун Ош шаарындагы кирүү жана чыгуу туризмдин өнүктүрүү жагымдуу климатты түзүп, туристтик кызматтардын сапатын жакшыртуу

Сизден жардам, сунушталган форманы толтурунуз Кызматташууңузга чон рахмат!

Туризмдин кайсы түрү менен алектенесиз?	<input type="checkbox"/> Кирүү туризми <input type="checkbox"/> Чыгуу туризми <input type="checkbox"/> Ички кирүү туризми <input type="checkbox"/> Ички чыгуу туризми
Ресторандарды тандоодо туристтер кандай факторлорду эске алат?	<input type="checkbox"/> Жайгашкан жери <input type="checkbox"/> Тамактын баасы <input type="checkbox"/> Тамактын сапаты <input type="checkbox"/> Тааныштардын сунушу <input type="checkbox"/> Турфирмалардын рекомендациялары <input type="checkbox"/> Ресторандагы тейлөөнүн сапаты <input type="checkbox"/> Персоналдардын англис тилин билүүсү <input type="checkbox"/> Англис тилиндеги меню
Туристтер үчүн кызыктуу болгон жерлер?	<input type="checkbox"/> Ак-Буураны бойлоп жүрүү <input type="checkbox"/> Папан көлүндө кайык менен сүзүү <input type="checkbox"/> Шаардан сыртта айлануу <input type="checkbox"/> Үй-бүлөөлөр менен таанышуу <input type="checkbox"/> Зоопаркта болуу <input type="checkbox"/> Музейде болуу <input type="checkbox"/> Шаарга болгон экскурсия
Сиздин кардарларыңыз туризмдин кайсы түрүн тандашат?	<input type="checkbox"/> Бизнес-туризм (ярмаркаларга катышуу) <input type="checkbox"/> Илимий –маданий туризм <input type="checkbox"/> Экстремалдуу туризм <input type="checkbox"/> Экотуризм <input type="checkbox"/> Этнотуризм

ТИРКЕМЕ-11

ОПРОСНИК ДЛЯ ТУРИСТА (подбор тура)

	Фамилия, Имя, Отчество	
	Ваш контактный телефон	
	Ваш E-mail	
	Страна, в которой желаете отдохнуть	
	регион	
	Вид отдыха (пляжный, семейный, романтический и т.д.)	
	Планируемая дата начала поездки	
	На сколько ночей	
	Город вылета	
	Сколько взрослых едет отдыхать	
	Сколько детей едет отдыхать	
	Количество человек в номере (Тип размещения)	
	Категория отеля	
	Предполагаемый бюджет тура	
	Вид из номера	
	Тип питания	ВВ (завтраки) НВ (завтрак, ужин) FB (завтрак, обед, ужин) ALL (все включено)
	Территория отеля	Маленькая большая не имеет значения
	Максимальное расстояние от отеля до моря	100-300 от 300 -1000 неважно
	Возможно ли наличие дороги между отелем и пляжем?	Да нет
	Тип пляжа	Песчаный Галечный Не важно
	Наличие рядом кафе, ресторанов, магазинов и т.п.?	Да нет Не важно
	Наличие рядом дискотек, ночных клубов?	Да Нет Не важно
	Необходимое условие тишина?	Да Не важно
	Наличие бассейна?	Да Не важно
	Наличие балкона или террасы?	Да Не важно
	Наличие анимации?	да Не важно
	тренажерный зал?	Да Не важно
	Наличие интернета?	Да Не важно
	Рейтинг отеля по tophotels	От 3 до 4 от 4 до 5 не имеет значения
	Индивидуальный трансфер (да/нет)	Да Нет
	Страховка от невыезда (да/нет)	Да Нет

ТИРКЕМЕ-12

ТУРИСТке суроолор (турду аныктоо)

1.	Фамилия, Аты, Атасынын аты	
2.	Байланыш телефону	
3.	E-mail почтасы	
4.	Кайсы мамлекетти дем алууга тандайсыз?	
5.	Аймак	
6.	Дем алуу (пляждык, уй було менен, романтикалык ж.б.)	
7.	Пландалган датасы:	
8.	Канча тунго	
9.	Уча турган шаар	
10.	Дем алуу канча чон адам барат	
11.	Канча бала барат?	
12.	Номер (жайгаштыруунун тиби)	
13.	Отелдин категориясы	
14.	Турдун болжолдонгон бюджети	
15.	Тамактануунун тиби	ВВ (нанушто) НВ (нанушто кечки тамак) FB (3 маал тамак) ALL (баары каттылган)
16.	Уй менен колдун максималдуу аралыгы	100-300 300 -1000
17.	Дискотека, Кечки клубдар	Ооба Жок Маанилүү эмес
18.	Тынчтык шарттуубу?	Ооба эмес Маанилүү
19.	Жеке бассейн?	Ооба эмес Маанилүү
20.	Тренажерный зал?	Ооба эмес Маанилүү
21.	Интернет?	Ооба Керек эмес
22.	Tophotels боюнча рейтинг	3,4,5
23.	Жеке трансфер (да/нет)	ооба жок
24.	Камсыздандыруу (да/нет)	ооба жок

ТИРКЕМЕ-13

Анкета для местных турменеджеров

ФИО _____

1. Как вы видите свою роль в развитии эколого-культурного туризма в крае (отметьте):

- a) Организация местных экскурсий.
- b) Договоренность по транспорту и организация поездок.
- c) Организация проживания и питания.
- d) Организация культурной программы.
- e) Организация обучающих мероприятий (мастер-классы и пр.).
- f) Сопровождение в наиболее интересные и труднодоступные места.
- g) Постоянное сопровождение группы.
- h) Экскурсионное обслуживание (в музее и пр.).
- i) Поиск интересных людей для встречи с туристами.
- j) Привлечение туристских групп через турагентства в других городах.
- к) Рекламная и коммерческая деятельность.

2. Раскройте конкретно отмеченные пункты

3. Возможная степень вашего участия в сфере эколого-культурного туризма:

- полная занятость;
- частичная занятость;
- периодическое участие.

4. Предпочтительные для вас места (территориальный охват) _____

5. Какие группы для вас предпочтительны для работы (в зависимости от маршрута):

- по количеству участников (до 12 чел, 12-15, 10-15, до 15 чел., до 30, до 30 чел.);
- по их возрасту (от 11 и старше, от 10 лет, одновозрастные, до 25 лет, молодежь, средний возраст);
- по составу (семейные, разновозрастные, смешанные и пр.).

Сферы интересов _____

возраст ____ образование _____

специальность _____

опыт работы _____

Организация _____

Контактные сведения (почтовый адрес, телефон, факс, e-mail) _____

ТИРКЕМЕ-14

Жергиликтүү турменеджерлер үчүн анкета.

Ф.А.А. _____

Аймакта экологиялык жана маданий туризмди өөнүктүрүүдө өзүңүздүн ролуңузду кандай көрөсүз (белгилениз)

- a) Жергиликтүү экскурсияларды уюштуруу
- b) Транспостту уюштуруу жана саякаттоо.
- c) Жатакана жана тамактануу уюштуруу.
- d) Маданий программа уюштуруу.
- e) Окуу иш-чараларын уюштуруу (мастер-класстар ж.б.)
- h) Эн кызыктуу жана жетүүгө кыйын болгон жерлерге баруу.
- i) Топтун туруктуу колдоосу.
- j) Экскурсия кызматы (музейде ж.б.)
- l) Туристтер менен кызыктуу адамдардын жолугушуусу .
- m) Туристтик топторду башка шаарлардын туристтик агенттиктери аркылуу тартуу.
- n) Жарнама жана коммерциялык иш

2. Атайын берилген пункттарды жазыңыз.

3. Экологиялык-маданий туризм жаатында катышууңуздун мүмкүн болго даражасы:

—толук убакыт;

—күндүзгү убакыт;

—мегилдуу катышуу.

4.) Сиз үчүн тандалган жерлер (аймактык камтуу) _____

5. Кандай топтор менен иштөөнү туура көрөсүз):

—катышуучулардын саны (12 кишиге, 12-15, 10-15ке чейин, 15 кишиге чейин, 30 кишиге чейин);

—алардын жаш курагы боюнча (11 жаштан жогору, 10 жаштан жогору, биргелешкен, 25 жашка чейин, жаштык, орто жаш)

—курамы боюнча, (аралаш, ж.б.)

Сиз кызыккан чөйрө _____

курак ___ билими _____

жашы ___ пайда болушу _____

адистиги _____

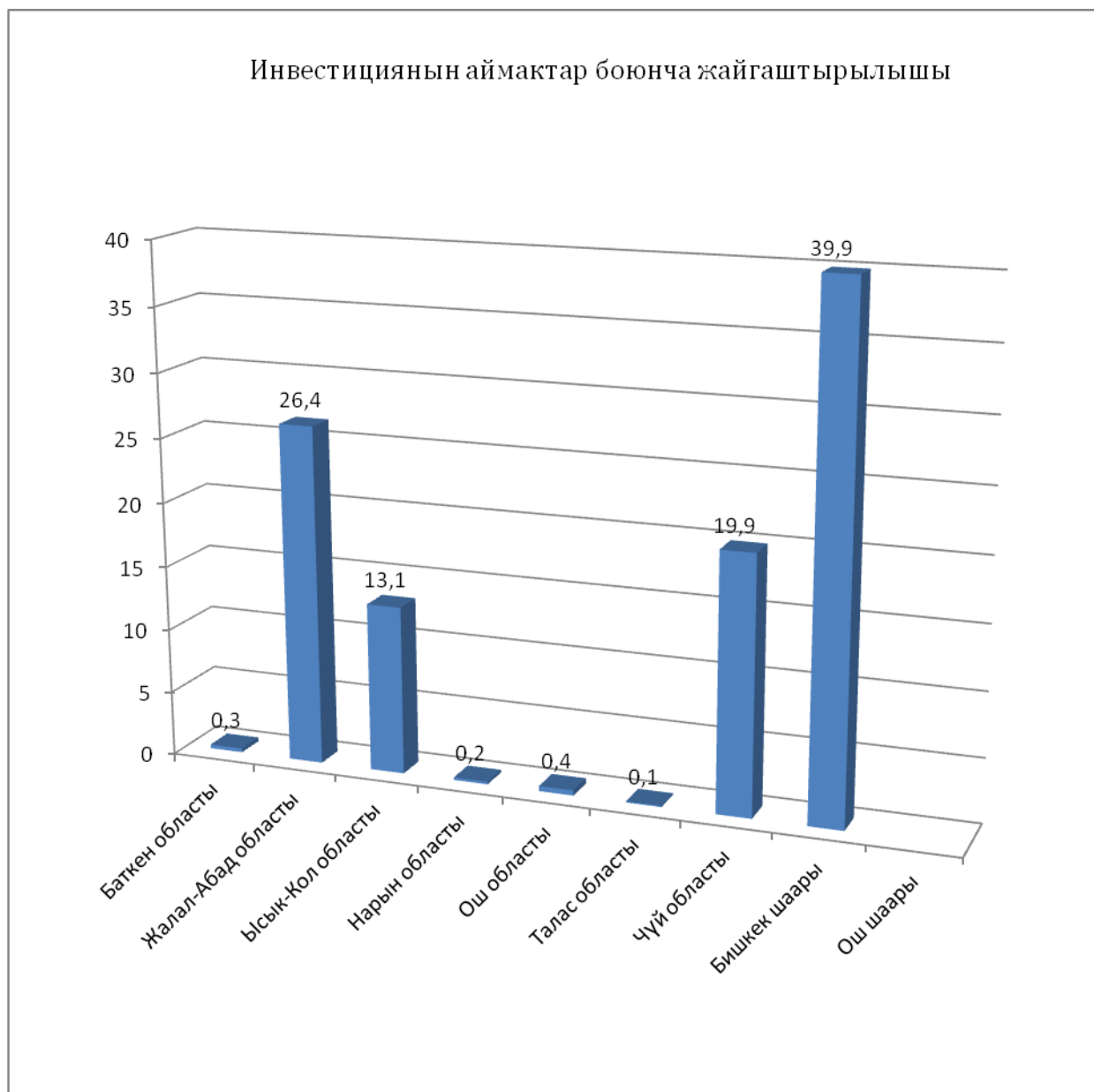
иштөө тажрыйбасы _____

уюм-мекеме _____

байланыш маалыматтары (почта адрес, телефон, факс, e-mail) _____

ТИРКЕМЕ-15

КРнын аймагына инвестициянын бөлүштүрүлүшү 3.1.- сүрөт.



Булагы: [93].

ТИРКЕМЕ-16

Инвестицияны долбоорду баалоонун ыкмалары

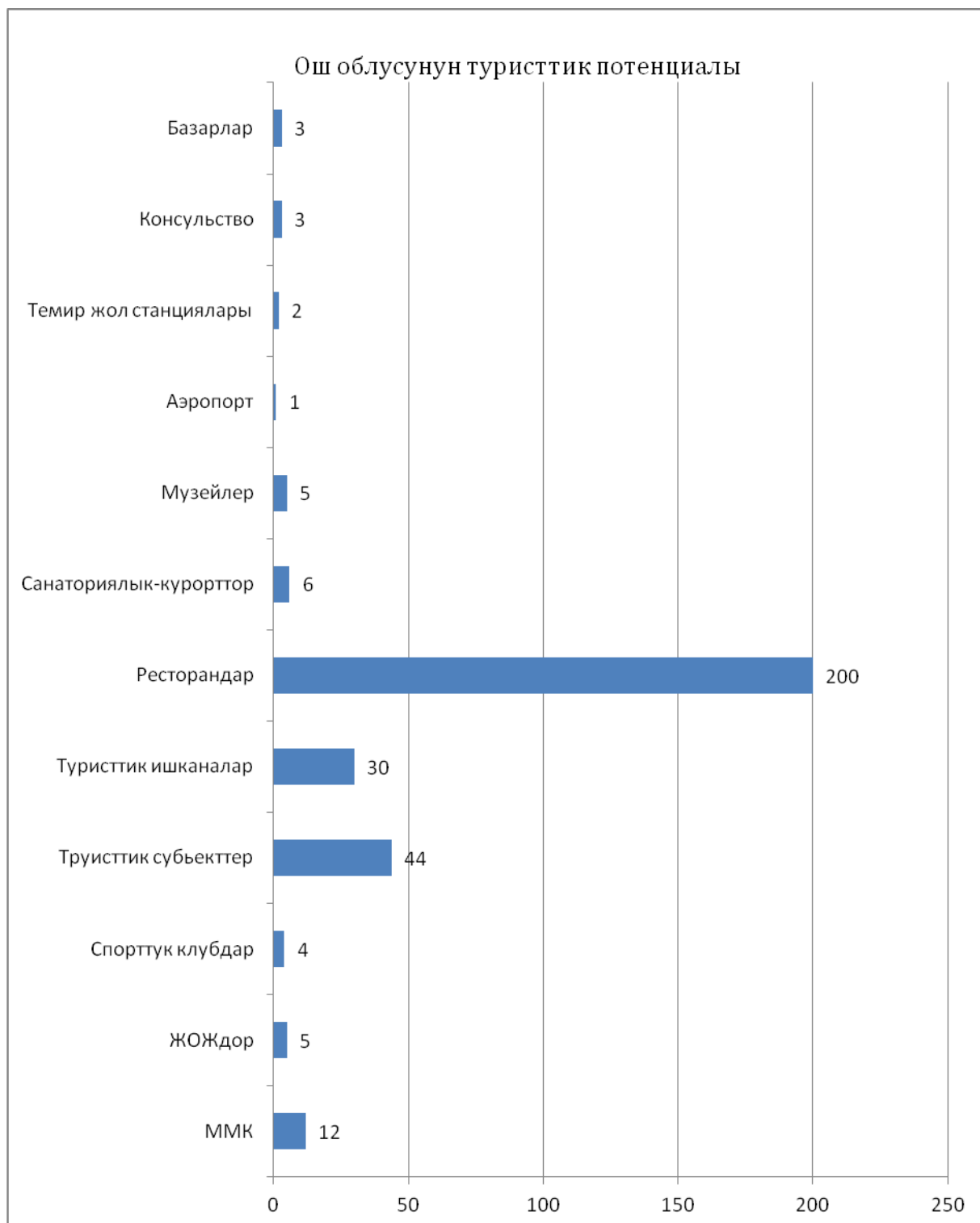
3.1-сүрөт



(Булагы: Автор тарабынан иштелди.)

ТИРКЕМЕ-17

Ош областынын туристтик потенциалынын динамикасы 3.6-сүрөт.



(Булагы: Автор тарабынан түзүлдү.)

ТИРКЕМЕ-18

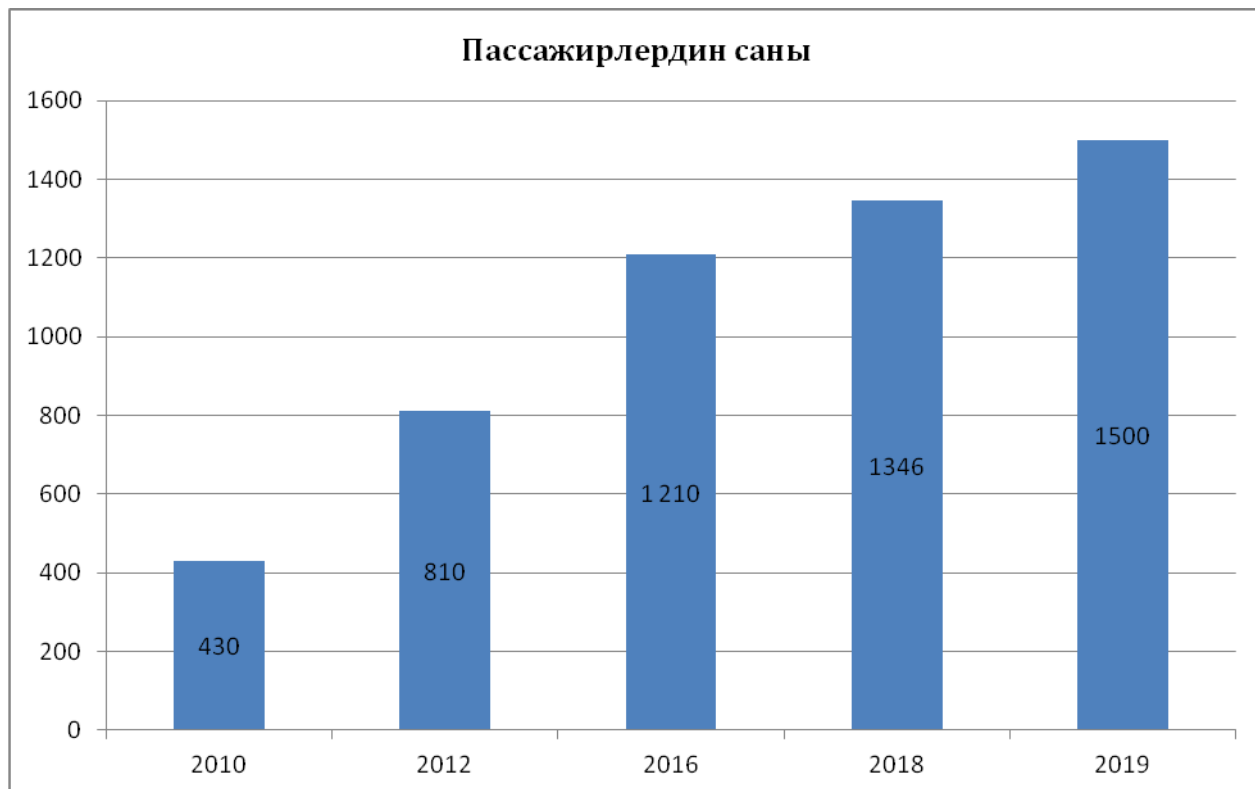
Ош аэропортундагы учуунун географиясы 3.7- сүрөт.



Булагы:[169]

ТИРКЕМЕ-19

Ош аэропортунын пассажирлерди тейлөөсүнүн динамикасы (миң жана млн менен) 3.8-сүрөт



Булагы:[169,1]