

А.Г. НИЗАМИЕВ

A black and white photograph of a sailboat on a body of water. The sailboat is in the center, with its sails partially visible. The water is dark and textured. In the background, there are some silhouettes of people on a shore.

ТУРИЗМ КЫРГЫЗСТАНА

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
АСПЕКТЫ**

A black and white photograph of a stone archway or gate. The archway is the central focus, with a smaller arched opening inside it. The structure is made of stone and has a decorative top. There are trees and foliage on either side of the archway.

УДК 379. 8
ББК 75. 81
Н. 61

Утверждено к печати Ученым советом
Ошского государственного университета

Научный редактор: заслуженный деятель науки КР,
доктор экономических наук,
профессор **К.С.Сыдыков**

Рецензенты: доктор географических наук,
профессор **А.С.Салиев**,
доктор экономических наук,
профессор **Г.В.Кумсков**

Низамиев А.Г.
Н 61 Туризм Кыргызстана: социально-экономические аспекты.
-Ош, 2005. -208 с.

ISBN 9967-03-244-8

В монографии раскрываются сущность и содержание туристской деятельности, рассматриваются научно-теоретические и практические вопросы развития туризма, возможности использования его потенциала, современный уровень и перспективы развития туристской отрасли в Кыргызстане.

Книга рассчитана на студентов географических и экономических специальностей, работников туристской сферы и широкий круг читателей, интересующихся проблемами развития туризма и сопряженных с ним отраслей.

Н 4205000000-04

ISBN 9967-03-244-8

© Низамиев А.Г., 2005

© Ошский государственный университет, 2005

ВВЕДЕНИЕ

В третье тысячелетие мировое сообщество вошло с осознанием того факта, что экономический рост не является панацеей общечеловеческого развития. Новая модель устойчивого развития страны рассматривается как единая социально-экономико-экологическая система, где в центр всех рассматриваемых проблем ставится человек с его всевозрастающими потребностями в физическом и духовном благополучии. Отсюда приоритетами общественного развития становятся инвестирование в «человеческий капитал», физическое и духовное благополучие человека, улучшение окружающей его среды и отдыха. С целью улучшения условий проживания человека, самореализации его как личности в благоприятной среде идет процесс интеграции экономики и экологии, ранее не столь взаимосвязанных друг с другом отраслей практической и научной деятельности.

В этом направлении развитие туристской отрасли становится выгодной предпосылкой устойчивого развития страны, поскольку она выступает как комплексный фактор интегрирования экономики, социальной сферы и экологии, удачного кооперирования их элементов. Эффективность развития туризма определяется широким диапазоном выгод для общества, относительно небольшими капитальными вложениями в отрасль, незначительным воздействием его на природную среду при правильном ведении хозяйства, созданием благоприятных экономических возможностей для развития регионов, социальных условий для их жителей. Следовательно, научно обоснованное сочетание социально-экономических и экологических интересов в развитии туристской отрасли способствует сбалансированному развитию территорий.

На протяжении более 20 лет туризм входит в число крупнейших отраслей мировой экономики. На его сферу приходится около 6% мирового валового продукта, 7% мировых инвестиций, 11% мировых потребительских расходов, 5% всех налоговых поступлений [84, с.8]. Туризм также является важным фактором занятости населения: в 2000 году в его секторе работали 212 млн. человек (более 10% всего занятого населения мира). И с учетом мультипликативного эффекта генерируется вторичная занятость в других хозяйствах.

Перечисленные выше преимущества туристской отрасли в той или иной мере могут иметь место и в Кыргызской Республике, в связи с чем туризм во многом может предопределять условия экономического благосостояния, пропорциональности и сбалансированности в территориальном развитии, качественных характеристик жизнеобеспечения населения и других

параметров в соответствии с задачами социально ориентированной рыночной экономики.

Кыргызстан обладает значительным туристским потенциалом: благоприятные природно-географические условия, обуславливающие разнообразный спектр туристских ресурсов, свободные трудовые ресурсы, созданный в свое время курортно-туристский комплекс. Кроме этого, экономическая стратегия государства объективно выдвигает развитие туризма в качестве приоритетной задачи. Знаменательно то, что 2001 год в Кыргызстане был объявлен Годом поддержки и развития туризма. В рамках этого мероприятия туризм в стране реально стал вопросом государственной политики, предусматривающим ряд шагов по совершенствованию развития и территориальной организации отрасли, управления ею.

В свете этих основополагающих моментов, исследования проблем туризма в республике весьма актуальны, ибо от успеха их в значительной степени зависит состояние экономики как целостной системы. Однако отрасль туризма, в силу специфики условий ее формирования, содержания и результата трудового процесса и производственных отношений в ней, сталкивается с определенными трудностями в деле своего становления и развития. Формирование высокодоходного туристского хозяйства в стране еще не осознано в полном масштабе. Уровень развития туризма в республике, по нашей оценке, недостаточно высок, как по сравнению с развитыми странами, так и при сопоставлении с соседними государствами Центральной Азии, что отчасти объясняется и недостаточно разработанной научной базой отрасли. Соответственно, основной целью исследования является разработка теоретических и методических основ формирования и развития туристской отрасли, адекватной современному уровню вхождения национальной экономики в мирохозяйственную рыночную систему, определение и научное обоснование экономико-географических основ ее развития, способствующих активизации функционирования хозяйственных секторов.

Автор примет с благодарностью отзывы и замечания по содержанию книги по адресу: 714000, Ош, ул. Ленина, 331, Ошский государственный университет, кафедра экономической географии и географии Кыргызстана.

Глава I. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

1.1. Обзор современных тенденций и факторов развития мирового туризма

На современном этапе туризм стал глобальным географическим явлением, связанным с пространственно-временным передвижением населения всего мира и существенным ростом значимости туризма в социально-экономическом развитии многих стран и регионов земного шара.

За исторически короткий период, прошедший после окончания второй мировой войны, индустрия туризма (ИТ) превратилась в крупнейший сектор мирового хозяйства и международных экономических отношений. С 1950 по 1989 годы число прибытий иностранных туристов во всех странах мира возросло с 25,3 млн. до 405,3 млн., то есть более чем в 16 раз. Валютные поступления от туризма за этот же период увеличились с 2,1 млрд. до 209,2 млрд. долларов США или в 99,6 раза. Согласно данным ВТО, в 1995 году в мире было зарегистрировано 576 млн. прибытий туристов, поступления от международного туризма достигли 372 млрд. долларов (без учета поступлений от международного транспорта). В целом объемы валютных поступлений от туризма за период с 1950 по 1995 год выросли в 144 раза [67, с.3].

Место и роль туризма в мировом хозяйстве постоянно расширяется и укрепляется. За период 1995-1997 годов имеет место устойчивая тенденция увеличения числа туристов – ежегодно в среднем на 4%. 1998 год характеризуется некоторым снижением активности в связи с финансовым кризисом в Азии. По оценкам ВТО в 1996 году число туристских прибытий составило 594 млн., а в 1997 году – 616 млн. Доходы от туризма в мире в 1997 году достигли 448 млрд. долларов США (на 7,9% больше, чем в 1996 году) [13, с.24-25].

В 2000 году число международных туристских поездок превысило 698 млн. (свыше 12% общей численности мирового населения), а общие поступления от международного туризма составили более 476 млрд. долларов (более 10% мирового объема доходов). Объем поступлений неуклонно увеличивается, например, за период с 1950 по 2000 год вырос более чем в 200 раз. При этом в 2000 году отмечены максимальные темпы прироста туристских прибытий – 7,4% [47, с.72]. К 2001 году мировой туризм сумел обогнать ведущие отрасли мировой экономики, такие как автомобилестроение, химическая промышленность, торговля.

Такое бурное развитие международного туризма во 2-ой половине XX века породило термин «туристский бум», а сам туризм характеризуется как «феномен XX века».

Устойчивое развитие туризма и расширение его географии обуславливаются рядом долговременно действующих факторов, в числе которых заметны:

а) социо-демографические: рост численности народонаселения мира, в том числе увеличение доли городского населения; старение населения развитых стран; увеличение числа работающих женщин и стремление к поздним бракам; возрастание доли одиноких людей и бездетных семей (так называемых «пустых гнезд»);

б) социально-экономические: социально-экономический прогресс во многих странах мира; увеличение свободного времени у населения, в том числе продолжительности отпусков; повышение заработной платы и рост личных доходов (семейного бюджета) населения;

в) социо-психологические: повышение культурного уровня и увеличение познавательного интереса людей; осознание полезности путешествия и отдыха;

г) научно-технические: улучшение транспортной инфраструктуры и средств информационного обеспечения, развитие смежных с туризмом сфер экономики: банковского сектора, страхования, ресторанного и гостиничного сервиса; механизация, автоматизация и компьютеризация труда, дающие человеку больше свободного времени и в то же время приводящие его к умственному утомлению и отчуждению от естественной среды;

е) экологические: сокращение площадей нетронутых человеком естественных угодий вследствие возрастания техногенной экспансии возбуждает особый интерес к естественным (реликтовым) ландшафтам;

д) политические: политическая стабильность во многих регионах мира и расширение всесторонних связей между странами и народами; сокращение миграционных ограничений.

Несмотря на разного рода катаклизмы в природной среде или социально-политической жизни в некоторых странах, регионах, мировой туризм характеризуется ростом натуральных и стоимостных объемов. Тенденция заметна даже на фоне неравномерного социально-экономического развития отдельных регионов, следствием которой является неравномерность развития и размещения международного туризма. Его территориальная структура в настоящее время такова: на экономически высокоразвитые страны, где проживает не более 15% населения Земли, приходится свыше 60% всех прибытий иностранных туристов и 70-75% совершаемых в мире зарубежных поездок.

В связи с этим география современного мирового туризма характеризуется относительной стабильностью. На протяжении последних нескольких десятилетий очевидно доминирующее положение развитых стран с устойчивой экономикой. Временами наблюдается лишь их перегруппировка в связи с улучшением (или снижением) позиций некоторых из них.

Отметим, что в этом направлении заслуживает особого внимания работа А.Ю.Александровой и И.Н.Тикуновой по комплексному анализу структуры современного мирового туристского пространства с применением методики многомерной математической классификации, что дает полную картину развития мирового туризма на современном этапе [4, с.16-21]. Авторы на основе изучения международных и национальных источников разработали систему из 12 показателей, дающих современную картину развития рынка международного туризма в 117 странах мира. К определяющим показателям, объединенным ими в 4 группы, отнесены, например, индекс развития человеческого развития – признанный в мире интегральный показатель социального благополучия; уровень туристского спроса, куда, в свою очередь, входят коэффициент туристского прибытия (выбытия), доля страны в общем объеме туристских прибытий (отбытий) в мире, доля расходов на рекреацию в бюджетах домашних хозяйств; уровень туристского предложения: плотность средств размещения в стране, доля страны в общем гостиничном фонде мира; показатели значимости международного туризма в экономике страны: доля добавленной стоимости туризма в ВВП страны, доля занятого в туризме населения в общем числе занятых в стране, доля инвестиций в туризм в общем объеме инвестиций в экономику страны, доля туристских услуг в общем объеме экспорта страны.

Исследование на основе модифицированного алгоритма автоматической классификации, включающего нормировку исходных показателей, ортогонализацию и «свертку» исходной информации, вычисление таксономических расстояний между территориальными единицами в пространстве ортогонализованной системы заданных показателей, позволило разделить страны на 5 групп.

Выбранные системы показателей в совокупности дают возможность оценить экономический вклад международного туризма как макро-, так и мезоуровня, и ранжировать страны по уровню развития туристского рынка.

Выделенные группы стран расположились в виде трехъярусной пирамиды. В верхней части пирамиды находятся страны Центра мирового туристского пространства, состоящие из первых двух оценочных групп, что приведено в табл.1.1. Среднюю часть образуют страны Полупериферии (многочисленная третья группа из 38 стран), где доминируют страны Северной Европы и новоиндустриальные страны Азии, включились Чехия, Венгрия, Китай, Польша, Россия. Основанием пирамиды стали страны Периферии (четвертая и пятая группы из 33 и 35 стран соответственно). Рейтинговый список стран в этой группировке возглавляют такие относительно развитые страны, как ЮАР, Словакия, Болгария, Кувейт, и его замыкают экономически отсталые государства мира, в основном африканские – Бурунди, Эфиопия, Буркина-Фасо, Руанда, Нигер, Малави.

Отсутствие в этом списке стран бывшего СССР (кроме России) объясняется не только слабой их позицией на мировом рынке туризма, но и недостатком данных во всемирной информационной сети.

Таблица 1.1

Ранжировка стран Центра мирового туристского пространства по уровню развития туризма за 1999 год

Группа	Интеграционная оценочная характеристика	Государство
I	1	Соединенные Штаты Америки
II	0,8004	Германия
	0,7646	Франция
	0,7302	Великобритания
	0,6627	Испания
	0,6502	Италия
	0,6007	Япония
	0,5847	Швейцария
	0,5735	Нидерланды
	0,5702	Канада
	0,5696	Австрия

Как явствует из табл. 1.1, вершину пирамиды занимают США. Их отрыв от остальных стран мира по уровню развития международного туризма настолько велик, что к концу XX века они выделились в самостоятельную первую группу в классификации. В 1999 году на долю США приходилось 7,5% всех международных туристских прибытий в мире, 9% всех туристских отбытий и 22,4% мирового гостиничного фонда [87].

Вторая группа представлена в основном экономически развитыми государствами Европы – традиционными туристскими странами региона, Японией из Азии и Канадой из Северной Америки, с очень высоким уровнем развития международного туризма.

Закономерным явлением является вхождение в число лидеров Испании – одной из ведущих туристских стран мира. Она, также как и Япония, смогла за истекшее десятилетие существенно повысить уровень развития туризма благодаря целенаправленной государственной политике (Испания переместилась с 7 места на 5, Япония – с 11 на 7). Если в Испании деятельность национальной туристской администрации была нацелена на привлечение в страну иностранных туристов, то в Японии – на развитие рынка выездного туризма. Одновременно ухудшились позиции таких туристских стран, как Швейцария (переместилась с 6 места на 8) и Австрия (с 8 места на 11). Их конкурентоспособность снизилась, по оценкам экспертов, в результате установившегося неоптимального соотношения цены и качества предлагаемых услуг [88].

Вышеприведенное ранжирование в основном совпадает с классификацией стран мира по уровню их социально-экономического развития. В странах с развитой рыночной экономикой активная туристская деятельность все больше рассматривается в качестве важной составной части экономического роста и социального прогресса. Правомерно предположить, что по мере повышения социально-экономической зрелости страны будет усиливаться влияние туризма на ее экономику и социально-политическую жизнь. Замечено, что неравномерность социально-экономического развития регионов имеет своим следствием неравномерность размещения и развития мирового туризма. Наибольшее развитие он получил в Европе. На долю этого региона приходится 64% мирового туристского потока, свыше 55% валютных поступлений.

Важнейшим показателем насыщенности туристского рынка, завершения процесса его формирования является интенсивность туризма, которая показывает, какая часть населения страны ежегодно совершает хотя бы одну туристскую поездку и рассчитывается как процентное отношение ко всему населению страны. Разумеется, степень туристской активности населения в различных странах различна и зависит, прежде всего, от уровня социально-экономического развития страны. В странах Западной Европы интенсивность туризма составляет от 50 до 75%, что говорит о сформировавшемся массовом туризме в данном регионе.

Очевиден тот факт, что ведущими странами в мировом туристском бизнесе остаются страны с рыночной экономикой. Рынок показал себя как самое благоприятное условие для развития и процветания туризма. Вхождение в число лидеров туризма таких постсоциалистических стран, как Чехия, Венгрия, Польша, Россия и социалистический Китай, объясняется их более ранним и стремительным, по сравнению с некоторыми странами СНГ, вхождением в мировое рыночное пространство.

На наш взгляд, туризм, являясь самым восприимчивым к рынку сектором предпринимательства, может выступить в качестве «катализатора» в становлении и развитии рыночных отношений в народном хозяйстве в целом, внедрении их механизмов в других его отраслях, в частности. Это объясняется тем, что туризм в процессе полноценного функционирования предъявляет высокие требования к отраслям, имеющим к туристской деятельности прямое и косвенное отношение (стимулирует в них производство).

Можно предполагать, что в условиях надежного функционирования рыночного механизма туризм в Кыргызстане станет важнейшим сектором его хозяйственного комплекса, так как он является обязательной составляющей рыночной экономики.

Разумеется, туризм и туристский рынок в их современных масштабах – относительно новый для постсоветского пространства сектор экономиче-

ской деятельности. В этом плане поучителен для нас пример развитых стран, особенно западноевропейских, их достижения в сфере туристского бизнеса.

В нашей республике идет процесс формирования туристского хозяйства с его рыночной инфраструктурой и институтами, его развитие рассматривается в числе приоритетов при создании социально ориентированной рыночной экономики. Следовательно, интеграция Кыргызстана в мировой туристский рынок требует всестороннего учета опыта, накопленного в сфере туризма зарубежных стран.

Зарубежный опыт показывает благотворность государственного содействия развитию туризма, в особенности, на стадии его становления. Хотя основа развития и расцвета туристского бизнеса служит частный сектор, без государственной поддержки не обойтись. Это утверждение легко проиллюстрировать на примере таких развитых туристских стран мира, как Австрия, Греция, Италия, Испания, Турция, Швейцария и др.

В целом роль правительства конкретной страны и международных организаций заметна в двух направлениях, которые рассмотрим более подробно.

Стимулирование развития туризма с помощью различных государственных механизмов и рычагов. Как правило, в государствах, занимающих лидирующее положение в сфере туризма, взаимоотношения участвующих в туризме сторон (турист – турфирма, турист – государство, турфирма – государство) регулируются законодательством. Назовем национальный закон США (1992 год) о политике в области туризма, закон о туризме Франции (1992 год), основной закон Италии (1993 год) о развитии и совершенствовании туризма, в дополнение к нему указ президента Италии от 13 мая 1995 года о туристских услугах и др. Более того, в Европейском союзе приняты общие директивы, устраняющие разночтения в толковании основных понятий и определений туризма.

В 1989 году в Гааге по инициативе ВТО прошла межпарламентская конференция по туризму, которая определила место туризма в социальном и экономическом развитии государств. Конференция призвала парламенты, правительства, государственные и частные организации и ассоциации, отвечающие за туристскую деятельность, а также самих туристов учитывать выработанные ею принципы. ВТО постоянно изучает роль правительств и парламентов в развитии туризма. В Будапеште (1992 год), на Бали (1993 год) и в Тунисе (1994 год) она провела международные семинары, которые подтвердили, что положения Гаагской межпарламентской конференции по туризму по-прежнему актуальны. Среди них особенно важно то, что туризм должен составлять часть комплексного плана развития страны наряду с другими приоритетными секторами экономики при необходимом расширении прав и обязанностей национальных туристских администраций, приравни-

вая их к уровню министерств, отвечающих за крупнейшие экономические секторы, выработку национальной политики.

В 1995 году в Кадисе (Испания) ВТО провела международный форум, целью которого было привлечение внимания правительств и местных органов власти к экономическому значению туризма. В связи с ожидаемым удвоением туристского потока в ближайшем будущем на форуме подчеркивалось, что функционирование туристских центров и регионов зависит от конкретных усилий, предпринимаемых государством, местными властями и частным сектором. Форум отметил важную роль государственных структур в обеспечении частным туристским компаниям условий, благоприятных для их развития. Констатировалось, что государство должно отвечать за следующие сферы, имеющие значение для туризма: развитие туристской инфраструктуры, особенно транспорта и коммуникаций; создание условий для обучения руководящих кадров и работников туристских предприятий; соблюдение экологических норм на туристских объектах; защиту прав местных и иностранных туристов-потребителей; обеспечение льготного налогового и административного режима; внедрение экономических и статистических механизмов, которые позволят вести корректное наблюдение и объективный контроль за состоянием и развитием туризма; продвижение туризма на иностранных рынках, выделение из бюджета необходимых средств на рекламно-информационную работу для показа образа своей страны как благоприятной для туризма [50].

Большую пользу в этом направлении может принести изучение опыта Австрии, ознакомление с ее координирующей структурой в сфере экономики туризма в целом, в разработке механизмов льготного налогообложения и кредитования туризма, привлечения отечественного и иностранного капитала в отрасль. В данной стране государственная поддержка туристской деятельности осуществляется путем создания благоприятных инвестиционных условий (предоставления налоговых льгот, освобождения от налоговых пошлин завозимого в страну туристского оборудования), проведения международного маркетинга, в том числе рекламы на разных сегментах мирового рынка, предоставления льготных кредитов (по выгодной процентной ставке), регулирования кооперации туристских, транспортных, гостиничных, банковских, торговых и других структур в целях комплексного обслуживания туристов.

Хотя в последние годы несколько снижена позиция страны на мировом рынке туризма, но доля доходов туризма в ее ВВП остается высокой – 8,5%. Принимаются и реализуются долгосрочные программы развития ИТ в стране, основным тезисом которых выступает принцип «качество вместо количества», что оптимизировало туристское насыщение регионов, исключило нарушения их экологического баланса.

В течение зимнего и летнего сезона Австрию посещают более 15 млн. человек из-за рубежа. Здесь созданы все условия для обслуживания гостей, куда входят такие программы, как теннис (Мульти теннис, Аустрия), водный спорт (Аква, Аустрия), игра в гольф (Гольф грик, Аустрия), верховая езда (Рейтарена, Аустрия), велосипедные прогулки (Бикинг, Аустрия), оздоровительные туры, возможности познакомиться с работами виноделов (Вино веритас, Аустрия), зоологические и ботанические сады, катание на водных лыжах, школы альпинизма, горнолыжного спорта и подводного плавания и т.п.

В стране при министерстве экономики создан фонд поощрения туризма, предоставляющий кредиты на развитие материальной базы туризма предприятиям, которые стремятся привлечь клиентов за счет создания нового продукта. Сроки кредитов варьируются от 5 до 15 лет, а их стоимость дифференцируется от 5 до 7,5%. Помимо целевого кредитования, существуют различные правительственные поощрительные премии за развитие инфраструктуры туризма. Ускоренная амортизация способствует обновлению и расширению материально-технической базы туризма.

Туристские предприятия Австрии имеют финансовую поддержку в виде льготных кредитов, субсидий и премий от федерального и земельных правительств, общественных организаций и фондов. Создание конкурентоспособных предприятий включает и систему подготовки профессиональных кадров. Фирмы практикуют совместные с государством маркетинговые исследования. Например, АО «Австрийская туристская реклама», осуществляющая маркетинговую и рекламную деятельность в стране и за ее пределами, на 60% субсидируется государством. Без такой совместной стратегии Австрия вряд ли смогла бы удерживать позиции на мировом рынке туристских услуг.

В то же время в процессе концентрации капитала в туристском бизнесе Австрии заметное участие принимает иностранный капитал. Так, удельный вес иностранной собственности в общем объеме номинального капитала туристского сектора увеличился с 2,3% в 1972 году до 3,9% в 1992 году. Основными инвесторами в туристский комплекс Австрии считаются фирмы ФРГ, США и Швейцарии [9].

В сфере обслуживания туристов занято свыше 140 тыс. человек (4,5% занятых). Постоянный спрос на рабочую силу в этой сфере хозяйства в значительной мере решает проблемы текущей безработицы в стране. В области трудовых ресурсов постоянно ведется работа по их обучению. Сегодня в стране действует 19 центров по подготовке кадров для обслуживания туристов, 50 профессиональных училищ разного профиля, два института по подготовке менеджеров в области туристского бизнеса, а также институт, занимающийся проблемами развития туризма.

Немало положительного содержит и опыт в области управления развитием туризма Узбекистана, где туризм, как и у нас – новый сектор хозяйствования.

Правительственный орган республики в области туризма – «Узбектуризм» имеет ряд полномочий. В частности, разрабатывает и координирует общую политику в сфере национального туризма, обеспечивает ее стыковку с международным, выполняет координацию работы и цен обслуживания гостиниц, ресторанных комплексов и объектов культуры. Компания также обосновывает те или иные нормативно-правовые акты и положения подзаконного характера, например, проведение расчетов между турпредприятиями через кредитные карточки, особенности валютных операций и др.

Поддержка туризма со стороны узбекского правительства выражается, прежде всего, в льготах по налогообложению. Согласно Налоговому кодексу республики, освобождаются от уплаты налога на вывозимую прибыль сроком на 5 лет иностранные инвесторы, создающие совместные предприятия в сфере туризма в Самарканде, Бухаре, Хиве и Ташкенте. Кроме того, Указом Президента «О мерах по активизации участия Республики Узбекистан в возрождении Великого Шелкового пути и развитию международного туризма в республике» (1995 год) коммерческим банкам рекомендуется предоставлять предпринимателям при строительстве ими частных гостиниц и объектов гостиничной инфраструктуры кредиты со сроком погашения не менее 5 лет. В соответствии с этим указом в Самарканде, Бухаре, Хиве, Ташкенте организовались специальные открытые экономические зоны по международному туризму, в аэропортах и на вокзалах вводятся упрощенный порядок таможенного оформления и специальные таможенные зоны для транзитных туристов. Другим Указом «О Государственной программе развития туризма в Узбекистане на период до 2005 года» введены льготы на растаможивание оборудования, предназначенного для сферы туризма.

В дополнение к этому стоит сказать, что туристские фирмы освобождаются от уплаты налога на доходы (прибыль), земельного налога на период с момента создания до получения первой прибыли, но на срок не более трех лет с момента их регистрации. В первый год получения прибыли они уплачивают 50% налога, во второй год – 75%, начиная с третьего года – 100%. Кроме того, от налога на добавленную стоимость освобождаются другие формы туризма: медицинские, санаторно-курортные и оздоровительные, туристско-экскурсионные услуги, услуги учреждений физической культуры и спорта по основной (профильной) деятельности, детских лагерей отдыха. Туристские фирмы также не облагаются налогом на имущество, но на срок не более трех лет с момента регистрации. Эти же предприятия освобождаются, согласно Закону «О налоге с владельцев транспортных средств, других самоходных машин и механизмов», от налога на транспортные средства

на период с момента создания до получения первой прибыли, но на срок не более трех лет с момента регистрации.

Более того, туристские фирмы имеют и другие льготы, которые распространяются на малый и средний бизнес, иностранные инвестиции. Например, к иностранными инвестициям в течение 10 лет применяется законодательство, действовавшее на момент осуществления инвестиций. Ставка налога на прибыль (доход) предприятий снижается на 20% при доле экспорта в общем объеме производимой продукции от 5 до 10%; 30% – при данном показателе от 10 до 20%, 40% – при показателе от 20 до 30%, 50% – от 30% и более.

Другой льготой является то, что по итогам отчетного года выручка в СКВ, полученная предприятием от прироста объемов экспорта товаров (работ, услуг), освобождается от уплаты налога на прибыль. К прибыли СП и с долей иностранного капитала в уставном фонде более 30%, а также иностранных предприятий, их филиалов, представительств и дочерних предприятий применяется ставка на прибыль в размере 25%. Если турфирма экспортирует товары собственного производства, то они не облагаются акцизом, а если СП производит экспорто-ориентированную и импортозамещающую продукцию, то ему предоставлено право на получение налогового кредита для развития производств, то есть отсрочка на срок до двух лет причитающихся платежей в бюджет по налогу на НДС и земельному налогу. Туристская фирма в форме СП, если в ее уставном фонде находится не менее 500 тыс. долларов США, освобождается от уплаты налога на имущество. Более того, если в Узбекистан ввозится личное имущество иностранных граждан – сотрудников туристских СП и имущество для производственных нужд, то оно освобождается от уплаты таможенной пошлины [82, с.340-342].

Обеспечение безопасности туристов в пределах страны и за рубежом. Террористические акты 11 сентября 2001 года в Нью-Йорке, 11 марта 2004 года в Мадриде и в городах других государств мира (России, Франции, Египта, Турции, Индонезии, Израиля, Узбекистана и др.), прошедшие за последнее десятилетие, увеличение их частоты и числа человеческих жертв заставляют мировое сообщество пересмотреть политику передвижения людей по странам и регионам. Серии взрывов в Ираке, Израиле и России достигли уровня «террористической войны». К сожалению, теракты в некоторых странах совершаются именно против иностранных туристов (в частности, совершены теракты на курортах Турции, Испании, Италии, Франции, Индонезии, Египта).

Соответственно, многие государства (США, Франция, Испания и др.) усиливают контроль за въездом, выездом и пребыванием в стране иностранных граждан с целью оберегать своих граждан от различного рода иностранных криминогенных элементов: террористов, контрабандистов, неза-

конных мигрантов и т.п., что осложняет туристские поездки в эти страны, за границу в целом.

Даже развитые страны, являющиеся основными поставщиками и принимающими туристов, страдают от подобной нестабильности, вынуждены усиливать роль государства в обеспечении безопасности туристов как в пределах страны, так и в зарубежных турах.

В 1994 году Осакская всемирная конференция министров по туризму отметила роль и ответственность государств и их правительств за укрепление безопасности путешествий и защиты туристов. В 1995 году в Эстерсунде под эгидой ВТО проведена 1-я международная конференция по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях. В ходе конференции отмечено, что безопасность туризма и уменьшение рисков при путешествиях касается чрезвычайно широкого спектра вопросов: несчастных случаев, заболеваний, инфекционных болезней и эпидемий, терроризма, военных осложнений и конфликтов, пиратства, криминогенной обстановки и преступности, распространения наркотиков, радиоактивного и иного заражения местности, проституции, вандализма и любых форм насилия, комплексного рассмотрения всевозможных рисков, относящихся к туристам, местным жителям, турфирмам и индустрии туризма в целом. Подчеркнуто, что главную роль в обеспечении безопасности туризма и уменьшении рисков при путешествиях возлагается, прежде всего, на государственные органы и национальные туристские администрации, которые, в свою очередь, должны обеспечить соответствующий уровень взаимодействия и координацию работы со всеми участниками туристского процесса [51].

Полезны квалифицированные рекомендации по посещению тех или иных стран и регионов мира. Так, Госдепартамент США регулярно публикует список стран, в которые поездки не рекомендуются, а в ряде случаев и запрещаются. В 1996 году МИД Германии опубликовало список 80 стран мира, куда немецким туристам не рекомендуется ездить, и запретило поездки в Афганистан, Анголу, Бурунди, Заир, Ливию, Руанду, Сомали и Судан. По ряду других стран даны сведения о степени угрозы туристам и рекомендуемой специфике их поведения. Неоценима роль обмена информацией между странами, координации действий правительств в устранении проблем.

Таким образом, без участия государственных органов вопросы международного туризма не решить. В Кыргызской Республике специализированный на отрасли Государственный комитет по туризму, спорту и молодежной политике (ГКТСМП), министерства иностранных дел, внутренних дел, экологии и чрезвычайных ситуаций, транспорта и коммуникаций, здравоохранения, образования, соответствующие ведомства должны объединить усилия на данном направлении, координировать свои действия.

ну, покупает для дальнейшей работы от других хозяйств необходимые товары и услуги. Определенная часть населения, занятая на обслуживании туристов, получает доходы в виде заработной платы, их расходы составляют затраты на покупку различных товаров, подоходные налоги. Доход региона – это налоги, взимаемые с выручки от продажи товаров и услуг от туристских предприятий, населения и других хозяйствующих субъектов, а затраты – субсидии, выделяемые из бюджета на различные цели. Чем больше доходы туризма расходуются в пределах региона (то есть не вывозятся за пределы территории), тем больше эффект мультипликатора.

Хозяйственная деятельность будет более эффективной, если регион обладает возможностью выпускать все товары и услуги, запрашиваемые туристами, туристскими фирмами и другими субъектами хозяйства, расположенными в пределах данной территории.

Таким образом, туризм может успешно существовать и расширить свое влияние на экономику при условии высокой развитости ее других отраслей, в частности, сектора услуг, машиностроения, энергетики, сельского хозяйства, легкой и пищевой промышленности и т.п. Если подобные и другие субъекты местной экономики не могут производить достаточный набор и количество товаров и услуг для туристов и туристских предприятий, то эффект мультипликатора не заработает, следовательно, регион (страна) от туризма, кроме негативных экстерналий, ничего не получит. Основа развития туризма лежит в индустриализации.

Научно обоснованное ведение туристского хозяйства в регионе, следуя закону мультипликативного эффекта, определяет активное развитие социальной сферы (улучшение жизнедеятельности человека), далее – экономики региона, страны (способствует росту доходов). Благоприятные социальные и экономические последствия развития туризма могут способствовать и улучшению природной окружающей среды. Отметим, таким удачным комплексным эффектом не обладает ни одна другая отрасль народного хозяйства.

Здесь есть и обратный процесс: развитая экономика и сохранность и богатство компонентов (наличие полезных ископаемых, благоприятность природно-климатических условий) природного комплекса определяют диверсификацию социальной сферы, возникают благоприятные условия для туризма.

Значит, туризм, с одной стороны, «катализатор» развития социальной сферы, экономики и экологической среды, «индикатор» их взаимного и взаимосвязанного благотворного состояния, с другой – сам же продукт взаимодействия этого комплекса трех сфер – «социальная сфера – экономика – экологическая среда». Слабое состояние одной из них непосредственно и отрицательно воздействует на туризм.

Этот постулат полезен при определении (или пересмотре) политики развития туризма как на региональном уровне, так и в государственном масштабе. Ибо политика экономического развития и географического расширения туризма заслуживает глубокого исследования с тем, чтобы достичь оптимального его развития и размещения, пропорционального сосуществования с другими отраслями хозяйства.

Итак, туризм, как феноменальный фактор по совокупности эффектов, выступает важнейшим рычагом устойчивого развития региона, страны. Наряду с удовлетворением рекреационных потребностей, он выступает как важная отрасль экспортной специализации, имея свою роль в сбалансированности внешнеэкономических расчетов. Туристская деятельность также расширяет сферу приложения труда. Прием туристов на своей территории формирует структуру услуг для населения и приносит доходы, как частному сектору, так и государству в виде продаж и полученных от туристского бизнеса налогов.

Если рассматривать влияние туризма на развитие производительных сил с позиций системного подхода, то видно, что указанное воздействие выступает органической частью общего благосостояния страны в социальном, экономическом (даже политическом) и экологическом отношениях.

Иными словами, совокупность эффектов туристской деятельности можно рассматривать в спектре триады решаемых задач – социальных, экономических и экологических. Рассмотрим их в отдельности более подробно.

В современном мире туризм является частью социальной сферы, важным элементом общественного статуса человека. То есть с развитием личности, расширением ее культурно-образовательного уровня растет рейтинг туризма как важной потребительной стоимости в жизни человека. Скажем, например, «раньше американцы смотрели на путешествие как на роскошь. Сейчас это инвестиции, которые повышают их образовательный уровень и являются пищей для бесед. Расходы на отдых для среднедоходной семьи выступают важной составной частью их бюджета» [78, с.73].

Социальная функция рекреационной деятельности определяется активизацией человеческого фактора как одного из условий социально-экономического развития страны. Это обусловлено тем, что на современном этапе существенные изменения в экономике сопровождаются возрастанием роли главной производительной силы общества – человека, что, в свою очередь, вызывает потребности в его физическом и духовном благополучии.

Физическое и духовное воспроизводство человеческих ресурсов. С социальной точки зрения данная функция туризма направлена на восстановление физических и духовных сил человека, расходуемых при выполнении определенной производственной и бытовой деятельности. На данном этапе эволюционного развития нарушен энергетический баланс человека, то есть поступление калорий в его организм ориентировано на прежние физические

нагрузки, но их расход в результате сокращения физического труда в несколько раз сократился. Значит, чтобы устранить данный энергетический дисбаланс, а также для поддержания физической активности и снятия психических напряжений, улучшения показателей здоровья людей, нам жизненно необходимо расширять и развивать туризм, который предоставляет отдых в активной, интересной и увлекательной форме. Широкое приобщение населения к туризму будет способствовать его оздоровлению (как физическому, так и психологическому).

Тем самым, воздействие туризма на воспроизводство рабочей силы осуществляется в повышении производительности труда, продлении периода работоспособности, снижении потерь рабочего времени из-за болезней. Процесс удовлетворения туристских потребностей населения в определенном смысле следует рассматривать как процесс стимулирования человека к высокопроизводительному труду.

Здесь отметим, что если в физическом развитии человека, совершенствовании его физических возможностей большую роль играют активные виды и разновидности туризма, например, спортивный, оздоровительный, охотничий, горный, то в его духовном развитии первостепенное значение принадлежит таким видам туризма, как познавательный, гостевой, религиозный. Последнее поясним. Так, во многих религиозных течениях (в исламе, индуизме, буддизме, католицизме) паломничество считается обязательным атрибутом, путешествие с благой целью поощряется. Например, в старых записях духовной культуры ислама о пользе путешествий написано так: «Отправляющийся из отечества с искренним намерением совершить путешествие с пользою для себя, увеличивает свое благосостояние, познает быт и обстановку жизни других народов, приобретает научные сведения, усваивает себе приличия, наконец, посещает собрания достойных людей» [38, с.54].

Рациональное использование свободного времени является одним из положительных результатов туристской деятельности. От характера использования свободного времени человеком зависит последующая рабочая атмосфера и производительность труда на предприятиях (в учреждениях). В этом аспекте К.Маркс писал, что «свободное время, представляющее собой как досуг, так и время для более возвышенной деятельности, разумеется, превращает того, кто им обладает, в иного субъекта, и в качестве этого иного субъекта он и вступает затем в непосредственный процесс производства» [52, с.221].

В связи с увеличением свободного времени (за счет увеличения продолжительности отпусков, перехода на пятидневную рабочую неделю в бюджетных организациях) встает задача рационального досуга, активного отдыха и любительского занятия. Структура использования свободного

времени меняется в пользу проведения времени на природе, занятия активными видами отдыха и передвижения.

Эффективная сфера приложения труда. Современный туризм – важный фактор экономики и с точки зрения занятости населения. В настоящее время каждый 16-й работник в мире занят в сфере гостиничного и туристского бизнеса. Соответственно, развитие туризма в стране обеспечит рост занятости населения, так как создает прямую и косвенную занятость, требуя дополнительных работников транспорта, связи, культуры, спорта, торговли, банков и др.

В связи с этим одним из прямых социально-экономических эффектов туризма считается его преимущество в решении проблем занятости, что очень важно в условиях трансформации национальной экономики, сопровождающейся такими последствиями, как высвобождение рабочих рук, увеличение безработицы и т.п. Соответственно, для Кыргызстана высокая трудоемкость туризма выступает как положительный социальный фактор.

Повышение уровня жизни населения. Туризм в связи со своей доходностью и быстрой окупаемостью затрат дает возможность прямого и косвенного повышения уровня жизни населения. Прямое повышение доходов населения предполагает увеличение доходов непосредственно туристских предприятий, предлагающих широкий ассортимент товаров и услуг потребителям. Здесь работники сферы услуг могут увеличить свои доходы в виде заработной платы, надбавок и премий. Косвенное влияние выражается в развитии широкой сети сервиса для нужд туристов. При этом косвенные доходы от туристской деятельности порой значительно превышают прямые, поскольку в нее вовлекаются самые разные категории населения, работающего в «косвенных» по отношению к туризму отраслях.

Социальные функции туризма тесно связаны и переплетены с его же экономическими. Взаимодополняя и взаимопродолжая друг друга, они, в конечном счете, приводят к экономическому благополучию. Это можно представить так: туристская деятельность направлена на восстановление здоровья и трудоспособности работников, что способствует повышению качества трудовых ресурсов, возрастают интенсивность и эффективность труда.

Вклад в национальный доход является важной экономической функцией туризма. По данным статистики, к 2003 году доля сферы туристской деятельности в ВВП Кыргызстана составила 3,7%. Напомним, что четыре года назад этот показатель был вдвое меньше. Существующий рекреационный потенциал Кыргызстана, наличие трудовых ресурсов, навыков и традиций гостеприимства при комплексном развитии индустрии туризма в перспективе, по нашему мнению, позволяют этот показатель довести до 10%.

Диверсификация экономики страны. Спрос на туристский продукт предусматривает производство и так называемых побочных, дополнитель-

ных товаров и услуг. Туризм оказывает нажим на развитие отраслей, выпускающих предметы потребления и производящих различные услуги. Благодаря ему увеличивают доходы сопутствующие отрасли: транспорт, связь, общественное питание, торговля, культура, спорт, сувенирное производство, полиграфия, банковская система и др.

Выход на мировой рынок. Международные туристские связи стали важной составной частью общего процесса интеграции в мировой экономике. В условиях научно-технической революции, углубления международного разделения труда, развития культурных, научных, спортивных и других контактов туризм – важная статья внешнеэкономической деятельности.

Рынок туристских услуг рассматривается как средство увеличения платежеспособности страны, то есть способствует притоку иностранной валюты, притом без вывоза природных и других материальных ресурсов страны. Во многих странах ИТ расширяет вклады в платежный баланс и ВНП, соответственно, занимает особое место в международном и внутреннем разделении труда.

Сохранение и воспроизводство природно-экологической системы. Туризм по уровню экологической угрозы занимает одно из последних мест в человеческой деятельности. При правильном его ведении не нарушается экологическое равновесие, не истощаются природные ресурсы.

Сущность экологической функции туризма в том, что он, в отличие от других отраслей экономики, является ее единственной отраслью, которая непосредственно заинтересована в поддержании чистоты природной среды и умножении ее богатств: хозяйственная деятельность туризма, эффективность его работы напрямую зависят от состояния окружающей среды, attractiveness ландшафта, чистоты воды и воздуха, разнообразия флоры и фауны, наличия достопримечательностей природы и культуры. Туризм рентабелен при сохранении естественного облика окружающего природного комплекса, который в условиях техногенного стресса требует постоянной реабилитации.

Можно предполагать, что в условиях надежного функционирования рынка туризм станет важнейшим сектором хозяйственного комплекса Кыргызстана. И будет повышаться его значимость, выраженная в социально-экономическом и экологическом эффекте от рациональной территориальной организации туризма в стране и ее регионах.

В свете этих основополагающих моментов формирование туристской отрасли в Кыргызстане с первых дней суверенитета признается одним из перспективных направлений в подъеме национальной экономики, ее диверсификации. Академик Т.Койчубеков в подъеме национальной экономики, завоевании мирового рынка отводит немаловажную роль индустрии отдыха и туризма, которая, по его мнению, является доходной и восприимчивой к рынку и обусловит развитие в республике сопряженных с этой отраслью та-

ких производств, как ювелирное, сувенирное и т.д. [43, с.6]. Профессор К.Идинов считает, что «сегодня же, когда все острее встает вопрос поиска источников валютного пополнения, общепризнанным фактом является то, что для Кыргызстана с его богатой разнообразной природой, одним из факторов подъема экономики является развитие туризма в самых различных формах...» [37, с.188]. Гибкие и восприимчивые к новым условиям хозяйства ИТ способны к ускоренной отдаче и быстрой оборачиваемости капитала.

Таким образом, необходимость формирования и развития туризма как самостоятельной отрасли в отечественной экономике определяется следующими обстоятельствами:

туристские ресурсы наряду с минерально-сырьевыми, сельскохозяйственными и гидроэнергетическими ресурсами образуют основной потенциал развития экономики республики, в перспективе могут дать до 1/6 части национального дохода;

формирование социально ориентированной модели рыночной экономики в стране предполагает создание условий для удовлетворения всесторонних потребностей ее населения, в том числе в отдыхе и досуге;

вложение капитала в данную сферу деятельности способно принести ускоренную отдачу;

туризм считается экологически чистым хозяйственным сектором, поскольку он в своей деятельности не производит физическое изъятие ресурсов из природного оборота; его развитие рассматриваем и как альтернативу природоразрушающим отраслям.

1.3. Особенности туризма как отрасль экономической деятельности

Туризму, туристской отрасли свойственны определенные особенности, характеризуя их, обосновываем хозяйственную самостоятельность, обособленность данной отрасли.

В табл.1.2 даются некоторые особенности функционирования туристской деятельности и отдельные предложения по стратегии ее развития.

Рассмотрим их более подробно.

Основные особенности туристского продукта, свойственные сектору услуг. Туристским услугам присущи отдельные отличительные черты, характерные нетоварным продуктам: а) неосвязаемость туристского продукта объясняется тем, что он не является материализованной ценностью, поэтому потребитель не имеет возможности предварительно ознакомиться с количеством и качеством данного продукта; б) неразрывность производства и потребления туристского продукта – процессы производства и потребления

оказывают [8,с.8]. Но в процессе размещения туристского хозяйства эти экономические понятия равноценны, то есть и природные условия выступают ресурсом туристского продукта.

Территориальная раздельность потребления туристских услуг. Предлагаемый предприятиями туризма пакет услуг разделен территориально: первоначальные услуги (например, информация о туристском объекте, приобретение путевки, билета) туристы получают в местах постоянного жительства, другие услуги – на пути следования к туристским объектам (транспортные услуги, питание), третьи – в местах нахождения туристских объектов (размещение в гостинице, питание, экскурсионные услуги и др.). Только их совокупность определяет полноценную удовлетворенность туристских потребностей.

Следовательно, затраты туриста состоят из трех периодов. Обычно в структуре затрат преимущественную долю занимает первый период (приобретение путевки, билета), что образует 70-75% общего объема затрат, меньшая часть приходится на второй (5-10%) и третий (20%) периоды. Чтобы увеличить объемы затрат туриста в местах его пребывания, необходимо создать соответствующий сервис, предложить разнообразный ассортимент услуг. Подобная коммерческая политика должна быть рыночной стратегией каждой фирмы, региона посещения.

К примеру, в данный момент развития международного туризма на доходы Кыргызстана от него приходится всего лишь третья часть общих расходов иностранных туристов. Стоимость поездки в Кыргызстан, в силу удаленного географического положения страны, оказывается высока для туристов из основных государств – их поставщиков. Турист, выезжающий из Европы, оплачивает туристской фирме своей страны стоимость полного туристского пакета, беря с собой незначительную сумму денег для побочных нужд, в частности, для покупки сувениров, что собственно составляет источник валютных поступлений. В итоге Кыргызстан, будучи владельцем туристских ресурсов, получает лишь остаточную часть доходов от иностранного туризма.

Сезонная деятельность туризма. Рекреационная деятельность носит сезонный характер, требует благоприятного для рекреации времени. Туристские поездки (походы) приурочиваются к определенным периодам времени: отпусков и каникул, проведения различных мероприятий (конгрессов, ярмарок, выставок, фестивалей, праздников и т.д.). Сезонное колебание спроса на туристские услуги создают «пиковые» нагрузки в деятельности предприятий туризма, поскольку они не могут работать прибыльно круглый год. Следовательно, их главной задачей является получение максимума прибыли в сезон.

Существует необходимость найти способы сгладить колебания спроса на туристские услуги. Есть возможности смягчения сезонной неравномер-

ности стимулированием приезда туристов в несезонное время путем скидки цен на услуги, расширением предложения курортных услуг в зимнее время, варьированием различными видами туризма, организацией сувенирного производства с привлечением к нему высвободившихся в несезонное время работников и т.п. Напомним, что сочетание различных видов туристских услуг в развитых странах (в Австрии, Италии, Испании и др.) продляет туристский сезон, в итоге интенсивность туристского потока не носит ярко выраженной сезонности.

Эластичность спроса на туристские услуги и особенности ценообразования в туризме. Специфичность туристского спроса заключается в том, что он социален по генезису, соответственно, эластичен по отношению к ценам предложений. То есть изменение структуры или уровня потребления туристских услуг может происходить под влиянием любых ценовых и неценовых факторов. Для спроса на туристские услуги характерна относительная чуткость потребителей к изменениям цен: небольшие изменения в цене приводят к значительным изменениям в количестве покупаемых туристских услуг. Поэтому в естественном ранжировании продукции по важности и необходимости туризм занимает одно из последних мест. Это означает, что если уровень денежных доходов будет уменьшаться, то население начнет сокращать свои потребности, постепенно исключая наименее важные, вследствие чего, прежде всего, выпадает туризм.

По маркетингу туризма нам известно, что турист – это особый тип потребителей, который свободен в своих действиях на рынке, а не зависим как пациент в больнице или клиент в учреждении социальной помощи. Человек может обходиться и без туристских услуг, отказаться от предложения. Такие характерные черты потребителя требуют специфических подходов и приемов при предложении туризма.

Словом, туристский продукт зачастую не считается товаром первой необходимости, поэтому определяющим на него спрос фактором является уровень дохода субъекта и цены предложения услуг.

Подобный характер туристского продукта определяет некоторые особенности поведения потребителей. Установлено, что потребители с точки зрения психологии хорошо реагируют на цены, выраженные нечетным числом, и кажется, что есть нечто магическое в ценах, которые кончаются цифрой 9. Так, цену на туристский продукт полезно назначить не в 300 долларов США, а в 299. Тогда для многих потребителей этот туристский продукт будет стоить 200 с лишним, а не 300 долларов. Между прочим, такие уловки в ценообразовании широко используются в Бельгии, Германии, Голландии, Франции [76, с.130].

В разработке цен на туристские услуги приходится учитывать не только обычные затраты на содержание обслуживающего персонала, транспортировку туристов, рекламу, амортизационные затраты, но и такие неценовые

факторы, имеющие форс-мажорный характер, как сезонные особенности года, капризы погоды, природные аномалии, экономическая обстановка, пульс политической жизни в стране и за ее пределами и т.д. Цена пакета услуг может быть гибкой, обладать маневренностью. Она также должна учитывать национальные и индивидуальные особенности туристов-потребителей, их половозрастную структуру, поведение и вкусы.

Рост цен на туристские услуги, как правило, приводит к уменьшению спроса. Известен и обратный эффект – так называемые эффекты снобизма и Веблена, когда высокие цены, наоборот, – стимул повышения спроса вследствие демонстрации благосостояния и стремления выделиться у отдельных состоятельных клиентов.

Зависимость качества туристских услуг от исполнителя. Источником продукта туризма является природная среда. Но продуцирование природы все явственнее зависит от труда человека. Высокий уровень сервиса, комфортабельность, дизайн туристского оборудования и снаряжения еще не гарантируют надлежащее качество туристского продукта, лишь предусмотренное условие для оказания услуг. А полноценный комплект услуг турист может получить только при участии (действии) обслуживающего персонала (исполнителя), поскольку совокупность полезных свойств туристского продукта – это результат тесного взаимодействия элементов материальной базы туризма и персонала.

В туристском бизнесе исполнители выступают перед клиентами в качестве представителей туристской фирмы, ответственных за формирование благоприятного впечатления о фирме, положительного ее имиджа. При этом уровень сервиса находится в прямой зависимости от квалификации и личной заинтересованности исполнителя, его внимания к клиенту. Все это в совокупном эффекте определяет объем и качество оказываемых услуг, влияет на их конкурентоспособность. Ошибка и оплошность персонала, недобросовестное отношение к выполнению обязанностей, неисполнение или ненадлежащее исполнение услуг могут испортить весь тур, чреватые необратимыми последствиями (потерей клиентуры, имиджа фирмы).

Для туристского хозяйства – сферы, связанной с гостеприимством, ценны такие принципы, как профессионализм, добросовестность, тактичность, привлекательность, приветливость и считаются превыше всего права и интересы потребителей (туристов). Менеджеры туристских предприятий используют маркетинг в направлении мотивации качественного труда.

Несоответствие во времени и в пространстве факта купли-продажи с фактом потребления туристского продукта. Особый характер учета реализации туристского продукта отражается в особенностях бухгалтерского учета в туристских фирмах. Договорные отношения туриста и туристской фирмы складываются как отношения покупателя и продавца продукта. При этом следует подчеркнуть особый характер «продукта», приобретаемого у

турфирмы. Вступая с ней в договорные отношения, турист рассчитывает получить необходимый ему набор услуг. Фирма же предоставляет, как правило, еще не сами услуги, а права (гарантию) получения в определенное время, в определенном месте услуг, непосредственно уже (физически) оказываемых другими предприятиями. Приобретаемая туристом совокупность этих прав (гарантий) оформляется туристской фирмой в виде путевки, которая станет предметом получения туристом количественно и качественно определенных услуг. Соответственно, оборот по реализации «продукции» у турфирмы образуется в том отчетном периоде, когда произошла продажа путевки, а не тогда, когда турист осуществит поездку по данной путевке [19].

Иными словами, конечным продуктом туристских фирм является предназначенное для продажи имущественное право туристов на комплект услуг. А периодом реализации услуг у них считается тот отчетный период, в котором произошла продажа имущественного права на услуги.

Туристский продукт считается реализованным независимо от возможных в дальнейшем появления у клиента претензий (обид и разочарований) в процессе его потребления. Отсюда можно полагать, что акт купли-продажи туристского продукта происходит до его производства. Разрыв во времени между фактом купли-продажи (путевки) и фактом потребления может быть разным (обычно до 1-2 месяцев).

Если производство и потребление товаров осуществляется по традиционной схеме «производство – распределение – реализация – потребление», то производство и потребление туристских услуг происходит по иной, своеобразной системе – «распределение – реализация – производство – потребление». Такие особенности туристского продукта требуют предъявления гарантий качества и надежности услуг со стороны их производителей, поддержания престижа продукта, фирмы, а также введения дополнительного страхования туристов, купивших туристский пакет, например, от инфляции, изменения погодных условий, других непредвиденных чрезвычайных ситуаций.

Действие эффекта «противоположностей» в международном туризме. В международном туризме спрос на посещение той или иной страны (региона) во многом определяется, по нашему мнению, эффектом «противоположностей». Иными словами, основным мотивационным фактором зарубежного путешествия выступает стремление человека увидеть контрасты по отношению к своей местности: жители развитых стран имеют желания посетить развивающиеся страны и наоборот, люди равнин путешествуют по горным районам, жители севера стремятся на юг и т.п. Более 60% международных путешественников следуют данному принципу.

Именно переезд человека из привычной местности в другую, контрастную, дает более выраженный рекреационный эффект, нежели посещение

аналогичного района. Новые впечатления (о формах рельефа, ландшафте и климате местности, населении региона, его быте и культуре и др.), воспринимаемые через органы чувств человека, снимают застойные и угнетенные состояния, полученные от однообразия похожих друг на друга объектов и явлений окружающей (особенно городской) среды, дают приятные эмоциональные ощущения, избавляют от унылого однообразия. В физиолого-рекреационном отношении тот же эффект дает адаптация человека к контрастным факторам окружающей среды, стимулирующая обмен веществ, повышение тонуса, расширение функциональных возможностей нервной системы, способности к избирательности и наблюдаемости.

Поскольку в ходе эволюции у человека выработана способность адаптироваться к незнакомым, даже экстремальным, условиям среды, изменение физического (природного) фактора у здорового человека чаще вызывает положительные метеотропные реакции. Это объясняется благотворными сдвигами во всех функциональных системах его организма, прежде всего, улучшением обмена веществ, деятельности нервной и сердечно-сосудистой системы. В этом отношении горный рельеф и климат особенно эффективен в повышении реактивности организма человека.

Отметим, что подобная функция туризма в данное время очень популярна среди жителей промышленно развитых зон и мегаполисов развитых стран, где урбанизация и стандартизация образа жизни усиливают тенденцию к проведению отдыха вне дома.

В связи с этим в бизнес-стратегии туризма приемлем принцип «предложения того, чего нет дома». В плане создания туристам-потребителям контрастной смены окружающей среды горный Кыргызстан – идеальное место посещения. Его рыночный сегмент – это экологически чистая и нетронутая горная природа и ее своеобразие: высочайшие вершины, ледники, горные реки и озера, леса, термоминеральные воды и лечебные грязи, разные геологические достопримечательности, а также народ с самобытной культурой.

Именно здесь следует применить понятие «экзотичность». По мнению ученых, свойство экзотичности зависит от степени необычности, оригинальности явления, связанной с непохожестью места пребывания на досуге с постоянным местом жительства и работы. При этом экзотичность должна проявляться не только в природных объектах, не менее важна ее роль и при организации обслуживания. Национальный или местный колорит может проявляться в оформлении пансионатов и гостиниц, хижин и приютов, кафе и ресторанов. Экзотика национальной кухни также среди важнейших рекреационных ресурсов [66, с.31].

В плане международного туризма каждая страна (регион) интересна в смысле туристского посещения, уникальна в предложении туристских ресурсов. Следуя А.Смиту, можно утверждать, что любая страна обладает аб-

солютным преимуществом в сфере туристского предложения, поскольку все страны мира уникальны не только своеобразием природно-географических условий, но и особенностями в социально-экономическом и культурном развитии, оригинальностью образа жизни, традиций и обычаев населяющих их народов.

Особенности экспорта туристского продукта: потребление продукта в стране-экспортере. В системе международных экономических отношений и мировой торговли особенность рынка туристских услуг заключается в том, что приобретение и потребление туристского продукта осуществляется в стране-экспортере, то есть существует так называемый «невидимый» экспорт без вывоза за пределы страны продукта. Туристский экспорт представляет собой экспорт услуг, осуществляемый в пределах страны.

При экспорте услуг туризма характерен вывоз впечатлений. Иностранцы туристы прибывают в определенное место туристского назначения с целью «купить» впечатления и частично уже оплатив «покупку». Когда они покидают место туристского назначения, они не могут взять с собой нечто, соизмеримое с нанесенными ими денежными затратами, но они увозят впечатления как результат удовлетворения своих специфических потребностей.

Следовательно, если при традиционном экспорте товаров денежный поток и товарный поток оказываются встречными, то при экспорте туристских услуг направления денежного потока и туристского потока совпадают [10, с.18].

Трудоемкость и особенности использования труда в сфере туризма. К характерным чертам функционирования туризма можно отнести его трудозатратность (преобладание живого труда в осуществлении туристских технологий) и некоторые особенности использования в нем рабочей силы: сезонный характер занятости, значительный удельный вес работников, занятых неполный рабочий день, большая доля низкоквалифицированного физического труда, особенно, женского, низкие возможности механизации и автоматизации рабочих мест. Например, на многих судах морского круиза приходится один служащий на два пассажира, а в некоторых гостиничных учреждениях типа «люкс» самый высокий процент персонала по отношению к числу номеров (он достигает соотношения один к одному).

Перечисленные в данном исследовании отличительные черты туристской деятельности дают основание для выделения ее в качестве самостоятельного сектора экономики, представляющего собой технологический цикл по производству, распределению, сбыту и потреблению туристских услуг. В условиях изменения характера труда, содержания и функций туристских услуг, их предназначения, будут изменяться и уточняться сущность и особенности туризма как отдельного вида хозяйственной деятельности.

1.4. Современная организационная структура индустрии туризма

Индустрия туризма – понятие относительно новое для постсоветского пространства. Следовательно, туристская деятельность становится новым научным направлением в экономической географии и экономике. В таких условиях в силу отсутствия общепризнанных теоретических и практических положений о структурной организации туризма в данном вопросе встречаются различные мнения, порой противоположные, в особенности, об его содержании и составе.

До настоящего времени в действующей классификации отраслей народного хозяйства туризм не имеет полноправного экономического статуса. Элементы, относящиеся сугубо к туризму, нередко разбросаны по различным отраслям и хозяйствам. Отсутствие общепризнанной классификации видов туристской деятельности затрудняет оценку хозяйственного эффекта функционирования туризма, его вклада в национальный доход. Существующий принцип построения классификационной схемы общественного производства требует корректировки с учетом изменений характера труда, содержания и функций услуг, их предназначения и предложения.

Туристский комплекс представляет собой технологический цикл по производству, распределению, сбыту и потреблению туристских товаров и услуг. Иными словами, комплексность развития и размещения данного хозяйства предполагает сочетание предприятий туристской специализации с отраслями материального и нематериального производства, укрепления экономических и технологических связей между ними, создающих единую территориально-рекреационную систему (ТРС). Такую совокупность и взаимозависимость предприятий, организаций и технологических циклов, предназначенных для производства и оказания туристских услуг, в современном мире принято называть и «индустрией туризма».

Индустрия туризма – это совокупность взаимосвязанных отраслей и предприятий материального и нематериального производства, сформированных на базе комплексного использования туристских ресурсов региона и направленных на удовлетворение социально своеобразных потребностей населения в туристских услугах. Или, в более широком смысле, это определение в законе Кыргызской Республики «О туризме» (1999 год) гласит как совокупность гостиниц и иных средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного и иного назначения, организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также организаций, представляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков.

Здесь, разумеется, возникнет вопрос о том, сформировалась ли в Кыргызстане современная по своему характеру индустрия туризма? Да. Динамично развивающаяся отрасль туризма имеет определенную индустриальную основу. Спор может возникать лишь об уровне развития данной отрасли, ее материально-технической базы, в частности.

Становление и развитие ИТ в республике вызвано закономерным процессом интеграции сферы услуг и отдельных секторов материального производства. Это произошло непосредственно в условиях перехода к рыночным системам хозяйствования, когда были созданы объективные предпосылки для их организационного соединения в рамках технологического формирования. Подчеркнем, что для рыночной экономики характерно не столько развитие обособленных отраслей, сколько функционирование диверсифицированных межотраслевых комплексов. Понятие «отрасль» постепенно размывается. Поскольку в туризме производятся предметы потребления (пища) и услуги (размещение в гостинице), то можно сделать вывод, что туризм – это диверсифицированный межотраслевой комплекс в составе социально-бытовой инфраструктуры, который имеет производственные и непроизводственные функции и представляет собой туристскую индустрию [40, с.144]. Правы, видимо, авторы, которые считают, что отраслевой принцип построения классификационной схемы общественного производства в условиях рыночной экономики устарел [10, с.19].

Современная индустрия туризма располагает сложной материально-технической базой и взаимодействует почти со всеми отраслями народнохозяйственного комплекса. Ведь туристские услуги изолированно от других хозяйств не производятся и не реализуются, поскольку для полноценного удовлетворения туристских потребностей, наряду со специализированными предприятиями, необходим целый ряд предприятий так называемых сопутствующих и вспомогательных отраслей: транспорт и связь, общественное питание и торговля, культура и искусство, спорт и физическая культура и др. В развивающейся сфере рекреации все новые отрасли полностью или частично вовлекаются в туристскую технологию. Невозможно уже представить туризм без информационной технологии, банковского сектора, страхования и т.п.

В целях конкретизации структурного состава объектов, относящихся к ИТ, их рассматривают в двух аспектах: а) предприятия, имеющие прямое отношение к туризму: турфирмы, экскурсионное бюро и т.п.; б) предприятия, имеющие косвенное отношение к туризму: транспорт, связь, питание, торговля и т.д. Е.А.Котляров, рассматривая рекреационную систему как новую форму кооперирования рекреационных и сопутствующих отраслей – территориально-рекреационный комплекс (ТРК), констатировал, что это «сложное хозяйство, куда входят лечебные и оздоровительные учреждения (санатории, водо- и грязелечебницы, пансионаты, дома отдыха, турбазы, мотели,

кемпинги, пионерские лагеря), обслуживающие предприятия и сопутствующие отрасли (предприятия торговли и общественного питания, бытовые, культурные и спортивные учреждения, экскурсионные объекты, дорожно-транспортная сеть, сувенирное производство и др.)» [45, с.4-5].

Однако в этих двух позициях не учитываются другие, не менее важные составляющие ИТ – объекты материального производства, обеспечивающие туристскую деятельность средствами основных и оборотных фондов. Трудности вызывает даже учет численности предприятий, оказывающих туристам частичные услуги (общественного питания, транспорта, связи, культуры, торговли и др.).

С точки зрения структурно-функционального назначения предприятия ИТ в широком смысле можно разделить на первичные (прямые) и вторичные (косвенные). К первым относятся предприятия, функционирующие непосредственно для обслуживания туристов; они формируются, в первую очередь, под влиянием развития туристского движения. Вторичные предприятия функционируют для обслуживания всего местного населения и в то же время удовлетворяют потребности туристов.

При этом существуют мнения и о том, что ИТ – «это целая отрасль хозяйства, включающая... как специальные предприятия туристской отрасли, так и большое количество предприятий, не имеющих ярко выраженного туристского характера, так называемые «вторичные» для туризма отрасли, в частности, транспортное машиностроение и автомобилестроение, топливная промышленность, капитальное и дорожное строительство, промышленность сувениров и, в целом, пищевая промышленность, многие отрасли сельского хозяйства...» [11, с.17], а также «...пищевую промышленность, воздушный, железнодорожный, автомобильный транспорт» [72, с.11-23]. Подобное отнесение крупных отраслей к ИТ, на наш взгляд, является неправомерным; указанные отрасли функционируют вполне самостоятельно. Конкретные отрасли учитываются только в той части, в которой они своими мощностями и ресурсами непосредственно участвуют в туристской деятельности.

Таким образом, выходит, что ИТ – это межотраслевое технологическое формирование, конечной целью которого является обеспечение расширенного воспроизводства рабочей силы путем удовлетворения потребностей населения в туризме. К такому мнению близки В.А.Квартальный, В.М.Козырев и др., которые выделяют ее как межотраслевой комплекс предприятий, фирм и организаций по производству товаров и услуг для туризма [53, с.15]. По мнению В.Г.Гуляева, в настоящее время практически не существует единой системы предприятий туристской индустрии. Это автономные, самостоятельные предприятия, с высокой степенью диверсификации (разнообразия) деятельности, где туристская деятельность подразумевается в том числе, и в ряде случаев не является основной для данного предприятия. Это касается транспортных предприятий, предприятий обществен-

ного питания, организаций сферы досуга и развлечений, быта и сервиса и, частично, средств размещения, которые взаимодействуют с организаторами туризма (туроператорами и турагентами) в части предоставления туристских услуг на основе возмездных договоров или договоров аренды (фрахта) [21, с.101-102].

Организационная структура ИТ может быть представлена как упорядоченная совокупность взаимосвязанных хозяйственных компонентов, находящихся между собой в согласованных отношениях, обеспечивающих их функционирование как единого целого. Их расположение имеет иерархический порядок.

В комплекс объединены отрасли, выполняющие в процессе общественного разделения труда схожие по социально-экономическому содержанию функции, независимо от их географического размещения, ведомственного подчинения и т.д. Отрасль, напомним, совокупность качественно однородных хозяйственных звеньев, характеризующаяся аналогичными условиями производства и сбыта продукции в общественном разделении труда, единым профессиональным составом кадров. В результате развития научно-технического прогресса, углубления общественного разделения труда постоянно происходит дифференциация отраслей. И в отраслях туризма, соответственно, выделяются подотрасли (виды и формы туристской деятельности), призванные для производства конкретного вида услуг. Каждой из них присуща своя технология услуг и свой профессиональный состав кадров. Но для эффективного функционирования ИТ необходимо синхронное и пропорциональное функционирование всех ее подсистем.

Дальнейшее наше изучение структуры индустрии туризма показывает, что это – не случайный конгломерат отраслей и предприятий, а иерархическая система, включающая соподчиненные компоненты. Соответственно, всесторонний учет всех свойств туристского производства позволяет нам с некоторой долей условности выделить три хозяйственных сектора:

1. Сектор материального производства, обеспечивающий все сферы туристского комплекса.
2. Сектор социальной инфраструктуры, обслуживающий производство и распределение туристских услуг.
3. Сектор туристской специализации (собственная сфера).

Их иерархия идет по технологическому циклу: от обеспечения производства туристских услуг средствами труда, продуктами потребления до оказания потребителям чисто туристских услуг.

Эти хозяйственные сферы, функционирующие как единая технологическая система, обеспечивают рост производства и реализации туристских услуг за счет дальнейшего углубления общественного разделения труда и хозяйственной интеграции. По данным наших исследований, в полном технологическом цикле по производству, распределению, реализации и потребле-

нию туристских услуг и товаров участвуют около 20 отраслей и подотраслей промышленности, сельского хозяйства, строительства и других отраслей материального производства, более 30 хозяйств социальной инфраструктуры.

Охарактеризуем их.

Сектор материального производства, обеспечивающий остальные сферы туристского комплекса, включает:

1) отрасли промышленности: а) выпускающие средства труда для туристской деятельности (производство транспортных средств, средств связи, туристского снаряжения и инвентаря, санаторно-курортного оборудования, сувенирных изделий, предметов повседневной необходимости и т.п.); б) поставляющие переработанные продукты питания;

2) отрасли сельского и лесного хозяйства: а) обеспечивающие натуральными видами продуктов питания (садоводство, овощеводство, мясное и молочное скотоводство, пчеловодство, рыбоводство и др.); б) являющиеся ресурсной базой для осуществления рекреационной деятельности (использование коней, яков, верблюдов как рабочего скота или вьючного средства для туристов, рекреационное использование лесных, заповедных мест и т.п.);

3) строительство, обеспечивающее необходимыми зданиями, сооружениями и другими инженерно-техническими объектами, в том числе и для обновления основных фондов комплекса.

Отрасли материального производства, обеспечивающие туристскую деятельность, изготавливают для нее важнейшие средства производства и предметы потребления для туристских предприятий, туристов. Их развитие позволяет расширять выпуск разнообразной продукции, предназначенной для совершенствования условий труда работников, отдыха и быта туристов, внедрить прогрессивные технологии производства и потребления туристских услуг, повысить производительность труда, снизить ресурсоемкость продукции, продлить рекреационный сезон и т.п. При этом в числе приоритетов – выпуск специального технологического оборудования по обслуживанию туристов.

Сектор социальной инфраструктуры, обслуживающий туристскую деятельность, охватывает отрасли и виды деятельности по обслуживанию туристов-потребителей, обслуживающего персонала и управлению им. Их структура включает транспорт, связь, общественное питание, торговлю, бытовое обслуживание, культуру и искусство, спорт, здравоохранение, образование, науку, народные художественные промыслы, подразделения специального обслуживания (спасательные, финансовые, юридические службы), государственное и общественное управление и др.

Отрасли инфраструктуры призваны удовлетворить разнообразные материальные, духовные, интеллектуальные, социальные потребности тури-

стов. Если туристские хозяйства создают туристские блага потребителю, то условия для их реализации (например, доставка потребителя к ним) создаются деятельностью отраслей инфраструктуры, то есть они обеспечивают условия функционирования туристской деятельности в пространстве и во времени. Экономия времени существенна при характерном для путешествия цейтноте. Скорость транспортных средств, система быстрого приготовления пищи, оперативность средств связи и др. – условия экономии времени в туристском путешествии. Следовательно, на отрасли социальной инфраструктуры возлагается важная социально-экономическая функция – экономия времени, предоставление туристам возможности для максимального использования его исключительно в рекреационных целях.

Сектор туристской специализации – ядро ИТ, основа осуществления туристской деятельности, так как именно он производит «конечный продукт» туризма. Предприятия туристского назначения представляют собой компонент, ради услуг которого туристы преодолели определенное расстояние. Их классификация производится по следующим признакам: особенности предложения услуг в соответствии со спросом потребителей, функциональная роль предприятий в оказании туристских услуг, объем предлагаемых ими услуг и др.

В этом отношении туристские предприятия делятся на несколько типов: туроператоры, турагенты, контрагенты.

Туроператор – хозяйствующий субъект, занимающийся разработкой туров, обеспечивает их функционирование, организует рекламу, устанавливает цены на туры. Его можно отнести к предприятиям оптовой торговли: из палитры предложения услуг он выбирает несколько специальных предложений, комбинирует их, формирует собственную программу и продает через турагентов или напрямую клиентам.

Турагентства осуществляют посреднические услуги по розничной продаже как программных пакетов туроператоров, так и услуг отдельно взятых предприятий (гостиниц, авиакомпаний и др.).

На практике эти две формы туристских предприятий нередко диффузируют и выступают как единое целое. Турагенты с продажей услуг туроператоров предлагают собственные пакеты услуг. В свою очередь, нередко крупные туроператоры имеют собственную сбытовую сеть – принадлежащих ему турагентов. Например, туроператор-турагент «Куони» имеет в Швейцарии 60 агентств и около 60 агентств в 16 странах мира. А на рынке туризма Кыргызстана действует 32 туроператора, 140 турагентств и 24 турагент-туроператора.

Если названные субъекты туризма являются организаторами и продавцами туров, то непосредственными их исполнителями выступают *контрагенты*: предприятия отдыха и досуга, экскурсионные бюро, гостиницы, транспортные средства, точки общественного питания и т.п. Полноценность

и качество оказываемых туристских услуг зависит еще и от слаженности работы этих хозяйствующих субъектов.

Полифункциональность туристской деятельности обуславливает тесные взаимосвязи между отраслями хозяйства. Ряд из них участвует в создании экономического потенциала туризма: в строительстве и реконструкции туристских зданий и сооружений, производстве туристского оборудования, подготовке кадров по делу туризма, воспроизводстве и сохранении природного и культурного наследия. Интеграция туризма с другими отраслями выражается в том, что в структуру предприятий различной отраслевой принадлежности включаются и услуги туризма.

Итак, для туристской деятельности, которая осуществляется в рамках ИТ, характерны многофункциональность, множественность целей, разнообразие занятий. Необходима, значит, классификация ее участников, учитывающая все переменные параметры туризма, прежде всего, для анализа хозяйственной деятельности предприятий туризма и смежных отраслей.

Под классификацией туризма понимают деление участников туристского потока на группы с относительно однородными характеристиками и соответствующим набором оказываемых для них услуг. В комплекс критериев при этом входят мотивация поездки, способы передвижения, длительность путешествия, число участников, сезонность и т.п.

Множественность классификационных признаков, разнообразность географических, социальных, экономических и организационных основ функционирования туризма предполагают применение следующих классификационных категорий: вид (разновидность) и форма. В качестве категории, позволяющей дифференцировать туризм по целям путешествий, то есть по внутренним факторам, используем вид туризма, а внешние критерии путешествия и его участников (например, число и состав туристов, продолжительность и интенсивность тура и т.п.) определяют форму туризма. Турист, добивающийся своей основной цели, формирует соответствующий вид туризма, а его внешние признаки (то есть методы и средства его осуществления) создают ту или иную форму туризма.

Несмотря на определенные разногласия по видовому составу туризма, у исследователей существует общая точка зрения: в качестве исходного пункта при построении классификации видов туризма целесообразно взять основную цель путешествия. Да, с точки зрения социально-экономической географии при выборе своего сегмента рынка предприниматель, прежде всего, анализирует цель поездки туриста, потом сопутствующие с ней факторы, такие как продолжительность пребывания, число и состав туристов, способы их передвижения.

Классификация туризма по признаку цели поездок туристов дает представление о мотивах, побуждающих к путешествию, о желаниях и предпочтениях человека в путешествии, на что и должно реагировать предложение с

соответствующим пакетом услуг в посещаемом месте (стране, регионе). Такую классификацию можно использовать с целью измерения ключевых сегментов туристского спроса, планирования производства туристского продукта, проведения маркетинга и для рекламно-информационной деятельности.

По официальной статистике цель поездки туристов обычно состоит из 6 видов:

- а) досуг, отдых, рекреация;
- б) посещение знакомых и родственников;
- в) по служебным делам;
- г) лечение;
- д) шоп-туризм;
- е) другие [75, с.15].

Перечисленное можно назвать основными мотивами, побудившими человека отправиться в поездку (поход). Однако, если движение современного человека более пристально рассмотреть с точки зрения мотивации, то набор целей его путешествий и отдыха окажется куда многообразнее официально-го перечня:

- а) досуг, отдых, оздоровление;
- б) занятие спортом и посещение спортивных мероприятий;
- в) познание и изучение окружающего мира;
- г) поиск и добыча чего-либо полезного для удовлетворения физических и духовных потребностей;
- д) паломничество;
- е) коммерческие, научные и профессиональные дела;
- ж) посещение знакомых и родственников;
- з) лечение.

Можно сказать, что цели туристских путешествий формируются соответствующие их типы: оздоровительный, спортивный, познавательный, промысловый (добывающий), религиозный, деловой, гостевой и лечебный; далее следуют их виды, разновидности и формы.

Лечебный тип рекреации ранее относили не к туризму, а к другой отрасли рекреационного комплекса – санаторно-курортному хозяйству [58, с.26]. Но теперь более распространена точка зрения, по которой санаторно-курортную деятельность рассматривают и в составе туризма. Именно она во многих странах мира выступает отраслеобразующим фактором как курортный или лечебный туризм в структуре ИТ.

Базируясь на основных мотивационных факторах и типах путешествий, предлагаем свою классификацию туризма по целевому назначению (табл. 1.3), названную нами мотивационной классификацией.

**Классификация туризма по целям путешествий
(мотивационная классификация)**

Тип туризма и его мотивы	Вид туризма	Разновидности туризма
1. Оздоровительный туризм – <i>отдых и оздоровление</i>	1.1. Активный 1.2. Пассивный	1.1.1. Горный 1.1.2. Лыжный 1.1.3. Пешеходный и др. 1.2.1. Прогулки и др.
2. Курортный туризм – <i>лечение и профилактика здоровья</i>	2.1. Климатолечение 2.2. Бальнеолечение 2.3. Пелоидолечение 2.4. Талассотерапия и др.	
3. Спортивный туризм – <i>занятие спортом и посещение спортивных со- стязаний</i>	2.1. Активный 2.2. Пассивный	2.1.1. Альпинизм 2.1.2. Сплав по рекам 2.1.3. Спелеотуризм и др. 2.2.1. Посещение спортивных состязаний
4. Познавательный туризм – <i>познание окружающего мира</i>	3.1. Природный 3.2. Культурный	3.1.1. Экологический 3.1.2. Горный 3.1.3. Лесной и др. 3.2.1. Этнографический 3.2.2. Музейный 3.2.3. Производственный 3.2.4. Фольклорный и др.
5. Промысловый туризм – <i>добыча чего-либо полезного</i>	4.1. Охотничий 4.2. Рыболовный 4.3. Собирательный 4.4. Охота с аппаратом	4.3.1. Сбор ягод и грибов 4.3.2. Сбор полезных трав и др. 4.4.1. Фотоохота 4.4.2. Видеоохота 4.4.3. Звукоохота
6. Религиозный туризм – <i>паломничество</i>	5.1. Местное паломничество 5.2. «Хадж»	
7. Деловой туризм – <i>предпринимательские и научные цели</i>	7.1. Коммерческий 7.2. Научный	7.1.1. Выставочный 7.1.2. Шоп-туризм 7.1.3. Бизнес-туры и др. 7.2.1. Конгрессный 7.2.2. Экспедиционный и др.
8. Гостевой туризм – <i>посещение родственников и знакомых</i>	8.1. Гостевой	
9. Приключенческий туризм – <i>получение невероятных ощущений</i>	9.1. Экзотический 9.2. Экстремальный	

Поясним ее.

Оздоровительный туризм – наиболее популярный и массовый вид туризма, доступный широкой массе населения. Его занятия отличаются многогранностью. Путешествие с целью отдыха для жителей развитых стран стало наиболее массовым видом туризма, популярным средством проведения свободного времени. Непосредственно оздоровительная функция туризма становится фактором массового посещения туристами прибрежных и горных курортных зон Австрии, Италии, Испании, Кипра, США, Турции, Франции и др.

Курортный (лечебный) туризм также достаточно популярен, около половины путешествующих и отдыхающих в мире охвачены им. Всемирно известные курорты, как, например, Бад-Кезен с 14 санаториями (ФРГ), Бад-Рагац с отделениями кинезотерпии (Швейцария), Абано-Терме с 70 отелями и пансионатами (Италия), Албена с 40 гостиницами и 10 кемпингами (Болгария), Бадгастайн с природной эманаторием (Австрия), с учетом состояния здоровья человека, его возраста, вкусов и желаний предлагают самый широкий ассортимент услуг: ингалятории, ваннные процедуры, водо-, электро- и грязелечебницы, воднолыжный и парусный спорт, игорный бизнес, другие виды развлечений.

Учреждения санаторно-курортного обслуживания предъявляют большие требования к уровню обслуживания и степени благоустройства местности. Это определяется тем, что субъектами курортной деятельности часто являются больные люди и их пребывание в местах лечения относительно длительное. Условия деятельности учреждений должны соответствовать медицинским нормам и правилам длительного проживания.

Словом, деятельность лечебного туризма характеризуется особенностями клиентуры, длительностью ее пребывания (обычная продолжительность тура на лечение от 12 до 24 дней), использованием более дорогих средств транспорта (в частности, авиационного). Также курортные поездки носят сугубо личный, индивидуальный характер, но нередки и семейные поездки, в составе двух-трех человек.

Спортивный туризм направлен на восстановление и развитие физических сил человека. Для него характерны повышенные физические нагрузки и соответствующая спортивная подготовка, следовательно, занятия им отличаются определенной сложностью. Требования к природным комплексам могут включать наличие естественных препятствий, протяженность и сложность маршрута, отдаленность и незаселенность района. Специфичны инженерные сооружения (специальные трассы, подъемники, спортплощадки, спортивный инвентарь) и предприятия обслуживания (базы, приюты, хижины и др.).

Проведение туристских соревнований заключается в командном прохождении дистанции с преодолением естественных и искусственных пре-

пятствний, выполнении специальных приемов с использованием снаряжения, облегчающего и ускоряющего передвижение. обеспечивающего безопасность. и с решением тактических и технических задач. Такие мероприятия проводятся с целью повышения мастерства в горных походах, широкой пропаганды и популяризации туризма.

Отличие спортивного туризма от традиционного спорта заключается в преимущественном занятии в нем любительским спортом, главной целью которого является оздоровление, развлечение, нежели приобретение спортивных навыков (разрядов), а также в отсутствии командных состязаний и аудитории (зрителей).

В условиях, когда основным видом отдыха населения мира, в особенности его городской части, становятся активные формы физических занятий, из года в год растет популярность альпинизма, горнолыжного туризма, спелеотуризма. Неслучайно основная часть туристских объектов в Альпах непосредственно сориентирована на такой пакет обслуживания. А на территории бывшего СССР популярными местами горнолыжного туризма можно назвать Кавказ, Карпаты, Хибины, Урал, Саяны. Горнолыжные комплексы созданы на склонах Заилийского Ала-Тау («Чимбулак» в Казахстане) и Пскемского хребта («Чимган» в Узбекистане). Обладают большим потенциальным спросом пещерные туры. Пещеры – это не только объект туризма, но и уникальная лаборатория природы, вызывающая интерес географов, археологов, биологов, медиков. Во многих странах мира они осваиваются для показа туристам необычайного подземного мира. В качестве примера можно привести комплекс пещер Флинд-Ринд-Мамонтовая в США, Моравский карст в Чехии, пещеры Новоафонская, Кунгурская в России, известных пещер Испании, Италии, Франции, Болгарии. В этих местах налажен современный бизнес с соответствующим сервисом (подъездные пути, автостоянки, точки общественного питания, видовые площадки, средства размещения от палаточных городков до высококлассных отелей). Ежегодно в мире пещеры посещает более 10 млн. человек.

Спортивные туры в зависимости от цели и действий подразделяются на два вида: активный и пассивный. В первом виде основным мотивом является занятие (увлечение) теми или иными видами спорта (альпинизмом, лыжным спортом, верховой ездой и т.п.), во втором – посещение спортивных состязаний в роли зрителя (болельщиков).

Цель познавательного туризма – духовное развитие человека, осуществляемая путем информационного потребления природных, исторических и культурных ценностей. Различаем два его вида: познавательно-культурный (культурный) и познавательно-природный (природный) туризм. В первом виде ведущим занятием является осмотр культурных ценностей. Этот вид туризма привязан к местам сосредоточения культурно-исторических памятников и событий: Рим, Афины, Москва, Бухара, Самар-

канд, Каир и др. Культурный туризм по характеру посещаемого населенного пункта делится на городской и сельский. Во втором случае знакомство с достопримечательными предметами и явлениями происходит на фоне природной среды.

Познавательный туризм часто называют экскурсионным и он включает в себя групповые поездки по историческим местам или природным зонам (местностям).

Промысловый туризм организуется с целью поиска и добычи чего-либо для удовлетворения духовных и материальных потребностей: охотничьих трофеев, фотоснимков и др. Элементы промыслового туризма ранее относили к спортивному или оздоровительному. Но настало время рассмотреть промысловый туризм как отдельный тип туризма, поскольку видеоопределяющим фактором выступают особенности цели путешествия и соответствующие средства оснащения. Здесь турист-потребитель, прежде всего, занят добычей или сбором чего-либо необходимого ему с целью духовного удовлетворения, зачастую его интересует не столько результат, сколько процесс занятия (охоты).

Характерные черты данного туризма: приобретение лицензии на охоту, вывоз трофеев, участие в туре группы людей, сопровождение их высококвалифицированными инструкторами, местными проводниками, необходимость спасательной службы. Охотничьи туры не требуют особого комфорта и, тем не менее, имеют высокую стоимость. Поскольку такие туры связаны с определенным риском, требуются квалифицированные специалисты по обслуживанию и обеспечению безопасности (инструкторы, проводники). Следовательно, охотничий туризм относят к разряду элитарного, в нем участвуют состоятельные люди из развитых стран.

Отличие охотничьего туризма от традиционной (промысловой) охоты заключается в том, что охотник-турист заинтересован не столько в добыче объекта охоты в силу физиологических и финансовых интересов (для употребления мяса добычи в пищу или последующей его продажи), а в самом процессе охоты, получении ценных в духовном отношении трофеев (в виде рогов, шкур, клыков, черепов и др.), материальный интерес – на втором плане. Даже неудача не воспринимается как убыток. Поэтому, хотя охотничий туризм – физически активное занятие, тем не менее, здесь доминируют духовные мотивы.

По средствам добычи и сбора различаем еще и рыболовный и собираемый туризм (сбор грибов и ягод, полезных трав и др.), а также охоту с аппаратом (фотоаппаратом, видеокамерой, магнитофоном и т.п.).

Появление религиозного туризма (паломничества) связано с формированием основных религиозных течений в мире. По структуре туристы с религиозными мотивами делятся на две группы: первая – это посещение местных святынь, религиозных реликвий, расположенных в различных регио-

нах мира (например, Кербелла, Ош, Самарканд, Бухара – для приверженцев ислама; Лорето, Кампостелло, Лурд – для католиков; Афонские горы в Греции – для православных); вторая – поклонение основному религиозному объекту с совершением так называемого «хаджа» (Мекка, Медина, Ватикан, Лхаса).

Согласно догматам некоторых религий, верующий обязан совершить паломничество в «свое» главное священное место. Например, уже в течение столетий коренные жители Центральной Азии, исповедующие ислам, проделывая путь протяженности 6-7 тыс. км, совершают паломничество в Мекку. Однако совершение такого «хаджа» не всегда возможно и даже недоступно для многих верующих. Поэтому в некоторых местностях со временем появились свои чтимые святые объекты, паломничество к которым «приравнялось» к «хаджу» к основной исламской святыне – к камню Кааба в Мекке. Таким святым объектом для мусульман Ферганской долины и других регионов Центральной Азии, например, считается гора Сулаймантоо, расположенная в городе Оше – на юге Кыргызстана (паломничество к горе с восхождением на нее семь раз приравнялось к «хаджу»). На территории Узбекистана таким объектом считается могила Кусамы ибн-Аббаса (по некоторым источникам, он был двоюродным братом пророка Мухаммеда), захороненного в мавзолее Шахи-Зинда [82, с.364]. Согласно данным казахских ученых, мавзолей Домбаул – уникальный памятник VIII-X веков, сохранившийся на территории Улытауского района Карагандинской области, характеризуется подобной же культовой значимостью [81, с.75].

Деловой туризм основан на научных и коммерческих поездках. Люди путешествуют с целью деловых и коммерческих контактов, для участия в конгрессах, конференциях, ярмарках, что, в свою очередь, создает спрос на услуги транспорта, гостиниц, общественного питания, организацию отдыха и прочие средства обслуживания в посещаемых местах.

Хозяйственная особенность данного туризма заключается в том, что, во-первых, в нем участвуют состоятельные люди (бизнесмены, государственные служащие, научные работники, служащие фирм) и, как правило, предъявляют спрос на авиатранспорт, на индивидуальное размещение в люкс-номерах, дорогостоящих апартаментах; во-вторых, туристские поездки совершают в любое время года, независимо от сезонных условий. После завершения деловых мероприятий следуют экскурсии по туристским зонам региона (страны).

Отдельные туристские фирмы специализируются на организации групповых поездок бизнесменов, путешествующих с целью изучения новых рынков и заключения торговых сделок. При этом фирмы могут предоставлять и чисто туристские услуги – транспортные, размещение, питание, экскурсионное обслуживание, и специфические – изучение информации, сбор

данных о возможных торговых партнерах, переводы, предоставление необходимых экономических материалов, организация деловых встреч и т.д.

География делового туризма с каждым годом расширяется. В мире в год проводится более 3 тыс. масштабных семинаров, конференций, конгрессов, выставок, ярмарок и других мероприятий делового и научного направления. В тех городах мира, где деловой туризм является основой функционирования местного бизнеса, существуют крупные конгресс-центры, имеющие залы для заседаний и материальные средства для размещения гостей, организации питания, досуга (Женева, Лондон, Нью-Йорк, Париж, Токио, Шанхай и др.).

Гостевой туризм преследует цели встречи с родственниками, друзьями и знакомыми. Иногда данный вид туризма называют этническим или ностальгическим, но их следует отнести к разновидностям гостевого туризма, а предлагаемый термин «гостевой» более корректен; знакомые могут быть разными в этническом отношении и не всегда мотивом путешествия выступает ностальгия.

Когда в странах СНГ рухнули многие идеологические барьеры и запреты, популярными стали поездки на историческую родину, к родственникам и знакомым за рубежом, к иностранным гражданам – на основе взаимности визитов.

Таким образом, основным признаком классификации туризма по видам выступает цель путешествия (или целенаправленность туристской поездки). Вообще человек совершает путешествие с одной доминирующей (основной) целью и имеет для этого определенный физический и психологический настрой и набор средств для осуществления этой цели. Например, функция досуга и отдыха для оздоровительного туризма определена как центральная (целевая), но помимо этой функции, в этой деятельности осуществляются и другие сопряженные (второстепенные по отношению к центральной) функции, например, спортивная, познавательная, приключенческая и др. При анализе важно найти основную цель путешествия, которая стала его определяющим фактором.

Каждый вид и разновидность туризма характеризуется своеобразием потребностей туристов и предполагает соответственный набор услуг, удовлетворяющих эти потребности. Однако непреодолимых границ между ними нет, они взаимосвязаны и взаимообусловлены. Поэтому такое деление носит словный характер. К примеру, в промысловом туризме охоту или рыбную ловлю можно рассматривать как элемент и спортивного, и оздоровительного туризма. Практикуются комбинированные виды туризма, сочетающие в одном туре несколько разновидностей туристского занятия.

Выявление целевых назначений туристов помогает специализации туристских предприятий. Туроператорам приходится определять и уровень ответственности оказываемых услуг определенным сегментам потребителей с

учетом их цели прибытия. При этом выделяются специализированные предприятия, в которых реализуются целевые функции туризма, и сопутствующие им предприятия. Имея резерв средств, предприятие, в зависимости от конкретных условий местности и конъюнктуры рынка, может изменить свое функциональное назначение.

Заметим, что этим не ограничивается весь набор состава туризма. Спрос на качественно новые услуги рекреации вызывается улучшением материального благосостояния и духовного благополучия человека, изменением его поведения и вкуса. Появляется и предложение: новые формы полноценного отдыха и путешествий.

К таким новым, формирующимся видам туристской деятельности можно отнести **приключенческий туризм**, мотивационной предпосылкой становления которого выступают такие своеобразные цели, как ощущение невероятных приключений, риск, желание «видеть все». «Новый потребитель стремится, как и прежде, больше потреблять, но теперь это в меньшей степени относится к материальным ценностям и больше ориентировано на впечатления, познание и наслаждение» [68, с.66]. Начинается стремление к получению максимума разнообразных удовольствий для себя, даже в условиях неопределенности, риска.

Для удовлетворения таких необычных потребностей в настоящее время организуются, например, космические туры (как известно, в 2001 году состоялся первый космический полет туриста), походы на географические полюсы Земли, водные путешествия по Мировому океану, включая надводные и подводные, походы по джунглям Тропической Азии, Африки и Америки. Отдельные фирмы организуют туры на ледоколах в Антарктиду и Арктику. Путешествие включает проживание в этих экзотических местах, наблюдение за жизнью местных животных и другие мероприятия. В 1997 году Антарктиду посетили около 10 тыс. туристов, заплатив за тур от 9 до 16 тыс. долларов США. Согласно имеющимся данным, начиная с 1985 года в эксплуатации для подводного плавания находится 46 туристских субмарин. В 1996 году число туристов, побывавших в глубинах морей и океанов, составило более 2 млн., при этом прибыль организаторов путешествий равна 147 млн. долларов [28, с.16-17].

Разнообразие и многофункциональность деятельности туризма вызывают необходимость классифицировать его и по признакам социального, экономического и организационного характера, которые в совокупности образуют организационно-экономическую классификацию туризма (табл. 1.4).

Такая классификация дает возможность анализировать особенности производства и потребления туристского продукта, качественного состава потребителей, отражает структуру туристского сервиса с точки зрения технологических функций составляющих его элементов.

**Классификация туризма
по организационно-экономическим признакам
(организационно-экономическая классификация)**

Классификационный признак	Формы туризма	
1. Географический (территориальный)	1.1. Внутренний 1.2. Международный	1.1.1. Близкий 1.1.2. Дальний 1.2.1. Въездной 1.2.2. Выездной
2. Характер организации	2.1. Организованный 2.2. Неорганизованный	
3. Способ передвижения	3.1. Пешеходный 3.2. Транспортный 3.3. Комбинированный	3.2.1. Автомобильный 3.2.2. Авиационный 3.2.3. Железнодорожный 3.2.4. Велосипедный 3.2.6. Водный и др.
4. Число участников тура	4.1. Индивидуальный 4.2. Групповой	4.2.1. Сборный 4.2.2. Семейный
5. Возраст участников тура	5.1. Детский 5.2. Взрослый	5.2.1. Молодежный 5.2.2. Зрелого возраста 5.2.3. Преклонного возраста
6. Продолжительность тура	6.1. Краткосрочный 6.2. Среднесрочный 6.3. Долгосрочный	
7. Интенсивность тура	7.1. Постоянный 7.2. Сезонный	7.2.1. Летний 7.2.2. Зимний 7.2.3. Межсезонный
8. Характер физической нагрузки	8.1. Активный 8.2. Пассивный	
9. Источник финансирования	9.1. Коммерческий 9.2. Социальный	
10. Материальная обеспеченность туристов	10.1. «Дешевый» 10.2. «Средний» 10.3. Элитарный	
11. Характер подвижности туристов	11.1. Стационарный 11.2. Передвижной	
12. Принадлежность используемого транспорта	12.1. С использованием личного транспорта 12.2. С использованием общественного транспорта	

Функциональное изменение в структуре туризма произошло в результате изменения мировой экономики и политики в начале XX века.

В действительности, и западный («капиталистический»), и советский («социалистический») туризм произросли на социальной почве: определяющая цель в организации туризма заключалась в получении социальной выгоды – простого и расширенного воспроизводства физической и духовной силы человека.

С развитием рынка в странах Запада на первый план выдвигается экономическая функция туризма, направленная на получение коммерческой выгоды посредством предложения туристских (социальных) услуг. А советскому туризму, помимо укрепления здоровья и рационального использования свободного времени трудящихся, вменялась и дополнительная задача. Например, в Гостановлении Совета министров Киргизской ССР от 24 апреля 1984 года «Об утверждении положения об Управлении по иностранному туризму при Совете министров Киргизской ССР» указывается главная цель иностранного туризма: обеспечение широкой популяризации среди интуристов достижений Советского Союза во всех областях государственного, хозяйственного и культурного строительства. Из формулировки очевидна политическая (в частности, патриотическая) функция туристской деятельности.

Но все-таки хрестоматийным примером становления коммерческого туризма – первого пекидж-тура, то есть предложения комплекса туристских услуг по единой цене, является групповой тур, организованный английским предпринимателем Т.Куком в 1841 году. Поездка железнодорожным составом от Ланкастера до Лонгборуга, в которой приняли участие 600 человек, стоила каждому из них 1 шиллинг [84, с.13]. При этом Т.Кук преследовал скорее социальные, чем коммерческие цели. Будучи председателем местного союза трезвенников, он подобной акцией привлек внимание к целесообразному использованию свободного времени и обрел новых сторонников для руководимого им союза.

Впоследствии с расширением туристского спроса начинаются постоянные организованные путешествия англичан в другие страны Европы, в США. Туристские фирмы и агентства получают бурное развитие и во Франции, Италии, Испании, Швейцарии. Формирование и развитие рыночных отношений в этих странах непосредственно способствовало этому, поэтому экономическая выгода туризма стала важным стимулом его развития. Расширение географии международной торговли, поиск сфер приложения капитала повышали подвижность населения, которая инициировала строительство дорог, постоянных дворов, мест общественного питания, то есть создание инфраструктуры туризма.

По данным ученых Кыргызстана, первые проявления современного туризма в его пределах относятся к дореволюционному периоду – к концу XIX

и началу XX веков. А его зарождение приходится на советский период – конец 20-х и начало 30-х годов. Становление организованного туризма охватывает вторую половину 30-х годов и предвоенное время [31, с.7-8]. Приобретают популярность экскурсии в горные ущелья в окрестностях городов (Пишпека, Оша, Пржевальска), конно-пешеходные путешествия, экскурсии сельчан в города и др. В 30-е годы в Кыргызстане, как и в других республиках Советского Союза, создавались туристские общества, распространение получили туристские клубы, активно втягивались в них школьники, молодежь. В это время для туризма были характерны мероприятия спортивного и патриотического (в частности, военно-прикладного) назначения.

Становление кыргызского туризма в системе советского туризма характеризовалось организацией туров преимущественно либо с познавательными, либо оздоровительными целями. Гипертрофировалась, однако, как уже отметили, идейно-политическая сторона туризма. Цель путешествий и экскурсий заключалась, если следовать официальным оценкам, в пропаганде достижений СССР в развитии экономики, науки и культуры, преимуществ социализма, советского образа жизни, в воспитании трудящихся, молодежи в духе советского патриотизма, в формировании у населения гордости за свою Родину.

Таким образом, туризм в своем настоящем состоянии возник и оформился в конце XIX века, а истинное развитие получил лишь во второй половине XX века. К тому же, хотя элементы туризма существуют с древнейших времен, лишь недавно – в XVIII-XIX веках группу путешествующих стали называть «туристами», что от французского выражения «*tour*», означающего прогулку или путешествие.

Однако, по мнению ученого-теоретика по туризму Я.Гезгалы, термин «туризм» не является ни достаточно ясным, ни очень удачным. Но он настолько широко распространен, что любая замена его представляется излишней [18, с.8].

Учитывая то, что эффективность развития туризма зависит не только от природно-географических и социально-экономических факторов, но и от правильно разработанной теории, в частности, понятийного аппарата, попытаемся дать всесторонний анализ и обобщение понятийного аппарата туризма. Правильная терминология в этой сфере позволяет удачно осуществлять статистику туризма, определять его роль в экономике страны, а также избежать просчета или двойного счета.

Если подойти к вопросу о дефиниции понятия туризма, то следует сказать, что как сама эволюция развития туризма, так и эволюция его определения охватывают длительный период. На международном уровне еще не выработано единое толкование данного понятия, что создает определенные трудности, в частности, для международного сотрудничества в области ту-

ризма, при выработке единой методики расчета эффективности туристской отрасли и т.д.

Так, первый шаг к разработке определений, относящихся к туризму, был сделан в 1937 году Комитетом Лиги Наций, который рекомендовал «считать туристом всякого, кто находится не менее 24 часов в стране, в которой он не живет» [22, с.8]. (Обращение внимания в первую очередь на международный туризм объясняется тем, что он более значим для народного хозяйства страны, чем внутренний, влияет на структуру национального дохода.) По такому определению к туристам следует отнести любого иностранного человека (включая иностранных работников, беженцев, дипломатов, студентов и др.), находящегося в другой стране более 24 часов.

В Международной конвенции о таможенных льготах для туристов в 1954 году сформулировано общее понятие «турист». Оно «означает любое лицо независимо от расы, пола, языка и религии, которое вступает на территорию какого-либо государства, кроме того, в котором это лицо обычно проживает, и остается там не менее 24 часов и не более 6 месяцев в течение любого 12-месячного периода с дозволенной целью, кроме цели иммигрировать, то есть по семейным обстоятельствам или с целью туризма, развлечения, спорта, лечения, учебы, религиозного паломничества или с деловыми целями» [70, с.259]. Хотя это определение охватывает отдельные черты туристской деятельности, но оно является расплывчатым, по нему к туристам можно отнести иностранного бизнесмена, приехавшего в страну сроком не более 6 месяцев с целью прибыли; «выбывают» из числа туристов те, кто позволяет себе отдых или лечение за рубежом более 6 месяцев.

Конференция по международным путешествиям и туризму (Рим, 1963 год) рекомендовала использовать термины «посетитель», «турист» и «экскурсант», предложенные Международным союзом официальных туристских организаций (МСОТО). Впоследствии в 1967 году эти определения были изучены группой экспертов ООН по статистике международных путешествий и одобрены Статистической комиссией ООН в 1967 году.

Однако разработанные концепции не очень-то поспевают за интенсивными изменениями в мировой политике и экономике в целом, в секторе туризма, в частности. Резко возросла и потребность в статистических данных по туризму. Спрос на них — не только со стороны отрасли, но и у национальных администраций, местных органов власти, секторов экономики, научных кругов и др.

В докладе ВТО, подготовленном на основе резолюции Международной конференции по статистике путешествий и туризма (Оттава, 1991 год), туризм рассматривается как явление, не ограниченное рынками отдыха, а как охватывающее мировой рынок путешествий в рамках мобильности населения в целом. Туризм охватывает деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной

среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями [75, с.8]. В данном документе в целях туристской статистики рекомендуется использовать обобщающий термин «посетитель», который означает любое лицо, которое путешествует в какое-либо место, находящееся за пределами его обычной среды; на срок, не превышающий 12 месяцев; и главной целью поездки которого не является занятость деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте.

Международные посетители, согласно данному документу, включают в себя следующие категории путешественников:

а) туристы (ночующие посетители), то есть посетители, осуществляющие по меньшей мере одну ночевку в коллективном и индивидуальном средстве размещения в посещаемой стране;

б) однодневные посетители, то есть посетители, которые не осуществляют ночевку в посещаемой стране.

Следующие категории путешественников рекомендуется не включать в число международных посетителей:

а) лиц, въезжающих в какую-либо страну и выезжающих из нее в качестве мигрантов, включая иждивенцев, сопровождающих их или присоединяющихся к ним;

б) лиц, известных как приграничные трудящиеся, которые проживают рядом с границей в одной стране, а работают в другой стране;

в) дипломатов, консульских работников;

г) лиц, путешествующих в качестве беженцев или кочевников;

д) транзитных путешественников, которые формально не въезжают в страну через пункты паспортного контроля.

Для названных лиц путешествие считается образом работы или жизни.

Внутренние посетители также состоят из вышеназванных двух категорий и к ним не относятся:

а) постоянные жители, которые путешествуют в другое место в этой стране с целью организации своего обычного местожительства в этом месте;

б) лица, путешествующие в другое место в данной стране для занятия деятельностью, оплачиваемой из источника в посещаемом месте;

в) лица, путешествующие для временной работы в учреждениях, расположенных в пределах данной страны;

г) лица, регулярно или часто путешествующие между соседними местностями для работы или учебы;

д) кочевники и лица без определенного места жительства;

е) военнослужащие на маневрах [там же, с.11-13].

Соглашаясь в целом с положениями и концепциями настоящего документа, тем не менее, отметим, что было бы логичней вместо термина «посетитель» применить общепринятый термин «турист»: понятие «посетитель» равнозначно понятию «путешественник», имеющему более широкий смысл.

В практике международных отношений туризм определяется как общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях и (или) для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или в профессионально-деловых целях без оплаты в месте временного пребывания. Турист – временный посетитель, находящийся в посещаемой стране по меньшей мере 24 часа и путешествующий при этом ради удовольствия (отдых, отпуск, оздоровление, образование, религия, спорт) или с деловыми целями (включая командировки, поездки по семейным обстоятельствам и участие в конференциях) [46, с.40].

Положения Будапештской конвенции по упрощению туристских путешествий, поездок и требований (1989 год) применяются к любому лицу:

а) которое намеревается отправиться или отправляется в страну, не являющуюся его обычным местом проживания;

б) основная цель которого – туристская поездка или пребывание в другой стране продолжительностью не более трех месяцев;

в) которое не будет заниматься какой-либо оплачиваемой деятельностью в стране посещения;

г) которое по завершению вышеупомянутой туристской поездки или пребывания обязательно покинет страну посещения [16, с.29-30].

Правовой статус туриста определяется международными многосторонними договорами (конвенциями) и договорами (соглашениями), заключенными государствами на двухсторонней договорной основе. В юридическом смысле категория «иностраный турист» – это гость, временный посетитель, экскурсант, к тому же, гость весьма желаемый, поскольку он расплачивается валютой. В силу этого совокупность прав и обязанностей иностранного туриста заслуживает быть выделенной в самостоятельный «статус международного туриста» [73, с.28].

В научной литературе также существует множество определений туризма. Австрийский ученый П.Бернекер определяет туризм как «совокупность взаимоотношений и услуг, связанных с временной и добровольной сменой путешественником места жительства по некоммерческим или непрофессиональным причинам» [86]. Подчеркнем правильность трактовки именно «добровольной смены места жительства путешественником». Однако по такому определению исключаются из числа туристов шоп-туристы, составляющие основную массу современного (делового) туризма, которые совершают путешествие непосредственно по коммерческим причинам, но с целью получения прибыли в родной стране (регионе). К тому же, профессиональная деятельность является основным мотивом путешествия у многих современных туристов. Российские ученые В.А.Квартальнов и А.А.Романов дают, по нашему мнению, более правильное комплексное определение: «туризм – это совершаемые в свободное время поездки (походы), которые не связаны с работой и изменением постоянного местожительства, это также

сфера услуг для удовлетворения потребностей туристов» [39, с.4]. Но, отметим, что современные туристские поездки уже вышли за пределы свободного времени, в категории туристов вошли лица, совершающие путешествия с деловой целью, часто в рабочее время. Число таких людей с каждым годом растет.

Имеющиеся определения туризма в различной степени отражают различные стороны данной сложной системы. Точное же определение, на наш взгляд, должно базироваться на следующих критериях:

а) туризм – это передвижение людей из постоянного места жительства в другое место (регион, страну);

б) это движение является временным и обязательно сопровождается возвращением субъекта на исходное место;

в) путешествие не преследует цель извлечения прибыли в посещаемом месте (регионе, стране);

г) целью путешествия могут быть: отдых, оздоровление, лечение, спорт, познание окружающей среды (природы, культуры, хозяйство), паломничество, посещение родственников и знакомых, научная и коммерческая поездки (участие в конференциях, на ярмарках, заключение договоров, приобретение товаров и т.п.);

д) важной чертой туризма является использование путешествующим средств размещения различного типа (гостиниц, наемных квартир, кемпингов, палаток и т.п.).

Эти критерии считаем базовыми для определения туризма. Вместе с тем, существуют и особые категории туристов, в отношении которых данные критерии недостаточны. Это, например, лица, находившиеся на зарубежной стажировке за счет собственной страны, транзитные пассажиры и др.

Определение, закрепленное Законом КР «О туризме», соответствуют в целом вышеназванным требованиям: «Туризм – временные выезды (путешествие) граждан Кыргызской Республики, иностранных граждан и лиц без гражданства за пределы постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых, спортивных, религиозных и других целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания». Схожее (аналогичное) правовое содержание имеет понятие «туризм» и в законодательных актах других стран, в частности, Российской Федерации (Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации от 1996 года»).

Для дальнейшей дефиниции туризма необходимо выделить критерии, определяющие его хозяйственную самостоятельность в экономической системе.

Первая попытка в этом направлении была сделана уже упомянутым Я.Гезгалы, который в своем исследовании «Туризм в народном хозяйстве»

(1974 год) выделяет три критерия, отличающие туриста от других категорий приезжих: критерий путешествия; критерий пребывания в новой местности; критерий отсутствия заработка [18, с.19].

А в рекомендациях по статистике туризма ВТО (1994 год) приводятся три основополагающих критерия отличия туристов от прочих путешественников:

а) поездка должна осуществляться в место, находящиеся за пределами обычной среды, что исключит более-менее регулярные поездки между местом, в котором данное лицо работает или учится, и местом, в котором оно проживает;

б) пребывание в посещаемом месте должно длиться менее 12 месяцев подряд, после чего посетитель становится жителем данного места (со статистической точки зрения);

в) главной целью поездки не должно являться занятие деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте, что исключит миграционные передвижения с целью работы [75, с.11].

В действительности, подобные точки зрения являются достаточной основой для определения туризма (туриста). Однако нынешняя тенденция развития туризма, изменение структуры туристского потока в пользу его расширения заставляют расширить и круг критериев, поскольку в силу разнообразия целей путешествия отличать нынешнего туриста в массе путешественников становится все труднее.

Развитие туризма, диверсификация его видов, безусловно, скажутся и в нарастающем обилии дефиниций. Следуя ранее изложенными подходами к рассмотрению данного вопроса, определим следующие критерии туризма (туриста):

а) *критерий путешествия*: туризм – это передвижение людей из постоянного места жительства в другое место (регион, страну);

б) *критерий относительной краткости путешествия*: передвижение является временным и сопровождается обязательным возвращением субъекта на исходное место;

в) *критерий потребительского характера путешествия*: путешествие не преследует цель по извлечению прибыли в посещаемом месте;

г) *критерий преобладания досуговой деятельности*: главной целью путешествия могут быть отдых, оздоровление, лечение, спорт, познание окружающей среды, посещение родственников и знакомых и т.п.

Определяющим среди названных представляется *критерий путешествия*. Поэтому не случайно категории «путешественник» и «турист» часто используются как синонимы. В теоретическом же представлении понятие «путешественник» шире последнего, так как оно включает в себя все категории путешествующих (мигрантов-работников, беженцев, кочевников, дипломатов и др.).

Здесь мы солидарны с мнением Я.Гезгалы, который рассматривает путешествие как временный отъезд с места постоянного жительства, а затем возвращение к этому месту. Значит, с точки зрения туризма путешествие понимается как временный выезд с постоянного места жительства (работы) и возвращение на исходное место. Пребывание человека в новой местности он рассматривает как отдельный критерий, но мы считаем, что пребывание в новой местности является прямым результатом путешествия, поэтому нет необходимости выделения этого показателя в отдельный критерий.

Поскольку туристское путешествие – это есть временный выезд лица из постоянного места жительства, значит, туристское путешествие – ограниченное временем явление, притом оно, в отличие от других видов путешествия (беженцев, мигрантов), совершается в относительно краткий период (и известен срок пребывания по путевке, приглашению и др.). Отсюда следующей отличительной чертой туризма выступает *критерий относительной краткости пребывания*. Однако существуют, как мы уже видели, разногласия в том, как долго длится это пребывание, чтобы его можно было бы называть туристским. В вышеприведенном документе ВТО время пребывания в посещаемом месте выделено в отдельный критерий, в котором туристское путешествие ограничивается – до 12 месяцев. По нашему мнению, нет целесообразности столь жестко ограничивать время пребывания туриста в посещаемом месте и указывать максимальный его предел (тем более, вполне условный). Человек, преследующий чисто туристские цели, не может так долго находиться в одном месте не только по причине финансовых соображений, скорее всего, психолого-поведенческих (он просто не желает этого). Как показывает практика, 90% туристских путешествий длится в среднем от 3 до 24-25 дней. По данным наших опросов, нынешняя материально-техническая база Исыккульского курортного района и платежеспособность туристов позволяют отдыхающим максимум две недели пребывания в этой рекреационной зоне.

Само по себе путешествие человека, однако, не является достаточным фактором для того, чтобы его квалифицировать как туриста. В этом полезен, на наш взгляд, и *критерий потребительского характера путешествия*, который предлагаем считать вторым по значимости составляющим туризма. Поведение человека во время путешествия и отдыха резко отличается от его поведения в обычном (домашнем) образе жизни – в процессе производственной и бытовой деятельности. Турист в пути, новом месте пребывания ведет образ жизни по принципу «по возможности побольше». Данный критерий в научной литературе рассматривается как критерий отсутствия заработка: расходы туриста имеют чисто потребительский характер и факт потребления имеет в туризме доминирующее значение. Таким образом, непрофессиональный характер путешествия (отсутствие занятия профессиональ-

ным трудом с получением заработка) есть неперенное условие для включения путешественника в разряд туристов.

Основной следующего критерия выступает цель путешествия, поскольку она является мотивирующим его фактором. Несмотря на резкое изменение структуры целей путешествий, отдых и досуг в ней остаются доминирующими, данную особенность туризма предлагаем назвать *критерием преобладания досуговой деятельности*. Досуговая деятельность – цель всего туристского путешествия, следовательно, ее элементы присутствуют не только в оздоровительном туризме, но и в спортивном, познавательном, промышленном, гостевом, даже религиозном. Хотя здесь обособляется деловой туризм, связанный с экономическими, политическими, коммерческими, научными и другими деловыми целями, и он всегда связан с определенной долей отдыха и досуга. Проведение конференций, симпозиумов, семинаров, деловые встречи, заключение коммерческих сделок обычно заканчиваются организацией различных досуговых мероприятий: осмотр местных достопримечательностей, посещение культурных мероприятий, торжество в ресторане, экскурсия в традиционные зоны отдыха.

Отсюда на основе вышеизложенных определений и критериев туризма приводим свое определение: значит, *туризм – временное добровольное (свободное) передвижение людей (граждан) из постоянного места жительства в другое место (регион, страну) с различной целью, преимущественно с преобладанием досуговой деятельности, кроме намерения получить заработок в посещаемом месте и поселиться в нем постоянно*.

Итак, определяющим в дефиниции туризма выступают его экономические основы: туризм – это еще и отрасль хозяйства, развивающаяся по экономическим законам, далее идут дополняющие критерии – социальные, политические. Согласимся отчасти с мнениями исследователей, которые считают, что в определении туризма «довлеющими были, есть и будут экономические предпосылки, потому что туризм в значительной мере категория экономическая, политическая и лишь затем – социальная» [13, с.28]. Однако социальную функцию туризма стоило бы в этом определении поместить не на третье, а на второе место, тем более, что она, как мы помним, в историческом прошлом послужила пусковым его импульсом.

Таким образом, на современном этапе туризм рассматривается как сложное социально-экономическая категория и явление, связанное с пространственно-временным передвижением людей разной социальной категории с различной целью. Его разносторонняя сущность заслуживает более пристального внимания исследователей. С повышением роли туристской деятельности как в национальной, так и мировой экономике, ее социально-экономические основы будут изменяться в содержании, функциях, показателях.

2.2. Ресурсы туризма: повсеместность и особенности их использования

Создание современной сети производства высококачественных туристских товаров и услуг возможно на основе комплексного использования разнообразных в природном, культурном и экономическом отношении ресурсов региона.

Структурная разнообразность и особенность ресурсов туризма (рекреации) обусловила самый широкий спектр их определений. Приводим здесь определение Н.С.Мироенко и И.Т.Твердохлебова, которые под рекреационными ресурсами понимают «компоненты географической среды и объекты антропогенной деятельности, которые благодаря таким свойствам, как уникальность, историческая или художественная ценность, оригинальность, эстетическая привлекательность и целебно-оздоровительная значимость, могут быть использованы для организации различных видов и форм рекреационных занятий» [54, с.12].

На современном этапе, в силу диверсификации потребностей человека, ресурсами туризма становятся не только вышеперечисленные положительные свойства окружающей среды, но и часто его «незаметные другим сторонами».

Туристские ресурсы представляют собой широкий спектр предметов и явлений окружающей природной и культурной среды, способных удовлетворять физические, духовные, интеллектуальные и социальные потребности и интересы туристов. Следовательно, ресурсопределяющим фактором могут выступать не только благоприятные условия окружающего мира, его особенности, но и индивидуальные особенности человека-потребителя, то есть его вкус, поведение, уровень культуры и образования и т.п. Например, гора Сулаймантоо, расположенная в городе Ош, для многих является важным туристским объектом в силу ее уникальности и святости, а кем-то может восприниматься как лишенная красот каменная возвышенность среди городского поселения, не вызывающая эстетического и духовного интереса.

Как известно, по генезису ресурсы туризма бывают природными (горы, леса, озера, минеральные источники, животные, памятники природы и др.) и культурными (памятники культуры, истории, архитектуры, археологии, искусства, религии, объекты и явления современности, культура и быт народа и др.).

Природные и культурные ресурсы, каждые по своим качественным и количественным свойствам, предопределяют развитие определенного вида туризма и соответствующих специализированных предприятий. Однако туризм не ограничивается потреблением только традиционных видов ресурсов

«по прописанному рецепту». Ресурсы туризма носят, подчеркнем, специфический характер.

Повсеместность деятельности туризма обусловлена предельно широким спектром ресурсов и их распространения. Туризм – потребитель пространства, как территории, так и акватории. При этом он постоянно расширяет масштабы и ассортимент своих ресурсов. Если другие отрасли экономики, в силу территориальной и видовой ограниченности (или полного отсутствия) ресурсных факторов, не имеют возможностей повсеместного размещения, то туристское хозяйство обладает теми или иными видами ресурсов в любом уголке Земли вне зависимости от географического положения, природно-климатических условий, особенностей расселения и размещения производительных сил. Также туризм, в отличие от других отраслей, потребляющих определенную часть, компонент или ареал той или иной территории (например, горнодобывающая промышленность сосредоточивается в определенной местности, где имеются необходимые запасы полезных ископаемых), использует территорию в целом. Для туризма нет непригодной земли (объекта) и ни одна другая отрасль не располагает таким неисчерпаемым и универсальным ресурсом. Ресурсом туризма стала вся Земля, включая ее лито- (путешествия в пещеры, гроты, использование термоминеральных источников и лечебных грязей), гидро- (морское плавание, включая поверхностное и глубинное), атмо- (воздушное путешествие) и биосферу, каждую в отдельности или в совокупности, хотя, конечно же, биосфера была и остается главным источником туристских ресурсов.

По оценкам специалистов, как потребитель территории, туризм уступает только сельскому и лесному хозяйствам. Потребность рекреации в территории в 3 раза выше потребности для жилой застройки, а с учетом особо охраняемых природных территорий – в 6-7 раз [25, с.148]. Но это когда речь идет о «механическом» потреблении территории (непосредственном присутствии туриста в том или ином месте), еще в туризме есть так называемое «визуальное» (дистанционное) потребление.

Каждый регион обладает уникальным по отношению к другим местностям ресурсом – продуктивным потенциалом, то есть способностью предоставлять определенные предпосылки для освоения его ресурсов в туризме. Индивидуальный облик местности – в числе основных факторов привлечения туристов. В связи с этим любая страна, регион, вне зависимости от того, располагают ли они традиционными видами (благоприятными для туризма ландшафтно-климатическими и экономическими условиями) туристских ресурсов, считаются потенциальным объектом туризма, ресурсом туристского потребления.

Таким образом, в силу специфики туристского потребления, отобразить структуру туристских ресурсов сложно. Туризм – явление «всеядное».

Ресурсами туризма становятся территории со сложными геолого-геоморфологическими и суровыми природно-климатическими условиями (песчаные пустыни, нивальные зоны гор, земли Арктики и Антарктиды), вся акватория Мирового океана. В Антарктиде, где запрещено прямое хозяйственное освоение природных ресурсов, туризм является единственным видом предпринимательской деятельности. С организацией коммерческих туров в космическое пространство границы туристского потребления вышли за пределы Земли. Туризм, как вид хозяйственной деятельности, стал пионером освоения космоса в коммерческих целях.

Туризм обладает возможностями комплексирования в использовании разнообразных по географическим, астрономическим, биологическим, социальным и экономическим признакам ресурсов и условий.

Тем не менее, комплексообразующей основой выступают традиционные туристские ресурсы и территории: благоприятные ландшафтно-климатические условия и культурно-исторические предпосылки. Степень привлекательности того или иного вида ресурсов для туристов-потребителей определяют их аттрактивность, разнообразие, пейзажность, контрастность, эстетичность, уникальность, типичность и т.д.

Существенны особенности происхождения и потребления потребительной стоимости туристских ресурсов. Полезные свойства туристских ресурсов представляют для туристов потребительную стоимость, которая по генезису весьма своеобразна. В частности, в туристском потреблении используются потребительные стоимости, не принимающие товарной формы (с точки зрения потребления) и выступающие как товары и услуги.

Потребительные стоимости, не представляющие товарной формы, подразделяем на две группы: а) потребительные стоимости, не являющиеся продуктами человеческого труда (например, природные ресурсы в готовом «товарном» виде: горы, воды, леса, дикие животные и др., на «изготовление» которых не затрачено труда человека); б) потребительные стоимости, являющиеся продуктами труда, затраченного для них в отдаленном прошлом (культурно-исторические памятники) и настоящем времени (современные здания и сооружения, интересные для туризма) ресурсы человеческого труда.

В процессе туристского освоения такие ресурсы, независимо от их происхождения, участвуют пассивно, они в целом не подвергаются физическим воздействиям (например, изъятию, переработке, как в промышленности), поэтому (при оптимальных нагрузках) сравнительно низок уровень физического износа. Хотя трудно определить (оценить) степень использованности (потребления) таких предметов и средств теми или иными туристами или их группами.

Стоимости, выступающие как товары и услуги, предоставляются туристскими и им сопутствующими предприятиями. В туристском потреблении

они потребляются полностью (продукты питания, предметы потребления, различные услуги) или частично (оборудование, туристское снаряжение и инвентарь).

По мнению известного российского ученого В.И.Азара, особенность туристского путешествия проявляется в том, что цель, ради которой оно предпринимается, в большинстве случаев не требует прямых затрат средств. Речь идет о купании в море, прогулках в горах и по лесу, об осмотре культурно-исторических достопримечательностей и т.п. В то же время достижение цели путешествия предполагает затраты денежных средств. Поэтому потребление туристских услуг, предоставляемых «бесплатно», получает как бы стоимостную оценку через затраты на приобретение услуг, производимых в индустрии туризма [2, с.27]. В действительности в туризме существует потребление «бесплатных» (по крайней мере, с минимальной ценой) и платных видов потребительной стоимости продукта. При этом основной целью туриста выступает потребление «бесплатных» полезных свойств ресурсов (ознакомление с природными и культурными достопримечательностями региона), но для достижения этой цели у него появляются сопряженные потребности, предоставляемые, естественно, за определенную плату (услуги транспорта, размещения и др.). Значит, потребление платных свойств потребительной стоимости – лишь предпосылка к удовлетворению основных потребностей туриста.

2.3. Туристские потребности и особенности маркетинговой стратегии

Туристская деятельность – сложное сочетание явлений и объектов, связанное с рекреацией, в центре которых находится человек со своими своеобразными потребностями. Поэтому «... в отличие от большинства ранее исследовавшихся систем, рекреационные системы социальны по своей функции и продукту. Их центральный объект – человек, различные группы общества, а продукт – физическое и духовное здоровье человека, развитие его как личности» [17, с.22].

В связи с этим выдвигается тезис о том, что наличие важнейших географических компонентов еще не может служить единственным основанием развития туризма. К этому следует добавить мнения, высказанные некоторыми специалистами, которые считают неверными представления о рекреационных ресурсах как единственной основе формирования туризма. В частности, они пишут, что «каждая система формируется, прежде всего, как ответ на социальный запрос, как средство удовлетворения неоднородных в функциональном и территориальном отношениях потребностей, поскольку

отдыхающие избирают ресурсы исходя, прежде всего, из своих потребностей» [77, с.8].

Поэтому сочетание благоприятных ландшафтно-климатических условий и важнейших культурно-исторических объектов с экономическими условиями в том или ином регионе может являться лишь туристским потенциалом, а пусковым моментом туристской деятельности служат потребности в туристских услугах.

Соответственно, в качестве движущей силы в формировании и развитии ИТ, функционировании туристского бизнеса выступают потребности населения в туристских услугах. Обратим внимание на изучение потребностей населения и разработку мер по их удовлетворению, поскольку «полноценная организация рекреационной деятельности, включая и ее территориальный аспект, возможна только в том случае, если в качестве исходных данных принимаются рекреационные потребности» [там же]. Нет потребности – нет путешествий, следовательно, нет туризма.

Туристские потребности индивида зависят от возраста, культурного уровня, образования, социального положения и национальной и других особенностей. Люди преклонного возраста предпочитают путешествие и отдых в спокойной обстановке. Богатые, как правило, совершают дальние зарубежные поездки, отдыхают на престижных курортах.

Вместе с тем, в отношении туристского спроса следует сказать, что «основным определяющим его фактором является соотношение дохода субъекта и цены предложения» [там же, с.12].

И здесь уместно привести мнение А.Сапруновой, которая отмечает, что «потребность в отдыхе относится к верхнему этажу пирамиды потребностей человека» [68, с.57]. Конечно, здесь она имеет в виду не физиологический отдых людей (который считается необходимым человеку как, например, пища), а туризм. Согласимся с последующим ее утверждением: для того чтобы эта потребность приобрела массовый характер, общество должно достичь достаточно высокого уровня благосостояния. В экономически развитых странах рост общественного благосостояния определяется снижением удельного веса расходов на питание и другие предметы потребления в пользу увеличения расходов на туризм. Высокий уровень жизни людей – это высокая степень их удовлетворенности в продуктах потребления, включая туристские услуги, что в настоящее время наблюдается лишь в развитых странах мира. Такая тенденция для нас в силу недостаточного благосостояния, к сожалению, еще не характерна, мы предпочитаем более доступные нам формы отдыха.

Определенный интерес с точки зрения изучения туристского спроса представляет рассмотрение научно-методических вопросов, касающихся социального положения населения Кыргызстана, распределения его доходов и других проблем, которые обостряются в переходный период. Резкое изме-

нение социального положения части населения вызвало неравенство в доходах. Высок уровень бедности, отражающийся в структуре личного, семейного бюджета, который, в основном, носит «товарный» характер, поскольку расходы на продукты питания составляют более 55%, на непродовольственные товары – около 30%; при этом услуги занимают незначительную часть – 10%. Очевиден дефицит спроса на некоторые товары и услуги, прежде всего, на туристские. Исходя из данных Нацстаткома республики за 1993-1996 годы, по мере обострения социально-экономических проблем количество потребителей услуг объектов туризма Кыргызстана сократилось на 62% (соответственно, 343,2 тыс. человек в 1993 году и 130,4 тыс. – в 1996 году).

Реальность такова: большая часть населения республики в отношении туризма неплатежеспособна, так как цены услуг предприятий туризма колеблются от 3 тыс. до 10 тыс. сомов и выше, за вычетом транспортных расходов. Для большей части населения они чрезмерны. Поэтому на туристские услуги отсутствует стабильный спрос. Это подтверждается неполной загруженностью объектов гостеприимства или нахождением некоторых из них в консервации.

При резком снижении уровня жизни население вынуждено ограничивать даже свои жизненно важные потребности, например, в лечении, образовании, культуре, отдыхе, развлечении, путешествиях и др. Следовательно, в Кыргызстане, как и в остальных республиках бывшего СССР, туризм не приобретет массовый характер, пока не будут удовлетворены основные физиологические и социальные потребности населения.

Становление туризма в новом его качестве заставляет нас искать и находить средства его оптимизации. Отсюда – внимание маркетинговым исследованиям. Индивидуализация туристского спроса требует дифференциации предложения, изучения и анализа рыночной конъюнктуры, планирования, разработки, производства и распределения туристского продукта.

Каковы потенциальные и реальные туристские потребности? Какие нужды потребителей подлежат первоочередному удовлетворению? Поиск эффективных путей ведения бизнеса начинается с выявления сегментов рынка. Предстоит добиваться релаксации рывков рыночной конъюнктуры. И на основе этого определять перспективы развития конкретной фирмы, региона. Собирается и накапливается коммерческая информация, анализируемая с помощью различных технологий исследования.

Уровень спроса на туристские услуги, как и на другие товары и услуги, определяется уровнем покупательной способностью населения, то есть наличием у населения денежных средств для осуществления туристских путешествий. Наличие денежных средств – это еще не есть спрос на туристские услуги. Должно быть и еще желание их потратить на путешествие. И здесь играет роль менталитет народа: обычаи, традиции, образ жизни. Выстраивается ряд значимых социально-демографических факторов: пол, обра-

зование, род занятий потенциальных туристов, мнения, мода, сезон. Все это в той или иной степени и форме должно учитываться исследователем.

Во времена социалистического ведения хозяйства, когда экономика в основном работала на нужды государства, нежели населения, «труд воспринимался как основная составляющая существования человека, а отдых как средство восстановления сил для дальнейшего труда» [40, с.232]. В настоящее время отдых – это необходимое средство поддержания соответствующего уровня жизни человека. Сегодняшний потребитель туристских услуг имеет новые психолого-поведенческие особенности. Он обладает высоким уровнем информированности, требователен к качеству услуги и комфорту сервиса, активен на отдыхе, избалован заграничным изобилием, поскольку имеет представление о качественном обслуживании в зарубежных странах [там же, с.232-233].

Вообще маркетинг традиционно определяется как деятельность по продвижению товаров и услуг от производителя к потребителю. И это определение представляется универсальным для всех отраслей и подотраслей народного хозяйства. Туристский маркетинг, однако, отличается от классического. Если цель традиционного маркетинга ориентирована на политику разработки и доведения продукта до потребителя в требуемом количестве и качестве, то стратегия туристского маркетинга сосредоточена в обратном – в привлечении клиентов к необходимым продуктам туристского назначения. Значит, маркетинг туризма – это управленческая деятельность по планированию, разработке и распределению туристского продукта и выявлению и привлечению потребителей к местам его производства.

На рынке туризма потребитель преодолевает определенное географическое расстояние с целью приобретения (потребления) продукта, а не наоборот, а также он заранее покупает продукт (в виде путевки), еще не видя его. Все это требует проведения эффективных маркетинговых исследований, конечная цель которых заключается не только в одноразовом удовлетворении запросов клиента, но и в том, чтобы он «снова вернулся».

Специфические характеристики маркетинга туризма определяются особенностями функционирования туристского рынка, которые, в свою очередь, требуют применения специальных приемов и методов в маркетинговой деятельности.

1. Неосязаемость, несохраняемость и неразрывность производства и потребления туристских услуг предполагают точное соответствие во времени и в пространстве спроса и предложения. Здесь основная функция маркетинга – дать потребителям возможность «осязать» туристский продукт, что и требует усилий разного характера, в том числе предоставления полной достоверной информации о продукте, об его характеристиках и преимуществах.

2. Неоднородность потребителей туристских услуг по географическим, демографическим и социо-психологическим признакам обуславливает диф-

ференциацию предложения туристского продукта в зависимости от требований и вкусов различных сегментов потребителей. Дифференцированный маркетинг ориентирует предприятие на несколько конкретных секторов рынка с учетом запросов разных групп людей, различных факторов, влияющих на их покупательское поведение: личные доходы, половозрастная структура населения, образование, род занятий, образ жизни, мода, обычаи и традиции и т.п.

3. Неоднородность производителей туристского продукта по профилю и специализации действий (турфирмы, гостиницы, авиакомпании, сети питания и др.), организационно-экономическим формам, формам собственности требует проведения маркетинга на различных уровнях, тесной координации маркетинга различных хозяйствующих структур, задействованных в сфере туризма.

Значит, туристский маркетинг – это цепь своеобразных мероприятий в структуре различных хозяйствующих субъектов туристской сферы, то есть взаимосвязанное действие разных звеньев и слабое действие (или его бездействие) в одном из этих звеньев может повлиять на общее состояние производства или потребления туристских услуг. Коммерческий успех предприятий и компаний, участвующих в организации туризма, зависит от результатов еще и совместного маркетинга.

4. Эластичность спроса на туристские услуги в зависимости от изменения уровня доходов населения, цены, качества продукта и от других факторов, имеющих форс-мажорный характер, предопределяет непрерывное проведение маркетинговых мероприятий, в частности, поддерживающего маркетинга, ремаркетинга с целью стимулирования спроса на туристский продукт, сохранения и поддержания его уровня и предотвращения спада. Организаторам туризма приходится помнить, что люди в своей жизнедеятельности могут обойтись без услуг туризма, рекреации, что сбережения, предназначенные для путешествия и отдыха, могут быть переориентированы на другие цели, например, на покупку дорогостоящей мебели, модной одежды и т.п. Здесь более важной является задача стимулировать спрос на туристские услуги.

5. Сезонное колебание спроса на туристские услуги предполагает специальные мероприятия по снижению сезонной неравномерности спроса, рационализации и оптимизации использования труда. В период максимальной интенсивности туристского потока необходимо сосредоточить все силы и резервы для максимализации прибыли предприятия, естественно, не в ущерб окружающей среде (конъюнктурной, социальной, природной и т.д.).

6. Учитывается преобладание субъективного фактора в оценке конечного эффекта потребления туристского продукта и определения его полезности. Успех на рынке сбыта туристских услуг зависит и от экономических возможностей предприятия, и от уровня маркетинга, ориентированного на

потребителя, на его поведенческие особенности, предпочтения, вкусы. Целевой маркетинг ведет разработку и предложение продукта с учетом интересов потребителя, заботится о позитивном имидже предприятия, региона.

Маркетинговая стратегия туристского рынка Кыргызской Республики разрабатывается на двух уровнях – международном и внутреннем.

В области международного туризма – это поиск и завоевание своей ниши на мировом рынке туристских услуг, своего потребителя, «специфика» потребностей которого соответствует предложению отечественного туризма. Это, скажем, экологически чистая и нетронутая горная природа, ее своеобразие. Конкурентные преимущества нашего рынка в мировой конъюнктуре заключаются в предложении туристского продукта природного происхождения в первозданном виде, при минимуме инженерно-технических средств обслуживания. В традиционном или классическом виде туризма Кыргызстану приходится соревноваться с ведущими и всемирно известными туристскими центрами. Предлагая оригинальные сегменты конкуренции избежим, заняв нишу небольшого, но стабильного и, самое главное, неудовлетворенного спроса при ограниченном или отсутствующем предложении подобных туристских услуг со стороны возможных конкурентов. Это также позволит нашей стране хотя бы в таких небольших секторах воспользоваться преимуществами монополистического положения на мировом рынке, вместе того, чтобы конкурировать с традиционными перенасыщенными сегментами туристского рынка [1, с.54].

Наши преимущества на мировом рынке туризма – развитие таких видов туристской деятельности, как альпинизм, горно-водный туризм, спелеотуры, экзотические туры с использованием коней, верблюдов и яков, охота с ловчими птицами и гончими собаками, отдых на озере Иссыккуль, путешествие по Великому Шелковому пути, экотуры по орехово-плодовым лесам, курортное лечение, основанное на природных лечебных факторах. Однако, следует признать, что мы не имеем абсолютные преимущества по предложению вышеперечисленных и других видов горного туризма внешнему рынку, поскольку существуют партнеры-конкуренты с аналогичным пакетом услуг в самой Центральной Азии (Таджикистан, восточные горные районы Казахстана) и близлежащих регионах (горные районы Китая, южный горный пояс России, Кавказ). Выручить может глубокая дифференциация предложения туристских услуг: в каждом их пакете должно быть обязательное присутствие национального колорита, регионального культурного оттенка.

В международном, в частности, въездном туризме, наши географические сегменты – это те страны и регионы, расположенные в сопредельном с Кыргызстаном географическом пространстве, равнинные природно-климатические условия которых резко отличаются от наших. Следовательно, возможно вовлечение их жителей в отдых в необычных для них горно-

туристских зонах. Например, северные районы Казахстана и сибирский регион России, климатические условия которых характеризуются суровостью, а также южные районы Казахстана и Узбекистан с условиями жаркого пустынного климата, страны Юго-Восточной Азии (Индия, Индонезия, Таиланд и др.) с влажным жарким климатом, где наблюдаются сезонные массовые выезды из страны из-за чрезмерно жарких условий климата, западные районы Китая с сухими жаркими климатическими условиями. Горный климат Кыргызстана – умеренно жаркий и сравнительно не влажный в сочетании с горными озерами, лесами, ледниками для жителей названных выше географических сегментов – уникальный туристский продукт в удовлетворении своих потребностей.

В области внутреннего туризма цель маркетинга заключается, в первую очередь, в побуждении туристских интересов местного населения, вовлечении его в путешествия, в повышении интенсивности туризма внутри страны. Объектами исследования выступают тенденции развития внутреннего рынка, включающие и анализ особенностей демографических и социопсихологических сегментов. На основе изучения тенденций и факторов демографических процессов и их причинно-следственных связей с другими общественными процессами предстоят прогнозы изменений структуры спроса, туристская стратегия. Учитывается гетерогенная структура потребителей. Потребители туристских услуг – это люди, отличающиеся по социодемографическим признакам. Сегментирование по данным признакам необходимо: конкурентная борьба заставляет производителя глубоко изучать и конкретного потребителя с определенным запросом. Именно потребитель выдвигает свои требования к продукту и его социально-экономическим характеристикам, качеству, условиям доставки, ценам.

В научно-методическом плане изучение рынка туристских услуг, начавшись с сегментации по уровню доходов и образования потребителей, завершается суммированием отдельных сегментов, обусловленным географическими, экономическими, демографическими и психологическими факторами. Учитывая пол, возраст, состав семьи и семейное положение, национальную и социальную принадлежность потребителей, их место жительства, мотивы, приходим к прогнозу покупательского поведения.

В этих целях нами сделана попытка изучить социодемографические характеристики населения – потенциальных потребителей туристского продукта. Инструментарием для сегментирования избраны традиционные социально-демографические категории: численность населения, половозрастная структура, образование, социальное положение, размер семьи, местожительство, принадлежность к городскому или сельскому населению и др.

Так, численность населения является главным фактором определения уровня спроса на услуги туризма, соответственно, изменение численности населения определяет тот или иной уровень развития туристской отрасли.

По данным Первой национальной переписи населения Кыргызской Республики, общая численность постоянного населения республики в 1999 году составила 4822,9 тыс. человек. К 2003 году она составила 5037,3 тыс. человек. Население Кыргызстана растет: например, за 10 лет, прошедших после переписи 1989 года, увеличилось на 565 тыс. человек, или на 13,3%. Фактором увеличения выступает, как и прежде, естественный прирост, который в среднем за год составляет 1,2%.

Однако в последние годы отмечается снижение рождаемости. В 1999 году коэффициент рождаемости в республике составил 21,4, но, тем не менее, это хороший показатель по сравнению с другими странами, например, с Россией (8,9), Германией (9,7), Францией (12,6). Пока снижение рождаемости лишь вносит корректировку в структуру туризма на определенных сегментах.

Для туристского бизнеса более важна *половозрастная структура населения*, нежели его фактическая численность, поскольку данный показатель считается основным рычагом, влияющим на объем и тип потребления туристских услуг. Распределение людей по половозрастным группам открывает наилучшие возможности для анализа состояния и изменений уровня спроса на услуги туризма.

За последние годы под влиянием уровня рождаемости и смертности, процесса миграции и других факторов происходят изменения в возрастной структуре населения.

В целом население Кыргызстана в демографическом отношении молодое: 38,1% составляют дети и подростки. Это достаточно высокий процент, определяющий возможное увеличение численности потребителей в ближайшем будущем.

Хотя в последние годы в стране отмечается снижение рождаемости, доля детей в возрасте 0-4 года в общей численности населения весомая – 11,4%. Конечно, рост численности новорожденных – сдерживающий фактор для туризма, поскольку семьи с маленькими детьми предпочитают быть дома; тратить средства на уход за детьми. Однако возрастающее число детей является положительным процессом в перспективе, в силу увеличения числа потенциальных потребителей-туристов. Наличие детей и подростков ощутимо в выборе мест отдыха и времени путешествия, определенных видов туристских товаров и услуг.

Как показывает статистика, 52,7% населения республики – лица трудоспособного возраста. Сегмент людей зрелого трудоспособного возраста (от 30 до 50 лет) – наиболее платежеспособный слой населения, имеющий возможности к путешествиям, отдыху на курортах. Их доля в общем туристском потоке – 70-75%.

Снижение рождаемости – основная причина процесса статистического старения населения. Сегодня доля лиц старше трудоспособного возраста со-

ставляет 9,6% всего населения и с каждым годом их число увеличивается. Так, если в 1989 году численность населения в возрасте 65 лет и старше составляла 5,0%, то в 1999 году – 5,5%. Рост числа людей данной категории – важная тенденция в пользу развития туризма, так как у них есть свободное время. Однако наши пенсионеры, располагая достаточным свободным временем, ограничены в денежных средствах. Поэтому на туристском рынке Кыргызстана, как на внешнем, так и внутреннем, число людей пенсионного возраста незначительно.

Благоприятна для развития туризма гендерная политика в государстве, мы в этом смысле находимся в русле общечеловеческого прогресса. Один из показателей – высокий образовательный уровень у женщин: у них в возрасте 35-44 года достигнут уровень образования равный с мужчинами, а женщины молодого возраста (25-34 года) в целом более образованны, чем мужчины. За развитием общества меняется традиционный образ жизни, соответственно, улучшается положение женщин в семье и на работе. Занятость женщин в государственном управлении составляет 30%.

Национальный состав. Кыргызская Республика – полиэтническое государство, в котором проживают представители более 80 этносов, в том числе 12 этносов (кыргызы, узбеки, русские, дунгане, украинцы и др.) имеют численность более 20 тыс. человек. За последние годы численность кыргызов возросла и в результате их удельный вес в общей численности населения повысился с 52,4% в 1989 году до 64,9% в 1999 году. Также увеличилась численность узбеков (на 21%), дунган (40%), уйгуров (27%), турков (57%), таджиков (27%), что связано с высоким показателем естественного прироста. Вместе с тем, в связи с миграцией на 1/3 сократилось русское население. В 1989 году удельный вес русских в Кыргызстане составлял 21,5%, а в 1999 году он упал до 12,5%. Сократилась численность украинцев (соответственно, с 2,5% до 1%), немцев (с 2,4% до 0,4%) и других представителей русскоязычного населения.

Разумеется, следует отметить, что придание в 2001 году русскому языку статуса официального стало фактором стабилизации миграционного процесса в республике.

В туристском бизнесе необходимо учесть, что у представителей разных народов разные предпочтения, привычки, они покупают разные товары и услуги в разном количестве. Коренное население Центральной Азии, в частности, например, кыргызы, узбеки и таджики, в массе считаются «домоседами» по сравнению с русскоязычными, то есть первые предпочитают кратковременные, ближние путешествия (преимущественно с религиозными мотивами), последние – дальние, часто зарубежные.

Осведомленность туристских предприятий об этих особенностях дает им возможность комбинировать элементы маркетинга и предлагать те или иные виды услуг в соответствии с этими особенностями.

Образование – один из ключевых факторов, определяющих уровень потребления тех или иных видов туристских услуг, и по значимости в формировании спроса является вторым после личных доходов людей. так как оказывает активное влияние на объем спроса. Чем выше уровень образования человека, тем, как правило, больше он заботится о своем здоровье, ценит отдых и возможность знакомства с новыми объектами и явлениями.

Образовательный уровень населения Кыргызстана довольно высок. Как показывают результаты переписи населения, из всего взрослого населения страны 12% имеют высшее образование, 11% – среднее специальное, 51% – законченное среднее общее образование и 18% – основное общее образование (восьми-девятилетнее). Только 8% имеют начальное образование, а численность неграмотного населения составляет около 1,3% взрослого населения страны. Более 80% неграмотных – лица старшей возрастной категории (старше 55 лет).

Региональные различия в уровне образования для населения в целом не очень велики, за исключением Бишкека. В столице людей с высшим образованием вдвое больше, чем в среднем по республике, а также широко распространено среднее специальное образование. В целом северная и южная части территории страны не имеют значительных отличий в образовательном уровне, кроме того, что на севере женщины имеют более высокий уровень образования, а на юге ситуация противоположная.

Социально-экономическое состояние населения. Происходящие за последние годы социально-экономические перемены резко изменили структуру источников средств существования населения республики. За время между двумя переписями населения 1989 и 1999 годов удельный вес людей в возрасте 15 лет и старше, указавших, что основным источником средств существования для них является доход от занятости, снизился с 66,9 до 55,1%, доход от государства в виде пенсий и пособий – с 16,5 до 14,6, стипендий – с 4 до 0,4%, в то же время доля лиц, находящихся на иждивении, возросла с 12 до 24,8%.

В городской местности у занятого населения преобладающим источником дохода является работа по найму на предприятиях и в учреждениях, но в то же время была значительна доля лиц, работающих не по найму, которым присуще индивидуальное предпринимательство. В сельской местности значителен удельный вес лиц, имеющих доход от работы не по найму, среди которых преобладали занятые в крестьянских (фермерских) хозяйствах. Велика также доля сельских жителей, указавших, что основным источником средств существования для них является доход от личного подсобного хозяйства. Рост численности индивидуальных предпринимателей характерен для торговли, строительства и транспорта. Их доля в общей численности занятых составляет 9,7%. Численность владельцев собственных предприятий

насчитывает более 45,5 тыс. человек, из них 38,5 тыс. являются владельцами крестьянских (фермерских) хозяйств.

Доход – важнейший фактор, влияющий на спрос. Путешествовать может только тот, кто является платежеспособным.

В плане туристского маркетинга, определения объема платежеспособной потребности важное значение имеет объективная оценка уровня жизни населения. Уровень жизни населения республики в сравнении с развитыми странами остается низким. По данным исследования, проведенного под эгидой Всемирного банка, в стране более 60% населения находится ниже черты бедности. Большинство бедных (80%) – сельчане. В целом же по стране к 2003 году среднемесячная номинальная начисленная заработная плата составила 1916,0 сомов, а минимальный потребительский бюджет – 1205,3 сомов. Поэтому, к сожалению, внутренний туризм в стране не приобретет массовый характер.

Домохозяйства. По данным переписи 1999 года, в республике насчитывалось 1108 тыс. домохозяйств и в них проживают 4783 тыс. человек, или 99,2% населения страны.

В туризме важна роль домохозяйств, обеспечивающих себя всем необходимым для жизни посредством ведения общего хозяйства, полностью или частично объединяя и расходуя свои средства. На уровень потребления туристских услуг важное влияние имеют их численность, размеры, доходы. Средний размер домохозяйств составляет 4,3 человека (в городах – 3,5, в селах – 4,9), более 40% из них состоят из 5 и более человек, а в сельской местности их около 60%. Самый большой размер домохозяйств отмечается в южных областях: Ошской и Жалалабатской – 5,1 и 5,0 человека, соответственно. Самые маленькие по размеру домохозяйства в городе Бишкеке и Чуйской области, соответственно, 3,3 и 3,7 человека.

Для туризма важны также домохозяйства, состоящие из одного человека, у которых существуют большие возможности и желания для отдыха и путешествия. Таких домохозяйств в республике насчитываются 122 тыс. или 2,5% населения республики. Из числа одиноких 70% – жители городских поселений и 30% – сельских. Среди одиноких граждан женщин больше, чем мужчин. Многие среди них – потенциальные потребители туристских услуг.

Структура семьи – факт, также влияющий на объем и вид туристского спроса. На практике частота потребления услуг туризма в семье, имеющей в своем составе один-два или три человека выше, чем у многодетных семей (более пяти человек). В таком отношении интерес для туризма представляют семьи без детей, матери-одиночки, отцы-одиночки, пожилые супружеские пары, чьи дети уже стали самостоятельными, семьи с одним ребенком. Чем больше людей в семье, тем меньше возможностей членов семьи общаться и участвовать в туристских поездках.

Подытоживая, можно заметить, что сегментирование туристского рынка по социо-демографическим критериям имеет тенденцию к углублению, поскольку с каждым годом изменяется структура потребителей туристских услуг, появляются отдельные субсегменты (специальные туры для представителей определенных профессий, туризм одиночек и др.). В конечном итоге победителем на рынке оказывается тот, кто лучше знает потребителей, учтет их демографические и социальные особенности.

В стратегии развития ИТ, наряду с изучением общей величины туристского спроса, известная роль в методическом отношении должна отводиться и изучению структуры спроса. Поскольку рынок туристских услуг, как и другие рынки, состоит из разных покупателей, различающихся уровнем доходов, образования, особенностями культурного уровня, поведения, все это обуславливает сегментацию рынка туристских услуг. Цель рыночной сегментации – выявление определенного сегмента рынка, представляющего наибольший интерес и отвечающего имеющемуся ассортименту услуг, качеству обслуживания на предприятиях.

2.4. Методические основы исследования туристской деятельности

Туризм, как сравнительно новая отрасль отечественной экономики и науки, в данном случае, предмет исследования экономической географии, находится на стадии становления, следовательно, его методологические и методические основы только формируются. Теоретико-методологическую основу настоящего исследования составили фундаментальные труды ведущих отечественных и зарубежных экономико-географов и экономистов, которые внесли весомый вклад в развитие научной мысли в области развития и размещения производительных сил. Это, в частности, Н.Н.Баранский, А.И.Исаев, Н.Н.Колосовский, Т.К.Койчуев, Ш.М.Мусакожоев, К.О.Оторбаев, Ю.Г.Саушкин, Т.С.Хачатуров. Нами учтены также работы исследователей туризма, имеющиеся методологические принципы и подходы к формированию туризма. Закономерности и факторы его развития анализировали В.И.Азар, К.А.Атышов, В.И.Веденин, Я.Гезгала, С.Р.Ердаuletов, В.А.Квартальнов, Н.С.Мироненко, В.С.Преображенский, И.Т.Твердохлебов и др.

Туристская деятельность – это сложная природно-географическая и социально-экономическая система. Хотя советские ученые еще в начале 70-х годов прошлого века говорили о необходимости создания развитой туристской отрасли, реальные условия для этого в Кыргызстане создаются только сегодня.

Первым крупным шагом на пути становления отраслевой науки, в частности, рекреационной географии, явилось выдвинутое В.С.Преображенским представление о рекреационной системе (РС) как объективном и социальном по своей функциональной сущности образовании. В системе народного хозяйства РС составляет одну из подсистем, выступающую как нечто целое, обладающее определенным набором общественно необходимых рекреационных функций. В этом плане РС выступает как равнозначная с системами материального производства (промышленная, сельскохозяйственная, аграрно-промышленная, транспортная) и системами непродуцированной сферы [54, с.5]. Соответственно, предметом изучения рекреационной географии является изучение территориальных рекреационных систем. Территориальная рекреационная система, по мнению ученых, это – социальная географическая система, состоящая из взаимосвязанных подсистем..., характеризующаяся как функциональной целостностью (состояние подсистем определяется социальной функцией системы в целом), так и территориальной [там же]. Впоследствии рекреационная география сформировалась с хорошо разработанной теорией. А география туризма не получала долгое время должного развития. Хотя и рекреация, и туризм формируются, при всех их особенностях, на основе социальных функций, как социальная система. Это замечено российскими географами В.С.Преображенским, Н.С.Мироненко и И.Т.Твердохлебовым.

В условиях рыночных отношений туризм – это экономическая система с присущими ему дополнительно социальными, экологическими и политико-гуманитарными функциями. В связи с полифункциональностью он стал объектом междисциплинарных исследований, его разные стороны и особенности изучают география (территориальное размещение туристских объектов с точки зрения как физической географии, так и общественной), экономика (производственные отношения в туристской системе), социология (туристская деятельность как социальный фактор), история (исторические основы туризма), медицина (медико-рекреационные аспекты), архитектура (архитектурно-строительное планирование в туризме), экология (экологическая значимость туристского хозяйства) и др.

Как верно констатирует известный казахский ученый-специалист по туризму С.Р.Ердаuletов, среди этого комплекса наук ведущее место принадлежит географии, точнее, географии общественной или социально-экономической. Это обусловлено тем, что туризм тесно связан с географической средой, с обществом и его общественной и социально-хозяйственной деятельностью. К тому же он принадлежит к явлениям, имеющим широкую пространственную дифференциацию [25, с.5]. Но при всем разнообразии и многоликости туристской деятельности вышеупомянутый автор выделяет основное свойство туризма, отличающее его от всех других форм отдыха. Туризм – это не только пространственное явление, но во многом и «про-

странственное познание», накрепко связанное с территорией страны и ее отдельных регионов. Именно поэтому понятия «туризм» и «география» нерасторжимы, и географ, искусно проводящий анализ и синтез пространственных явлений и процессов, благодаря опоре на знание географической среды, может добиться наиболее глубокой интерпретаций социально-экономических и экологических явлений, связанных с туризмом [26, с.94-95].

В настоящее время идет процесс становления отраслевой туристско-рекреационной науки, называемой, однако, по-разному, в силу полифункциональной особенности этого явления: рекреология, рекреационная география, туризмология, туристика, география туризма. Разумеется, это обусловлено тем, что еще полностью не сформировался терминологический аппарат всей туристско-рекреационной деятельности, дискуссия продолжается. При этом отметим, что научный обиход часто «обогащается» «громоздкими латинизированными конструкциями» [29, с.9].

Для нас является приемлемым использование в научной литературе терминов «рекреационная география» и «география туризма», поскольку эти наименования привычны, удобны и при рассмотрении данных процессов с точки зрения других наук, поскольку, к тому же, привились в терминологии рекреационная медицина, рекреационная психология, рекреационная архитектура, экономика туризма, социология туризма, история туризма и т.п.

Далее приходится учитывать, что в географической, экономической, социальной и медицинской литературе встречаются и различные термины при изучении туристско-рекреационной деятельности, и неодинаковая их трактовка. Широко используются такие термины, как «туризм», «рекреация», «санаторно-курортное хозяйство» и вытекающие из них производные: «туристская отрасль», «рекреационный комплекс», «курортное хозяйство», «туристские ресурсы», «рекреационные ресурсы», «курортные ресурсы» и т.п.

«Рекреация» как понятие представляет собой совокупность этимологических значений: *recreatio* (лат.) – восстановление; *recreation* (франц.) – развлечение, отдых, перемена действия, исключая трудовую деятельность. Понятие «рекреация» зачастую отождествляется с понятием «туризм», несмотря на то, что последнее является значительно менее емким, поскольку формы выражения первого отличаются весьма большим многообразием действий, подобно тому, как понятие «внерабочее время» шире понятия «свободное время». Рекреация охватывает все виды и формы отдыха и досуга человека, осуществляемые как в домашних, так и вне домашних условий: туристское путешествие, лечение, отдых, досуг, общение, развлечение и др.

Так, основополагающими понятиями в данном исследовании могут выступить «отдых», «рекреация» и «туризм». При этом, следуя мнениям С.Р.Ердавлетова, отметим, что из всех видов деятельности, которые могут

осуществляться человеком в свободное время, самым широким понятием является «отдых» и оно поглощает все остальные. Отдых включает рекреационные занятия, которыми человек может заниматься как дома, так и на выезде. Ниже рангом идет понятие «рекреация» – отдых с обязательным выездом из места постоянного проживания человека. Соответственно, оно включает в себя понятия «туризм» и «экскурсия» [25, с.15]. Однако, по нашему мнению, рекреация не всегда сопровождается обязательным выездом (выходом) человека из места его постоянного проживания. Она, в отличие от туризма, включает досуговую деятельность человека без выезда (выхода) из постоянного места жительства: работа на приусадебном участке, отдых на даче, посещение зрелищных мероприятий в родном городе (селе), занятие спортом ради удовольствия и т.д. А характерной особенностью туризма, напомним, считается его мобильность – передвижение человека из места постоянного проживания в другое. Например, посещение кинотеатра в родном городе не может стать туризмом, это – рекреация, а если с этой же целью едут в другой город, то это – уже туризм.

Также здесь следует подчеркнуть, что по туристской статистике принято считать экскурсантом тех, кто не остается в посещаемом месте на ночлег, и не включается в туризм. Но это неправовмерно, поскольку экскурсионная деятельность – это структурная часть туристского посещения, сам процесс туризма. На наш взгляд, их следует назвать просто экскурсантами (не ночующими туристами) в составе туризма.

Если анализировать высказывания специалистов по содержанию рекреации, то большинство их эту деятельность связывает со свободным временем, определяя ее как «совокупность явлений и отношений, возникающих в процессе использования свободного времени...» [54, с.11] или как «деятельность человека в свободное время, осуществляемая с целью восстановления физических и психических сил...» [25, с.10]. Как выше было отмечено, туризм, как составная часть рекреации, идет ниже рангом ее. Однако учтем и то, что наряду с досуговой (рекреационной) целью появилась качественная новая цель в формировании туристского путешествия – деловая. Таковая функция туризма, представленная деловыми, научными, коммерческими и иными поездками, осуществляется, подчеркнем, не в свободное время, а непосредственно в рабочее.

Таким образом, понятия «рекреация» и «туризм», не теряя органическую связь между собой, выходят каждое на свой уровень. Так, деятельность первой связана исключительно с полезным проведением человеком свободного времени как с выездом, так и без выезда; второй – с обязательным выездом (выходом) человека в другое место, «если пребывание не превращается в продолжительное проживание или во временное занятие ради заработка» [54, с.11]. Соответственно, различие в предметах изучения рекреационной географии и географии туризма кроется в этом, хотя география

уризма, как отдельная наука в системе экономической и социальной географии, появилась в лоне рекреационной географии и выделилась из нее.

Значит, из сказанного следует и вывод о том, что "отдых", как широкое понятие поглощает всю "рекреацию" и часть "туризма".

Мы поддерживаем мнение С.Р.Ердавлетова в вопросе о том, что рекреационная география и география туризма – это две разные научные дисциплины, но чрезвычайно тесно связанные [25, с.75]. Но не согласны с тем аргументом, что обе эти науки изучают две отрасли народного хозяйства – рекреационную отрасль и сферу туризма [там же], так как нет необходимости выделения отдельной рекреационной отрасли экономики, не совсем удачной терминологически. Наоборот, изучается одна, сформированная и признанная научной общественностью отрасль хозяйства – индустрия туризма и отдыха.

В связи с сохраняющимися разночтениями в определении объекта и предмета этих схожих географических наук выскажем свои аргументы. Так, объектом исследования рекреационной географии и географии туризма может выступать территориальная рекреационная система (поскольку понятие «рекреация» шире понятия «туризм», всегда можем его употребить).

А вот предметы этих двух родственных дисциплин разнятся так же, как разнятся и сами понятия «рекреация» и «туризм» [там же, с.80].

Предметом рекреационной географии является исследование закономерностей формирования и развития территориально-рекреационных систем и организации рекреационной деятельности человека в пределах и вне пределов места его постоянного проживания в свободное от работы время. В рекреационной географии преобладает социальная ее направленность и ее рекреационную систему, в основном, образуют естественно-биологические основы рекреации (благоприятные условия климата и ландшафта, минеральные источники и другие природные факторы и их влияние на организм человека). Следовательно, рекреационная география относится сугубо к социальной географии и по функциональной направленности ближе к медицинской и биологической наукам.

А предметом географии туризма выступает исследование закономерностей формирования и развития территориально-туристских систем и организации туристской деятельности человека вне пределов его постоянного проживания. Здесь не обязательно употреблять словосочетание «свободное время». В туризме, наряду с природными основами рекреации, часто рассматриваются и социально-экономические предпосылки этого явления (осмотр культурно-исторических памятников, транспортная доступность, структура сервиса). Отсюда в географии туризма, по сути, доминирует экономическая функция и ее можно отнести к экономической географии. По функциональной сущности, значит, она ближе к экономической науке.

связей в этом процессе, который, разграничивая сущности и явления, содержание и форму, необходимость и случайности, вскрывает истинный характер взаимосвязи в рамках системы «природа – общество». Господствует рационалистическая методология, которая предполагает изучение объективных рациональных законов в сфере туристского природопользования и туристских отношений на основе целостного исследования туризма как части географической системы.

Существенным научно-методическим вопросом при использовании природных ресурсов является оценка достоинств ресурсов и условий, в данном случае – в плане туристского освоения.

Оценка ресурсов природной среды для рекреации имеет по своей природе комплексный характер, а степень привлекательности отдельных элементов, их черт, а также групп является понятием относительным. Причина этому – различные интересы туристов, что находит свое выражение в культивировании разных форм туризма, а также сезонность.

В нашем исследовании из количественных методов оценки привлекательности и достоинств природной среды выделяется метод туристской бонитировки, то есть оценки по сумме баллов. Следовательно, в процессе оценки природного потенциала региона применили систему баллов. Балл – это порядковый номер группы ранжированных однородных явлений, ограниченной известными пределами интенсивности или выраженности. Шкала баллов представляет собой количественную классификацию, то есть разбиение ряда непрерывно усиливающихся или ослабляющихся явлений на несколько групп [6, с.114-115]. Заметим, что в географии и смежных науках баллы применяются в следующих случаях, а) когда интенсивность или силу какого-либо явления трудно точно измерить, но можно и нужно определить их приблизительно, в большинстве случаев по результатам явления или по его воздействию на другие процессы; б) когда характеристики изучаемого явления можно точно измерить, но в этом нет надобности, приблизительная оценка удовлетворяет исследователя и практического работника... [там же]. Разработка баллов заключается в том, что шкалу измерений какого-либо показателя разбивают на ряд оценочных ступеней (баллов). Число ступеней оценочной шкалы зависит от диапазона значений оцениваемого показателя, для чего использовали 4-балльные пятиступенчатые шкалы со значениями баллов от 0 до 4 (табл. 2.1).

Здесь баллы применялись для оценки степени благоприятности или опасности то или иного вида объекта и явления при развертывании туристской деятельности. Соответственно высшую оценку в 4 балла получали те показатели, которые наиболее благоприятны для рекреационной деятельности (а в отношении лимитирующих – наиболее неблагоприятные), низкую оценку – наименее благоприятные или имеющие ограниченное распространение в данном районе.

Шкала оценок по баллам природных ресурсов района

Словесная оценка	Оценка по баллам							
	A_1	A_2	A_3	A_4	A_5	A_6	L_1	L_2
Недостаточная	0	0	0	0	0	0	0	0
Достаточная	1	1	1	1	1	1	1	1
Высокая	2	2	2	2	2	2	2	2
Весьма высокая	3	3	3	3	3	3	3	3
Очень высокая	4	4	4	4	4	4	4	4

Для оценки природных ресурсов составили перечень их свойств, оказывающих наибольшее влияние на туристскую деятельность в активизирующем (A) и лимитирующем (L) отношениях. Соответственно, провели отбор тех показателей, по которым следует оценивать эти свойства:

A_1 – оценка рельефной комфортности района (характер поверхности земли, ущелья, возвышенности и т.д.);

A_2 – то же, климатической комфортности (солнечная радиация, облачность, температура воздуха и т.д.);

A_3 – то же, обеспеченности водой (наличие рек, озер, их возможности использования в туризме);

A_4 – то же, наличия бальнеологических ресурсов;

A_5 – то же, лесистости района (заселенности);

A_6 – то же, наличия уникальных объектов природы, интересных в туристском отношении (водопады, скалы, пещеры, гроты и т.д.)

L_1 – то же, опасных для здоровья и жизни человека природных процессов (возможности появления лавин, камнепадов, оползней, селей и др.);

L_2 – то же, геоморфологических особенностей района, предопределяющих технические трудности при размещении туристских объектов (овраги, крутые склоны, труднопроходимость района, просадочность грунта и др.).

Разумеется, данные показатели – не единственные для решения исследуемой проблемы, но они, на наш взгляд, более конкретные и способствуют более точному определению структурно-территориального развития туризма. Правильный учет и оценка туристского потенциала страны, ее регионов, определение оптимального размещения систем туризма с составлением таблиц, схем, карт будут способствовать рациональному размещению ИТ, ее хозяйствующих субъектов, решению вопросов освоения и использования природно-культурных ресурсов и выработке предельно допустимых норм нагрузки для соответствующих типов и форм ландшафтов.

В научно-методологическом отношении оценка привлекательности природных ресурсов региона приводит к дальнейшей важнейшей задаче географии туризма – к туристскому районированию территории.

Хотя при туристском районировании предпринимаются разные принципы и методы, в нашем исследовании в основу туристского районирования был положен принцип экономического районирования, базирующийся на территориальном разделении труда.

В отношении вопросов таксономии, иерархии территориальных рекреационных систем следует сказать, что в бытность Советского Союза с огромной его территорией (22,4 млн. кв. км) применяли четырех- (по Е.А.Котлярову: республика, район, рекреационная местность, рекреационный микрорайон) и пятиступенчатую систему таксономических единиц рекреационного районирования (по Н.С.Мироненко и И.Т.Твердохлебову: рекреационная зона, рекреационный район, рекреационный микрорайон, рекреационная местность, рекреационный пункт).

В условиях Кыргызстана с его относительно небольшой территорией (198,5 тыс. кв. км), по нашему предложению, целесообразно использовать трехступенчатую систему таксономических единиц:

а) туристский район (регион) создается в пределах экономических районов (территориально-туристский комплекс (ТТК) высшего ранга) и сочетает в себе общность природно-географических, культурных, социально-экономических условий региона;

б) туристскую зону может образовать ТТК среднего ранга в пределах определенной туристской территории и она может охватить часть или всю территорию административного района (например, в пределах одной речной долины);

в) туристская местность – это место сосредоточения определенного вида (видов) туристских ресурсов (ТТК низшего ранга), соответственно, она территориально ограничена (в пределах одного населенного пункта, урочища, природного объекта).

При рекреационном районировании приходится учитывать административное деление территории, имея, однако, ввиду, что развитие рекреационных районов динамично (и по вертикали и по горизонтали), тогда как административное деление в основном консервативно [46, с.59].

Некоторые географы при разработке методов рекреационного районирования пишут, что оцениваемыми единицами здесь не могут использоваться административные единицы, не совпадающие с природными комплексами [57, с.51]. Но это чисто с точки зрения физической географии. В экономической географии подход должен быть иным, комплексным. То есть правильные синтетические выводы в этом процессе получим в результате интегральной оценки территориально-природного и территориально-хозяйственного комплексов региона, оценивая их еще и как единый территориально-туристский комплекс. Иными словами, их взаимодействие ведет к формированию нового природно-хозяйственно-территориального образования – территориально-туристский комплекс (ТТК). Природные и хозяйственные

системы нельзя рассматривать как нечто не зависящее друг от друга, в особенности, при процессе изучения туристской системы либо как части ТХК, либо как совокупности ПТК и ТХК.

В действительности, с полным основанием принято рассматривать природный территориальный комплекс (ПТК) любого ранга как систему. Следовательно, природные связи формируют внутреннюю структуру ПТК [там же, с.52]. Но в нашем случае важно рассмотрение связей ПТК с внешним воздействием, то есть воздействием со стороны человека. Значит, если внутренняя структура ПТК характеризует его природный потенциал, то внешняя структура определяет отношение ПТК к требованиям разных видов хозяйственной деятельности, в частности, к требованиям разных видов и форм рекреации, образующих круг внешних систем [там же, с.53]. Поэтому целесообразно рассмотрение систем связей в интегральном звене «природа – хозяйство – население – туризм». При этом учтем: ослабление одной системы, например, в ПТК, сказывается и на других звеньях – и в ТХК, соответственно и в ПТК. К примеру, в горных (часто аридных) условиях Кыргызстана истощение лесных насаждений может привести к комплексу негативных экстерналий как природно-экологического, так и социально-экономического характера.

Таким образом, нельзя рассматривать развитие туризма, в особенности, его перспективу развития, в отдельности от других отраслей хозяйства. Здесь продуктивен интегральный подход: учитываем и наличие в данном районе других отраслей хозяйства, социальной инфраструктуры.

Туризм, как объект экономико-географического исследования, предполагает использование арсенала научно-методологических подходов, методов и приемов различных научных направлений для решения задач развития и территориальной организации туристской деятельности.

В экономико-географическом аспекте методологическую основу туризма образуют общенаучные (системный анализ, комплексный подход, программно-целевое планирование и др.) и географические методы с преимущественным использованием из них экономико-географических, а также методические приемы, заимствованные из разных научных направлений (экономики, математики, социологии, истории, психологии, экологии). Все это в совокупности активно используется для исследования туризма, без чего трудно было бы искать пути решения его социально-экономических проблем.

Общенаучные методы выражают наличие общих подходов к научному осмыслению географической действительности, дают общую методологическую базу для исследования. Географические же методы, в частности, экономико-географические, представляют собой конкретные приемы и средства для исследования конкретного процесса, в данном случае, изучения географических аспектов развития и территориальной организации туризма.

Особое место в исследовании экономико-географических проблем туризма занимает использование статистических данных. Без количественных данных, характеризующих функционирование исследуемого объекта, невозможно определить его теоретическую и практическую значимость.

Статистические данные, используемые в исследовании, состоят из двух видов: перекрестные данные и временные ряды. Перекрестные данные – это данные по какому-либо показателю, полученные для аналогичных объектов или для различных регионов. Временные ряды – данные, характеризующие один и тот же объект, но в различные моменты времени. Изучение и анализ временных данных (потока туристов, загруженности средств размещения, объемов продажи туристских услуг, занятости в сфере туризма и т.п.) позволяет выявить тенденции в изменении этих величин и экстраполировать их для прогнозирования.

Экономико-географические данные, как количественные и качественные характеристики географических объектов и явлений, формируются под воздействием множества факторов, как контролируемых, так и неконтролируемых. Последние могут обуславливать случайность данных. В экономико-географическом исследовании это всегда следует учесть, так как объектом экономической географии, прежде всего, выступает природная среда со своими случайными процессами и явлениями.

Для анализа и обработки полученных данных их представляем в виде таблиц, диаграмм, графиков. Построение графика и визуальный его анализ позволяет выявить положительные или отрицательные влияния исследуемых показателей и выдвинуть соответствующую гипотезу. Графический метод позволяет лучше понять тенденции географических объектов и процессов, понять последствия различного их сочетания.

Важным также является сравнительно-географический метод, при использовании которого состояние компонентов оценивается количественно и качественно. Так, при оценке объема туристских потребностей именно количественно-качественная характеристика позволяет выяснить, сколько потенциальных потребителей сосредоточено в исследуемом районе и какая их часть может приобрести предлагаемые туристские услуги. Любое сравнение предполагает количественное (или качественное) измерение изучаемых процессов, оценку их изменений во времени и по территории, установление зависимостей между явлениями и процессами.

Картографический метод является специфическим для экономической и социальной географии в целом, географии туризма, в частности. В этом плане, занимаясь изучением территориальной структуры туристской отрасли и учетом особенностей размещения ее ресурсов, прежде всего, природных, провели районирование туристской специализации территории Кыргызстана. Предварительно были проанализированы и составлены расчетные таблицы и серии карт по оценке туристского потенциала регионов респуб-

лики. Выявлены природные факторы, существенно влияющие как в положительном, так и отрицательном отношении на развитие и размещение туризма. Установлена обобщающая оценка всей совокупности природных факторов.

Незаменима роль математических методов. Методы с использованием многих переменных полезны для анализа и синтеза географических предметов и процессов, мы тогда можем судить об их распространении, динамике и тенденциях развития. Количественные оценки применяются при инвентаризации ресурсов на основе детальной обработки данных.

При изучении явлений и процессов, происходящих в сфере туризма, туристская статистика использует методы и приемы обработки статистических данных, которые выработаны общей теорией статистики. В частности, для характеристики интенсивности развития явления от периода к периоду выявляем среднюю интенсивность развития за исследуемый период, основную тенденцию в развитии явления и, наконец, в целях осуществления прогноза развития рассматриваемого явления на будущее применим такие показатели динамики, как абсолютные приросты, темпы роста, темпы прироста, абсолютные значения одного процента прироста. Для характеристики интенсивности развития за длительный период рассчитываются средние показатели динамики.

В исследовании с применением метода корреляционного анализа доказывается прямая связь между количеством посетивших республики иностранных туристов (x) и объемом доходов от иностранного туризма (y).

При этом для измерения тесноты связи между количественными признаками x и y используется линейный коэффициент корреляции (r):

$$r = \frac{\sum (x - \bar{x})(y - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x - \bar{x})^2 \sum (y - \bar{y})^2}} \quad (2.1)$$

Как известно, линейный коэффициент корреляции может занимать значение от -1 до $+1$. Если $\bar{xy} > \bar{x} \times \bar{y}$, то r будет положительным, что характеризует прямую зависимость между x и y . Если $\bar{xy} < \bar{x} \times \bar{y}$, то r будет со знаком « $-$ », что означает обратную связь между x и y . Если $\bar{xy} = \bar{x} \times \bar{y}$, то r будет равен нулю ($r = 0$), что означает отсутствие линейной зависимости между x и y . Коэффициент корреляции, равный единице ($r = 1$), означает функциональную зависимость между x и y . Следовательно, всякое промежуточное значение r от 0 до 1 характеризует степень приближения корреляционной связи между x и y к функциональной. Таким образом, коэффициент корреляции при линейной зависимости служит как мерой тесноты связи, так и показателем, характеризующим степень приближения корреляционной зависимости между x и y к линейной. В табл. 2.2 приведены количественные критерии оценки тесноты связи.

Количественные критерии оценки тесноты связи

п	связь
0	отсутствует
0-0,2	очень слабая
0-0,3	слабая
0,3-0,5	умеренная
0,5-0,7	заметная
0,7-0,9	тесная
0,9-0,99	весьма тесная
1	функциональная

При анализе количественных факторов иностранного туристского потока приемлемо использование коэффициента эластичности (ε), который показывает средние изменения результативного признака при изменении факторного на 1% и вычисляется по формуле:

$$\varepsilon = a_1 \frac{x}{y} \quad (2.2)$$

где a_1 – параметры уравнения регрессии, которая определяется с помощью формулы:

$$a_1 = \frac{\sum (y - \bar{y})(x - \bar{x})}{\sum (x - \bar{x})^2} \quad (2.3)$$

Вместе с тем, математические модели приходится наполнять научно обоснованным географическим содержанием, поскольку «в географии далеко не все можно выразить количественно» [79, с.9]. В частности, говоря о познавательной роли математического моделирования в экономике, Ш.М.Мусакожоев подчеркивает, что здесь возможен отрыв от реальной действительности, абсолютизация различных формальных методов. Математические модели сопровождаем и сочетаем с качественным экономическим анализом, тщательным выяснением природы экономических категорий, законов, связей и т.п. [55, с.73]. Сказанное непосредственно относится и к экономической географии, оперирующей и традиционными географическими методами, в числе которых, например, полевые исследования, описательный. Напомним аргументы американского ученого-географа П.Мюллера в отношении поддержки искусства описания в географическом исследовании. В частности, он пишет, что «...убедительному и ясному тексту нет замены среди методов коммуникации. Мировому сообществу географов жизненно необходимо поддерживать искусство изложения результатов на высоком уровне» [56, с.28].

Отмечая важную роль математики в географическом познании, ученые А.М.Трофимов и Н.М.Солодухо еще в 80-х годах XX века приходят к выводу, что «...географические объекты невозможно осмыслить и представить

только на количественном уровне, да вряд ли это можно будет сделать в будущем» [79, с.48]. По их мнению, «математические средства имеют пределы своей применимости, а потому математику нельзя считать универсальной познавательной отмычкой. Слабость математики заключена в ее силе, в том, что в математическом описании находит отражение лишь формально-количественный аспект действительности. Отсюда, с одной стороны, общенаучный характер математических средств, с другой – их ограниченность в способности отразить еще нечто, кроме количественных отношений и геометрических форм реального мира... Качественно-содержательный аспект действительности не удастся достаточно полно отразить формальными средствами математики. Математике подвластны характеристики количества определенных качественных срезов, а не описание качественных сторон количественных переходов; фиксируя отношения функционирования системы, математика не в состоянии полнокровно описать процесс ее развития [там же, с.48-50].

Таким образом, совокупность приемов и способов, принимаемая при изучении хозяйственных процессов в сфере туризма, составляет методическую основу исследования туристской деятельности. В последние годы географическая наука, в том числе экономико-географическая, использует широкий спектр методов и приемов, особо выделяя при этом специфические (традиционные) методы, как картографирование, районирование, полевые исследования. В то же время приобретает важность компьютерная обработка данных, аэрокосмическая съемка, другие методы современной технологии.

Глава III. ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КЫРГЫЗСТАНА И УРОВЕНЬ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

3.1. Природные ресурсы как отраслеобразующий фактор туризма

Современное размещение мирового туризма показывает, что в туристском использовании территории ведущим фактором выступают природные ресурсы и условия. Рекреационная деятельность человека может существовать без искусственных ресурсов, а без природных ресурсов она теряет свой смысл, поскольку многие физиологические процессы (функциональные системы) в его организме функционально связаны с окружающей природной средой.

В связи с этим природные ресурсы, как исходный материал функционирования и развития туристской отрасли, оказались решающими факторами при возникновении и развитии многих курортных центров и центров туризма Европы, Азии и Америки.

При этом географический анализ показывает, что первостепенное значение в плане формирования и развития туризма имеет характер поверхности территории, в особенности, горный. Значительная приподнятость территории над уровнем моря и сильная расчлененность рельефа предопределяют исключительное разнообразие свойств и предметов природной среды, соответственно, разнообразие туристских ресурсов, что обуславливает размещение различных сетей объектов туризма. По нашим подсчетам, более 60% площадей, пригодных для целей рекреации, и столько же объектов туризма находятся в горных районах. Горные рекреационные зоны конкурируют с приморскими, а по отдельным характерным свойствам даже их превосходят.

На современном этапе почти все горные территории земного шара освоены и используются в туристских целях: Альпы, Карпаты, Крым и Кавказ в Европе, Гималаи в Азии, Атласские горы в Африке и Австралийские Альпы. В этом направлении новыми перспективными сегментами мирового горного туризма становятся Алтайские горы в России, Памирские – в Таджикистане и, разумеется, Тяньшанские – в Кыргызстане.

Кыргызстан, как горная страна, располагает исключительно богатыми и уникальными природными благами, ничуть не уступающими вышеназванным туристским зонам мира. В условиях нашей республики природно-туристские ресурсы играют роль отраслеобразующего фактора, предопределяющего формирование конкурентоспособной ИТ на базе рационального использования всего комплекса природных ресурсов и условий.

Особенности природы Кыргызстана определяются его географическим положением в центре Евразийского континента, среди крупнейших пустынь, вдали от океанов, а также значительной приподнятостью его террито-

рии над уровнем моря – горным рельефом. Более 3/4 территории республики заняты мощными, сильно расчлененными хребтами Тяньшаня и отчасти Памира. Соответственно, орографический план региона сложный, характеризуется резкими контрастами, где общее понижение абсолютных высот изменяется от 7439 м (пик Победы) на востоке до 401 м (Кулундинская впадина) на западе. В связи с этим природные особенности, включая климат, ландшафты, водные ресурсы, растительный и животный мир, а также социально-экономические и экологические условия страны определяются высокогорностью.

Разумеется, выявление природных предпосылок развития туризма в республике требует их физико-географических характеристик и оценки составляющих их элементов.

Так, из ресурсов недр для туризма, особенно для санаторно-курортного обслуживания значимы **термоминеральные источники и лечебные грязи.**

Исключительно разнообразные гидрогеологические условия Кыргызстана способствовали формированию здесь практически всех типов термоминеральных вод и лечебных грязей, разных по физическому и химическому составу и содержанию бальнеологически активных микроэлементов. К настоящему времени выявлены более 100 источников термальных и минеральных вод, среди которых имеются углекислые (Карашоринское, Аксуйское, Каракичинское, Чатыркульское), сульфидные (Каратюбинское, Кызылжарское, Риштанское, Чангырташское), радоновые, сероводородные, йодо-бромные, соленые и рассолы. Часть этих месторождений освоена и на их базе функционируют известные в республике и за ее пределами курорты «Жалалабат», «Иссыката», «Жетигоуз», «Жергалан» и «Аксу». На 8 месторождениях (Аксу, Карашоро, Жалалабат, Чатыркель, Барбулак, Иссыката, Фурманов и Аламедин) организован розлив минеральных вод. Запасы изученных минеральных и термальных источников составляют 13541,8 м³/сут.

Примечательно, что большинство месторождений термоминеральных вод сосредоточено вокруг озера Иссыккуль. В данном районе в число изученных входят 15 групп минеральных источников, разных по физическому (холодные, субтермальные и термальные) и химическому составу (хлоридо-натриевые, сульфатно-натриевые, радоновые).

Открыто 13 месторождений лечебных грязей с общими запасами около 5225 тыс. м³. Из них только 5 месторождений имеют утвержденные запасы в сумме 573,1 тыс. м³, что составляет 11% от общих запасов лечебных грязей.

Важным фактором, влияющим на формирование туризма, является **климат**, поскольку ни один вид хозяйственной деятельности не подвержен его влиянию в такой степени, как туризм. В Кыргызстане значительная сложность рельефа – глубокая расчлененность, различная экспозиция горных склонов по отношению к солнцу и потокам воздуха, создает исключительное разнообразие климатических условий: можно наблюдать переход от

климата сухих субтропиков – в Ферганской долине, полупустынь и сухих степей – в Чуйской и Таласской долинах и к климату вечного холода высоко в горах. При подобных его контрастах в стране обычно преобладает устойчивая погода с большим количеством солнечных дней: среднегодовая продолжительность солнечного сияния колеблется в пределах 2500–2700 часов (то есть по количеству часов солнечного сияния равнины нашей республики стоят в одном ряду с Ташкентом и Байрам-Али).

Недаром называют нашу республику солнечной. В теплом периоде пасмурность неба невелика и составляет 15 часов, что увеличивает комфортность отдыха, создает возможность для гелиотерапии. Отсутствие изнуряющей жары, продолжительных ливней, высокой влажности, сильных морозов на большей части территории страны создает лучшие условия для длительного отдыха на открытом воздухе.

Несмотря на то, что «зоной климатического комфорта считается довольно узкий интервал температур порядка 20–25° С, который несколько различен в странах с разным влажностным и ветровым режимом» [15, с.99], в климатическом отношении вся территория Кыргызстана пригодна для туризма. В этом смысле если, по мнению отечественных климатологов, из общей площади республики по биоклиматическим факторам только 19% территории относится к зоне относительного комфорта для проживания людей, 35% – к зоне относительно компенсированного дискомфорта и 45% – к зоне некомпенсированного дискомфорта [42, с.40], то в туризме самыми благоприятными территориями для его организации являются первые и вторые зоны (55–60% территории страны). Более того, последняя – зона некомпенсированного дискомфорта – дает все условия для организации спортивного и приключенческого туров.

Зимой продолжительные устойчивые морозы редки, что позволяет развивать зимний отдых и спорт. Кроме того, в холодное время года на склонах гор теплее, чем в долинах. Наиболее благоприятные для зимних видов туризма условия имеются в среднегорном поясе гор. В этом плане наиболее освоенными являются северные склоны Кыргызского хребта, где для организации отдыха жителей города Бишкека и других городов республики действуют кресельные и бугельные подъемники, проведены лыжные трассы (зоны Чонташ, Ноорус, Тогузбулак, Шамси).

По оценкам медиков-курортологов, горный климат республики наиболее эффективен при курортном лечении. Так, для горных курортов характерен ряд специфических особенностей климата – это, прежде всего, гипоксия, обусловленная снижением парциального давления кислорода в воздухе, пониженное барометрическое давление, повышенная инсоляция и обильная ультрафиолетовая радиация, аномалии гравитационного и магнитных полей, снижение температуры и влажности воздуха, учащение и усиление ветров [35, с.8]. Все это в совокупности и в отдельности играет роль в оздоровле-

нии организма человека, то есть дает закаливающий и лечебный эффект. адаптирует к горным условиям, холоду, улучшает обмен веществ в организме.

В условиях горного Кыргызстана климат, как лечебный фактор, может быть использован не только в теплые времена года, но и в холодные (с организацией зимних видов туризма на открытой природе). С целью расширения климатолечебных факторов необходимо строительство климатолечебных сооружений и крытых водных бассейнов, что, по подсчету специалистов, даст возможность увеличить сроки применения климатолечения с 3 месяцев, как это имеет место в настоящее время, до 6-7 месяцев [48, с.10].

Существует необходимость изучения влияния климата, погоды, гелиогеофизических, геомагнитных, атмосферно-электрических и других факторов на самочувствие и здоровье человека с учетом его половозрастных особенностей и состояния здоровья. В этих целях с участием медиков и географов целесообразно подготовить нозогеографическую карту Кыргызской Республики рекомендательного характера. Такие карты должны быть доступными всем желающим (через справочники, путеводители, ИНТЕРНЕТ).

Кыргызстан является одним из крупнейших регионов мира, характеризующихся мощным **оледенением**. Ледники являются не только аккумуляторами влаги, но и неотъемлемыми компонентами кыргызских горных ландшафтов, манящими к себе непрерывные потоки горных туристов и альпинистов. В настоящее время ледники страны занимают площадь 8094,5 кв. км, что составляет 4,2% от всей территории республики. Это значительно больше ледников Кавказа и Альп вместе взятых. Скажем, ледник Энгильчек длиной более 60 км, расположенный в районе пика Победы, является одним из крупных горных ледников Земли.

Еще один важный фактор развития туризма – **реки и озера**, которыми богата наша республика. Они украшают ландшафт, создают благоприятный микроклимат, позволяют отдыхающим заниматься водным туризмом, купанием, рыбной ловлей.

На территории республики насчитывается свыше 40 тыс. рек и речушек, характеризующихся большими уклонами, водоносностью и не замерзающих зимой из-за бурного течения; имеется 1923 озера, расположенных, в основном, в горной области. Озерность территории составляет 3,4%. Подавляющее число озер (94,8%) имеет площадь зеркала менее 0,1 кв. км и лишь 16 – более 1 кв. км. Феноменом природы и жемчужиной туризма Кыргызстана считается высокогорное озеро Иссыккуль с комфортным микроклиматом в береговой зоне и песчаными пляжами, где продолжительность солнечного сияния значительно превышает аналогичные показатели на Черноморском побережье и в Крыму. Все это обусловило появление здесь основной части предприятий туризма и санаторно-курортного лечения рес-

публики. Из других озер, представляющих интерес для туризма, следует отметить озера Сарычелек, Сонкуль, Карасуу, Кулун, Мерцбахера, Чатыркуль.

Растительный мир Кыргызстана богат и разнообразен в промышленном, сельскохозяйственном, медицинском и, конечно, рекреационном отношении. Горный рельеф и разнообразие климата определяют богатство и своеобразие форм растительного мира. На территории республики произрастает 3786 видов высших цветковых растений. Основную биомассу образуют травы из 3175 видов, также встречаются кустарники – 260 видов, полукустарники – 115, деревья – 143, растительные подушки – 26 видов. Богатство флоры заключено не только в видовом разнообразии, она интересна еще и тем, что содержит более 1600 видов полезных растений (пищевых, витаминных, медоносных и пергааносных, лекарственных и т.д.). Наличие плодовых и лекарственных растений предопределяет развитие так называемого «собирабельного» туризма, куда относится, например, сбор ягод и грибов, пищевых и лекарственных трав, также лечебного туризма (для фито- и сокотерапии).

В растительном мире ценными в туризме являются леса. В соответствии с Лесным кодексом лесам республики в условиях горной территории определены защитные, водоохранные, климаторегулирующие и оздоровительные функции. Общая площадь государственного лесного фонда составляет 2601,0 тыс. га, в том числе покрытая лесом – 849,5 тыс. га, кустарником – 342,6 тыс. га. Лесистость территории республики составляет 4,25%. Однако на такой небольшой площади сосредоточено более 50% арчевых и 53,9% ореховых лесов, 56% яблоневых и около 34% фисташковых лесных площадей бывшего СССР.

Орехово-плодовые леса представляют собой уникальное природное образование общей площадью 630,9 тыс. га, считаются единственным и самым крупным в мире массивом реликтовых орехово-плодовых лесов. Заметим, что орехово-плодовые леса в будущем представляют немалую экономическую ценность в пищевой промышленности, строительстве, производстве мебели, сувенирных изделий, а также в туризме.

Хотя для большинства туристов наличие **животного мира** посещаемого региона большой значимости не имеет, но, тем не менее, для увеличения спектра предлагаемых им услуг существует необходимость «привлечения» в туристский бизнес и животного населения. С животным миром туристы могут знакомиться как в естественных, так и в искусственных условиях, для чего, учитывая опыт некоторых стран Африки и Азии, следует расширить сети заповедных и охотничьих зон и парков.

Животный мир республики богат и разнообразен по видовому составу. На сравнительно небольшой территории встречаются более 500 видов позвоночных, включая 83 вида млекопитающих, 368 видов птиц, 28 видов рептилий, 3 вида амфибий, 75 видов рыб, 3000 видов насекомых. Относительно

небольшая территория республики представлена значительным разнообразием биоценозов. На 1 тысячу кв. км приходится 0,4 вида млекопитающих, 1,8 вида птиц, 0,14 вида пресмыкающихся, 0,23 вида рыб, тогда как в соседних странах эти показатели заметно ниже [65, с.10].

В перспективе богатство животного мира предопределяет развитие познавательного туризма, а наличие ряда промысловых животных – охотничьего и рыболовного туризма, как национального, так и международного масштаба.

Для поддержания биоразнообразия в республике существует сеть **особо охраняемых территорий** общей площадью 792 тыс. га. Здесь представлены все типы охраняемых природных территорий. В их числе – 6 заповедников, 8 природных парков и 69 заказников (лесных, ботанических, зоологических (охотничьих) и комплексных) и памятников природы. Особо охраняемыми природными территориями охвачены практически все основные типы лесов, сосредоточивающих в себе значительную часть биоразнообразия. Среди них заповедниками и природными парками занято 576,6 тыс. га земли, в том числе площадь покрытая лесом – 52,8 тыс. га, занятая водоемами – 29,2 тыс. га.

География размещения особо охраняемых территорий (заповедников и природных парков) Кыргызстана и их основные характеристики представлены в табл. 3.1.

Таблица 3.1

Размещение заповедников и природных парков Кыргызстана за 2003 год*

Область	Число заповедников	Их площадь, тыс. га	Число природных парков	Их площадь, тыс. га
Жалалабатская	3	120,7	1	32,0
Иссыккульская	2	153,7	1	38,2
Нарынская	2	121,8	1	10,4
Ошская	-	-	2	19,7
Таласская	-	-	1	32,4
Чуйская	-	-	2	125,9
По республике	7	396,2	8	258,6

*Источник: Туризм в Кыргызстане. Стат. сборник. Бишкек, 2004. С. 47.

Заповедники имеют определенную направленность и предназначены для охраны отдельных компонентов природных комплексов, в частности, обитающих в пределах той или иной территории редких видов растений и животных (табл. 3.2). Так, Сарычелекский заповедник создан для сохранения биогеоценоза уникальных орехово-плодовых лесов и горных ландшафтов среднегорья и высокогорья Западного Тяньшаня, включен в междуна-

родную сеть биосферных резерватов. Иссыккульский заповедник, как место зимовки водоплавающих околоводных птиц, отнесен к водно-болотным угодьям, имеющим мировое значение. Отметим, что в 1998 году вся Иссыккульская область была объявлена биосферной территорией, а в 2001 году она была официально признана ЮНЕСКО и включена во Всемирную сеть биосферных резерватов. Бешаральский заповедник создан в Чаткальской долине для сохранения эндемика-сурка Мензбира, занесенного в Международную Красную книгу. В Нарынском заповеднике охраняются горные экосистемы, характерные для Внутреннего Тяньшаня, включая массивы еловых лесов. Каратал-Жапырыкский заповедник является местом гнездования горного гуся, занесенного в Международную Красную книгу. В функции Сарычат-Эрташского заповедника входит охрана экосистемы высокогорных плат и сыртов Внутреннего Тяньшаня, где наряду с такими крупными животными, как снежный барс, белокоготный медведь, горный баран, горный козел, обитает манул, занесенный также в Международную Красную книгу.

Таблица 3.2

**Основные характеристики
особо охраняемых территорий Кыргызстана (2004 год)***

Типы и названия охраняемых территорий	Площадь, тыс. га	Число охраняемых объектов		
		зверей	птиц	растений
<i>Заповедники</i>				
Бешаральский	82,1	224	150	900
Иссыккульский	19,6	24	244	295
Каратал-Жапырыкский	13,8	27	136	379
Нарынский	108,0	25	50	1870
Сарычелекский	23,9	35	155	1200
Сарычат-Эрташский	134,1	24	56	120
Падьшатинский	14,7	-	-	-
<i>Природные парки</i>				
«Алаарча»	2,3	14	125	907
«Бешташ»	32,4	25	43	113
«Карашоро»	8,5	132	25	19
«Каракол»	38,3	14	11	31
«Кыргызата»	11,2	12	19	92
«Саймалыташ»	32,0	-	-	-
«Салкынтор»	10,4	20	30	500
«Чонкемин»	123,6	46	96	631

*Источник: Туризм в Кыргызстане. Стат. сборник. Бишкек, 2004. С. 47.

В целом особо охраняемые природные зоны Кыргызстана занимают всего 4% его территории. Однако сравнительный анализ показывает, что это

немного даже по сравнению с густонаселенными и индустриальными государствами мира. Для примера приведем сведения по некоторым странам Европы и Америки: в Австрии – 15,0%, Великобритании – 6,1, Исландии – 8,0, Норвегии – 9,2, Венесуэле – 8,4, Коста-Рики – 11,1, Панаме – 8,6. Площадь особо охраняемых территорий в США составляет 309,0 тыс. кв. км, что составляет 3,3% территории страны [33, с.9-10].

Природно-географические особенности Кыргызстана, их экологическая значимость не только в региональном масштабе, но и в планетарном, предполагают дальнейшее совершенствование заповедного дела в республике, территориальное его расширение. В 2004 году постановлением Правительства Кыргызской Республики создан Кулунатинский государственный заповедник в Каракульджинском районе Ошской области площадью 24510 га. Новый заповедник состоит из двух обособленных заповедных участков: собственно «Кулуната» и «Тонзоо». Дикорастущая флора насчитывает около 600 видов полезных растений, среди них – не менее 200 эндемиков, более 200 видов лекарственных растений, причем 54 таких вида находятся под угрозой исчезновения и занесены в Красную книгу КР. Богат и уникален и животный мир охраняемой зоны.

Антропогенный прессинг на дикую природу затрудняет охрану и сохранение многих видов растений и животных. В Красную книгу республики внесены 71 вид растений, 32 вида птиц, 3 вида рептилий, 2 вида рыб, 19 видов насекомых, 13 видов млекопитающих. Численность популяций сокращается в результате сведения лесной и другой растительности, расширения площадей распаханых земель за счет естественных угодий, а также браконьерства.

Недостаточное финансирование государством природоохранных предприятий и ограниченность их персонала ограничивают и возможности в сохранении растений и животных на охраняемых территориях. Решение сложившейся проблемы видят в расширении предложения заповедниками и природными парками туристских услуг. Поступления денежных средств от туристской деятельности может поддержать в материальном и финансовом обеспечении деятельность заповедников и природных парков. Так, например, если в 2002 году общий доход от реализации работ и услуг составил 3659,6 тыс. сомов, то из них доход от посещения туристских групп составил 1593,5 тыс. сомов (43,5%).

На территории страны сосредоточено большое количество контрастных природных комплексов – типичных и уникальных ландшафтов, памятников природы и других достопримечательных объектов, представляющих ценность для экологического туризма. Уникальность многих туристских ресурсов обусловлена не только высокой степенью сохранности естественных благ, но и их значительным разнообразием в силу того, что здесь проходит множество естественных границ: геологических, климатических, ареалов

распространения видов животных и растений. Биогеоценоз составляют представители разных биогеографических зон, например, из животных – бурый медведь, сибирский козел, дикобраз, иволга, майна, кобра, серый варан, из растений – ель, грецкий орех, дикий гранат, инжир и т.п.

Привлекательность горной среды для туризма объясняется также наличием естественных препятствий, преодоление которых требует значительной физической и психологической нагрузки: труднопроходимые по условиям рельефа и растительности местности, отдаленность и незаселенность района, снежный покров, водные и другие преграды. С этим связано развитие за последние годы нового направления в туризме – приключенческого. Данный тип туризма обладает большими возможностями развития, поскольку спрос на его услуги со стороны жителей развитых стран постоянно растет.

Таким образом, из вышесказанного следует вывод о том, что Кыргызстан имеет исключительно богатые естественные ресурсы для развития туризма и отдыха. Почти вся его территория, кроме освоенных в хозяйственном отношении крупных долин, по причине малой заселенности и отсутствия вредных производств, остается экологически чистой зоной. Девственность и пестрота природной среды Кыргызстана создают основу формирования здесь мирового центра туризма, с акцентом на экологический.

Природно-туристские ресурсы по территории республики распространены неравномерно. Географический анализ показывает, что 40-45% территории Кыргызстана являются самыми благоприятными в отношении туризма территориями, 30-35% – благоприятными, а 15-20% – ограниченно благоприятными. Вместе с тем следует отметить, что, как показывает практика, вся территория республики пригодна для организации туристской деятельности.

Следовательно, к неотложным задачам сегодняшнего дня относится научно обоснованное использование имеющихся ресурсов с целью полноценного удовлетворения потребностей собственных и зарубежных туристов.

Оценка туристского потенциала природных ресурсов республики в целом, ее регионов, в частности, помогает решить в более общей форме проблему размещения предприятий туризма и создания его инфраструктуры, позволяет варьировать рекреационную нагрузку в районах уже «обжитых» туристами. Для этой цели в 1995 году нами было проведено соответствующее исследование во время научной экспедиции, посвященной 1000-летию эпоса «Манас» [59, с.131-136].

По нашим расчетам, в перспективе в процессе полноценного становления ИТ в Кыргызстане суммарный потенциал его природно-туристских ресурсов должен составить не менее 4 млн. туристов в год. Такое количество туристов-потребителей оптимально в эколого-географическом отношении, так как при развертывании современной сети инфраструктуры, рациональ-

ном освоении природных ресурсов, строгом соблюдении предельно допустимой единовременной плотности туристов и проведении воспроизводственных мер экологический облик природной среды региона существенно не изменится.

В деле оценки туристских ресурсов Кыргызстана следует заметить, что они, с одной стороны, обладают высокими качественными и количественными природно-экологическими параметрами, уникальными и экзотичными свойствами, с другой – уступают зарубежным аналогам по уровню организации туризма, доступности и безопасности. То есть горный рельеф одними своими свойствами благоприятствует развитию туризма, привлекая при этом огромные массы туристов, с другой стороны, осложняет туризм, так как очевидны технические трудности при строительстве, сооружении объектов и связанные с этим дополнительные расходы. Технические условия и стоимость проектирования зданий и сооружений, виды применяемых конструкций, эксплуатация сильно зависят от рельефа, велики искушения завысить стоимость объектов. Проблема также связана с проектированием ограждающих объекты конструкций.

Практические и картографические исследования показали, что пригодные для рекреации территории Кыргызстана таят в себе и достаточный потенциал опасных природных явлений. Локальные природные бедствия (оползни, обвалы) вообще приостанавливают на неопределенное время любую хозяйственную деятельность в том или ином регионе, включая и туризм.

В стратегии туристского природопользования нам необходимо определить этапы эксплуатации и меры по восстановлению туристских ресурсов с учетом социально-экономических (потребительских) и эколого-географических факторов региона, как реальных, так и потенциальных. В этом направлении можно выделить три этапа:

а) ресурсы, разрабатываемые и используемые в данный момент и имеющие определенные туристские объекты (курорты, пансионаты, турбазы и т.п.); такие ресурсы требуют рационализации использования и усиленных мер по их охране и восстановлению;

б) ресурсы, эксплуатация которых возможна в ближайшие годы в связи с географической близостью с крупным населенным пунктом и транспортными магистралями;

в) ресурсы, используемые в перспективе; к таким следует отнести такие, эксплуатация которых в настоящее время или в ближайшем будущем нецелесообразна по экономическим или экологическим соображениям.

Инженерно-геологические условия, крутизна склонов, высокая сейсмичность, климатические особенности нередко требуют значительных затрат, как материальных, так и финансовых вложений не только на строительство объектов, но и на последующее их поддержание. Формирование

цен и тарифов на услуги туризма отражает затем в конкретных цифрах все эти трудности и сложности.

Строительству любых объектов туризма, вне зависимости от их объемов и масштабов, должны предшествовать комплексные исследования (географического положения, геологических условий, экологической значимости местности). *При этом приоритет должен отдаваться экологическому принципу, а не экономическому (близости потребителя, наличие ресурсов, рабочей силы). Преимущественно научная база, а не предпринимательская, служит основой развития и длительного функционирования ИТ в республике.* Только на основе всесторонних экономико- и эколого-географических научных разработок решим проблемы развития и территориальной организации туризма и рационального использования природно-туристских ресурсов. При проектировании объектов туризма целесообразно учитывать локальные особенности окружающей среды, ее возможные изменения под воздействием туристских и инженерно-технических деятельностей.

3.2. Культурные ресурсы туризма и особенности их использования

В деле развития туризма, в частности, международного, при предложении туристских услуг очевидна роль культурных (культурно-исторических) ресурсов: все регионы, страны уникальны своеобразием культурного развития.

Культура – понятие собирательное и исключительно емкое. В самом широком смысле слова «культура» характеризует исторически определенный уровень развития общества, творческих сил и способностей человека, выраженный в типах и формах организации жизни и деятельности людей, а также в создаваемых ими материальных и духовных ценностях [36, с.4]. Более узкое значение этого понятия – совокупность материальных и духовных богатств, созданных человеком. В этом отношении под культурные ресурсы могут попадать любые предметы и явления, создаваемые человеком (то есть его прямым и косвенным вмешательством) вне зависимости их функционального назначения и времени происхождения. Иными словами, для туризма могут быть интересными искусственные объекты (здания и сооружения, дороги) и духовные ценности (традиции, обычаи, обряды), представляющие информационные и художественные ресурсы. Значит, объектов культуры множество: исторические памятники, промышленные и сельскохозяйственные предприятия, производственные предприятия других назначений, организации социальной инфраструктуры, учреждения органов государственного и общественного управления, преобразованные человеком ландшафты (агроугодия, парки) и т.п.

С точки зрения развития туризма наибольший интерес представляют учреждения культуры и искусства.

В настоящее время самостоятельных учреждений, предприятий и организаций культуры в стране более 2 тыс. По данным статистики, на начало 2004 года в республике функционировала 1041 библиотека, книжный фонд которых составляет 19,8 млн. экземпляров, есть 15 профессиональных театров, 44 музея с 180,7 тыс. экспонатами, 1 цирк, 258 киноустановок, 7 концертных организаций (из них 3 филармонии), 651 учреждение клубного типа, 11 парков культуры и отдыха [80, с.45].

Сеть культурно-просветительных учреждений включает 651 клубное учреждение, в том числе в сельской местности таковых – 596. Число посадочных мест в зрительных и лекционных залах составляет 138,3 тыс. Наибольшее число клубных учреждений находится в Чуйской (173 на 33,5 тыс. посадочных мест) и Иссыккульской (114 на 17,2 тыс. посадочных мест) областях. Из 1041 библиотеки приходится на Чуйскую область – 223 и Жалалабатскую – 190. Наибольшим книжным фондом располагают библиотеки города Бишкек (7,1 млн.), доля которого составляет более 35% в республиканском библиотечном фонде. В настоящее время наряду с традиционным обслуживанием библиотеки внедряют в практику обслуживание через систему ИНТЕРНЕТ.

Снижение количества пользователей услуг концертных учреждений объяснимо тем, что с развитием телевидения и доступностью аудио- и видеотехники люди стали смотреть концерты, спектакли, кино в домашних условиях. Но такая тенденция не отразилась, например, на деятельности библиотек. Наоборот, стало больше пользователей ими. Растет читательский контингент в связи с увеличением числа высших учебных заведений в стране; большинство населения не может приобрести необходимые книги и выписать газеты и журналы в силу высокой их стоимости.

Профессиональные театры имеют государственную форму собственности. В 2003 году театральными коллективами 208 тыс. зрителям показано 1269 спектаклей и представлений, из которых 182 – гастрольные и выездные.

Однако в условиях переходного периода состояние и уровень обеспеченности услугами учреждений культуры нельзя признать удовлетворенным. У библиотек и других учреждений отсутствуют финансовые возможности целенаправленного пополнения фондов. Во многих селах либо отсутствуют учреждения культуры (библиотеки, кинотеатры, клубы), либо не функционируют (или вообще перепрофилированы). Почти не ведется строительство новых объектов культуры, хотя построенные в советское время объекты морально и физически изношены.

В республике 44 музея с филиалами, в которых насчитывается свыше 180 тыс. экспонатов, среди которых наибольшее число сосредоточено в му-

зях Бишкека (90,5 тыс.) и Оша (33,1 тыс.). Потенциал музейного фонда в республике и в ее регионах используется слабо, число экспонатов, требующих реставрации, составляет 8,7 тыс. В музеях, открытых для посещения, доля выставленных на показ экспонатов составляет 27,4%, хотя в отдельных областях этот показатель значительно выше, чем по республике в целом: в Таласской области он составил 84,4%, Баткенской – 71,9%, Иссыккульской – 54,7%. А в музеях города Бишкек удельный вес выставленных экспонатов составил всего лишь 9,5%, города Ош и Ошской области – 10,4% от наличных фондов. По республике не экспонировалось 131,1 тыс. экспонатов и они зачастую хранятся не в лучших условиях, что приводит к утрате произведений искусства, рукописей, редких книг и других реликвий культуры.

Кыргызстан, как известно, по количеству и значению культурных памятников уступает многим странам мира, где богатое культурно-историческое наследие стало ведущим фактором формирования и процветания ИТ. Скажем, Узбекистан известен не только отдельными историко-культурными памятниками, но и целыми историческими городами мирового значения: Самарканд, Бухара, Хива.

Тем не менее, сложность исторического развития Кыргызстана дает представление о большом потенциале культурно-исторических ценностей республики. По историческим источникам, территория современного Кыргызстана лежала на пути вторжения многих завоевателей и мощных миграций, влиявших на состав населения, формирование языков, культуры. Это были индоевропейские племена во II тысячелетии до нашей эры, армия Александра Македонского в IV веке до нашей эры, хунны на рубеже нашей эры, кочевые и полукочевые племена Тюркского каганата в VI-VII веках, арабы в раннем средневековье, татаро-монгольское нашествие в XIII веке и др [41, с.80].

Подобные события, расцвет, спады в историческом развитии обусловили появление на современной территории Кыргызстана более 5 тыс. исторических и культурных памятников различных периодов. Среди них взяты на учет и охраняются государством 1331 памятник археологии, 402 памятника архитектуры, 648 памятников истории, 437 памятников монументального искусства. Из них 32 памятника имеют международное значение: мавзолей Шахфазиль, гумбаз Манаса, Узгенский архитектурный комплекс, башня Бурана, караван-сарай Ташрабат, наскальные рисунки Саймалыташа, Красно-речинское городище и др.

Многие культурно-исторические памятники Кыргызстана, хотя своими масштабами и значимостью на международной арене не выделяются, овеяны народными поверьями, легендами, часто имеющими под собой историческую основу, что представляет интерес для познавательного и научного туризма.

Охарактеризуем некоторых из них.

История села Сафедбулан восходит к началу внедрения ислама в Средней Азии – к VII-VIII векам. Мавзолей Шахфазиль построен в XI-XII веках на месте, где, по преданию, в начале 700-х годов похоронено 2772 головы арабских воинов – установителей ислама в Ферганской долине. В последующие века здесь, на территории мазарного городища, появились другие памятники, часть которых дошла до наших дней: мавзолей Сафедбулан, Ходжа Аламдара и мечеть.

Уникальны наскальные рисунки Саймалыташа (в переводе – узорчатый камень), где сохранились 107525 древних изображений, разнообразных по тематике и стилю, являющихся своего рода «картинной галереей» под открытым небом на территории нашей страны. Известен в Узгенском районе сходный по характеру, столь же значимый объект – петроглифы Сууклубе.

Солнечные и лунные календари, звездные карты Чилисая, «археообсерватория» Сахабы (в Ноокатском районе Ошской области), созданные древними учеными-звездочетами, влекут широкий круг туристов – любителей исторических загадок.

К выдающимся произведениям архитектуры прошлых веков относятся башня Бурана – минарет XI века недалеко от города Токмака, Узгенские мавзолеи (XI-XII века) – усыпальницы правителей средневекового государства Караханидов, гумбез Манаса (XIV век) в 15 км от города Таласа, караван-сарай Ташрабат – уникальное сооружение из камня (XV век), построенное на отрезке Великого Шелкового пути.

Учитывая историческую и культурную значимость для мирового сообщества 6 памятников Кыргызстана в 2000 году были занесены в предварительный список Всемирного природного и культурного наследия ЮНЕСКО: Саймалыташ (высокогорное местонахождение петроглифов), Чолпоната и другие памятники Иссыккуля (комплекс петроглифов, курганов, городищ), Шахфазиль (средневековый архитектурный комплекс), Бурана (средневековое городище и архитектурный комплекс), Узген (средневековое городище и архитектурный комплекс XI-XII веков) и Сулаймантоо (священная гора с комплексом разновременных памятников). Из них гора Сулаймантоо вскоре может войти в Список Всемирного природного и культурного наследия ЮНЕСКО. Для этого уже завершены исследовательские работы, есть документация. В 2001 году на встрече экспертов Азиатско-Тихоокеанского региона ЮНЕСКО по священным горам в Японии прошла первая международная презентация Сулаймантоо в качестве природного и культурного ландшафта. Для заполнения номинационной формы данного объекта грант выделил Фонд всемирного наследия нордических (Скандинавских) стран. На данном этапе подготовлены планы археологических и архитектурных монументов, карты и схемы охранной и буферной зон, составляются планы по управлению и контролю объекта, геофизическая и экологическая характеристика горы, ее научная библиография, ведутся работы по дополнению

фольклорного и топонимического материала, описанию ритуалов поклонения священной горе, установлению древних участков троп паломников.

Историко-географическое положение Кыргызстана в системе Великого Шелкового пути создает благоприятные условия для развития туризма, в особенности, в плане организации международных познавательных туров. Через территорию республики пролегали важнейшие направления Шелкового пути, путешествие по которому в настоящее время приобретает наибольшую популярность среди туристов стран Запада. И сегодня можно встретить руины поселений и караван-сараев, которые располагались вдоль дороги и принимали путешественников-купцов. Были в расцвете и в то время такие современные города республики, как Ош, Узген, Токмак.

В связи с этим нахождение на территории республики ветвей Великого Шелкового пути «в определенной степени может восполнить наш недостаток – отсутствие и разбросанность уникальных архитектурных комплексов, крупных национальных музеев, заменив их интересными памятниками, археологическими кладами, петроглифами на исторических путях, свидетельствующих о взаимном обогащении культур знаниями, философскими и духовными ценностями разных народов» [61, с. 59].

На территории республики, кроме культурных объектов, созданных человеком в прошлом или настоящем времени, также существуют отдельные объекты природного происхождения, но преобразованные в ресурсы духовного назначения, то есть «...природные объекты и явления, отражающие исторически сложившиеся религиозные и духовные проявления жизни общин, почитаемые как самой общиной, так и ценителями «со стороны» [62, с.3]. К ним следует отнести, в основном, священные объекты природы – места поклонения и паломничества: отдельные горы, камни, родники, пещеры и т.д. В этом отношении, например, гора Сулаймантоо в городе Ош, как центр паломничества мусульман, в плане туризма, скорее всего, культурный (духовно-религиозный) ресурс, нежели природный.

Объекты культурно-исторического наследия, старинной архитектуры, современные здания, сооружения и предметы с национальным колоритом, культура и образ жизни кыргызов и других народов Кыргызстана образуют своеобразный рынок культурно-познавательного туризма. При реконструкции всех имеющихся на территории республики объектов культуры, создании сети инфраструктуры международного класса емкость культурно-туристского потенциала Кыргызстана можно увеличить в несколько раз, довести до 1 млн. человек.

С обретением республикой суверенитета процесс культурного возрождения начал свой новый этап в истории народа.

За последние годы Кыргызстаном подписаны соглашения о культурном сотрудничестве с более 50 государствами мира. Принятая в 1996 году государственная программа «Маданият», проекты, финансируемые иностран-

ными инвесторами, предусматривают проведение мероприятий по охране и восстановлению культурно-исторических памятников республики, реформированию предприятий культуры и искусства, повышению культурного уровня и образованности населения. Создаются объективные условия для привлечения в сферу культуры средств из международных фондов, неправительственных организаций и частных лиц, грантов, спонсорской помощи.

Увеличение числа туристов в городах, в особенности, в исторических местностях страны, требует строительства в них средств размещения, восстановления и реставрации памятников старины. В настоящее время на многих памятниках истории и культуры проводятся восстановительные работы. В частности, проведена консервация и реставрация мавзолея Шахфазиля. Средства на консервацию декора и реставрацию кровли были предоставлены правительством США из посольского фонда по сохранению культурного наследия (25 тыс. долларов). В Оше продолжают работы по реставрации, консервации и музеефикации исторических памятников. Завершен проект музеефикации руин бани раннего средневековья, которая теперь предстала для всеобщего обозрения в качестве музея под открытым небом. Площадь раскопок обнесена чугунной оградой, вокруг проложена пешеходная дорожка из речного камня, оборудованы две обзорные площадки. Работа была выполнена в рамках совместного кыргызско-германского проекта "Охрана культурного наследия и активизация рынка занятости". Это уже второй кыргызско-германский проект в сфере охраны памятников старины. Ранее была реставрирована и благоустроена территория Узгенского историко-архитектурного комплекса.

Культура и искусство народа – неисчерпаемый источник туристского познания и предложения. *Количественную ограниченность значимых памятников материальной культуры, можно восполнить за счет ценностей духовной культуры кыргызов и других этносов, населяющих Кыргызстан. Духовно-туристские ресурсы – неисчерпаемое национальное богатство, которое накоплено на протяжении многих веков и представлено в традициях, обычаях, образе жизни и быте населения и других сторонах его жизнедеятельности.* Культура народа во всей своей структуре отражается в его традициях и обычаях, будничных, праздничных и ритуальных днях, декоративно-прикладном, ораторском, изобразительном искусстве, национальной музыке, национальных играх, а также в народной фантазии, мифологии, сказаниях, поверьях.

На протяжении многовековой истории кыргызский народ создал самобытную культуру, насыщенную элементами театральности. Выступления манасчи (сказителей эпоса «Манас»), «айтыш» (состязания акынов-импровизаторов, экспромтом сочиняющих стихи в сопровождении комуза), «сармерден» (поочередное пение), «кюи» (инструментальная пьеса) и другие народные произведения в сопровождении национальных музыкальных

инструментов (комуз, кыл кыяк, чоор, сурнай, темир ооз комуз) являются богатейшей областью национальной культуры, выразителем мировоззрения, быта, истории народа.

Яркие зрелища для туристов представляют национальные игры, воспитывающие силу и храбрость, стойкость и ловкость: «улак тартыш» (козлодрание), «ат чабыш» (состязание наездников), «жорго салыш» (скачка на иноходцах), «оодарыш» (борьба на конях), «кыз куумай» (догони девушку), «тыйын энмей» (доставание на скаку с земли монеты), «жамбы атмай» (стрельба по мишени на скаку).

По сравнению с другими народами мира у кыргызов особое место занимает ораторское искусство. Устное творчество народа настолько колоритно и богато, насколько разнообразна их окружающая природа.

Уникальнейшем памятником духовной культуры кыргызского народа является героический эпос «Манас», не имеющий себе равных среди эпосов мира по объему (содержит более 200 тыс. строк), отмеченный высокой художественной выразительностью. В нем сконцентрировались богатство и образность родного языка, поэтического творчества и фольклора, изустная история многочисленных племен и родов на протяжении не менее тысячелетия, а потому непреходящее его значение для жизни кыргызов. «Манас» превратился в своеобразную эпопею-эциклопедию жизни народа, отразив многовековую политическую историю, хозяйственный уклад, традиции, обряды и обычаи, этнические представления, культурные и торговые связи, мировоззрение, менталитет народа за многие века становления кыргызов и объединения их в племенной союз, затем в народность и нацию [20, с.3-4]. Эпос «Манас» по праву входит в библиотеку избранных произведений всемирной литературы.

Становление и развитие народной музыки, фольклора, устного творчества представлены именами классиков – Токтогула, Барпы, Тоголок Молдо, Саякбая Каралаева, Сагынбая Орозбакова, Ныязаалы, Атая Огонбаева. Туристам, интересующимся современной кыргызской культурой и искусством во всех их жанрах должны представляться имена Ч.Айтматова, А.Токомбаева (литература), Р.Абдыкадырова (народная музыка), С.Чокморова, Б.Бейшеналиева, Д.Асановой (художественное кино), М.Рыскулова (драматическое искусство), Г.Айтиева, С.Чуйкова, Л.Ильиной (изобразительное искусство), Б.Бейшеналиевой (кыргызский балет), Б.Минжилкиева (оперное искусство) и др.

Декоративно-прикладное искусство кыргызов отличается богатством содержания и смысла, сочетанием с элементами природы. Безусловно, туристы приобретают продукцию народных художественных промыслов в качестве сувениров. Сувениры зачастую являются единственным товаром, который вывозит иностранный турист вместе с полученными впечатлениями от страны пребывания.

Что представляют собой сувенир и сувенирное производство?

Сувенир — оригинальный товар, изготовленный в традиционном для региона, народа стиле, ассоциирующийся с определенным местом, традицией, памятным событием. Для туриста это предмет, связанный с пребыванием в том или ином месте (стране, регионе). Следовательно, сувенирами могут служить не только специально произведенные предметы, но и также другие изделия, товары, вещи различного характера (одежда, книги, фотоаппараты и т.д.), напоминающие о стране (регионе) пребывания.

Производственной базой изготовления сувениров является художественная промышленность и народные художественные промыслы, входящие в сферу художественной культуры. Различные сувениры и художественные изделия, воплотившие в себя народные традиции, национальные и региональные обычаи, становятся товарами повышенного спроса у населения в целом, у иностранных туристов, в частности. Абрамцево-кудринская резьба по дереву, гжельская керамика, украшения, изготовленные из уральского камня, художественные изделия из литовского янтаря, продукция чукотского косторезного промысла, поливная керамика Узбекистана, филигрань Армении, якутские меха — это своеобразные объекты познания культурных ценностей народов, имеющие спрос и за рубежом. У иностранных посетителей велик спрос и на мелкие сувенирные товары (нагрудные значки, барельефы и др.), посвященные различным событиям и достопримечательностям.

Характерной особенностью художественного промысла и сувенирного производства является то, что в них тесно переплетаются элементы производства и искусства.

С экономико-географической точки зрения к их отличительным чертам можно отнести следующее.

1. Продукция сувенирного производства, в отличие от других товаров народного потребления, представлена предметами, удовлетворяющими как материальную, так и духовную потребность человека, то есть в них находят органическое единство материальные и духовные потребности.

2. В художественном промысле обычно преобладает ручной труд, в том числе и надомный. Надомничество позволяет снизить затраты на изготовление продукции.

3. В сувенирном деле есть возможность привлечения рабочей силы круглый год, что позволяет привлекать высвобожденные в несезонное для туризма время работников к данному производству.

4. Для отрасли характерен большой ассортимент сырьевых ресурсов природного (из дерева, металла, камня, кости, рога, кожи, меха) и производственного (из стекла, тканей, пластических масс) характера и существует возможность вторичного использования различных отходов производства и быта.

5. Цена сувениров может в несколько раз превышать их себестоимость, поскольку она определяется не столько затратами на изготовление, сколько их значимостью для покупателя, художественной выразительностью.

6. Сувениры успешно продаются через мелкорозничную торговую сеть (в ларьках, киосках в гостиницах, на вокзалах, на борту самолетов, вблизи достопримечательных объектов), гибкую в размещении, с максимальным приближением к покупателям, в местах отдыха и скопления туристов можно применить передвижную торговлю.

Возрождение и развитие народных художественных промыслов – путь к расширению масштабов и туристского предложения и экономики домашних хозяйств.

Кыргызстан располагает возможностями предоставления на внешний рынок народных изделий, сочетающих традиции и обычаи населения. Наличие и разнообразие ресурсов обуславливают размещение сувенирного производства по всей республике и производство изделий из дерева (арчи, ореха, особенно из капа и капокорня ореха), камня (из поделочных, полудрагоценных и драгоценных камней), продуктов охотничьего промысла и сельскохозяйственных животных (из рога, шкуры), керамики и др. Кыргызские умельцы достигли большого мастерства в изготовлении сувенирных изделий, свою древнейшую технику сохранили до нашего времени. Разнообразны и необычайно богаты по колориту и орнаментации народная вышивка, узорное ткачество, ковроделие. Разнообразные утилитарно-декоративные предметы в натуральной величине и малых сериях представляют собой прекрасный национальный сувенир. Оригинальны по приемам изготовления и по декоративному изготовлению головной убор (калпак), распашные юбки (бельдемчи), различные сумки (аяк кап, баштык), тканые покрывала (терме), настенные панно из чия, войлоки (ширдак, ала кийиз), предметы убранства юрты. Такие изделия становятся широко известными внешнему миру, вызывают массу отзывов и оценок. В 1997 году в Музее человечества (Англия) проведена выставка «Кыргызский войлок». В экологическом центре «Земля» в Йоркшире осуществлен образовательный проект по изучению и показу кыргызской юрты. Для этих целей сделан большой закуп экспонатов, необходимых атрибутов и украшений во всех регионах Кыргызстана, профинансированный английскими организациями («Бритиш Петролеум», к примеру). Сегодня в лучших музеях и культурных центрах Англии можно найти кыргызскую юрту.

В республике данная отрасль хозяйства представлена объединением народно-художественных промыслов «Кыял», которое и в настоящее время является центром художественной обработки дерева, кожи, кости, металла, керамики, национальной вышивки, узорного ткачества. Предприятие во всех регионах имеет филиалы, на самом предприятии действует семь цехов, вы-

пускающих товары более 100 наименований. Имеет экономические связи с 34 зарубежными странами.

Вместе с тем, переживают трудные времена и народные художественные промыслы. По ряду причин лучшие мастера были вынуждены оставить творчество. Сфере требуется государственная поддержка, возведение ее в ранг приоритетного направления в экономическом и культурном развитии страны. Роль государства в лице местных органов управления заключается в создании экономических механизмов по активации творчества работников, рекламе их достижений, стимулировании творческой работы. Для поднятия имиджа отрасли, увеличения сбыта ее продукции необходимо регулярно проводить исследовательские экспедиции, конкурсы, слеты мастеров, праздники ремесел.

В материальной и духовной культуре любого народа национальная кухня занимает особое место. Всегда было и остается отличительной чертой кыргызов радушное гостеприимство. Кулинария и гастрономия – это не только отрасль местной экономики, но и местная экзотика, образ жизни местного населения. Местные ашханы и чайханы – еще и центры общения и получения информации. А еда возведена в культ. Ассортимент блюд и способы их приготовления и приема самобытны и оригинальны. Среди национальных блюд по значимости бешбармак (на севере) и плов (на юге) занимают особое место. По вкусовым качествам, калорийности, неповторимым ароматам они являются самым почетным блюдом. При этом кумыс – обязательный атрибут стола и беседы за столом.

Национальная самобытная культура и искусство народа, как уникальная часть мировой этнографии, вызывает всевозрастающий интерес со стороны туристов зарубежных стран.

3.3. Социально-экономические факторы организации туризма

Роль социально-экономических факторов в развитии туристской отрасли определяется тем, что они выступают как важное средство, способствующее ее росту посредством развития производительных сил в целом, общей и туристской инфраструктуры, в частности.

Развитие и размещение производительных сил в новых условиях хозяйствования, связанное с переходом на рыночные отношения, становится базой для развития туристской отрасли. Последующее формирование ИТ положительно влияет на углубление туристской специализации, расширение внутренних связей в территориально-туристских системах.

Связь между туристскими предприятиями и учреждениями сферы обслуживания заметна в совместной эксплуатации средств транспорта и ком-

муникаций, использовании местных культурно-бытовых услуг и т.д. Потребление услуг предприятий инфраструктуры – лишь предпосылка в удовлетворении специфических потребностей туриста в познании, развлечении, оздоровлении, лечении, паломничестве, деловых встречах и т.д., явившихся основной целью туристского путешествия.

Одним из главных экономических факторов развития туризма является его **финансовое обеспечение**. Прежняя односторонняя ориентировка на государственное ассигнование, как на единственный источник финансирования туристских предприятий, сегодня не реальна. Придание хозяйственной самостоятельности субъектам отрасли путем разгосударствления и приватизации позволило увеличить непроизводственные накопления, создать собственную финансовую базу. Прибыль предприятия от реализации туристских услуг идет на строительство и благоустройство объектов, приобретение оборудования и инвентаря. Ее часть, отчисляемая в бюджет государства в виде налогов и других сборов, предназначается для благоустройства общей инфраструктуры (средств транспорта и коммуникаций, памятников природного и культурного наследия).

Поскольку на туристском рынке спрос и предложение территориально разобщены, в их соединении главная роль принадлежит **транспорту**. Уровень развития туристского хозяйства непосредственно связан со степенью развития транспортной сети.

Французский ученый-экономист Э.Маленво, рассматривая возможные интеграции понятия «благо», отмечает, что «два равных количества одного того же продукта не являются, вообще говоря, эквивалентными, если они не находятся в одном пункте... Перевозка продукта из одного пункта в другой тоже является производством, затратами которого является данный продукт в пункте отправления, а выпуском – этот же продукт в пункте назначения» [49, с.17]. В туризме, например, два объекта, равных по значимости, не могут быть эквивалентными, если они не расположены на одном расстоянии следования. Поэтому доставка туристов к местам их интереса является важным моментом производства и реализации туристского продукта, формирования его стоимости.

Значит, транспорт – обязательный компонент туризма. Бесперебойная его работа, строгое соблюдение расписания движения, придорожный сервис – залог развития и процветания туристской отрасли.

Бурное развитие туризма стало возможным благодаря научно-техническому прогрессу, способствующему развитию и расширению транспортной инфраструктуры. Увеличение скорости транспортных средств приводит к экономии времени на проезд, что дает реальное увеличение среднего размера отпуска на 2-4 дня.

По имеющимся данным, в 2003 году перевозки туристов по видам сообщений составили 2245,4 тыс. человек, из них только автомобильным

транспортом – 1859,1 тыс., то есть более 82% всех туристов. В воздушном транспорте наибольшее количество туристов приходится на внутренние перевозки – 105,1 тыс. человек, или около 50% всех авиаперевозок. Железнодорожным транспортом пользовались в основном туристы, выезжающие из страны международным маршрутом, их удельный вес в общем железнодорожном потоке составляет 64%. В 2003 году по сравнению с 2002 годом число перевезенных туристов в республике увеличилось на 17,7%.

Потенциал любого туристского региона невозможно определить без транспортных сетей, успешное развитие туризма зависит от уровня коммуникаций. К транспорту по обслуживанию туристов предъявляются высокие требования: он должен обеспечить высокую скорость движения при бесперебойной работе, быть безопасным для жизни туристов и экологически безопасным для окружающей среды. Эти показатели нередко становятся решающим фактором при выборе видов транспорта. Особые требования к комфортности транспортного средства. Иными словами, туроператоры и маркетологи должны учесть, что «при планировании своего путешествия турист учитывает такие факторы, как скорость доставки до цели поездки, комфорт путешествия, стоимость, возможность перевозки багажа и его вес, возможность остановки в пути следования, условия питания, уровень шума, вибрации, условия для сна и отдыха, наличие неблагоприятных экологических факторов и, конечно – безопасность» [30, с.141]. Особое внимание тарифной политике – важному регулятору туристского движения в том или ином регионе, туристском сегменте рынка.

Особенности горного рельефа определили ведущую роль *автомобильной сети и автомобильного транспорта* в Кыргызстане, который осуществляет основную часть перевозок пассажиров (более 97%) и грузов (95%) внутри республики. Привлекательными чертами автотранспорта считаются умеренная стоимость проезда, маневренность.

В условиях горного Кыргызстана основная масса объектов и зон, интересных в туризме, расположены в местах, доступных только автотранспорту (лишь около 10% туристских объектов расположены в полосе железных дорог и пунктов авиалиний). Увеличение туристского потока, особенно международного, предъявляет требование к росту числа транспортных средств, увеличению их пассажироместимости, увеличению пропускной способности дорожной сети путем строительства новых путей и реконструкции существующих, к благоустройству придорожного туристского сервиса. Необходима реконструкция основных магистралей, связывающих регионы республики, населенные пункты (особенно города), и дорог, ведущих в туристские зоны.

В 2000 году дорога Чолпоната-Алматы длиной в 101 км (70 из которых проходят по территории Кыргызстана), начатая в 1996 году после острых споров (некоторые эту идею считали утопией, другие – опасной для эколог-

гин региона). была сдана в эксплуатацию. Если до строительства дороги туристы из Казахстана и других стран СНГ приезжали в Иссыккульский район по объездным маршрутам Алматы-Кеген-Тюп-Чолпоната и Алматы-Бишкек-Балыкчы-Чолпоната, преодолевая дороги протяженностью 470-500 км. то она сократила это расстояние в пять раз, послужила толчком увеличения численности туристов в курортном районе. Работа велась на высоте 3900 м над уровнем моря в сложнейших горно-климатических условиях, притом она осуществлялась без привлечения бюджетных средств, методом ашара – народной традиции взаимопомощи.

Дорога Алматы-Чолпоната в ближайшем будущем (с развитием придорожного сервиса) должна стать главной туристской «артерией» и воротами в Иссыккульский курортный район. Сама дорога – уже интереснейший туристский маршрут по разным высотным поясам горной природы, где ландшафтные и климатические условия изменяются с высотой.

Заканчивается реконструкция автомагистрали Бишкек-Ош, проходящей через территории Чуйской, Жалалабатской и Ошской областей республики (будет обслуживать более 2-х млн. людей). После двухэтапной реабилитации (с участием японских, турецких, иранских, пакистанских и других компаний) на большинстве участков она отвечает международным стандартам, удобна, комфортна, надежна. Хотя смета проекта не предусматривала развитие придорожной инфраструктуры, но путем привлечения средств компаний, частных лиц решается и эта проблема. Предусматривается безопасность движения, максимально снижен дестабилизационный эффект лавин: строятся галереи, есть снегозаградительные щиты.

С 2004 года начинается реализация третьего, решающего проекта реабилитации, охватывающего трассу протяженностью 227 км. В этот проект Азиатский банк развития (АБР) вкладывает 40 млн. долларов, а софинансирование нашего правительства составит около 10 млн. долларов. Примечательно то, что впервые в рамках реализации крупномасштабного международного проекта по реабилитации автотрасс в Кыргызстане по инициативе АБР включены примыкающие дороги (дорога Ташкумыр-Кербен-Алабука с выходом на Чаткал, Базаркоргон-Арстанбап с заездом в село Кызылункур). Такие дороги, выходящие на главную автотрассу, связывая наиболее отдаленные районы, дают импульс развитию туризма в «глубинке».

Важный момент в проекте – открывшийся доступ к известным туристским зонам Арстанбап и Сарычелек. Динамичное развитие туристского бизнеса в этих местах позволит в самой ближайшей перспективе создать дополнительные рабочие места, возродить былой туристский потенциал.

Началось строительство дороги Ош-Сарыташ-Эркечтам длиной 258 км, для нее китайской компанией «Чайна роуд бридж корпорейшн» выделено 60 млн. долларов. Стратегическая важность этого проекта заключается в том, что это дорога сократит расстояние между рынками Азии и Европы. А в ту-

ристском плане совершенствуется путь в альпинистскую зону международного значения – к пику Ленина. Направление трасс Бишкек-Ош и Ош-Сарыташ-Эркечтам совпадает с основными ветвями маршрутов Великого Шелкового пути.

Тем не менее, транспортно-дорожные проблемы стоят перед всеми регионами страны. Дороги многих популярных туристских зон не благоустроены, недостаточен уровень придорожного сервиса, в частности, недостаточны станции технического обслуживания, кемпинги, пункты общественного питания, гостиницы (если есть, то их сервис рассчитан на местное население).

Необходимо обновление средств транспорта, улучшение его комфортности. За рубежом, например, автобусы для переезда на дальние расстояния комфортабельны и включают кондиционер, туалет, снабжены более высокими сиденьями, имеют улучшенное освещение и большие окна для обзора, предусмотрены видеозкраны для телепрограмм и фильмов.

Настало время создания служб проката автомобилей, ориентированных на деловых туристов.

Кыргызский туризм требует выпуска транспортных средств, приспособленных к работе в горных условиях – в условиях высокогорья, резкого изменения погодных условий, порой – отсутствия дорог и т.п. Грузопассажирские автобусы, вследствие своей универсальности, позволяют оказывать широкий спектр услуг: доставку туристских вещей и инвентаря, перевозку багажа в аэропорты, на железнодорожные станции и др. А, скажем, микроавтобусы «Мерседес-Бенц» не приспособлены к горным условиям, бездорожью. Выгодно было бы на базе Токмакского авторемонтного завода необходимо наладить выпуск грузопассажирских автобусов и туристских автоприцепов.

В целом развитие автотранспортной системы в стране требует:

- а) улучшения путей сообщения с обустройством автодорог, качества дорожного полотна, создания разветвленной сети придорожного сервиса;
- б) технического совершенствования транспортных средств с повышением требований безопасности;
- в) более гибкой политики тарифов.

Авиация является наиболее молодым видом транспорта, но ее специфические преимущества выдвинули ее на лидирующее положение в международной перевозке пассажиров. Авиакомпании «Кыргызстан аба жолдору» (НАК «КАЖ»), «Алтын Эйр», «Феникс Авиэйшн», «Итек Эйр», «Кыргыз Эйрвейс» осуществляют как внутренние, так и международные рейсы (в более чем 20 зарубежных стран). Однако их самолетный парк устарел, уровень организации полетов и обслуживания пассажиров не выдерживает конкуренции с зарубежными компаниями. В итоге основная масса междуна-

родных перевозок, выполняемых зарубежными авиакомпаниями, приходится на аэропорты Алматы и Ташкента.

Тем не менее, для технического перевооружения и повышения качества обслуживания пассажиров всю организацию управления авиакомпании пересматривает с учетом мировой практики. Скажем, в НАК «КАЖ» постепенно обновляется сеть маршрутов, подбираются квалифицированные специалисты. Используется учебно-тренировочный центр компании, учебные заведения, включая зарубежные. Бортпроводники проходят стажировку в Турции, Франции и др. Компания приняла в эксплуатацию высокотехнологичный самолет А-320. В июле месяца 2004 года состоялась презентация реконструированного фасада аэровокзала «Манас» и его автоэстакады, которая кардинально изменила облик всего здания аэропорта, для чего было вложено 370 тыс. долларов собственных средств компании. Его площадь составляет 19 тыс. кв. м, он рассчитан на прием 1700 пассажиров в час, пропускная способность 600 тыс. пассажиров в год. Предпринимаются меры по увеличению этого показателя до миллиона.

Несмотря на то, что Кыргызстан – горная страна и располагает незначительной сетью *железных дорог* (всего их 423,9 км), в перспективе данный вид транспорта может стать основным средством следования туристов в страну и транзитом через ее территорию.

Строительство железной дороги по маршруту Балыкчы-Жалалабат-Торугарт-Кашкар с выходом на Китай, где общая протяженность магистрали по территории нашей республики составит 256 км, является приоритетным проектом. Республика из тупиковой превратится в транзитную, то есть данный отрезок пути позволит нам войти в единую мировую транспортную сеть. В геополитическом аспекте новый евроазиатский железнодорожный мост позволяет реализовать экономические интересы нескольких десятков стран.

Налаживание китайско-кыргызско-узбекской железнодорожной системы станет южным коридором трансасиатской железнодорожной магистрали, укрепит экономические и культурные связи стран Центральной и Восточной Азии.

Функционирование в будущем двух ветвей железнодорожной сети позволит увеличить туристский потенциал Кыргызстана на 20-35%

Кыргызская железнодорожная сеть интегрируется в мировой транспортный рынок, переходит на международные стандарты. Для создания национальной информационной системы оперативного пономерного учета операций работает программно-технический комплекс, который соответствует современному уровню железнодорожного транспорта. В существующую систему «Экспресс» внедрен комплекс средств, позволяющих улучшить обслуживание пассажиров и усовершенствовать финансовую отчетность в пассажирских перевозках. Начата подготовка к переводу пассажир-

ских перевозок на новую систему «Экспресс-3». В итоге может быть обеспечено полное и качественное удовлетворение спроса на туристские перевозки во все периоды года.

Индустриализация туристской деятельности в Кыргызстане требует и современной отрасли связи и информационной технологии, поскольку туризм связан с передвижением людей, посещением новых земель (регионов, стран) и получением новой информации.

Вхождение республики в мировое информационное пространство осуществляется путем развития коммуникационных технологий. С 1996 года начата реализация проекта телекоммуникаций, финансируемого международными организациями (Всемирным банком и Европейским банком развития и реконструкции). В селе Караджигач Аламединского района пущена в эксплуатацию наземная спутниковая станция стандарта «А», что позволило организовать прямую связь со странами дальнего зарубежья. До этого на связь с «большим миром» Кыргызстан выходил через Москву и Турцию. Налаживаются прямые кабельные каналы связи (по волоконно-оптической линии связи) с отдельными зарубежными странами по трансазиатско-европейской магистрали связи. В стране функционируют 188 операторов связи, из которых самым крупным является ОАО «Кыргызтелеком». Доля этого сектора в ВВП республики занимает 3%. Приход на телекоммуникационный рынок Кыргызстана «КАТЕЛ» и «ВИТЕЛ» стал значимым событием в развитии подвижной мобильной связи, способствовал расширению телекоммуникационных технологий. Деятельность этих предприятий охватывает территорию, где проживает около 90% населения страны. Правительство ставит задачу к 2010 году увеличить на 2 млн. число пользователей абонентов сотовой связи и на 2 млн. число интернет-пользователей.

Однако отрасль связи в республике во многом базируется на физически изношенном и морально устаревшем оборудовании, подавляющая часть которого была разработана в 70-х годах. Налаживание линий связи и организацию работы связи осложняют горный рельеф, суровый климат высокогорья.

Продвижение и реализация туристского продукта требуют современных средств информационной сети, международных систем бронирования, всемирной системы ИНТЕРНЕТ, электронных баз данных и т.д. За рубежом такие системы являются нормой туристской технологии. Программы реализуют возможности ввода и хранения информации о турах, гостиницах, клиентах, о расписании транспортных средств и т.п. Сеть ИНТЕРНЕТ позволяет использовать базу данных международного туризма (размещение рекламы, поиск партнеров, получение страноведческой информации и др.).

Составная часть туристского бизнеса – организация общественного питания. Ведь питание – это не только естественная (физиологическая) потребность туриста, но и элемент его отдыха и познания местной культуры

(здесь оно выступает как духовная потребность). Для многих туристов национальная кухня является весьма занимательным элементом программы тура.

В нашей республике, обладающей большим агробиологическим потенциалом, богатыми традициями сельскохозяйственного уклада жизни, вполне возможно обеспечение приезжающих гостей продуктами с разнообразными питательными веществами и энергией. Например, туристам, ориентированным на горную экзотику, предложим национальные деликатесные продукты: кумыс, горный мед и ячье мясо. По пищевой ценности и потребительским свойствам названные здесь полезны, а по экологической чистоте — превосходны. Скажем, кумыс содержит ряд полезных компонентов для здорового организма, дает расслабляющий эффект. А как лечебное средство применяется при ряде заболеваний, особенно при туберкулезе легких, а также при недостаточности секреции и пониженной кислотности желудка, возмещает недостаток витаминов. Мед в связи с присутствием в нем эфирных масел и смолистых веществ оказывает на организм легкое возбуждающее действие, вызывает бодрость, полезен для людей, утомленных как физически, так и психически. Поскольку и конечная цель деятельности туризма заключена в снятии физической усталости людей, в поднятии бодрости, активности кумыс и мед предпочтительны в пищевом рационе туристов. Исследования качественных характеристик мяса яка, проведенные в соответствии с требованиями СанПиН 2.3.2.5660-94, принятыми в кыргызской системе сертификации, позволили утверждать, что оно безопасно для здоровья человека и является экологически чистым продуктом питания [5, с.15]. При усиленных нагрузках во время похода в горах требуется значительное поступление белковых веществ животного происхождения, метаболизм которых отличается продолжительностью задержки в процессе усвоения и мясо яка должно включаться в ежедневное меню. Так как жители индустриально развитых стран предпочитают нежирное мясо, ячье мясо как раз отвечает этим требованиям: в нем содержится оптимальное количество белков (18-22%) при умеренно малом содержании жира (9-12%), холестерин находится в умеренно низком количестве при благоприятном соотношении с фосфолипидами, играющими положительную роль в обмене веществ в организме человека [там же, с.15-16].

При организации питания туристов должны строго соблюдаться санитарно-гигиенические требования. Сообразно с этим, при демонстрации национальной кухни с приготовлением и предложением национальных блюд должны учитываться и гигиенические аспекты, к примеру, в таких случаях, как приготовление пищи на открытом воздухе, полное сопровождение приготовления пищи голыми руками без кухонных приспособлений и др.

А также обеспечение туристов пищей, поставки продуктов питания должны проводиться с учетом особенностей туристов (детей и пожилых

людей, представителей определенных религий, лиц, соблюдающих диету, вегетарианцев и др.).

Образование и подготовка туристских кадров – важнейший социально-экономический фактор развития туризма в Кыргызстане.

Образование в сфере туризма является новым в стране. В настоящее время почти во всех высших учебных заведениях республики осуществляется подготовка кадров для этой сферы. Существует специализированное высшее учебное заведение – Кыргызская академия туризма.

По данным статистики, в 2003-2004 учебном году численность обучающихся студентов по специальности «социально-культурный сервис и туризм» составила 826 человек. В 2003 году по профилю туризма выпущено 107 специалистов. На наш взгляд, здесь не учтены те специалисты, которые окончили вуз по специальности «менеджмент организации» (по туристской специализации). Более 80% выпускников приходится на столичные вузы.

Внимание уделяется и подготовке кадров средней квалификации: официантов, горничных, поваров, работников службы приема, проводников, спасателей и др. За 2003 год в системе профессионально-технических училищ по делу туризма обучались 542 человека, из них основная масса (более 50%) приходится на официантов, барменов и поваров, остальные по специальностям гостиничного и ресторанного дела, туристских проводников и др.

В 2001 году Швейцарская ассоциация международного сотрудничества «Хельветас» в рамках Проекта поддержки малого бизнеса проводила исследование по оценке роли кадров в туризме с акцентом на систему профтехобразования, охватившее Бишкек и Иссыккульскую область. По данным исследований, из 113 профессионально-технических училищ (ПТУ) и лицеев Кыргызстана, почти половина предлагает обучение по туризму, включая все 9 училищ Иссыккульской области и 9 из 17 бишкекских училищ. В системе ПТО открыто 9 бизнес-инкубаторов. Кроме того, в селе Бостери (Иссыккульская область) при санатории «Кыргызское взморье» функционирует негосударственный учебный центр, готовящий кадры для туризма.

Для развития туристского хозяйства в республике и непрерывного обеспечения его квалифицированными специалистами необходима система подготовки и переподготовки кадров, ориентированная на конкретные категории работников. Актуальна проблема подготовки и переподготовки кадров при взаимодействии с международными организациями (ВТО, ПРООН, ЮНЕСКО и др.) и министерствами туризма и образования стран, с которыми подписаны межправительственные соглашения о сотрудничестве в области туризма, образования, культуры.

Глава IV. СОВРЕМЕННЫЙ УРОВЕНЬ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ

4.1. Состояние материально-технической базы туристской отрасли

На территории Кыргызстана первичные объекты туризма, в частности курортного обслуживания, появились на грани XIX и XX веков; на базе известных в Центральной Азии целебных источников уже функционировали лечебные центры Жалалабат, Джетюгуз, Аксу.

С образованием Киргизской АО, затем АССР и ССР, начинается интенсивное освоение ее территории со строительством новых здравниц, в особенности, на территории Иссыккульского района: «Койсары» (1929), «Тамга» (1932), «Чолпоната», «Иссыккуль», «Светлый мыс» (1954). В связи с возросшими потребностями в полноценном отдыхе с 1959 года в этом курортном районе развернулось массовое строительство оздоровительных учреждений, правда, стихийно, преимущественно по усмотрению руководителей ведомств и учреждений. Преобладали типы сезонного действия: 42% оздоровительных учреждений района размещались в коттеджах и домах каркасно-щитовой конструкции, 28% – в палатках и только 30% здравниц были выстроены по типовому проекту [48, с.20-21].

Развернутая сеть материально-технической базы туризма в Кыргызстане создается к концу 60-х годов, когда в целях улучшения организации отдыха и санаторно-курортного обслуживания населения был принят ряд правительственных постановлений. Так, Постановлением ЦК Компартии Киргизии и Совета Министров Киргизской ССР от 28 августа 1969 года «О реализации Постановления ЦК КПСС, Совета Министров СССР и ВЦСПС от 30 мая 1969 года, №411 «О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсий в стране» предусматривалось создавать пригородные зоны отдыха, туристско-оздоровительные лагеря, дома отдыха, дома рыбака и охотника, детские туристские станции с использованием для этого в установленном порядке средств хозяйственных, профсоюзных и других организаций, развивать пункты проката туристского снаряжения и базы коллективного пользования ими на предприятиях, в учреждениях, учебных заведениях и пригородных зонах отдыха. Важное значение для дальнейшего развития материальной базы туристского хозяйства Кыргызстана имели подобные постановления, принятые в 1976, 1980, 1981 годах, установившие порядок отвода земельных участков для строительства новых оздоровительных учреждений и баз отдыха, в частности, в Иссыккульском курортном районе.

За эти годы была создана сеть рекреационных учреждений, состоящая из более чем 100 объектов, построена основная часть зданий и сооружений современных курортов и объектов туризма республики. В их числе такие

известные здравницы, как «Казахстан» (1962), «Джержалан» (1964), «Голубой Иссykkуль» (1965) и др. Быстрыми темпами развивались летние городки отдыха, турбазы, детские (пионерские) лагеря.

К 1970 году в республике уже действовали более 250 объектов туризма. Их основная масса размещалась в Иссykkульской курортной зоне – 189 здравниц, в том числе 14 санаториев, 1 дом отдыха, 51 пансионат, 84 летних городка отдыха, 7 турбаз и 32 пионерских лагеря с единовременной вместимостью около 34 тыс. мест. В связи с особенностями в социально-экономическом развитии данного района в то время наблюдалось неравномерное распределение туристских объектов: на северном побережье озера было расположено 75% здравниц, на восточном – 12% и южном – 13% [там же, с.20].

Результаты исследований показывают, что замедление темпов роста сети туристских объектов и даже сокращение их количества началось в 1989 году, из-за недостаточного финансирования социальной инфраструктуры, ставшего особенно заметным во второй половине 80-х годов в условиях реформирования советской экономики.

Нынешнее состояние сети туристских объектов Кыргызстана является результатом снижения их количества, продолжавшегося до 2001 года. В табл. 4.1 приведены данные, характеризующие развитие национального туристского хозяйства республики со времен получения ею национального суверенитета.

Таблица 4.1

Сведения о действующих специализированных средствах размещения в Кыргызстане в 1991-2003 годах*

Годы	Число объектов	Изменение к предыдущему году (%)	Число мест в них (круглогодичных)	Изменение к предыдущему году (%)
1991	132	-	29500	-
1992	129	-2,3	8468	-71,3
1993	123	-4,6	5720	-32,4
1994	80	-34,9	4952	-13,4
1995	80	-	2743	-44,6
1996	88	10,0	7075	158
1997	88	-	19000	168,5
1998	75	-14,8	15353	-19,2
1999	76	1,3	17320	12,8
2000	77	1,3	18679	7,8
2001	177	129,9	34723	85,9
2002	173	-2,3	33979	-2,1
2003	164	-5,2	34578	1,8

* Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Анализ данных табл. 4.1 показывает, что сокращение числа объектов туризма и количества мест (коек) в них наблюдалось с начала 90-х годов, в частности, наибольшее сокращение количества мест – в 1992 году (на 71,3% по сравнению с предыдущим годом), а количества самих объектов – в 1994 году (на 34,9%). Это связано с начавшимся в Кыргызстане общим социально-экономическим кризисом, отразившимся в работе не только объектов сферы услуг, но и во всех отраслях материального производства. В связи с приостановкой государственного финансирования части объектов туризма и их неспособностью самостоятельно функционировать в новых экономических условиях, многие объекты либо закрылись (или перепрофилировались), либо введены в консервацию, а частью – закрыты.

К началу 90-х годов в ведении различных министерств и ведомств находились туристские гостиницы и базы, базы отдыха, 28 из 29 пансионатов, 8 из 11 домов отдыха и основная масса детских лагерей. Однако многие ведомства, предприятия и общественные организации, на балансе которых находились данные объекты, из-за отсутствия собственных средств на их содержание, уже не могли их содержать в должном порядке.

Тем не менее, как видно из табл. 4.1, данные за 1996-1997 годов вселяют определенный оптимизм – работа на туристских предприятиях после длительного спада оживляется. В частности, в 1996 году, несмотря на небольшое увеличение числа объектов, количество мест в них возросло, по сравнению с предыдущим годом на 61,2%. Это говорит о том, что кризис в рекреационной сфере миновал, ее объекты приспособляются к новым условиям хозяйствования, укрепляется их материальная база, увеличиваются затраты на капитальные вложения, приобретение оборудования и инвентаря для объектов туризма. Например, в 1996 году для этих целей использовано 12325,6 тыс. сомов, что почти в 2 раза больше, чем в предыдущем году (6803,2 тыс. сомов).

А резкий рост количества туристских объектов, начиная с 2001 года, является статистической иллюзией: просто наряду с санаторно-курортными организациями, находящимися во введении профсоюзной сети, в статистический учет, начиная с этого года, включены учреждения отдыха министерств, ведомств, предприятий и организаций.

Сеть туристских объектов включает предприятия, существенно отличающиеся по профилю деятельности, для характеристики которых целесообразно применение натуральных показателей. Натуральные показатели используются в основном при оценке количественного и качественного состояния материально-технической базы туризма.

Однако численность предприятий по производству туристских услуг не является универсальным измерителем уровня развития материально-технической базы, так как указанные предприятия существенно отличаются друг от друга по многим признакам, в частности, по специализации, уровню

технического оснащения, пропускной способности, площади, занимаемой основными фондами. Различна и их ведомственная подчиненность, формы собственности.

Тем не менее, важным показателем, отражающим уровень развития туристской отрасли, является количество ее объектов. По состоянию на 1 января 2004 года в Кыргызской Республике были зарегистрированы в едином государственном регистре статистических единиц (ЕГРСЕ) более 22 тыс. хозяйствующих субъектов, как юридических лиц, их филиалов и представительств, так и физических лиц, деятельность которых связана со сферой туризма. Среди них действовало 299 гостиниц, 1887 предприятий отдыха и туризма (включающие турбазы, молодежные туристские лагеря, кемпинги, туристские агентства, пансионаты и дома отдыха без лечения) и 91 санаторно-курортное учреждение (лечебно-профилактические учреждения, пансионаты с лечением, курортные поликлиники, специализированные санаторные детские лагеря) [80, с.11]. Однако, по нашим подсчетам, среди них удельный вес хозяйствующих субъектов, осуществляющих экономическую деятельность непосредственно в сфере туризма (то есть по приему и обслуживанию туристов), занимает всего 5,5% от общего числа.

В составе первичных предприятий туризма существенна роль специализированных средств размещения, поскольку они составляют основу производственных мощностей материально-технической базы ИТ. В табл. 4.2. приведен структурный состав специализированных средств размещения в Кыргызстане с объемом коечных фондов.

Таблица 4.2

Структура специализированных средств размещения Кыргызстана за 2003 год*

№	Тип предприятия	Общее число	Число коек (мест)
1	Санатории и пансионаты с лечением	22	6998
2	Детские санатории	8	2322
3	Санатории-профилактории	17	986
4	Дома отдыха	10	3444
5	Пансионаты отдыха	58	11730
6	Детские оздоровительные комплексы	39	7797
7	Базы и другие учреждения отдыха	11	2334
8	Туристские гостиницы и базы	7	1289
	Всего	164	34578

*Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Сравнительный анализ показывает абсолютный рост численности объектов туризма. Здесь по сравнению с 1996 годом неизменными в количестве остались санатории и пансионаты с лечением, дома отдыха (разумеется, существенные изменения произошли в их коечном фонде). За этот период

выросли в количестве: санатории-профилактории – с 10 до 17, пансионаты отдыха – с 29 до 58, базы и другие учреждения отдыха – с 2 до 11. Сократились в количестве только туристские гостиницы и базы – с 13 до 7 объектов. Соответственно, увеличилось число мест (коек) в них, как круглогодичных, так и в месяц максимального развертывания (более 35%). Напомним, что в 1986-1996 годы материально-техническая база туристского комплекса республики была сокращена по количеству объектов на 35,3%, их коечный фонд – на 78,8%.

Согласно данным статистики, в Кыргызстане насчитывается 83 гостиницы различного класса и разрядности, из них в городах находится 71 гостиница, в селах – 12. Их единовременная вместимость составляет 3498 койко-мест при 1974 номеров.

Емкость коечного фонда специализированных средств размещения, по нашим оценкам, составляет около 5 млн. мест. Однако, за исключением объектов Иссыккульской области, даже в сезоне туристского посещения их загруженность остается низкой, особенно гостиничных номеров – 30-40%, а в сельских местностях она составляет всего 10%. Крайне изношенные основные фонды гостиниц, необученный персонал определяют низкое качество услуг на этих предприятиях.

Несмотря на все эти трудности и сложности, туризм в Кыргызстане, еще не имея собственную правовую-экономическую основу, показал восприимчивость к рыночной экономике. Рыночные механизмы в туризм внедряются гораздо быстрее, чем в другие отрасли. В туристском секторе страны появились новые типы предприятий – туроператоры и турагентства. Субъекты туристского рынка, представленные различными по организационно-экономическим формам предприятиями, каждый самостоятельно методом проб и ошибок ищут свою нишу на различных сегментах туристского рынка и, следовательно, как представлено в табл. 4.3., они имеют тенденцию колеблющего развития, определяемого рыночными и вне рыночными факторами.

Таблица 4.3

Данные о количестве туроператоров и турагентств Кыргызстана за 1997-1999 годы

Туристские предприятия	1997	1998	1999	2000
Турагентства	195	134	140	82
Туроператоры	11	23	32	43
Турагент-туроператоры	4	21	24	-
Из них:				
совместные предприятия	20	7	19	-
иностраннне предприятия	6	3	6	-
Всего	210	178	196	125

Напомним, что в 1994 году в республике функционировало 250 туристских фирм, получивших лицензию на занятие туризмом, в частности, международным. Сокращение их числа обусловлено ужесточением правил игры на рынке отечественного туризма со стороны как самих субъектов рынка, так и государственных органов. Сказались и недостаточность набора услуг, слабость материально-технической базы сервиса, ставшие фактором убыточности турфирм. Они работают не на прием, а только на отправку челночных туристов, в результате чего основной деятельностью действующих туристских организаций остается челночный туризм (шоп-туризм).

Материально-техническая база туристского хозяйства республики характеризуется также непропорциональным размещением объектов, в результате чего неравномерно осваивается имеющийся рекреационный потенциал, остаются в стороне социальные потребности и экономические интересы населения отдельных регионов республики. Их территориальное размещение выглядит таким образом (табл. 4.4).

Таблица 4.4

Территориальная структура туризма Кыргызстана за 2004 год*

Территориальная единица (область, город)	Гостиницы	Предприятия Отдыха и туризма	Санаторно-курортные учреждения	Всего
Баткенская	<u>16</u> 5,4	<u>9</u> 0,5	<u>2</u> 2,2	<u>27</u> 1,2
Жалалабатская	<u>25</u> 8,4	<u>70</u> 3,7	<u>9</u> 9,9	<u>104</u> 4,6
Иссыккульская	<u>43</u> 14,4	<u>251</u> 13,3	<u>33</u> 36,3	<u>327</u> 14,4
Нарынская	<u>22</u> 7,3	<u>94</u> 4,9	<u>3</u> 3,3	<u>119</u> 5,2
Ошская	<u>13</u> 4,3	<u>26</u> 1,4	<u>3</u> 3,3	<u>42</u> 1,8
Таласская	<u>2</u> 0,7	<u>11</u> 0,6	<u>4</u> 4,4	<u>17</u> 0,7
Чуйская	<u>29</u> 9,7	<u>141</u> 7,5	<u>15</u> 16,5	<u>185</u> 8,1
Бишкек	<u>134</u> 44,8	<u>1179</u> 62,5	<u>16</u> 17,5	<u>1329</u> 58,4
Ош	<u>15</u> 5,0	<u>106</u> 5,6	<u>6</u> 6,6	<u>127</u> 5,6
По республике	<u>299</u> 13,1	<u>1887</u> 82,9	<u>91</u> 4,0	<u>2277</u> 100,0

*Рассчитано по данным Нацстаткома КР. В числителе – общее число объектов, знаменателе – их удельный вес, в %.

Изменение экономического курса, отношений собственности создало условия для возникновения и развития туристских предприятий с разной формой собственности, новым типом обслуживания. Материальная база предприятий туризма, в частности, гостиниц приобретает качественно новый характер, ориентированный на различные сегменты рынка. Некоторые из них уже отличаются более высоким уровнем благоустройства, обеспечены зарубежным оборудованием.

Примечательно, что гостиничный сектор стал основной сферой привлечения иностранных инвестиций. В частности, на рынке гостиничных услуг страны успешно работают такие гостиничные предприятия, как, например, отель «Хаятт», «Пинара-Бишкек», «Достук», «Иссык-Куль». В 2004 году в городе Балыкчы с привлечением частных инвестиций был сдан четырехзвездочный туристско-гостиничный комплекс «Алия», рассчитанный на прием гостей круглый год. Однако все крупные гостиничные предприятия расположены в столице – в Бишкеке, где сосредоточено около 30% гостиниц республики с более 40% гостиничными местами (табл. 4.5).

Таблица 4.5

**Размещение гостиниц Кыргызстана
в территориальном разрезе за 2003 год***

Территориальная единица (область, город)	Общее число	Удельный вес, в %	Число мест	Удельный вес, в %
Баткенская	7	8,9	312	9,2
Жалалабатская	11	13,9	358	10,5
Иссыккульская	11	13,9	215	6,3
Нарынская	8	10,1	180	5,3
Ошская (вместе с городом Ош)	8	10,1	549	16,1
Таласская	1	1,3	30	0,9
Чуйская	10	12,7	304	8,9
Бишкек	23	29,1	1461	42,8
По республике	79	100,0	3409	100,0

* Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Вопросы, касающиеся формы собственности объектов туризма, – в числе ключевых в деле развития ИТ и совершенствования управления его объектами.

В настоящее время доля приватизированных учреждений наиболее высока среди объектов гостиничного сектора и туристских учреждений нового типа. Следовательно, доля государственного сектора в гостиничном хозяйстве имеет тенденцию к снижению, в частности, за два года она снизилась на 45,6%. Данные табл. 4.6 – яркое подтверждение этому.

Изменение форм собственности специализированных средств размещения Кыргызстана

Формы собственности	Всего	Санаторно-курортные организации	Организации отдыха	Туристские базы, гостиницы
Государственная	74	18	54	2
	35	12	21	2
Частная	99	27	67	5
	46	16	24	6
Иностранная	7	-	7	-
	5	-	5	-
Итого	173	45	121	7
	77	26	43	8

* Рассчитано по данным Нацстаткома КР. В числителе – данные за 2002 год, знаменателе – за 2000 год.

Улучшение и расширение материальной базы ИТ и ее инфраструктуры более успешно осуществляются в негосударственном секторе, в особенности, на иностранных, совместных, а также частных предприятиях. Изменение отношений собственности создало условия для возникновения и развития предприятий с новыми организационно-экономическими формами, часто с участием иностранного капитала. В них улучшены качества обслуживания, разнообразен пакет предлагаемых услуг.

Суть экономической реформы в сфере туристского хозяйства республики заключается в расширении хозяйственной самостоятельности, как государственных предприятий, так и негосударственных, с целью максимального привлечения отечественного и иностранного капитала для расширения их материальной базы, повышения эффективности работы. Создание благоприятных правовых и экономических условий для привлечения иностранных и внутренних инвестиций в туризм, помощь стран-доноров и международных организаций в виде грантов или кредитов, ассигнования из государственного бюджета, в частности, для проектно-изыскательных работ, могли бы ускорить создание крупных объектов, освоение территорий.

Инвестиции в основной капитал отечественного туризма имеют тенденцию к росту, направляются на создание и воспроизводство основных фондов (новое строительство, расширение, реконструкция и техническое перевооружение объектов, приобретение оборудования, инструментов и инвентаря). В 2002 году для ввода в действие гостиницы «Хаятт» использованы капитальные вложения в размере 15,9 млн. сомов, а для реконструкции гостиницы «Бишкек» – 2,8 млн. сомов. Ниже приведены данные о поступлении инвестиций в основной капитал, вводе в действие основных фондов в сфере туризма и о прямых иностранных инвестициях (табл. 4.7).

**Привлечение инвестиций в сферу туризма
по формам собственности в 2002 году (млн. сомов)***

	Введено основных фондов	Использовано капитальных вложений	Объем подрядных работ	Оборудование, инструменты, инвентарь
Всего	1797,4	1357,1	1196,7	53,6
в том числе по формам собственности:				
государственная	624,6	1059,9	991,4	5,5
частная	1172,8	297,2	205,3	48,1

* Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Как видно, наибольшую инвестиционную привлекательность имеет частная собственность. В 2002 году в отечественный туризм поступили прямые иностранные инвестиции в сумме 12782,7 тыс. долларов, что в 10 раз больше, чем в 1999 году (1204,7 тыс. долларов). В табл. 4.8 приводим данные по странам СНГ и вне СНГ, являющимся основными донорами в сфере предоставления инвестиций в туризм республики, годовая сумма которых превышает 50,0 тыс. долларов США.

Таблица 4.8

**География поступления прямых иностранных инвестиций
в сферу туризма Кыргызстана (тыс. долларов США)***

Страны	1999	2000	2001	2002
<i>Страны ближнего зарубежья</i>	45,0	69,1	985,4	1924,8
Казахстан	31,6	16,9	102,1	1283,2
Россия	13,4	4,1	133,8	273,6
Таджикистан	-	48,1	425,7	231,1
Узбекистан	-	-	319,9	136,9
<i>Страны дальнего зарубежья</i>	1159,7	14268,9	8389,9	10857,9
Австрия	-	-	-	100,1
Великобритания	9,7	1154,6	235,6	242,6
Израиль	0,3	0,5	4,8	98,3
Индия	300,8	28,2	-	1,3
Ирландия	25,5	259,8	-	-
Италия	353,8	299,4	-	5,4
Канада	274,6	643,6	111,5	-
Китай	-	92,3	15,2	330,3
Корея	-	-	-	85,2
Малайзия	-	-	89,8	-
США	84,3	9730,8	7655,0	9683,4
Турция	17,1	2019,1	194,3	238,1

* Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Значит, динамика поступлений иностранных инвестиций положительная, их резкий рост начинается с 2001 года. Как явствуют данные табл. 4.8., основными инвесторами в сферу туризма Кыргызстана среди стран СНГ считаются Казахстан (за последние 4 года инвестировано более 1,5 млн. долларов США), Таджикистан (более 700 тыс.), Узбекистан и Россия (около 500 тыс. каждая), а из стран дальнего зарубежья – США (27,1 млн. долларов), Турция (2,5 млн.), Великобритания (1,6 млн.), Канада (1,0 млн.), Италия (658,6 тыс.).

Гостиничное хозяйство – наиболее капиталоемкий сектор ИТ, которому приходится более 50% всех инвестиций, поступающих в туризм. В то же время из-за большого инвестиционного риска без средств остаются турбазы, приюты, базы отдыха.

Тем не менее, инвестиционные ресурсы по регионам республики распределяются неравномерно. Если за 6 месяцев 2004 года в экономику страны было привлечено более 65 млн. долларов прямых иностранных инвестиций, то из них наибольший удельный вес – около 47% приходится на Иссыккульской области и более 42% – на город Бишкек. Напротив, в остальных регионах объемы привлеченных инвестиций снизились.

В развитии ИТ в Кыргызстане роль иностранных государств и международных организаций с каждым годом возрастает. В июле месяца 2004 года в Чолпонате прошла вторая международная конференция «Стратегия развития курортно-рекреационной зоны Иссыккульского региона». В ее работе приняли участие принцы Керим IV Ага Хан и Амин Ага Хан. Свой первый мастер-план по развитию туризма на Иссыккуле Керим IV Ага Хан презентовал еще в 2001 году. Это была первая заявка на разработку стратегии устойчивого развития туризма в Иссыккульском регионе, которая нацелена на превращение региона в один из курортно-рекреационных центров мирового значения. На конференции выразили правительствам Швейцарии, Германии, Японии признательность за помощь, оказываемую в реализации задач по развитию туризма. К примеру, правительство Швейцарии помогает в сохранении и развитии уникальных лесов, совместно с Фондом Сорос разработало стратегический маркетинг туризма Кыргызской Республики. Германия оказывает содействие в проведении экологического мониторинга. Япония выделила грант для разработки стратегической схемы развития Иссыккуля, которая рассматривается в контексте традиций Великого Шелкового пути и нацелена на сотрудничество между странами, расположенными на нем. С целью развития Иссыккульской области проект ТАСИС работает по трем компонентам: туризм, перерабатывающая промышленность и кредитование. Вклад в превращение региона в международный центр туризма вносит и Всемирный банк.

Стратегия развития материально-технической базы ИТ отражена в государственной программе развития туризма в Кыргызской Республике до

2010 года. Задачи, которые ставятся в этом документе, – наиболее полно удовлетворить потребности населения во всех видах рекреационных услуг, развивать туризм во всех регионах, улучшить территориально-хозяйственную структуру в важнейших рекреационных районах, рационально решать проблему воспроизводства трудовых ресурсов для туризма.

Предлагается проанализировать технико-экономические показатели и направления специализации предприятий, степень использования их мощностей. Возрастает проблема морального износа основных фондов, что предполагает наращивание темпов модернизации или строительства – в новоосваиваемых туристских зонах. Выручают реконструкция, переоснащение действующих предприятий, работа по их ремонту, благоустройству. Экономически целесообразным сочтен перевод объектов туризма с сезонного действия на круглогодичный режим, что обуславливает полное использование рекреационных и трудовых ресурсов в сфере туризма. Есть необходимость широкого применения туристских объектов, в которых имеются плавательный бассейн с раздвижными стенами и кровлей, что позволяет в летнее время закрытый бассейн превратить в открытый.

Важно методично рассмотреть весь комплекс вопросов, связанных с эффективным использованием каждого объекта, определением их специализации. У нас укоренилось ошибочное представление о том, что только строительство и развертывание дорогостоящих туристских объектов решит проблему получения наивысшей выгоды от иностранного туризма. Необходимо создать относительно дешевые в финансовом и простые в техническом отношении объекты, предназначенные для приема и размещения различных сегментов туристов, отличающихся по половозрастным, материальным возможностям, интересам и т.п. Особого внимания требуют конструктивно-строительные параметры. В туристском строительстве должны найти одобрение проекты, которые привлекательны, как внешне, так и внутренне, и по архитектурному облику (по фасаду, цветовому оформлению) удачно вписываются в общий пейзаж, окружающую природную среду.

В материально-технической базе туризма назрели качественные изменения, прежде всего, в технической оснащенности зданий и сооружений, в автоматизации и механизации работы обслуживающего персонала.

4.2. Анализ экономико-географических тенденций развития туризма

Анализ экономико-географических тенденций в деятельности туризма состоит в необходимости комплексного изучения всех сторон ее хозяйствующих субъектов. Натуральные и финансовые показатели помогают определить причины и факторы, положительно или отрицательно влияющие на

их функционирование. В новых условиях хозяйствования безотлагательного решения требуют многие специфические проблемы туризма, прежде всего, повышения его социально-экономической эффективности в стране и ее регионах.

Заметим, что в Кыргызстане с 1996 года статистика туризма, несмотря на ряд еще не совершенных разделов (например, по учету региональных посещений туристов, числа внутренних и неорганизованных туристов и др.), становится обязательной составной частью экономической статистики в республике. В статистических сборниках данные о туризме содержатся в разделе «Отдых и туризм». Издается статистический сборник «Туризм в Кыргызстане» по соответствующим годам (периодам).

Наличие статистических данных, единой методики учета способствует в определенной степени оценке влияния туризма на ВВП, его реального вклада в экономику страны. Удельный вес поступлений от туризма в ВВП республики с каждым годом растет: в 1996 году он составил 1,9%, в 1997 году – 2,0, в 1998 году – 2,1, в 1999 году – 2,5, в 2000 году – 2,9, в 2001 году – 4,2, в 2002 году – 4,0, в 2003 году – 3,7. В целом анализ статистических данных показывает, что в Кыргызстане туризм стал динамично развивающейся отраслью в хозяйственной структуре. Валовой выпуск в сфере туристской деятельности в 2003 году составил 6788,6 млн. сомов. Совокупное число созданных рабочих мест в данной сфере достигло 1160.

В последние годы наблюдается тенденция устойчивого роста туризма, как в количественном, так и качественном показателях.

Вместе с тем, в структуре отечественного туризма международный туризм характеризуется стабильным ростом как натуральных, так и стоимостных объемов. С первых лет суверенитета данная форма туризма развивается динамично. Подчеркнем, что с появлением возможности свободного въезда в Кыргызстан и выезда из него значительно возрастает число участников в международном туризме, особенно в его въездном секторе. Если, например, в 1991 году число туристов из дальнего зарубежья, посетивших Кыргызстан, составляло всего 0,7 тыс. человек, то в 2000 году оно достигло уровня 18,4; в 2001 году – 30,2; в 2002 году – 59,1. По нашим подсчетам, например, число иностранных туристов из дальнего зарубежья до 1994 года каждый год увеличивалось более чем в 2 раза, далее – с приростом свыше 100% по сравнению с предыдущими годами. Такое увеличение числа иностранных туристов в первые годы суверенитета республики было связано с ростом числа туристов, посетивших нашу страну по служебным делам.

Таким образом, с приобретением Кыргызстаном суверенитета, последовавшим за этим более энергичным выходом во внешний мир, интерес к оригинальной горной природе страны за ее рубежами резко возрос. На протяжении 90-х годов наблюдается устойчивая тенденция роста иностранного туризма в Кыргызстане, его прирост стабильно составляет в среднем 13-

15%. Отметим, что с 1991 года до 1997 года количество прибытий в республику имело тенденцию стабильного роста, далее – колеблющегося. Тем не менее, необходимо отметить, что темпы прибытий иностранных туристов в республику постепенно стабилизируются. В табл. 4.9 приведена динамика численности иностранных туристов, посетивших Кыргызстан за 1996-2003 годы.

Таблица 4.9

**Динамика развития въездного туризма в Кыргызстане
за 1996-2003 годы***

Год	Количество прибытий, тыс. чел.	По сравнению с предыдущим годом	
		абсолютный прирост	темпы роста, в %
1996	<u>48,6</u>	-	-
	13,0		
1997	<u>87,4</u>	<u>38,8</u>	<u>179,8</u>
	15,2	2,2	116,9
1998	<u>59,4</u>	<u>-28,0</u>	<u>67,9</u>
	16,3	1,1	107,2
1999	<u>48,3</u>	<u>-11,1</u>	<u>81,3</u>
	16,7	0,4	102,4
2000	<u>58,7</u>	<u>10,4</u>	<u>121,7</u>
	18,4	1,7	110,2
2001	<u>98,5</u>	<u>39,8</u>	<u>167,8</u>
	30,2	11,8	164,1
2002	<u>139,6</u>	<u>58,7</u>	<u>159,6</u>
	59,1	25,9	185,7
2003	<u>247,6</u>	<u>90,4</u>	<u>157,5</u>
	59,9	3,8	106,8

*Рассчитано по данным Нацстаткома КР. В числителе – общий въездной поток, знаменателе – въездной поток из дальнего зарубежья.

Комментируя динамику туризма по табл. 4.9, отметим, что она обнаруживает уязвимость данной отрасли хозяйства со стороны различных неблагоприятных природно-географических, социально-экономических и политических факторов, но, с другой стороны, характеризуется быстрой регенерацией своей деятельности, восстановлением своих прежних мощностей после нежелательных ситуаций.

Политически стабильный и демократический Кыргызстан постепенно привлекает все большее число туристов как из стран СНГ, так и из стран дальнего зарубежья. В то же время, хотя темпы притока из стран дальнего зарубежья имеют стабильный прирост, а в 2002 году – даже резкий, общий въездной поток имеет колеблющийся характер. Это обусловлено тем, что существует довольно большая разница между показателями въездного туризма из стран дальнего и ближнего зарубежья, поскольку показатель тури-

стской активности последних очень зависим от социально-экономического состояния страны, региона.

Как показывает статистика, после пика в 1997 году – 87,4 тыс. человеко-прибытий, въездной поток в республику в 1998-2000 годов значительно понизился: соответственно 59,4 тыс. и 58,7 тыс.

Резкое снижение притока в республику иностранных туристов наблюдается в 1998 году, оно составило 32% общего въездного потока. В 1998 году финансово-экономический кризис в России отразился своими последствиями во всех странах бывшего СССР. Поэтому сокращение произошло за счет снижения числа туристов именно из стран СНГ, тогда как по числу туристов из дальнего зарубежья за этот год прирост составил 107%. Он мог бы быть и большим, но в начале туристского сезона – в мае месяца 1998 года на озере Иссыккуль произошла экологическая авария, когда в озеро из грузового автотранспорта «Кумтор Оперейтинг Компани» попала масса ядовитого цианида весом 1,7 т. По подсчетам специалистов, в том году данный курортный район понес убытки в сумме 30 млн. долларов США в силу резкого падения спроса на отдых на берегах озера. В 1998 году в регионе отдыхало всего 1,5 тыс. человек, почти в 20 раз меньше чем в предыдущем году [32, с.90].

Дальнейший спад въездного потока в 1999-2000 годов обусловлен Баткенскими событиями, связанными с ликвидацией вторгшихся в 1999-2000 годах на южные рубежи республики международных бандформирований.

В 1999 году показатель притока иностранных туристов опустился до уровня 1996 года. Несмотря на это, с 2000 года наблюдается рост количества прибытий иностранных туристов в Кыргызстан. В частности, в 2001 году оно увеличилось на 40%, в 2002 году – около 30%.

Отметим, что резкий рост числа иностранных туристов за последние годы обусловлен тем, что в связи с созданием Пограничной службы республики и открытием новых контрольно-пропускных пунктов (в 2004 году было открыто 24 пункта) охват учета въезжающих людей был несколько раз расширен. Напомним, что в 1999 году учет въезжающих туристов осуществлялся на пункте «Торугарт», в аэропортах «Манас» и «Ош».

География въездного туризма Кыргызстана с каждым годом расширяется и изменяется. Если в начале 90-х годов республику посещали представители не более 30 стран, то в 2003 году – из 118 стран дальнего зарубежья и 11 стран СНГ. Среди стран дальнего зарубежья лидерами по посещению Кыргызстана стали США (19,5% потока из стран вне СНГ), Германия (14,3), Китай (13,8), Турция (10,7), Индия (5,3), Великобритания (4,6), Корея (4,5), Франция (3,4), Япония (3,3), Нидерланды (2,7). Этой десятке приходится 82% общего въездного потока из стран дальнего зарубежья. В 2001 году их местоположение выглядело следующим образом: на первом месте стоял Китай (17,3% общего потока из стран дальнего зарубежья), далее – США

(13,1). Турция (10,8). Германия (10,0). Великобритания (6,2). Япония (5,4). Франция (3,6). Швейцария (3,6). Корея (3,5). Нидерланды (2,1).

Между тем США, Китай, Турция, Германия, Великобритания и Япония с начала суверенного развития Кыргызстана занимают лидирующие положения во внешнеэкономической деятельности страны, в том числе на ее туристском рынке. Анализ данных за 1996 год по странам дальнего зарубежья показывает, что наибольшее число туристов-нерезидентов приходится на представителей из США (7,7%), Турции (5,2), Пакистана (2,7), Германии (1,6), Канады (1,5), Японии (1,3), Китая и Великобритании (по 1,0).

Среди стран СНГ устойчивую позицию по посещению нашей республики занимают Казахстан (64,5% общего числа туристов из стран СНГ), Россия (18,1), Узбекистан (11,5) и Таджикистан (2,9), которым в совокупности приходится 97% общего въездного потока из стран СНГ. В связи с этим, учитывая большую долю туристов из стран ближнего зарубежья в общей структуре въездного туризма (не только в Иссыккульском курортном районе), в частности, из России, Казахстана и Узбекистана, необходимо усилить экономические, культурные и политические связи с этими государствами, с которыми исторически сложились общие пути сообщения, инфраструктура, экономика, близка культура. Иными словами, на данном сегменте рынка и покупатели, и продавцы хорошо знают и понимают друг друга.

Поток иностранных туристов различается по целям их пребывания. Учет целенаправленности туристов важен для обеспечения их качественно-обслуживания, планирования и прогнозирования развития сферы туризма. В настоящее время качественный состав туристов, посетивших республику в последние годы, по своей структуре отличается от такового туристов, посещавших Кыргызстан до 1991 года по линии Госкоминтуриста (табл. 4.10).

Таблица 4.10

Въезд в Кыргызстан иностранных туристов по целям поездок за 1997-2000 годы*

Цели поездок	1997	1998	1999	2000	2001
Деловые	<u>44578</u> 51,0	<u>50832</u> 85,6	<u>27507</u> 57,0	<u>24591</u> 41,8	<u>28201</u> 28,6
Досуг, рекреация и отдых	<u>41288</u> 47,3	<u>8225</u> 13,8	<u>20624</u> 42,7	<u>31306</u> 53,3	<u>63317</u> 64,3
Лечение	<u>1520</u> 1,7	<u>132</u> 0,2	<u>15</u> 0,03	<u>2714</u> 4,6	<u>4376</u> 4,4
Прочие	-	<u>174</u> 0,3	<u>126</u> 0,2	<u>145</u> 0,2	<u>2664</u> 2,7
Всего	<u>87386</u> 100	<u>59363</u> 100	<u>48272</u> 100	<u>58756</u> 100	<u>98558</u> 100

*В числителе – общее число туристов, знаменателе – их удельный вес, в %.

С точки зрения развития туризма, расширения предложения туристских услуг вызывает наибольший интерес вопрос о целенаправленности въездного туризма. Учет целенаправленности туристов важен для обеспечения их качественного обслуживания, планирования и прогнозирования развития сферы туризма.

Расчеты показывают, что до 1999 года в общем въездном потоке преобладали лица, посетившие республику по служебным делам, что обусловлено тем, что с приобретением республикой суверенитета открылась возможность самостоятельно интегрироваться с зарубежными странами, в результате чего увеличивается поток иностранцев-бизнесменов, госслужащих, предпринимателей, ученых и других категорий деловых людей. Непрерывный рост потока делового туризма отражает повышающуюся внешнеэкономическую активность государственных и коммерческих структур, свидетельствует об укреплении его позиций как отдельного вида туризма. К 1996 году удельный вес лиц, посетивших республику по служебным делам, составлял 56,6% общего числа туристов-нерезидентов.

По данным статистических органов, в 2001 году из 30,3 тыс. граждан из стран дальнего зарубежья 55,1% посетили наш край с деловыми и профессиональными целями, 37,5% – с целью досуга и отдыха и 7,4% – с прочими целями. А из 68,3 тыс. граждан из стран СНГ деловые поездки совершили 16,9%, с целью отдыха и досуга – 76,1% и с прочими целями – 0,6%.

Приблизительно равны потоки въезда в Кыргызстан с деловыми и чисто туристскими целями в 1997 году, соответственно 44,5 тыс. и 41,2 тыс. человек. С 2000 года численность туристов, посетивших республику с целью досуга и отдыха, впервые за годы суверенного развития страны опережает численность бизнес-туристов (то есть посетивших с деловыми и профессиональными целями) на 21%. Этот показатель в 2001 году увеличился на 55%.

Поездки со служебными целями и с целью проведения досуга и отдыха стабильно составляют в сумме 73% у представителей дальнего зарубежья, 93% – ближнего зарубежья. В частности, Кыргызстан по деловым и профессиональным целям привлекает граждан Китая (3,5 тыс.), США (2,7 тыс.), Турции (2,3 тыс.), Германии (1,3 тыс.), Англии (0,8 тыс.), из стран ближнего зарубежья – России (5,8 тыс.), Казахстана (3,0 тыс.), Узбекистана (1,1 тыс.), Таджикистана (0,9 тыс.). Отдых и досуг на лоне природы горного края привлекательны преимущественно для туристов из развитых стран: Германии (1,6 тыс.), США (1,2 тыс.), Японии (1,0 тыс.), Англии (1,0 тыс.), Франции (0,6 тыс.) и др., а из стран ближнего зарубежья – Казахстана (42,6 тыс.), России (5,2 тыс.), Узбекистана (3,9 тыс.).

Таким образом, сравнительный анализ показывает снижение числа туристов, посетивших страну по служебным делам в пользу увеличения сегмента «досуг, рекреация и отдых», удельный вес которого в 2001 году составил 64,2% общего въездного потока в республику. Статданные (исключая

страны СНГ) свидетельствуют о том, что с чисто туристской целью наш край посещают исключительно представители развитых стран Западной Европы, в общем их потоке которых сегмент «досуг, рекреация и отдых» занимает преимущественное положение: у голландцев – 72% (то есть в 2001 году из 628 прибывших 450 преследовали чисто туристскую цель), швейцарцев – 71%, итальянцев – 68%, японцев – 65%, французов и испанцев – по 63%, у норвежцев, немцев, англичан – более 50%.

Подчеркнем тенденцию роста в сегменте «досуг и отдых» (52,1% общего числа иностранных туристов), поскольку ранее в общем въезде потоке преобладали лица, посетившие республику по служебным делам (например, в 1996 году их доля составляла 56,6 %).

Появился поток иностранных туристов в сегменте «лечение», который, например, в 1996 году отсутствовал. Лечение на основе природных факторов оказывается с каждым годом все более привлекательным для туристов, особенно из ближнего зарубежья. В 2001 году доля сегмента «лечение» в общем объеме въездного потока составила 4,4%. Напомним, что этот показатель в 1998 году составлял всего 0,2%. Основными потребителями по данному сегменту являются представители Узбекистана (2,8 тыс.), Казахстана (1,2 тыс.) и России (0,2 тыс.).

Структурные изменения в потреблении услуг достаточно убедительно отражают тенденцию положительных социальных изменений в стране. Если, например, в 1992-1995 годах более ускоренными темпами снижалось потребление услуг санаториев, пансионатов, баз отдыха и других учреждений отдыха (сокращение в целом составило около 50%, что объясняется увеличением цен на платные услуги, отсутствием средств социального страхования), то в нынешнем периоде численность обслуженных лиц во всех типах объектов ИТ Кыргызстана динамично увеличивается (табл. 4.11).

Таблица 4.11

**Численность обслуженных лиц
в различных типах объектов ИТ Кыргызстана за 1999-2002 годы***

Предприятия	1999	2000	2001	2002
Санатории и пансионаты с лечением	49242	19115	48661	54467
Санатории-профилактории	6734	5784	7581	8906
Дома отдыха	12267	15240	16092	21041
Пансионаты отдыха	25658	33466	57642	63172
Детские оздоровительные комплексы	-	-	26920	25593
Базы и другие объекты отдыха	2816	7615	12939	11260
Тургостиницы и базы	21029	22657	5651	4990
Всего	117746	103877	175486	189429

* Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Как видно, увеличение числа отдыхающих как в целом, так и по отдельным предприятиям приходится на 2001 год: оно составило более 40% по сравнению с предыдущим годом. По предприятиям картина такова: в санаториях и пансионатах численность отдохнувших и лечившихся лиц увеличилась на 60,7%, в санаториях-профилакториях – на 23,7, в домах отдыха – на 5,3, пансионатах отдыха – на 41,9, на базах отдыха – на 41,1. Наблюдается сокращение числа отдыхающих в туристских гостиницах и базах, что, на наш взгляд, связано с тем, что здесь некоторая часть отдыхающих относится к детским оздоровительным комплексам, которые до этого в отдельности в туристской статистике не рассматривались.

Отметим тот факт, что в структуре иностранных туристов преобладают лица из стран СНГ (73%), в их числе наибольшая доля приходится на туристов, посетивших страну с целью отдыха и досуга (51%), затем – с деловой целью (47%).

В связи с этим в развитии международного туризма Кыргызстана, члена Содружества, роль стран СНГ перспективна. Эти страны по всем направлениям опережают страны Западной Европы, Северной Америки и Азиатский регион. В частности, доля туристов из стран СНГ в сегменте «деловые и профессиональные цели» составляет 41%, «рекреация, досуг и отдых» – 82%, «лечение» – 99,6%. Как видим, Кыргызстан до сих пор считается популярным в отношении досуга, отдыха и лечения районом на постсоветском пространстве.

Здесь по всем направлениям первую тройку образуют Россия, Казахстан и Узбекистан – главные партнеры Кыргызстана во внешней торговле, доля которых во внешнеторговом обороте республики со странами СНГ составляет 90%.

При этом эти страны по трем показателям целенаправленности местами меняются: по сегменту «деловые и профессиональные цели» по количеству прибытий ведущее место занимает Россия – главный деловой партнер в нашей внешнеэкономической политике (50% прибытий из стран ближнего зарубежья по данной цели), затем следуют Казахстан (27%) и Узбекистан (10%). В сегменте «рекреация, досуг и отдых» первенство принадлежит Казахстану, доля которого составляет 82% общего потока данного направления, затем – Россия (10%) и Узбекистан (2,5%). Поскольку сегмент «лечение» является сравнительно новым направлением в работе кыргызских туроператоров, работающих на внешний рынок, пока потребителями данного сегмента традиционно считаются страны СНГ, в частности, Узбекистан 66%, Казахстан (28%) и Россия (5,6%), которым принадлежит 99% всего зарубежного потока (включая страны дальнего зарубежья). Также тесные туристские связи отражают высокий уровень экономических, культурных и политических связей между этими странами.

Однако в настоящее время многие желающие по разным причинам не могут посетить Кыргызстан. Наряду с другими немаловажными факторами, к основным причинам относится, например, высокая цена на туристские путевки и авиаперелет. Расчеты показывают, что при сопоставимых условиях затраты на отдых, например, жителя Москвы в «Кыргызском взморье» и в «Ларнаке» (Кипр) составили соответственно 440 и 230 долларов США, что вынуждает его выбирать объекты отдыха в странах дальнего зарубежья. Или ставший «классическим» семидневный тур по маршруту Бишкек-Иссыккуль обойдется иностранному туристу в 420 долларов без стоимости авиаперелета в страну. Однако эта сумма намного превышает сумму десятидневного тура в ОАЭ, включающего проживание в городском трехзвездном отеле, или, скажем, семидневного отдыха на побережье Турции. Поэтому в рейтинге предпочтений российских туристов Турция, Кипр, ОАЭ находятся на ведущих местах.

Тем не менее, в настоящем и ближайшем будущем покупателями продукта кыргызских курортов и туристских объектов будут и остаются потребители из стран СНГ, в частности из Узбекистана, Таджикистана, Казахстана и Сибирского региона России. Государственная политика в области экспорта туристских услуг также направлена на укрепление связей с этими странами.

Региональный анализ далее показывает, что основной въездной поток приходится в основном на 3 субрегиона мира, являющиеся основными географическими сегментами на нашем рынке въездного туризма: страны СНГ - 69% общего въездного потока, Западная Европа и Северная Америка (входят все развитые страны Европы, США и Канада) - 15% и Азия - 14%. Остальную часть (2%) составляют туристы из Австралии и Восточной Европы.

Во въездном потоке страны Западной Европы и Северной Америки отличаются по сегментам «деловые и профессиональные цели» (25,5% общего потока по деловым целям) и «рекреация, досуг и отдых» (11,3%). Здесь выделяется тройка США, Германии и Англии. Так, США принадлежит 16% общего въездного потока по сегменту «деловые и профессиональные цели» из стран дальнего зарубежья, по направлению «рекреация, досуг и отдых» - 11%. Соответственно доля Германии в таком выражении: 8% и 15%, Англии - 5% и 8%. За этой тройкой следуют Франция, Канада, Австрия, Нидерланды, Швейцария и др. Увеличение показателей путешествий в Западной Европе и Северной Америке вызвано ростом передвижения их населения в туристских и иных целях, что является результатом высокого уровня их благосостояния. Регионы характеризуются высоким показателем роста путешествий и тенденцией потенциального роста выездного туризма. Учитывая тот факт, что около 50% европейцев предпочитают исключительно горные местности, следует ожидать, что данный регион - потенциальный поставщик туристов к нам.

Азиатские страны выделяются по первым двум направлениям въездного туризма. Среди них следует отметить Китай, Турцию, Японию и Корею: в сегменте «деловые и профессиональные цели» ведущее место занимают Китай (21%), Турция (14%) и Корея (2,3%), по направлению «рекреация, досуг и отдых» – Япония (9,5%), Китай (6%) и Турция (0,8%).

Нам на первоначальном этапе развития туризма следует придерживаться меркантилистической теории (по поощрению экспорта товаров и услуг), проводя «незаметную» протекционистическую политику по развитию въездного туризма. Напомним, что именно на основе такой стратегии такие страны, как Турция, Египет, Греция, достигли сегодняшнему уровню развития национального туризма.

Информативная стратегия должна направляться на поддержание среди столь обширной клиентуры имиджа Кыргызстана как страны, благоприятной для развития туризма. Роль широкомасштабной рекламы заключается в популяризации курортно-туристских зон с термоминеральными источниками, месторождениями лечебных грязей, благоприятным горным климатом, разнообразными естественными ландшафтами.

Интересно отметить, что, если в 1996 году в структуре международного туризма соотношение въездного и выездного туризма было почти одинаковым (разница составляла 1%), то сегодня ситуация иная. Полученные данные свидетельствуют о том, что баланс туристских потоков имеет положительное сальдо: объем прибытий превышает выезд кыргызских граждан за рубеж на 53%. Динамика развития выездного туризма в Кыргызстане за 1996-2003 годы представлена в табл. 4.12.

Таблица 4.12

**Динамика развития выездного туризма в Кыргызстане
за 1996-2003 годы***

Год	Количество выехавших за рубеж, чел.	По сравнению с предыдущим годом	
		абсолютный прирост	темпы роста, в %
1996	47181	-	-
1997	36723	-10458	77,8
1998	33494	3229	91,2
1999	45223	11729	135,0
2000	47196	1973	104,3
2001	45925	-1271	97,3
2002	45392	-533	98,8
2003	115784	70392	255,1

*Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Цель поездки наших граждан (туристов-резидентов), выезжающих в зарубежные страны, резко отличается от цели иностранцев. Основную массу туристского потока образуют шоп-туристы (95,8%), которые для покупки

товаров народного потребления ездят преимущественно в азиатские страны. А основными странами выезда являются Германия (27,5%), КНР (27,1%), ОАЭ (14,1%), Турция (8,3%), Индия (6,9%), Иран (6,2%), Южная Корея (2,7%), Пакистан (2,4%).

В отношении выездного туризма следует отметить, что он имеет тенденцию снижения: в 2000 году число граждан, выехавших за границу, по сравнению с предыдущим годом сократилось на 35,6%. Как и прежде основную массу выездного потока образуют шоп-туристы, доля которых остается практически неизменной (в 1996 году – 95,8%, в 2000 году – 94,8%). Вместе с тем общее сокращение выездного потока происходит именно за счет этих туристов: если в 1996 году их число составляло 45,2 тыс. человек, то в 2000 году – всего 14,7 тыс. Это объясняется снижением спроса у граждан Кыргызстана на шоп-туры в силу введения дополнительных акцизов и таможенных пошлин на ввозимые товары и причинами, связанными с социально-экономическими условиями.

Таким образом, коммерческий туризм постоянно изменяет свою географию в силу изменения спроса. На начальном этапе становления данного вида туризма основная масса туристов выезжала в Китай и Польшу за покупкой дешевых потребительских товаров. Однако по мере насыщения рынка в основном недоброкачественной продукцией этих стран, спрос населения иссякал, появилась необходимость освоения новых географических сегментов шоп-туризма, в частности, открылись новые коммерческие маршруты в Турцию, Иран, Пакистан, Южную Корею, ОАЭ. Но в связи с удорожанием проезда из-за большой отдаленности этих стран и более высоких цен на качественные товары сократилось количество туристов-«челноков». Более того, при ужесточении конкуренции между турфирмами отдельные фирмы закрылись.

Тем не менее, туристские фирмы, специализированные на шоп-туризме, являются источником поступления денежных средств в бюджет республики. В 2003 году по отчетам 116 туристских фирм в бюджет ими отчислено 8430 тыс. сомов. Кроме того, подчеркнем, шоп-туристы приносят государству доход в виде пошлин, акцизов, таможенных сборов.

В условиях интегрирования Кыргызстана в международное разделение труда туризм становится составной частью внешней торговли услугами, важным источником поступления иностранной валюты. В связи с этим развитие иностранного туризма в стране отмечено довольно высокой социально-экономической эффективностью, предопределяя рост национального дохода, общего благосостояния страны.

Данные рис. 4.1 свидетельствуют о том, что, несмотря на некоторые количественные изменения в мировом туризме, объем полученных доходов характеризуется стабильным ростом, особенно в его выездном секторе: за последние 8 лет объем таких доходов увеличился более 10 раз.



Рис. 4.1. Динамика роста доходов от международного туризма Кыргызстана за 1996-2003 годы

Определение корреляционной зависимости между количеством человеко-прибытий и доходом от иностранного туризма представлено в табл. 4.13.

Таблица 4.13

Определение корреляционной зависимости между количеством человеко-прибытий и доходом от иностранного туризма

Годы	x	y	$x - \bar{x}$	$y - \bar{y}$	$(x - \bar{x})(y - \bar{y})$	$(x - \bar{x})^2$	$(y - \bar{y})^2$
1996	48,6	4,2	-58,4	-15,43	901,1	3410,56	238,08
1997	87,4	7,1	-19,6	-12,53	275,6	384,16	157,0
1998	59,4	8,4	-47,6	-11,23	534,6	2265,76	126,1
1999	48,3	14,1	-58,7	-5,53	324,6	3445,69	30,58
2000	58,7	15,3	-48,2	-4,33	208,7	2323,24	18,75
2001	98,6	24,4	-8,37	4,77	-39,92	70,057	22,75
2002	157,2	35,7	50,23	16,07	807,21	2523,05	258,2
2003	297,6	47,8	190,63	28,17	5370,05	36339,79	793,5
Σ	855,8	157			8381,94	50762,31	1644,96
\bar{x}, \bar{y}	106,97	19,63					

Из расчета по формуле (2.1) следует вывод в том, что между количеством человеко-прибытий и доходом существует весьма тесная связь, так как коэффициент корреляции составил 0,91. Затем по формуле (2.2) вычислили величину коэффициента эластичности, которая показала, что, если числен-

ность интуристов увеличится на 1%, то доход, получаемый от них, увеличится на 0,89%. Все это требует совершенствования материально-технической базы туризма, улучшения предложения туристских услуг.

Разумеется, среди туристских районов выделяется Иссыккульский курортный район. В 2000 году в учреждениях отдыха и туризма района отдохало 460,5 тыс. человек и район по числу отдыхающих почти достиг уровня советского времени (тогда в год в районе отдохало 500 тыс. человек). Среди отдыхающих доминируют туристы из Казахстана (78%), число которых превышает самих кыргызских туристов (составляют 12% общего числа отдыхающих). Затем идут туристы из России (5%) и Узбекистана (4%). Число представителей дальнего зарубежья, хотя их среднегодовой рост составляет 15-20%, пока незначительно (1%).

Вступление республики в 1993 году во Всемирную туристскую организацию, в 1998 году – во Всемирную торговую организацию определяет условия для притока в отечественный туристский бизнес иностранного капитала. Правительством и его ведомством по управлению туризмом заключены соглашения о сотрудничестве в области туризма как со странами ближнего зарубежья, так и со странами дальнего зарубежья (с Болгарией, Венгрией, Великобританией, Индией, Ираном, Малайзией, Пакистаном, Турцией). Кыргызские туроператоры ежегодно участвуют в различных международных туристских мероприятиях, в частности, на Берлинской и Лондонской всемирных биржах.

Таким образом, перспективы развития туризма тесно связываются с экономической стратегией страны на перспективу, предусматривается целый ряд шагов по совершенствованию управления отраслью, поощрению прямых инвестиций в сферу туризма, либерализации визового режима, налогообложения в туризме.

4.3. Проблемы развития туризма и пути их решения

Формирование и развитие конкурентоспособного туристского сектора в национальной экономике, прогнозирование его поступательного развития невозможны без всестороннего анализа и учета существующих проблем с одновременной оценкой их пространственно-временных воздействий на эти процессы.

К основным проблемам сегодняшнего отечественного туризма относятся следующие.

Недостаточное признание туризма как отрасли экономики. В действительности, сегодня в республике не осознаются реальные экономические возможности туризма. Он до сих пор не воспринимается как полно-

правная отрасль национальной экономики. Не отсюда ли «перекидывание» туризма из статуса министерства в агентство, затем в комитет? Происходит постепенное снижение его «авторитета» в сфере государственного управления. В результате до сих пор остается сложным сформировать приемлемую экономическую политику отрасли, механизмы управления, регулирования и координации ее деятельности в отраслевом и межотраслевом уровнях.

Туризм по функциональному значению является частью социальной инфраструктуры и относится к объектам социальной сферы. Однако, на наш взгляд, рассмотрение в системе государственного управления в одном социальном блоке проблем развития туризма (притом коммерческого) с вопросами социальных объектов неправомерно.

Становление и развитие современного туризма требует придания ему должного значения в качестве полноценной отрасли экономики с соответствующей нормативно-правовой инфраструктурой. Несмотря на то, что наше государство признало туристскую деятельность в качестве одной из приоритетных отраслей народного хозяйства, на практике мало что делается в направлении эффективной коммерциализации туризма.

Туризм не признан приоритетом со стороны местных органов управления (в частности, районных), несмотря на то, что этому есть основание в законе. Во многих районах и их сельских управах в Год поддержки и развития туризма (в 2001 году) были проведены определенные работы (большинство для отчетности), но потом все забылось.

Разработанные и принятые государственные и региональные концепции и программы развития туризма предусматривают создание современного высокодоходного и конкурентоспособного туристского рынка в стране и регионах, обеспечивающего удовлетворение потребностей собственных и зарубежных туристов, увеличение количества рабочих мест, финансовые поступления в бюджет республики и регионов, пополнение доходов населения. Но уже в самих этих документах есть изъян: недостаточно раскрыто экономическое содержание туристской деятельности, нечетко определены экономические механизмы ее функционирования, что и становится помехой в деле реализации таких документов.

Слабая материально-техническая база туризма. Несмотря на значительное количество современных объектов, существующая материально-техническая база ИТ Кыргызстана, ее размещение не соответствуют рекреационному потенциалу республики, объекты как по количественным, так и по качественным показателям не соответствуют признанным международным стандартам, спросу потенциальных потребителей – внутри и извне. Такое положение обусловлено тем, что большинство объектов ИТ возведены по проектам 60-70-х годов XX века. Основные фонды курортов, гостиниц (кроме новопостроенных и реконструированных), туристских баз, домов отдыха (более 70%) устарели физически и морально, не приспособлены для

приема не только иностранных туристов, но и неприхотливых местных. Например, в Ошском доме отдыха некоторые здания уже воспринимаются как исторические, их надо использовать не как средство размещения, а как объект экскурсионного показа. Здесь первый корпус построен в 1907 году. Низкие темпы обновления действующих основных фондов привели к тому, что в настоящее время их технический уровень и структура не отвечают современным требованиям.

В связи с этим в вопросе развития материально-технической базы туристской отрасли требуются коренная реконструкция и модернизация, строительство современной сети туристских учреждений; на действующих предприятиях – внедрение достижений современной технологии в области туризма и отдыха, не простая замена износившихся фондов, а их обновление на базе качественно новой техники и технологии, дающей наибольший хозяйственный эффект. Наряду с комфортабельными отелями с максимальными удобствами, необходимы облегченные типы предприятий приема и обслуживания туристов в виде кемпингов, аилов из юрт в пик туристского сезона, приютов по пути следования путешественников, уровень комфортности которых все же должен отвечать вкусам потребителей туристских услуг.

Пренебрежительное отношение населения к своему здоровью. В настоящее время показатель туристской активности населения республики является одним из низких в мире. На наш взгляд, причина этого кроется не только в бедности. Менталитет населения Кыргызстана обладает некоторыми характерными чертами, обусловленными образом жизни и национальными традициями, отчасти унаследованными еще и от социалистического режима. Одной такой чертой является довольно распространенное отсутствие уважения к здоровью, то есть люди начинают заботиться о своем здоровье только в случае его ухудшения.

В этом отношении интересно привести аргументы К.Бейшен уулу, который считает, что необходимо изменить ошибочную теорию, что туризм – это удел богатых, занятие денежных людей и пора уже осознать то, что путешествие нужно человеку, как одежда, автомобиль, дом и др. По подсчетам вышеупомянутого автора, у любого среднего кыргызстанца имеются определенные сбережения для путешествия по стране, например, за год он только на алкогольные напитки тратит 5 тыс. сомов [12, с.80]. За такую сумму можно приобрести путевку средних курортов и санаториев республики. Отсюда возникает задача изменения ценностной ориентации – в пользу физических и духовных удовольствий посредством путешествия и отдыха.

По нашим подсчетам, только около 20% взрослого населения Кыргызстана достаточно состоятельны, чтобы проводить свой отпуск в учреждениях туризма, получать платные санаторно-курортные услуги. Большая часть населения отдыхает дома, лишь изредка выбираясь для «дикого» туризма на природу. Стоит заметить, что при 5-дневной рабочей неделе основная масса

работающего населения с учетом трудовых отпусков имеет в году 130-136 нерабочих дней. При этом результаты наших опросов подтвердили, что степень использования свободного времени респондентами прямо противоречит его целевому назначению: 80-85% времени расходуется непосредственно для домашнего труда, лишь остальное (15-20%) – для рекреации, во многом пассивной. По нашему образу жизни, выходные, праздничные и отпускные дни для нас (особенно для женского населения) – настоящие рабочие будни, отдаваемые насущным домашним хлопотам (по стирке, уборке, шитью, ремонту и т.п.), что обусловлено, конечно, национальным менталитетом и отсутствием современных технологий по облегчению домашнего труда.

В условиях рынка, основанного на интенсивном труде, обществом еще не полностью осознана необходимость занятия в свободное время доступными видами туризма. Сохранились некоторые пережитки советского образа жизни, когда «отдыхали на работе, работали дома».

В области внутреннего туризма первоочередная функция маркетинга – это выявление скрытого спроса населения на туристские услуги и его стимулирование.

Низкий уровень сервиса услуг и культуры обслуживания гостей. Современная рыночная конъюнктура требует, что все имеющихся средства размещения и обслуживания туристов должны иметь не только высокий уровень комфорта, но и широкий спектр услуг. Сервис необходимо строить по принципу предложения, основываясь на том, что "предложение порождает спрос", в нем должны органически воплощаться традиции кыргызского гостеприимства.

Процедура приема, обслуживания и провода туристов (в частности, иностранных) пока направлена на одноразовый эффект, нет заинтересованности в возвращении туристов, может быть, и неоднократном. Пограничный и таможенный контроль, проверка, оформление въездных и выездных документов сопровождаются длительными и беспричинными задержками (иногда до 12-16 часов). Таков же стиль в гостиницах, санаториях, банках и других учреждениях, где иностранный турист зачастую теряет дорогое в путешествии время.

Низкий уровень гостеприимства как основного потребительского свойства в туристских организациях – основная причина неэффективности их работы. Знание этики поведения с клиентами необходимо всем – от горничной, водителя до руководителя, она требует доброжелательности, терпения, вежливости, уважения к клиенту.

Остра проблема несопоставимости качества и цены услуг. Укоренилось такое представление, что каждый иностранец, пересекающий границу суверенного Кыргызстана, готов тратить свои сбережения на что угодно. Следу-

ет напомнить, что иностранец, как правило, хорошо считает свои деньги, расставшись с ними, ждет качественных услуг.

Ценообразованию, в том числе и в частном секторе, полезна система гибких цен, учитывающих платежеспособность потребителей, их интересы, привычки, вкусы, поведение конкурентов. Например, цена аналогичных пакетов услуг может быть различной в зависимости от класса и формы обслуживания (степени комфортности), конъюнктуры местного или международного рынка, сезонных условий, географического положения туристского объекта, даже от погодных условий, изменения поведения или вкуса потребителей и др. В туристских зонах республики можно встретить «местные» особенности ценовой политики. В 2004 году в октябре месяца – в период спада туристского сезона в туристском центре Абшырата только за вход в столовую (кафе или рестораном не назовешь) с нас с каждого потребовали по 20 сомов, притом за место на топчане, от чего пришлось отказаться.

Неизвестность Кыргызстана на международном рынке туризма. За границей о Кыргызстане знают мало, тем более о его конкретных туристских достопримечательностях, возможностях их посещения. Из 200 с лишним туристских фирм и компаний лишь 15-20% работают на въездной (иностранной) туризм, остальные – только на выездной.

В целях осуществления международных связей в области туризма, интенсивного продвижения туристского продукта на внешнем рынке необходима эффективная информативная стратегия, направленная на создание и поддержание имиджа Кыргызстана как страны, благоприятной для развития туризма и сопряженных с ним других видов бизнеса. Очевидна роль ширококомасштабной рекламы, нацеленной на популяризацию курортно-туристских зон республики с благоприятными условиями не только социально-экономического, но и также экологического характера. Предстоит преодолевать предубеждения иностранных граждан в части мнения о высоком уровне радиации на Иссыккуле, близости китайского атомного полигона Лобнор. Кыргызстан за дальним рубежом путают с Курдистаном, также считают, что он граничит с Афганистаном, где идут военные действия не одно десятилетие. Недоразумения легко устранить надежным маркетингом, развеяв опасения, удерживающие людей от знакомства с нашей самобытной страной.

Положительный имидж Кыргызстана вызовет интерес и желание посетить республику не один раз, продвинет ее позиции на международном рынке туризма. Рекламные проспекты, охватывающие сведения о перспективах республики, ее туристского потенциала на различных языках мира, должны быть еще и специализированы, то есть предназначаться не просто для иностранных туристов, но и для бизнесменов и предпринимателей, готовых вкладывать капитал в туризм и другие отрасли хозяйства. Рекламно-информационные мероприятия ГКТСМП пока явно недостаточны. Турист-

ские фирмы также недооценивают роль рекламы в продвижении национального туристского продукта. При этом с усилением конкуренции реклама национального продукта требует все больших затрат. По данным, содержащимся в опубликованном докладе ВТО, из 2,2 млрд. долларов, израсходованных национальными туристскими администрациями разных стран мира в 1995 году, 1,2 млрд. были потрачены на некоммерческую рекламу [27, с.81].

Необходима активизация работы по установлению деловых связей и использованию потенциальных туристских рынков Центральной Азии, России и стран Юго-Восточной Азии для привлечения инвесторов, туристов, установления регулярных авиасообщений с этими странами, что существенно снизит цену на авиабилеты и увеличит поток туристов.

Проблемы сохранения культурно-исторического наследия. Во времена советской власти в связи с господством атеистической идеологии мы утратили множество культурно-исторических памятников под видом «борьбы с религией», с «наследием средневековья» и т.д. Варварски уничтожались ценнейшие объекты под предлогом строительных работ. Давно стал очевидным тот факт, что огромное количество исторических реликвий остались навсегда погребенными под современным городом Ош, то есть под современными зданиями города «ушел» тот археологический Ош, о котором упоминается в исторических (в частности, арабо-персидских) источниках. В итоге в годы так называемой «культурной» революции советского периода в 20-е-30-е годы XX века здания культового назначения либо были разрушены, либо основательно перестроены, только город Ош утратил более 150 культовых сооружений, его архитектурный облик претерпел коренные изменения [34, с.137].

Однако сегодня уничтожение исторических памятников приобрело другой облик. С переходом на рыночные отношения многие объекты культуры и истории становятся в прямом смысле товаром. Это не только продажа с целью вывоза ценнейших предметов культуры из страны, но и сдача их на металлолом с полным уничтожением (или видоизменением). Множество уникальных строений конца XIX-начала XX века снесено под застройку, невзирая на статус охраняемых. Примеры последних лет из столицы страны: разрушение бизнес-структурами дореволюционных зданий женской гимназии у пересечения проспекта Жибек жолу и улицы Ю.Абдрахманова и Чуйского управления оросительных работ на углу улиц Манаса и Т.Абдумомунова. Некоторые памятники дополнительно «приукрашиваются»: к старинному особняку на углу проспекта Эркиндик и улицы Дж.Боконбаева, считавшегося одним из последних памятников гражданской архитектуры Бишкека конца XIX века, пристроили магазин-комок. Многие скульптурные объекты столицы стремительно разрушаются под воздействием природных и антропогенных факторов. Парк каменных изваяний в Дубо-

вой роще в Бишкеке пришел в упадок. Таблички с именами авторов давно разворованы, скульптуры покрыты паутиной трещин.

Правовое регулирование вопросов охраны и использования памятников истории и культуры осуществляется в соответствии с Законом КР «Об охране и использовании памятников истории и культуры». Но, скажем, мало охранять памятники, а надо его еще сохранить, поскольку почти все культурно-исторические объекты находятся под открытым небом – под прямым воздействием внешних физико-географических факторов (солнечного излучения, атмосферных осадков, изменений температуры воздуха, ветров и т.п.).

Сложившаяся катастрофическая ситуация в отношении памятников культуры и истории требует принятия ряда неотложных мер: во-первых, запретить никем не контролируемую закупку лома цветных металлов; во-вторых, строительные работы на так называемых исторических территориях (объектах) вести строго с разрешения не только местных органов государственной власти, но и региональных обществ охраны памятников истории и культуры, соответствующих структур НАН КР, что предусмотрено в законе.

Национальную культуру, пережившую преграды и запреты коммунистической идеологии, угрожает новая «идеология». То есть идет процесс интенсивного внедрения в ней элементов западной культуры, многие характерные особенности которой вообще не приемлемы для нас, в частности, для народов Востока в целом. Однако они уже имеют действия доминантного характера и могут разрушительно влиять на традиционные культурные ценности кыргызов и других этносов, живущих в Кыргызстане. Национальное развитие невозможно без сохранения своей культуры, особенно в условиях глобализации мира, которая ведет к сильному воздействию со стороны внешних культурных ценностей. Именно с этой целью были проведены такие всенародные праздники, как 1000-летие эпоса «Манас» в 1995 году, 3000-летие города Оша в 2000 году.

Наличие природных опасностей в горном регионе. Отметим здесь, что во многих научных работах оценка рекреационного потенциала региона ограничивается отражением благоприятных для туризма условий окружающей среды и недостаточно внимание обращается на отрицательные для туристской деятельности условия, связанные с горным рельефом и другими факторами.

Территория Кыргызстана, как высокогорная эколого-географическая система, характеризуется набором опасных природных явлений, прямо и косвенно противодействующих рекреационной деятельности. По данным Министерства экологии и чрезвычайных ситуаций республики, наиболее опасными и широко распространенными природными явлениями являются землетрясения, оползни, сели, паводки, прорывоопасные озера, камнепады, обвалы, подтопления, снежные лавины. В плане рекреации из перечислен-

ных опасными для функционирования туризма и жизнедеятельности туристов считаются все без исключения, но их степень влияния по регионам различна.

Как известно, почти для всей территории республики характерна интенсивность землетрясений более 8 баллов. В северном и юго-западном Тяньшане сейсмический эффект достигает 9 баллов и более. Значительная часть территории находится под воздействием селевых потоков. Обвалы и оползни тяготеют, в основном, к югу республики, где зарегистрировано уже более 2500 оползней. Более половины площади территории республики относятся к лавиноопасной зоне (105,6 тыс. кв. км). Противолавинная служба Кыргызгидрометеоцентра с октября 2001 года по май 2002 год зарегистрировала 147 лавин. В целом в стране существует 772 лавиноопасных участка. Наиболее опасными в этом плане районами остаются южные области республики. Например, за период с 1992 по 1999 год на территории Баткенской, Ошской и Жалалабатской областях сошло 102 лавины, что в четыре раза больше, чем было зарегистрировано в остальных областях вместе взятых. Крупные оползни тоже тяготеют к югу, где зарегистрировано 206 случаев (более 95% по Кыргызстану). Кроме того, данные области входят в район повышенной селеопасности, за вышеуказанный период произошли 246 случаев селей и паводков (около 50% по республике). Также 20 случаев крупных камнепадов и обвалов, зарегистрированных в республике, относятся только к Баткенской и Ошской областям.

Различную степень опасности могут представлять высокогорные ледниковые озера. Уделяется внимание изучению таких озер, динамике их развития и мониторингу отдельных факторов риска. Это связано с глобальным потеплением атмосферы Земли, сокращением объемов горных ледников. По проекту «Мониторинг высокогорных ледниковых озер и защита населения от катастрофических последствий наводнений, возникающих вследствие прорыва моренных плотин», финансируемому Чешской Республикой, в Кыргызстане начато экспедиционное обследование прорывоопасных озер Тяньшаня. Мониторинг потенциально опасных озер в Кыргызстане ведется с 1966 года, после катастрофического прорыва озера Яшилкуль. Однако в связи с трудностями в финансировании эта программа была сокращена, изучение ограничилось эпизодическими посещениями отдельных водных объектов. Так, порядка 280 из 2 тыс. горных озер относятся к разной степени прорывоопасности, 63 озера – к первой степени опасности. В рамках проекта планируется изучение 20 высокогорных озер с высоким риском для населения и хозяйства для профилактики наводнений и селей.

В пределах республики существуют и так называемые «очаговые» факторы ограничения туристского движения – возможные источники различных (инфекционных) заболеваний, куда относятся, например, очаги особо опасных инфекций (чумы) и природные очаги клещевого энцефалита.

В рамках исследования Первого национального сообщения Кыргызской Республики по Рамочной конвенции ООН об изменении климата установлено на связь между повышением температуры окружающей среды и расширением ареала распространения некоторых инфекционных заболеваний. Уже в настоящее время в южных регионах республики с более высоким уровнем температуры наблюдается высокий уровень инфекционных заболеваний, превышающий уровень северных регионов более чем на 30%. Имеются данные о расширении ареала природных очагов чумы. Изучение вновь выявленных очаговых территорий показало, что возбудитель чумы укоренился в средне- и низкоросле с активным вовлечением в эпизоотию мышевидных грызунов и их блох.

В настоящее время эпизоотичные по чуме массивы составляют 16,3% территории республики. Потепление климата может также привести к удлинению времени активности иксодовых и гамазовых клещей, которые являются переносчиками клещевых риккетсиозов и клещевого энцефалита. Данные инфекции, благодаря своевременным противозидемическим и противопаразитарным мероприятиям, на территории республики регистрируются в единичных случаях, однако рост их может произойти прямо пропорционально росту активности клещей [65, с. 60-61].

В этом аспекте следует привести аргументы российского ученого В.Г.Гуляева, где он в отношении оценки туристских ресурсов России замечает, что они «обладая выигрышными атрибутами экзотики или уникальности, проигрывают зарубежным аналогам по доступности, уровню сервиса, безопасности, экологическим параметрам и цене. Это означает, что данные ресурсы не отвечают требованиям Глобального этического кодекса туризма и Эстерсундской (1995 год) декларации по безопасности туризма и уменьшения риска путешествий» [21, с.71]. Такое замечание будет справедливо и в отношении наших ресурсов.

Горный рельеф местности, возможность природных бедствий предъявляют определенные требования к размещению объектов, их конструкции, эксплуатационным затратам, непосредственно влияют на капиталоемкость предприятий. При туристском проектировании, в первую очередь, необходимо оценивать негативные воздействия природной среды, их возможные последствия, работу по созданию защитных сооружений, разработку мер безопасности туризма и уменьшения рисков при путешествиях. *Безопасность жизнедеятельности туристов и обслуживающего персонала должна быть определяющим условием при размещении объектов туризма, передвижении туристов.*

Таким образом, проблемы, существующие в деле развития отечественного туризма, обусловлены социальными, экономическими и экологическими факторами, соответственно, требуют решения разного масштаба и характера.

Глава V. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ И ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ

5.1. Прогнозирование развития туристской отрасли на перспективу

В реализации действенной государственной стратегии по формированию и развитию индустрии туризма в Кыргызстане, повышению ее хозяйственной эффективности, предусмотренной в общегосударственных и региональных документах (в концепциях, программах), важное место принадлежит прогнозу развития отрасли, одной из целей которого может быть сбалансированное развитие ее подсистем по стране.

В целом поступательное развитие ИТ Кыргызстана определяется одновременно как внутренними, так и внешними факторами, которые в различной степени воздействуют на развитие туризма, соответственно, влияют на его перспективу. В разработке прогноза развития туристской отрасли на перспективу приходится их учитывать, в том числе и для ранжирования первоочередных, тактических целей и задач, открывающих перспективу туристской стратегии.

Глобальные прогнозы развития мирового туризма. Хотя в развитии национального туризма существуют специфические тенденции и особенности, тем не менее, его поступательное развитие тесно связано с общим развитием мирового туризма. Полезно знакомство с глобальными прогнозами развития туризма, его тенденциями в мировом масштабе.

Так, в прогнозе развития мирового туризма, опубликованном Комиссией Европейского Союза, отмечаются следующие тенденции:

1. Европейские страны столкнутся с жесткой конкуренцией за доходы от туризма, вызванной перераспределением туристских потоков, которая потребует от европейской ИТ дальнейшего повышения качества туристских услуг и создания новых привлекательных видов туристского продукта.

2. В структуре семейного бюджета удельный вес расходов на туризм, путешествия и транспорт будет увеличиваться быстрее, чем на другие статьи данного бюджета.

3. Будет изменяться структура затрат и продолжительность путешествий в сторону более частных, но менее продолжительных поездок со снижением расходов на одну поездку.

4. Будет формироваться тенденция роста затрат на потребление более качественного туристского продукта.

5. Возрастет удельный вес межконтинентальных путешествий из Европы в Азию, Америку, Австралию, страны Океании и др.

6. Интеграция европейского туризма в мировой туристский рынок и эффективный маркетинг будут способствовать снижению негативного влияния сезонного фактора.

7. В общей структуре туристских путешествий наиболее высокими темпами будут расти путешествия с использованием высокоскоростных видов транспорта: авиации, скоростных железных дорог и др.

8. Сохранится тенденция уменьшения числа туристов в организованных туристских группах и увеличения удельного веса семейного туризма.

9. Возрастет спрос на гибкие индивидуальные, семейные групповые туристские программы.

10. Развитие информационных технологий будет способствовать повышению удельного веса индивидуального бронирования и формирования туров и сокращения сроков бронирования.

11. Наиболее высокая туристская подвижность будет отмечаться в двух возрастных группах: среди людей пожилого возраста и молодежи.

12. Одним из основных мотивов, после безопасности путешествия, станет экологический фактор.

13. Наиболее высокими темпами будет развиваться познавательный туризм и туризм с активным отдыхом.

14. Сегментирование туристского рынка будет более явно выраженным.

15. Одним из факторов увеличения интенсивности туризма будет социальная поддержка и развитие системы льгот и скидок и др [21, с.276-277].

По прогнозам ВТО, к 2010 году число туристских прибытий превысит 1 млрд. человек, к 2020 году оно составит 1,6 млрд. человек; мировые доходы от туризма в 2020 году возрастут до 2 трлн. долларов [там же, с.3]. Показатель прироста объема туристских услуг будет составлять в среднем 3,7% в год и такой рост будет достигнут в основном за счет выездного рынка Азии, Среднего Востока, Центральной и Южной Америки и Европы. При этом выше среднестатистических показателей прогнозируется развитие туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе: Китае, Сингапуре, Малайзии, Японии, Южной Корее и др., где туризм будет возрастать за счет внутрирегиональных туристских потоков и увеличения числа прибытий из Европы, США, Канады, России и др. Такими же высокими темпами будет развиваться туризм в странах Латинской Америки и Карибском бассейне: Мексике, Бразилии, Чили, Кубе и др. Наиболее быстро развивающимися туристскими странами будут также Турция, Польша, Испания, Кипр и Россия. Таким образом, общемировой прогноз благоприятен: развитие туризма охватит почти все части планеты.

Более того, общемировая тенденция расширения масштабов туризма, несмотря на существующую неравномерность социально-экономического развития и конкретные политические ситуации в отдельных регионах планеты, направит наиболее интенсивный его поток в развивающиеся страны, где

природная среда характеризуется экзотичностью, культура и быт народов привлекают самобытностью.

В опубликованном ВТО прогнозе развития туризма до 2020 года ежегодный прирост объемов мирового туризма будет составлять 4,3-4,4%, а прогнозируемый рост объемов туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе, составит 6,7%. Если в 1995 году мировые доходы от туризма составили 399 млрд. долларов, то в 2020 году они возрастут до 2 трлн. долларов (в 5 раз), то есть прогнозируемый рост объема доходов от международного туризма больше, чем в других основных отраслях мировой экономики. Общее число туристских прибытий в 2020 году прогнозируется в объеме 1602 млн. человек по сравнению с 564 млн. человек в 1995 году [там же, с.280-281].

Ожидается бурное развитие выездного туризма. При этом крупнейшими рынками-поставщиками туристов станут Германия, Япония, США, Китай, Великобритания. Россия, население которой получило возможность массовых выездов за рубеж только в 1990 году, поставит на международный рынок 30 млн. туристов к 2020 году [40, с.287]. В этом появляется объективная возможность для Кыргызстана расширить прием туристов за счет этих стран. К тому же некоторые из них географически близко расположены к Кыргызстану (Россия) или сопредельной территории (Китай).

При всем этом на международном рынке рекреации усиливается спрос на активные формы отдыха, наблюдается динамичный рост спроса в сегменте «горные приключения». Видимо, в скором будущем спрос превысит предложение, поскольку лучшие ресурсы горного туризма популярных туристских зон мира, например, в Альпах, почти исчерпаны. К тому же, европейские туристы уже полностью «переосвоили» Альпийские горы во всех географических направлениях, теперь переориентируются на новые горные районы, относительно нетронутые их места. В этом горный Кыргызстан не исключение: по нашим оценкам, более 80% иностранных туристов, прибывших в нашу республику по сегменту «рекреация и отдых», – ищущие горных приключений (альпинисты, горные туристы, охотники и др.).

Открытость экономики Кыргызстана к внешнему миру. Обретение Кыргызской Республикой суверенитета (она признана более 100 странами), экономическая и политическая интеграция с зарубежными странами, соответственно, интегрирование в мировое хозяйство и международное разделение труда, усиление деловых, коммерческих и других связей становятся объективными предпосылками развития туризма в республике, его выездного и выездного секторов.

Кыргызстан является членом более 20 международных организаций, в том числе Всемирной торговой организации и Всемирной туристской организации, которые вносят весомый вклад в развитие отечественного туризма. Страна придерживается политики открытой экономики, осуществляет экспортно-импортные операции почти со всеми странами ближнего зарубежья

и с более 50 странами дальнего зарубежья. Внешнеторговый оборот товаров и услуг в 2003 году составил 1566,2 млн. долларов (1233,0 млн. долларов в 1999 году). При этом динамично развиваются и экспорт (в 2003 году осуществлены экспортные операции на 745,3 млн. долларов против 560,5 млн. сомов в 2001 году), и импорт товаров и услуг (соответственно, 820,9 и 565,1). Основными торгово-экономическими партнерами считаются Россия, Казахстан, Узбекистан и Таджикистан из стран СНГ (их совокупная доля во внешнеторговом обороте страны со странами СНГ составляет более 90%), США, Германия, Китай и Турция из стран вне СНГ. Напомним, что и во внешнетуристском сотрудничестве республики эти страны занимают лидирующее положение.

Выгодное экономико-географическое положение. Кыргызская Республика в географическом отношении находится на северо-востоке Центральной Азии и граничит с Казахстаном, Узбекистаном, Таджикистаном и Китаем. При этом наша республика почти окружена зонами, где расположена огромная масса потенциальных потребителей туристских услуг. В нашем приграничьи – самые густонаселенные области этих стран: Алматинская и Жамбульская – Казахстана, Ташкентская, Наманганская, Андижанская и Ферганская – Узбекистана и Согдийская – Таджикистана. На сопредельной с нашей республикой территории сосредоточено более 15 млн. населения. Правда, исключение составляет Китай, поскольку Кыргызстан граничит с его малонаселенными районами (с Синьцзян-Уйгурским автономным районом), но мы должны помнить, что Китай с 1,3 млрд. населением в ближайшем будущем намерен стимулировать и выездной туризм, притом и в направлении Центральной Азии.

Через территорию Кыргызстана проходят важнейшие автомагистрали международного значения: Ош-Хорог, Бишкек-Ош, Ош-Эркечтам-Улуу-Чат, Нарын-Торугарт-Кашгар и др. Примечательно то, что многие из этих трасс совпадают с основными ветвями Великого Шелкового пути, туристский интерес к которому в последние годы возрос практически во всем мире.

Социально-экономическая ситуация в стране. Туризм, как органическая часть социально-экономической структуры государства, его развитие сильно зависит от макроэкономической ситуации в конкретной стране.

В Кыргызской Республике деятельность государства ориентирована на поднятие общего экономического состояния, повышение жизненного уровня населения, удовлетворение растущих его материальных и духовных потребностей. Систематическое повышение доходов населения и рост народного потребления заложены в комплексные программы, охватывающие все регионы республики, стороны жизни населения.

На основе данных статистических органов республики можно утверждать, что показатели, отражающие общую социально-экономическую ситуацию в стране, имеют динамичное развитие (табл. 5.1). Так, в 2003 году

объем ВВП составил 83420,8 млн. сомов, что в 1,7 раза больше по сравнению с 1999 годом (48744,0 млн. сомов). Увеличение национального дохода – объективная предпосылка увеличения денежных доходов населения. В 2003 году объем денежных доходов населения составил 61847,9 млн. сомов против 32531,1 млн. сомов в 1999 году. Так, за указанный период общая сумма денежных доходов населения возросла почти в 2 раза (на 90,1%). При этом сохраняется опережающий темп роста конечного потребления населением материальных благ и услуг. То есть повышение доходов населения прямым образом предопределяет увеличение его денежных расходов на непродовольственное потребление, в том числе повышается удельный вес потребляемых населением платных услуг (их объем в 2003 году составила 10980,5 млн. сомов против 8794,8 млн. сомов в 2002 году).

Дальнейший рост денежных доходов у населения благоприятно скажется на его платежеспособность, с повышением спроса на услуги туризма. В потребительской «корзине» населения туристский продукт постепенно становится ощутим и его удельный вес в структуре покупаемых услуг возрастает. Если в 1998 году доля платных туристских услуг в общей структуре платных услуг, потребляемых населением страны, составила 6%, она к 2002 году выросла до 10,1%, 2003 году – 9,7%. Реальные доходы населения увеличиваются в пропорции к национальному доходу, что, свою очередь, предопределяет потребление населением необходимых товаров и услуг, в том числе туристских.

Таблица 5.1

**Динамика развития социально-экономических индикаторов
в Кыргызстане за 1999-2003 годы***

Социально-экономические показатели	1999	2000	2001	2002	2003
Внутренний валовой продукт, всего, млн. сомов	8744,0	65357,9	73883,3	75366,7	83420,8
на душу населения, сомов	10020,1	13296,8	14911,5	15093,9	16556,3
Денежные доходы населения, млн. сомов	32531,0	42243,2	51126,3	57444,7	61847,9
Денежные расходы населения, млн. сомов	31523,7	41073,3	49775,6	55088,9	60493,6
Платные услуги населению, млн. сомов	4768,0	6182,7	7466,3	8794,8	10980,5
Платные туристские услуги населению, млн. сомов	398,5	559,1	604,7	888,6	1069,2

* Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Как видим, состояние и перспективы развития туристской отрасли подчинены закономерностям социально-экономического развития страны, в том

числе роста уровня денежных доходов населения. Развитие экономики способствует повышению жизненного уровня населения, что, в свою очередь, стимулирует туристскую подвижность населения и интенсивность туризма. Тенденция развития туристской отрасли в стране обусловлена объемом и структурой доходов и потребления ее населения.

В прогнозе при условии стабилизации и дальнейшего подъема экономики республики предусматривается проведение структурных преобразований в ИТ в пользу ее высокоэффективных видов. Учтем, что развитие экономических, культурных и других связей Кыргызстана с зарубежными странами, изучение конъюнктуры на мировом рынке туристских услуг, развитие инфраструктуры, инвестирование в отрасль, совершенствование финансовой, налоговой, кредитной и таможенной систем – важнейшие предпосылки прогноза поступательного развития отечественного туризма.

Общая стратегическая цель в развитии туризма Кыргызстана на период до 2020 года заключается в формировании ИТ с современными институтами, отвечающими национальным и международным стандартам, в превращении туризма в одну из ведущих отраслей экономики, приносящих значительную экономическую и социальную выгоду.

Основные направления развития и размещения туристской отрасли в Кыргызстане на ближайшую перспективу определены в Концепции развития туристской отрасли в Кыргызской Республике до 2010 года и Программе мероприятий по развитию туризма до 2010 года. Согласно данным официальных документов, развивать отечественный туризм до 2010 года предусматривалось в три этапа: первый – 2000-2002 годы, второй – 2002-2005 годы и третий этап – 2005-2010 годы.

В первом периоде (2000-2002 годы) внимание уделено административно-организационным вопросам, нацеленным на создание благоприятного экономического климата для формирования ИТ в стране, основных институтов туристской инфраструктуры. В частности, предусматривались повышение эффективности деятельности государственного органа по туризму в плане координации усилий государственных органов и частных предприятий и организаций по развитию туризма в стране, обеспечение контроля за планомерной реализацией государственной политики в области туризма и ее постоянной корректировкой с учетом новых возможностей, проведение исследований и анализ возможностей туристского рынка Кыргызстана, формирование базы данных и др. В итоге созданы стартовые условия для развития туризма, основные институты туристской индустрии, определены ключевые проекты строительства туристских объектов первой очереди. Улучшается качество сервиса за счет реконструкции, модернизации туристских объектов и повышения квалификации обслуживающего персонала. Определены меры по конкурентоспособности на внешних рынках видов туризма, подлежащих первоочередному развитию.

Второй период (2002-2005 годы) характеризуется постепенным увеличением удельного веса туризма в структуре экономики республики с учетом планируемого роста прибытий туристов. Однако, хотя удельный вес туризма увеличивается, но он еще существенно не отражается на макроэкономическом уровне. Невысоким остается качество рекламного продукта. А без проведения мощных рекламных акций, формирования устойчивого имиджа Кыргызстана как туристской страны, завершения приватизации курортно-рекреационных объектов и объектов туризма и создания конкурентной среды трудно ждать притока частных инвесторов в отрасль. В свою очередь, именно от них ожидается средства на реконструкцию и строительство важнейших туристских объектов (гостиниц преимущественно малой и средней вместимости, развитие транспортных коммуникаций, систем связи и др.).

Совокупной задачей первого и второго периодов считается селективное развитие существующих видов туризма со сравнительно небольшим капиталом при быстрой его оборачиваемости и при наличии постоянного спроса на их продукт, комплексное использование существующих туристских и трудовых ресурсов, развитие малого и среднего бизнеса в сфере туризма.

В третьем периоде (2005-2010 годы) туризм в Кыргызстане должен стать полноценной отраслью экономики, приносящей стабильный валютный доход, способствующей социально-экономическому росту в стране. Полностью сформированная индустрия туризма за счет увеличения доли туристов из дальнего зарубежья в структуре туристского потока реализует свои мощности в полной мере. Все подсистемы ИТ войдут в слаженный экономический механизм, заработают все предприятия, будет производиться конкурентоспособный на мировом рынке продукт, полностью завершатся крупные проекты по развитию инфраструктуры, финансируемые странами-донорами и международными организациями. Устойчивый рост производства и сбыта туристского продукта, в том числе с ориентиром на экспорт в страны дальнего зарубежья, связывается с новыми ресурсами и регионами.

В это же время на основе подъема производства и развития экономики расширяется занятость, увеличиваются заработки и доходы населения республики, происходит рост платежеспособного спроса на товары и услуги, что, в свою очередь, послужит толчком к развитию внутреннего туризма.

Первоначально придется делать упор на такие виды туризма, которые не требуют больших средств и обеспечивают быструю отдачу, не нуждаются в высококомфортабельных средствах перемещения, размещения и пользуются большой популярностью среди туристов. На заключительном этапе можно ориентироваться и на «дорогие» и элитарные виды рекреации, богатых и состоятельных потребителей.

В числе объективных условий для формирования современной ИТ в республике – создание общей транспортной инфраструктуры по стране. Реконструирован международный аэровокзал «Манас» – главные воздушные

ворота страны, увеличена его пропускная мощность. Реабилитированная транспортная магистраль Бишкек-Ош стала как бы "кровеносной системой" развития и функционирования подразделений туризма по системе «Север-Юг». Завершение реконструкции автодороги Ош-Сарыташ-Эркечтам оптимизирует развитие туризма на юге республики, в том числе транзитного: Кыргызстан становится туристским коридором в Китай для Узбекистана, Туркменистана и других стран, заинтересованных выйти на огромный китайский рынок. Здесь учтем то, что по прогнозу ВТО к 2020 году самой посещаемой страной в мире станет Китай, доля которого (включая Гонконг) составит 12,3% мирового туристского потока [21, с.281].

Увеличится туристский поток по Великому Шелковому пути и его объем в общем туризме будет составлять 15-20%. К 2010 году число путешествующих по этому направлению достигнет 35 тыс. человек в год.

Для прогноза развития отрасли туризма в Кыргызстане за основу взяли данные последних 5 лет (табл. 5.2). В основу нашего прогноза заложены средние процентные показатели роста по отдельным цифровым данным туризма. Это означает, что наши прогнозы будут оправданы в том случае, если туризм в стране будет развиваться в таких условиях, в которых он развивался за последние пять лет, то есть с 1999 по 2003 годы (1999 год считается как базисный).

Таблица 5.2

Динамика валового выпуска в сфере туристской деятельности в Кыргызстане за 1999-2003 годы*

Показатели	1999	2000	2001	2002	2003
Валовой выпуск в сфере туризма, млн. сомов	2655,5	4747,2	7500,9	6942,9	6788,6
Абсолютный прирост	-	2091,7	4845,4	4287,4	4133,1
Темпы роста, в %	-	178,7	282,4	261,4	255,6
Темпы прироста, в %	-	78,7	182,4	161,4	155,6
Абсолютное значение 1% прироста	-	26,55	47,47	75,0	69,42

*Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

Значит, если валовой выпуск в туристской сфере в 1999 году составил 2655,5 млн. сомов, то в 2003 году – 6788,6 млн. сомов, абсолютный прирост по сравнению с 1999 годом возрос на сумму 4133,1 млн. сомов. Темп роста составил 255,6%, или же, в общем итоге, в 3 раза больше. Среднегодовой валовой выпуск в сфере туристской деятельности составил 5727,02 млн. сомов. Соответственно, ежегодный прирост в среднем составил 1033,2 млн. сомов. Средний темп роста составил 126%, в общем итоге – в 1,3 раза.

Итоги расчетов показывают положительную тенденцию в развитии туристской деятельности, что предполагает оптимизм прогноза развития туризма в Кыргызстане.

В табл. 5.3 эта общая тенденция конкретизируется в отношении определенных показателей туризма, обычно анализируемых в такого рода прогнозах.

Таблица 5.3

Прогноз основных индикаторов развития туризма Кыргызстана на перспективу*

Показатели	2005	2010	2015	2020
Валовой выпуск в туризме, млн. сомов	8856,1	14024,85	19337,6	24362,35
Доля туризма в ВВП, в %	4,2	5,5	6,7	8,1
Платные туристские услуги населению, млн. долл.	733,7	1571,8	2410,0	3248,1
Занятость в туризме, чел.**	1179	1529	1879	2229
Внутренний туризм, тыс. чел.	755,3	1176,8	1598,3	2019,8

*Рассчитано по данным Нацстаткома КР.

**Без учета работников гостиничного хозяйства и специальных средств размещения

Так, если среднегодовой прирост валового выпуска в сфере туристской деятельности в Кыргызстане за 1999-2003 годы составил 1033,75 млн. сомов, то к 2005 году он составит, при сохранении тенденции, сумму 2067,5 млн. сомов. Тогда объем валового выпуска в туристской сфере к 2005 году составит 8856,1 млн. сомов и т.д.

При этом, по нашему прогнозу, международный сектор отечественного туризма Кыргызстана по натуральным и стоимостным показателям будет динамично развиваться, что отражено в табл. 5.4.

Таблица 5.4

Прогноз развития международного туризма Кыргызстана на перспективу

Показатели	2005	2010	2015	2020
Число иностранных туристов, тыс. человек	271	411,4	528,4	645,4
Доход от экспорта туруслуг, млн. долларов	66,4	91,2	122,2	153,2
Число выехавших туристов, тыс. человек	135,4	184,4	233,4	282,4
Доход от импорта туруслуг, млн. долларов	17,0	18,2	19,9	20,4

Заметим здесь то, что в настоящее время с каждым годом увеличивается поток внешних инвестиций, поэтому эти показатели могут быть гораздо выше, чем прогнозируемые.

Из расчетной аналитической таблицы видно, что ежегодный доход от иностранного туризма по всем показателям возрастает. Так, если в 1996 году доходы составили всего 4,2 млн. долларов, то к 2003 году – 47,8 млн. долларов. Это означает, что доходы за 8 лет возросло в 11 раз. При этом среднегодовой доход от иностранной туристской деятельности составляет 19,625 млн. долларов, а его ежегодный прирост – 6,2 млн. долларов.

Как видим, итоги расчетов показывают положительную тенденцию в развитии туристской деятельности в показателе получения доходов от иностранного туризма – основного валютопринносящего сектора ИТ, что предполагает их положительный прогноз на перспективу.

Значит, на основе таблиц сделаем общий, но уже оптимальный прогноз развития въездного туризма на период до 2020 года. Так, если среднегодовой прирост объема доходов составил 6,2 млн. долларов, то к 2005 году он составит сумму 12,4 млн. долларов. Тогда объем доходов от иностранного туризма к 2020 году – 153,2.

В условиях формирования и развития ИТ в Кыргызстане, повсеместного создания разветвленной сети сервиса такие типы туристской деятельности, как курортно-оздоровительный, спортивно-промышленный, познавательный, деловой и религиозный, составляют основу территориальной специализации.

Итак, туризм к 2015 году, как высокодоходное хозяйство, станет одной из приоритетных отраслей национальной экономики, приносящей стабильный доход, способствующей росту экономики, развитию социальной сферы. Его доля в национальном доходе Кыргызстана будет составлять более 10%.

Прогнозируя развитие ИТ, определяя его приоритетные формы, следует затем приступать к структурным преобразованиям в системе туристского хозяйства с учетом особенностей экономико-географического положения республики, наличия рекреационных, энергетических, трудовых ресурсов, развитости коммуникаций, возможностей инвестирования в экономику, расширения экономических и культурных связей с другими государствами. Туризм в Кыргызстане будет развиваться динамично и темпы прироста как туристского, так и денежного потока прогнозируются выше среднемировых, со значительным увеличением удельного веса туристского производства в ВВП страны. Республика войдет в состав мировых лидеров туризма среди малых государств мира.

Однако здесь следует заметить, что высокая прибыльность туризма не должна привести к туристской монокультуре в стране. Более высокая плата за землю, ресурсы, капитал, высокая заработная плата в туристской сфере в силу ее высокой эффективности отрицательно влияют на сельское хозяйство

из-за отторжения земель из сельскохозяйственного оборота, оттока рабочих рук и т.п. Кроме того, неизбежно региональное оживление криминалитета. в том числе международного (экстремизм, терроризм), проституции, связанных с последней различных заболеваний, уже и так достигающих у нас уровня социальных.

Туризм должен быть лишь составной частью развития и процветания национальной экономики. Это помогло бы избежать издержек экономической монокультуры туризма, чреватой нежелательными последствиями (социального, экономического и экологического) долгосрочного характера, в том числе расходами на поддержание и воспроизводство туристских ресурсов. *Все это позволяет утверждать, что ядром туристского развития государства должен быть принцип «поликультура – основа развитости туризма и ее стабильности».*

5.2. Меры по улучшению государственного регулирования туристской деятельности

Разнообразие природных и экономических факторов, технологических особенностей производства и сбыта туристских услуг, территориальная и ведомственная разобщенность объектов туризма предъявляют особые требования к системе управления туризмом, в котором происходят глубокие структурные изменения, создаются новые формы организации, новые типы предприятий.

Государство, признавая туризм одной из приоритетных отраслей национальной экономики, содействует развитию туристской деятельности и создает благоприятные условия для ее функционирования, формирует образ Кыргызстана как страны, благоприятной для туризма, определяет принципы инвестиционной политики в области туризма.

В этом направлении основными целями государственного регулирования туристской деятельности в республике является: обеспечение конституционного права граждан на отдых; развитие конкурентоспособного туристского рынка, создание благоприятного рыночного климата для туристского бизнеса на основе развития конкуренции и специализации в секторе туризма; определение и поддержка приоритетных направлений туристской деятельности; стимулирование развития малого и среднего предпринимательства; создание новых рабочих мест; увеличение доходов в бюджет государства; охрана и улучшение окружающей среды, всемерная поддержка сохранения и популяризации памятников природы и культуры.

Соответственно развитие системы государственного регулирования и поддержки туристской деятельности осуществляется путем:

издания нормативно-правовых актов, позволяющих полноценное развитие туризма;

прямых бюджетных ассигнований для реализации целевых программ развития туризма;

создания благоприятных инвестиционных условий для отечественных и иностранных инвесторов (предоставления налоговых льгот, освобождения от налоговых пошлин завозимых в страну туристского оборудования);

проведения международного маркетинга, в том числе рекламы на разных географических и социальных сегментах туристского рынка;

предоставления льготных кредитов (по выгодной процентной ставке) отечественным предпринимателям, занятым в сфере въездного туризма, внутреннего туризма и социального туризма;

внедрения экономических и статистических механизмов, позволяющих вести корректное наблюдение за состоянием и развитием туризма в республике и ее регионах;

содействия подготовки туристских кадров;

обеспечения безопасности туристов (страхования туристов и их имущества), защиты их прав и интересов;

регулирования кооперации туристских, транспортных, гостиничных, банковских, торговых и других хозяйственных структур в целях комплексного обслуживания туристов;

содействия внедрению в местный туристский рынок прогрессивных технологий сервиса;

упорядочения отношений собственности в отрасли;

развития отраслевой туристской науки;

содействия международным контактам в области туризма, участию местных туроператоров и турагентов на международных ярмарках и выставках.

Однако государственное управление отраслью сопряжено с некоторыми трудностями, отсутствуют четкие экономические ориентиры развития туристской отрасли в республике.

Туризм является, по сути, межотраслевым и межведомственным комплексом, в него прямо и косвенно вовлечены такие отрасли и ведомства, как транспорт, связь, спорт, культура, торговля, общественное питание, банковская система, таможенная и пограничная службы, органы внутренних и иностранных дел, национальной безопасности и т.д. Обилие государственных, хозяйственных и других структур, связанных с туристской сферой, действующих в ней, затрудняет проведение единой государственной политики в сфере туризма. Предприятия и организации, прямо и косвенно связанные с туризмом, находятся в различной ведомственной, отраслевой и хозяйственной подчиненности. Так, объекты санаторно-курортного хозяйства и дома отдыха находятся в ведении Министерства здравоохранения и Федерации

профсоюзов Кыргызской Республики, профилактории и базы отдыха – в подчинении различных министерств, ведомств и учреждений. Природная среда, которая отчасти является естественным продуктом туризма, находится в компетенции Министерства экологии и чрезвычайных ситуаций, Государственной лесной службы. Объекты культурно-исторического наследия – в ведении Государственной комиссии по развитию государственного языка и культуры.

На практике сталкиваемся с дублированием функций и организационных структур в области управления туризмом, а специфические особенности туристской деятельности существующая система управления им учитывает слабо, что негативно отражается на самом туризме.

Туристские фирмы и компании, занимающие непосредственно туристским делом (по приему и обслуживанию туристов), являются частными, самостоятельными хозяйствующими субъектами. Механизмы регулирования их работы со стороны ГКТСМП и его региональных подразделений проблематичны.

В связи с этим выдвигается множество предложений по совершенствованию управления туристской отраслью, однако упор пока делается на организационные изменения и реорганизацию центрального отраслевого органа управления, а не на обновление методов работы управленческих звеньев.

Так, учитывая большой социально-экономический потенциал туризма, его роль в формировании ВВП страны, в первом же году суверенитета – в 1991 году в Кыргызстане был образован одним из первых в СНГ специальный государственный орган управления туризмом – Министерство туризма, которое добилось определенных результатов в плане приобретения опыта, создания основы туристского бизнеса, установления деловых контактов с зарубежными партнерами и др. Однако с тех пор идет бессистемная реорганизация органа государственного управления. Так, за короткий промежуток времени это ведомство несколько раз сменило свой статус и название: Министерство туризма сначала было преобразовано в Государственное агентство по иностранному туризму, затем – в Государственный комитет по туризму и спорту, с 1996 года вновь появилось Министерство туризма и спорта. Однако в том же году, точнее в конце года, в связи с сокращением структуры правительства данное министерство преобразовано в Государственное агентство по туризму и спорту. А в данный момент управлением туризмом на государственном уровне занимается, как мы уже отметили, Государственный комитет по туризму, спорту и молодежной политике.

Таким образом, в республике идет постепенное снижение статуса органа государственного управления туризмом.

Тем самым, считаем, что назрела необходимость коренной реорганизации существующей туристской государственной структуры в интересах широкомасштабного развития туристской отрасли в стране. Механическое со-

единение хозрасчетного туризма с бюджетным спортом, да еще и с молодежным делом не оправдывает себя со стороны государственного управления в организационно-экономическом плане. Да, туризм по своей функциональной деятельности близок к спорту, особенно к его оздоровительным и спортивным разновидностям, а в них участвует в основном контингент молодежи. Но по такому принципу конструирования ассоциативных рядов можно объединить что угодно. Приходится вспомнить, что туристская деятельность охватывает самые разные возрастные группы, притом, например, в курортном туризме 70-80% потребителей образует категория пожилых людей.

На наш взгляд, в связи с этим в данном направлении необходимо предпринять ряд мер административно-организационного характера:

Во-первых, предлагаем восстановление министерского статуса государственного органа управления туризмом, так как существующий экономический потенциал туризма требует управления на таком уровне.

Во-вторых, так как мы не сторонники раздувания числа государственных структур управления, пусть спорт остается в составе данного министерства. Отдел по молодежной политике необходимо передать соответствующим комиссиям или организациям (как по делам женщин и семьям), так как работу с молодежью никак нельзя скоординировать с деятельностью хозяйственных структур, какими представлен, например, туризм.

В-третьих, с целью расширения ресурсного потенциала туризма, укрупнения государственного органа по управлению им существует необходимость передачи в «поле зрения» данного министерства сферы культуры, так как ее объекты (культурно-исторические памятники, театры, клубы и т.п.) являются непосредственными ресурсами (объектами) туризма. Для туризма наряду с благоприятностью климатических и ландшафтных условий, представляет непосредственный интерес культурно-исторический компонент.

Таким образом, учитывая тот факт, что туризм, спорт и культура функционально связаны друг с другом и эффективность их деятельности зависит от взаимосвязанной работы, предлагаем образовать Министерство туризма, спорта и культуры. Это был бы серьезный шаг к решению многих проблем в реализации целостной государственной политики в сфере туризма, спорта и культуры. Взаимное сосуществование этих сфер дает им полноценное развитие, поскольку в реальной действительности они развиваются не обособленно, а в тесном взаимодействии друг с другом.

Здесь следует отметить, что ряд специалистов по туризму, исходя из соображения того, что природоохранные территории являются основным объектом туристского посещения, предлагают вариант создания Министерства природы и туризма (или туризма и охраны природы) [24; 83]. На наш взгляд, подобное соединение функционально разных отраслей в одно ве-

домство нецелесообразно: туризм – это отрасль-природопользователь, носит потребительский характер, а охрана природы выполняет охранную функцию. Следовательно, в этом случае последнее может потерять свое функциональное назначение в интересах первого.

До сих пор кыргызский туризм имеет полиполную структуру с мелкими и средними предприятиями. Процесс формирования олигополной структуры туристского рынка в республике в реальных условиях идет медленно. Развитие кыргызского туризма в условиях благоприятной экономической конъюнктуры обусловит концентрацию и централизацию производства и капитала, объединение юридически самостоятельных предприятий с образованием крупных предприятий-конгломератов (холдинговых компаний, концернов). То, что они пока не возникали, объясняется тем, что нет общей скоординированной системы мер по развитию туризма и смежных с ним отраслей, в частности, в области налогообложения и кредитования, не ясны у ГКТСМП правово-экономические полномочия в сфере решения межотраслевых и межведомственных проблем.

Развитие туризма требует управления на макроуровне, поскольку связано с затратами и большим объемом работ, в частности, по строительству и благоустройству объектов туризма и отдыха, созданием коммуникационной сети. Необходима максимальная координация деятельности в сфере туризма между исполнительными и другими государственными органами, а также между государственным и частным секторами.

Наряду с дерегулированием в сфере туризма, необходимо усилить роль государства как важного рычага в управлении развитием отечественного туризма, целенаправленные действия которого выражаются:

в разработке Генеральной схемы развития и размещения туризма в Кыргызстане с определением туристских зон, имеющих статусы разного ранга, на основе комплексной инвентаризации и создания единого кадастра туристских ресурсов;

в разработке и реализации региональных программ развития туризма с учетом селективной поддержки конкретных направлений, необходимости улучшения территориально-хозяйственной структуры страны и развития экономически отсталых и отдаленных ее районов;

в привлечении иностранных инвестиций (посредством предоставления гарантий, льготного кредитования и налогообложения) с использованием зарубежной передовой техники и технологии, совершенных форм организации труда, управленческого опыта в сфере туризма;

в организационно-экономических и кредитно-инвестиционных механизмах, способствующих развитию туризма (специализированные туристские банки, лизинговые операции, концессия, франчайзные отношения и т.п.);

в принятии закона «О социальном туризме» с целью расширения в стране внутреннего (массового) туризма, повышения туристской активности населения и разносторонней поддержки туризма для его малоимущих слоев; в создании специализированных теле- и радиопередач, периодических печатных изданий, направленных на поддержку имиджа отечественного туризма.

К ключевым проблемам, возникающим при управлении современным туризмом, следует отнести информационное обеспечение, мониторинг и научно-методическое обеспечение. Структура информационного обеспечения туризма слаба. Материалы, поступающие из разных источников, не систематизируются и не анализируются, что затрудняет принятие оперативных решений и прогноз ситуаций. Необходима многоуровневая информационная система «турист – регион», предназначенная для сбора, хранения и обобщения (обработки) информации о туристских потоках, туристских районах (зонах) и др. Затем, на основе этих данных проводим мониторинг с последующей разработкой модели оценки туристского потенциала того или иного района, оптимальной туристской нагрузки и воздействия туристского наплыва на окружающую среду. Наиболее вероятным представляется формирование в регионах (при областных комитетах или ассоциациях) центров по научно-методическому обеспечению туристского дела с привлечением соответствующих специалистов (географов, экономистов, историков, социологов и др.).

5.3. Совершенствование структурно-территориальной организации туристского хозяйства

В региональную политику государства составной частью входит туристская специализация того или иного экономического района с учетом его ресурсного потенциала. При этом учитываются такие принципы организации территориального разделения труда, как специализация, концентрация, кооперирование и комбинирование. Региональные исследования предшествуют определению развития видов и форм туризма в зависимости от имеющихся в том или ином районе ресурсов и условий.

Оценка туристского потенциала Кыргызстана предопределяет формирование и развитие таких видов и разновидностей туризма, которые имеют потенциальные преимущества для развития в соответствии с природными и культурными ресурсами, рабочей силой, материально-технической базой, а также исторически сложившимися народным опытом, методами и традициями, и образуют непосредственно кыргызскую нишу на мировом рынке

туризма, могут стать особым продуктом экспорта экзотического характера в международном разделении труда.

Остановимся на некоторые из них.

Горный рельеф Кыргызстана, прежде всего, арена спортивного туризма – альпинизма, скалолазания, спелеотуризма, горнолыжного туризма, сплава по рекам, конного туризма и т.п. Притом разные виды спортивно-туристских соревнований можно организовать во всех регионах и высотных поясах территории республики в зависимости от их сложности.

Так, высокогорный пояс территории республики с множеством вершин и пиков разной высоты и доступности, перевалов, каньонов, ледников создает объективные предпосылки для развития альпинизма и горного туризма национального и международного значения. Геоморфологическая особенность рельефа предопределила расположения здесь 1100 классификационных альпинистских (из них 90 высокой категории) и более 1400 классификационных туристских (из них около 200 высокой категории) маршрутов. Альпинизм может стать одним из главных направлений туризма. Суммарный природно-альпинистский потенциал высокогорных территорий республики с учетом допустимой рекреационно-экологической нагрузки составляет более 3000 альпинистов в год, или более 6,0 млн. долларов [7, с.305]. В последние годы наблюдается стабильный рост числа альпинистов и горных туристов, побывавших на горных вершинах Тяньшаня.

Весной 2005 года сборная команда Кыргызской Республики по альпинизму в составе первой Кыргызской гималайской экспедиции планирует совершить восхождение на пик Эверест (Джомолунгма, 8848 м). Эта акция будет посвящена второму Бишкекскому глобальному горному саммиту в 2005 году, а также – для привлечения внимания мировой общественности к проблемам развития горных регионов. Инициатива принадлежит Федерации альпинизма, скалолазания и ледолазания Кыргызской Республики. Попытка покорения пика будет совершена с северной стороны горы со стороны Китая по маршруту China-Everest (по северо-восточному гребню через северную седловину).

Альпинизм – особый вид спортивного туризма, требующий строгих мер безопасности со стороны туроператоров, строгого соблюдения правил – со стороны альпинистов. Сегодня в условиях развития рынка туристских услуг в стране без проверки профессиональной подготовленности альпинистов, особенно их состояния здоровья получают разрешительные туры все, кто заплатил за это. Многие идут на штурм горных вершин без регистрации контрольно-спасательных служб (КСС). Есть случаи проникновения в альптурзоны с особым пропускным режимом «дикарями». Трагедия, прошедшая в начале августа 2004 года на Хантенгри – знаменитой вершине высотой 6995 м в горном узле Центрального Тяньшаня и унесшая жизни более 10

альпинистов, требует ужесточения мер безопасности в альпинистском туре, реформирования КСС, пересмотра системы подготовки для восхождений.

В нашей республике, несмотря на естественные возможности для такого вида активного отдыха, как **горнолыжный туризм**, во время существования СССР не было создано ни одного современного горнолыжного комплекса.

На территории страны сегодня действуют горнолыжные базы «Горный», «Ноорус», «Чонташ», «Оорусай» (на склонах Кыргызского хребта), «Бекжар» (на склоне Кичикалая) и др. Однако наличие протяженных пологих склонов, лишенных сплошной лесной растительности, малая облачность, относительно невысокие среднезимние температуры (-3-10 градусов), слабые ветры (1-3 метра в секунду), продолжительность солнечного сияния (2500-2750 часов в год), достаточная толщина снегового покрова (50-150 см) и его продолжительность залегания создают естественные предпосылки для создания горнолыжных баз в большинстве регионах республики. В этом отношении по отдельным показателям Кыргызстан превосходит некоторые популярные зоны горнолыжного спорта. Например, если наиболее оптимальная относительная влажность воздуха в республике в среднем составляет около 60%, то на Кавказе она достигает 80%, что неблагоприятно для организма человека на высоте более 1500 м, особенно во время спуска по горнолыжным трассам.

Большое число и разнообразие по генезису и расположению пещер и гротов на территории Кыргызстана служат естественной базой развития **спелеотуризма**, являющегося перспективным видом отечественного туристского дела.

В пределах территории республики изучено более 400 пещер, являющихся памятниками природы. В туристском отношении интересны и перспективны такие пещеры, как Чильустун (одна из красивейших пещер в Центральной Азии), Аджидарункур (на глубине 110 м от поверхности земли поселилась единственная в СНГ колония летучих мышей), Сасыкункур, Ункуркомар, Акчункур, Текесекирик, Сель (как пещерные стоянки древнего человека), Канигут, Сульункур (как пещеры-рудники), Чонтуз, Теплая, Большая Соляная, Арпалык, Актурпак (пещеры с лечебными свойствами) и др. Они отличаются по категориям сложности. Многие из них доступны для любителей-спелеологов, другие – лишь для профессионалов. Сложные проходы и лазы, лабиринты, подземные озера, разнообразие минералов, тайны и легенды о пещерах, культовое их значение – факторы усиления привлекательности пещер.

Работы по использованию пещер в туристских целях по существу только начаты. Отечественный спелеотуризм не имеет соответствующей материально-технической базы. К наиболее посещаемым пещерам требуются пешеходные и автомобильные дороги, при массовых посещениях подземные

переходы должны быть электрифицированы и телефонизированы. Главными препятствиями в деле развития спелеотуризма являются транспортное обслуживание, поскольку пещеры обычно располагаются в отдаленных труднодоступных горных местностях. Отсутствие спелеологического снаряжения, инструкторов спелеотуров и спасателей – дополнительные трудности. Несмотря на огромный потенциал развития пещерного бизнеса в стране, предложением спелеотуров занимается единственное в Кыргызстане предприятие – международный центр треккинга «Горы Азии».

Охрана пещер, как сложных подземных природных комплексов, включает сохранение пещерных животных и сбережение природных образований спелеорельефа. Многие пещеры Кыргызстана, как природные лаборатории и памятники, представляющие сложные геоморфологические строения, богатые натечные формы и своеобразие подземного мира, подлежат охране и бережному отношению к ним. Однако на сегодня многие пещеры не взяты под государственную охрану. Подземные богатства отданы на разграбление разного рода «спелеобраконьерам». Полевые исследования, проведенные нами летом 2000 года в пещере Чильустун в Араванском районе, наглядно показали как обворовываются части каменной «архитектуры» пещерных залов, которые могли бы принести южному региону республики славу уникального спелеополигона.

Экологический туризм, называемый еще «мягким», «зеленым», природным, «хлорофилльным», становится самым популярным видом современного туризма с организацией локальных экомаршрутов (например, в пределах городских парков) вплоть до глобальных экотуров (акции движения «Гринпис»).

Девственность и пестрота горной зоны Кыргызстана создают основу формирования мирового центра экологического туризма в Центральной Азии. Он вправе занять приоритетное место в государственной программе развития туристской отрасли как перспективный ее вид, не требующий крупных капиталовложений, но пользующийся высоким спросом на международном рынке туризма.

Значительная часть территории страны, кроме освоенных в хозяйственном отношении крупных долин, по причине малой заселенности и отсутствия вредных производств, считается экологически чистой зоной. Специфическими характеристиками природных комплексов Кыргызстана являются комфортность, контрастность, аттрактивность, уникальность и экзотичность. У кыргызских туроператоров есть возможности в предложении на внешнем рынке туристского продукта природного происхождения в первозданном виде, без излишнего его «приукрашивания» и «приумножения» со стороны цивилизаций. Если иметь в виду, что с каждым годом уменьшаются площади нетронутой природы в мире и ее основная часть остается в горных

областях, то, следовательно, международная значимость развития экологического туристского рынка в республике очевидна.

В деле поднятия села, улучшения сельской инфраструктуры одним из важных путей может стать **сельский туризм**. Данная форма туризма получила широкое развитие в Европе, стала стимулом рынка сбыта продукции сельского хозяйства. К примеру, в отдельных регионах Европы чистая прибыль, полученная от оплаты за одно место проживания, равна прибыли, полученной с одного гектара сельскохозяйственной земли.

Сельский туризм не требует больших капитальных вложений и высоких комфортабельных условий при перемещении и размещении клиентов, нужно лишь тщательное планирование туров. Сельские познавательные туры могут предоставлять все категории сельских поселений Кыргызстана: долинные, предгорные и горные. Для этого местные жители должны пройти специальное обучение по приему и обслуживанию туристов, предложению специализированных туров для различных сегментов. В структуру предложения могут войти, например, джайлоо-туризм (показ хозяйственных и бытовых традиций кыргызов в кочевом образе жизни), ремесленный туризм (народные художественные промыслы в селе), фермерский туризм (наблюдение за сельскохозяйственной работой и участие в ней), организация так называемых «сезонных» туров с привлечением туристов с индивидуальными интересами: «сезон кумыса» (можно организовать во всех горных районах), «медовой сезон» (в туристских зонах Арсланбоб, Чичкан, Саламалик), «сезон арбузов и дынь» (в южных равнинных районах), «малиновый сезон» (в урочище Чичкан), «сезон охоты с беркутом» (демонстрация национальной охоты), «сезон дичи» (проба мяса кеклика, перепела, фазана, уток).

Кыргызстан, как страна с соответствующей этнической общностью, интересен с точки зрения **этнографического туризма**. Познавание специфики материальной и духовой культуры кыргызского народа, проникновение в особенности его быта и традиций, прошлый кочевой образ жизни являются уникальной статьей экспорта.

Особенностью этнографического туризма в экономическом отношении считается то, что для привлечения этнотуристов не требуется громоздкая материальная база. Повседневная жизнь местного населения раскроется на семейных торжествах, в дни народных праздников, в знакомстве с продукцией народно-художественных промыслов, на театрализованных представлениях, устраиваемых в различных местах (на ипподромах, в селах, на полях и др.). Также к основным затратам туристов по транспорту, размещению и обеспечению питанием дополняются значительные их затраты на приобретение сувениров и других памятных предметов. Однако этнографические ресурсы, присущие всем туристским зонам Кыргызстана и составляющие основу для познавательного туризма, до сих пор еще мало востребованы.

В Кыргызстане расположены важнейшие культовые объекты, определяющие формирование и развитие религиозного туризма, как в республиканском, так и Центральноазиатском масштабах. Его территория издавна славилась множеством святынь. Поток пилигримов шел к местам, которые были важнейшими центрами притяжения путешественников с религиозными мотивами, как Ош, Жалалабат, Талас, Арстанбап, Сафидбулан, Абшырсай, Сахаба и др. Не иссякает этот поток и в наши дни.

По отношению религиозного туризма следует заметить, что у кыргызов объектами поклонения считаются не только артефакты (мазары, мавзолеи, курганы, гумбезы), но также множество объектов природной среды: горы, родники, пещеры, деревья, камни и т.п. При этом полевые изучения, проводимые нами в рамках проекта Горного института (США) «Горнокультурные ландшафты Центральной Азии», подтвердили тот факт, что подавляющая часть культовых объектов образуют еще и природный комплекс. В качестве примеров можно привести Сулаймантоо в городе Ош, Ункурата и Абшырата в Ноокатском районе, Кожокелен в Карасуйском районе, Эмчекункур в Базаркоргонском районе) и многое другое. Люди совершают походы в пещеры в целях молитвы, там же проводятся обряды, посвященные культу предков и силам природы.

В условиях возрождения духовных ценностей возросло число паломников, посещающих как местные святыне места (например, посещение Сулаймантоо в городе Ош), так и основной культовый центр мусульман – Мекку и Медину в Аравии.

Деловой туризм характеризуется не только своим своеобразием, но и как новое направление в структуре национального туризма. Приобретение Кыргызстаном государственного суверенитета, открытие экономики на внешний рынок, интернационализация экономических отношений в стране, развитие торговых, культурных, научных и общественных связей с зарубежными странами создают условия для массовых деловых контактов.

В условиях развития научно-технического прогресса, расширения научных связей между странами, стремления использовать передовой опыт других стран в области науки, техники и технологии в структуре делового туризма увеличивается число представителей научной сферы. Скажем, в течение года в регионах Кыргызстана проводятся более 25 разного масштаба мероприятий с участием более 3 тыс. представителей науки и образования. В Кыргызстане в этом плане перспективны наиболее развитые географические сегменты рынка (Бишкек, Ош, Жалалабат) и традиционные (Чолпоната, Арстанбап). Для этого требуется создание конгресс-центров с залами и другими помещениями, современных средств для размещения посетителей, высокого класса обслуживания.

Либерализация внешнеэкономических связей в Кыргызстане стала мощным фактором развития «челночного» туризма – поездок за границу с

целью приобретения товаров потребления и для последующей их реализации в родной стране. При кризисном состоянии отечественной промышленности, в частности, легкой и пищевой, «челноки» наполняют потребительский рынок региона на 70-80%, а изделиями легкой промышленности – более чем на 90%.

«Челночный» бизнес приносит ощутимую прибавку бюджету принимающих стран. Так, в Турции «челноки» ежегодно закупают товаров на сумму 8-10 млрд. долларов. Правительство страны всячески поддерживает шоп-туризм. Например, туристы, купившие некачественный товар, вправе в 15-дневной срок потребовать его обмена, снижения или возвращения уплаченной суммы, либо безвозмездного устранения недостатков. Планируется даже снизить цену авиабилета для «челноков».

Курортный туризм – основа развития как национального, так и иностранного туризма в нашей стране, где имеются соответствующие природные факторы: разнообразные в физико-химическом отношении минеральные воды, лечебные грязи, благоприятные климатические и ландшафтные условия. Такое сочетание курортных факторов, по сравнению с другими районами Центральной Азии, достаточно оригинально, что предопределяет предложение самого широкого спектра курортных услуг населению. Традиционно проводятся бальнео-, пелоидо- и климатотерапевтические процедуры в сочетании с физиотерапевтическими методами. Существующая специализация санаторно-курортного обслуживания курортов остается доминирующей в перспективе. Это обуславливает интенсификацию использования курортных ресурсов путем строительства новых и расширения вместимости существующих объектов с разветвленной сетью сервиса.

Между тем, структурные изменения на мировом рынке курортных услуг, большая избирательность потребителя в отношении как качества услуг, так и их разнообразия, предполагают поиск новой рыночной стратегии в курортном бизнесе, усиление специализации предприятий. В условиях бурного развития курортно-медицинской технологии, наряду с лечением путем использования природно-курортных факторов, предстоит расширение аппаратной физиотерапии на курортных предприятиях. Применение таких методов, как гальванизация, магнитотерапия, электросон, аэроионотерапия, франклинизация, аэрозольтерапия, воздействие ультразвуком, импульсными токами, светом основывается на новейшем оборудовании современной медицины и курортологии. Дополнительные услуги составляют курсы по профилактике стрессов, спортивной и народной медицине, иглотерапии, лечебному голоданию, витаминному лечению, привлекающие потребителей и в межсезонье.

Поскольку поездки с целью лечения – один из наиболее экономически эффективных видов иностранного туризма Иссыккульская, Чуйская и Жалалабатская области при условии модернизации и реконструкции курортных

учреждений считаются перспективными по развитию курортного бизнеса. Оптимальное сочетание отечественных и иностранных инвестиций может обеспечить необходимые для этого капитальные вложения.

Во всех районах республики существуют условия для расширения ассортимента курортных услуг за счет нетрадиционных методов лечения с преимущественным использованием достижений как современной медицины, так и народной. Предложение таких услуг, как кумысолечение, спелеотерапия, лечение продуктами пчеловодства, фитотерапия, мумиелечение – дополнительные факторы развития курортного бизнеса, новые для него сегменты.

Таким образом, в перспективе вышеперечисленные виды и формы туризма могут стать основной функционирования отечественной индустрии туризма, надежным источником получения прибыли в виде национальной и иностранной валюты, сферой приложения труда населения республики.

В условиях формирования и развития ИТ в Кыргызстане, повсеместное создание разветвленной сети сервиса, освоение и использование природно- и культурно-туристских ресурсов регионов, специализация на этой основе их к выполнению определенных туристских функций вызывает необходимость совершенствования туристского районирования территории страны с целью оптимальной отраслевой организации туризма.

Туристское районирование с определением туристских функций каждого региона – основа координации в отраслево-структурной организации туризма по территории республики.

Территория Кыргызстана, как высокогорная географическая среда, характеризуется разнообразием природных ресурсов и условий. Регионы республики по уровням размещения производства, расселения людей, соответственно, по условиям формирования затрат, цен, спроса и предложения резко отличаются друг от друга. Освоение горных районов характеризуется значительно сложностью в сравнении с равнинными и требует обязательно сочетания экономической деятельности с экологической.

В территориальном отношении регионы республики характеризуются разной степенью развития промышленного и сельскохозяйственного производства, социальной инфраструктуры, соответственно, туристской. При туристском районировании учитываются: природно-географическая обособленность района, его общеэкономический уровень развития, характер природы, наличие и разнообразие туристских ресурсов, возможность и удобство их использования, уровень развития инфраструктуры, в том числе туристской, экономическая роль туризма для района (место туризма в пополнении местного бюджета, занятости населения, его мультипликативный эффект).

Региональное развитие предприятий туристской специализации определяется набором тех факторов, которые в той или иной степени влияют на размещение определенных видов туризма в регионах республики (табл. 5.5).

**Факторы роста привлекательности для туризма
экономических районов Кыргызстана**

Район	Факторы роста привлекательности	Степень влияния
Таласский	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие культурно-исторических памятников 2. Расположение природного парка «Бешташ» 3. Расположение охотничьих и ботанических заказников 4. Возможность выхода к железнодорожной сети 5. Выход в Казахстан и Узбекистан 	<p>Решающая Значительная Значительная Решающая Значительная</p>
Чуйский	<ol style="list-style-type: none"> 1. Расположение столицы республики – города Бишкек и его современная архитектура 2. Высокая плотность населения, в том числе городского 3. Наличие культурно-исторических памятников 4. Расположение термоминеральных источников 5. Возможность для горнолыжного туризма 6. Расположение национальных природных парков «Алаарча» и «Чонкемин» 7. Высокий уровень сервиса 8. Развитая банковская сеть 9. Расположение международного аэропорта «Манас» 10. Рост деловых связей 11. Наличие железнодорожной линии 12. Соседство с Казахстаном 13. Расположение СЭЗ «Бишкек» 	<p>Решающая Решающая Значительная Высокая Высокая Решающая Решающая Высокая Решающая Высокая Высокая Высокая Значительная</p>
Иссык-кульский	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие незамерзающего озера Иссыккуль 2. Комфортный горно-морской климат 3. Высокая концентрация месторождений термоминеральных вод и лечебных грязей 4. Расположение заповедников «Сарычат-Ээрташ», Иссыккуль» и национального природного парка «Каракол» 5. Расположение известных пиков и вершин 6. Наличие охотничьих заказников 7. Развитая инфраструктура туризма и курортного дела 7. Расположение курортного центра Чолпоната 9. Распространение еловых лесов 10. Наличие аэропортов, в том числе международного (Каракол, Чолпоната) 	<p>Решающая Решающая Решающая Высокая Высокая Высокая Высокая Высокая Значительная Высокая</p>
Нарынский	<ol style="list-style-type: none"> 1. Возможность выхода в Китай через КПП «Торугат» 2. Расположение заповедников «Каратал-Жапырык» и «Нарын» 2. Экологические туры 3. Расположение СЭЗ «Нарын» 4. Возможности развития охотничьего туризма 5. Возможности спелеотерапии (Чонтуз) 6. Возможности развития лечения высокогорьем и кумысолечения 	<p>Решающая Высокая Значительная Значительная Решающая Значительная Значительная</p>

Южный	1. Высокая концентрация культурно-исторических памятников	Решающая
	2. Расположение второй столицы республики – города Оша	Решающая
	3. Высокая плотность населения в регионе и в сопредельных регионах (Узбекистана и Таджикистана)	Решающая
	4. Расположение Сулаймантоо – «Второй Мекки» в Центральной Азии	Высокая
	5. Большое количество пещер	Значительная
	6. Распространение орехово-плодовых и арчовых лесов	Высокая
	7. Наличие уникальных природных объектов (Сарычелек, Абшырсай и др.)	Решающая
	8. Расположение заповедников «Бешарат», «Сарычелек», природных парков «Карашоро», «Кыргызата» и большинство заказников страны	Высокая
	9. Высокий уровень сервиса и коммуникаций	Значительная
	10. Удобный транзитный путь для туристов Узбекистана и Туркменистана в Китай	Высокая
	11. Высокая концентрация термоминеральных источников	Высокая
	12. Возможности развития фитотерапии	Значительная
	13. Развитая банковская сеть	Значительная
	14. Рост деловых связей	Высокая
	15. Расположение известных пиков и вершин	Высокая

По уровню использования туристских ресурсов, развития материально-технической базы и сервиса обслуживания территория республики делятся на три категории (при этом критерием районообразования принята степень туристской освоенности территории).

Район с высоким уровнем развития туризма по сравнению с общим уровнем его развития в стране, где туризм является решающим районообразующим фактором. Данный район представляет Иссыккульская область (по экономическому районированию – Восточный экономический район). Здесь разнообразны ресурсы рекреации, выгодное экономико-географическое положение по отношению потребителей со стороны Чуйской области и города Бишкека, Казахстана и России. Для района характерно наличие и доступность разветвленной транспортной сети: автомобильной (вокруг озера), авиационной (с аэропортами Чолпоната, Каракол), железнодорожной (до города Балыкчи – ворота курортного района), водной (для круизного плавания). В итоге – большая плотность туристских объектов, ориентированных на прием как собственных, так и зарубежных туристов. Туристские зоны расположены на побережье озера Иссыккуль. Зоны особого развития сервиса туристских услуг – Чолпоната, Каракол, Тамга, Балыкчи, Бостери, но су-

шествуют и другие зоны, интересные в туризме: Джетиогуз, район пиков Победы и Хантенгри.

Район со средним уровнем развития туризма, где туризм дополняет другие районообразующие отрасли, – Чуйская область и город Бишкек (вместе образуют Северный экономический район) и часть Южнокыргызского экономического района (Жалалабатская и Ошская области). Здесь расположены наиболее крупные городские поселения и значительная часть социально-экономического потенциала страны. Регион также располагает памятниками культурно-исторического наследия, что способствует развитию культурно-познавательного туризма. Город Бишкек – главный коридор приема туристов в страну, где расположено большинство туристских предприятий и фирм Кыргызстана. Международными и локальными центрами туризма являются города Токмак, Карабалта, Ош, Узген, Жалалабат, Ташкумыр, Каракуль, Карасуу, туристские зоны Иссыкката, Сарычелек, Арсланбоб, Карашоро, Карагой, Абшырата, Жылуусуу.

Район с низким уровнем развития туризма, в котором туризм не оказывает существенного влияния на экономику и социальную жизнь региона. Данный район включает Таласскую (Северо-Западный экономический район), Нарынскую (Центральный) и Баткенскую области, которые обладают определенным уровнем туристского потенциала, но пока не располагают достаточной материальной базой этой отрасли. Незрелость социальной инфраструктуры, экономическая изолированность, фрагментарность природных ресурсов осложняют здесь развитие туризма. Тем не менее, в местах нового освоения он позволяет повысить жизненный уровень местного населения посредством решения проблем занятости. В экономико-географическом отношении есть и перспектива, которую определяет приграничное положение с основными поставщиками туристов – со странами с плотным населением: Таласская область имеет выход на Казахстан, Нарынская – на Китай, а Баткенская – на Узбекистан и Таджикистан, соответственно у них существует транзитная роль в международном туристском обмене.

Сложный сильно расчлененный рельеф Кыргызстана предопределил большое разнообразие природных условий и формирование ПТК, что стало основным фактором регионального расселения и развития производительных сил страны, соответственно, и экономического районирования. В данном исследовании за основу туристского районирования был принят принцип экономического районирования, основанный на внутривнутриреспубликанском разделении труда. Выделенные нами туристские районы (Таласский, Чуйский, Иссыккульский, Нарынский и Южный) каждый включает в себя обособленные туристские зоны с различным набором ресурсов. Всего в Кыргызстане выделяются 80 туристских зон. От местонахождения туристских зон в системе расселения, характера и степени концентрации ресурсов,

транспортной доступности зависит общая направленность освоения туристских зон и определяется и функциональная значимость зон по основным видам туризма: оздоровительный, спортивный, познавательный, горнолыжный туризм, автотуризм, спелеотуризм и т.д.

Теперь охарактеризуем туристские потенциалы и перспективы районов.

Таласский туристский район, включая в административном отношении территорию одноименной области, занимает северо-западную часть территории республики. Территория района включает в себя Таласскую долину (длиной в 230 км с запада на восток) со склонами Таласского и Кыргызского хребтов. Площадь территории района составляет 11,4 тыс. кв. км (5,7% ее территории страны), население – 203,6 тыс. человек (4,1% всего населения страны).

Данный район – в туристском отношении самый неразвитый регион Кыргызстана. На его долю приходится 1,2% (на территории района существует 1 гостиница) гостиничных предприятий и 0,9% (ее единовременная вместимость 30 мест) – гостиничных номеров республики. В 2003 году из общего числа лиц, размещенных в гостиничных предприятиях, услугами гостиницы района пользовались 1,7 тыс. человек или всего 0,7% пользователей гостиничных услуг республики. На территории области отсутствуют санатории и пансионаты как с лечением, так и без лечения, дома и базы отдыха, расположен всего 1 объект из 164 специализированных средств размещения (стационарных лечебно-профилактических учреждений). в коечном фонде его удельный вес составляет всего 0,4%. За 2003 год численность лиц, лечившихся и отдохнувших в них, составила 565 человек – 0,2% республиканского показателя. Число мест в детских оздоровительных комплексах составляет 150 мест (1,9%).

Несмотря на сравнительно малую долю в территориально-демографическом соотношении к республике, это обособленный экономический регион. От соседних районов республики его отделяют высокие горы, через которые проложены дороги, доступные только для автотранспорта. Наиболее удобный путь до города Бишкека идет в обход Кыргызского хребта по территории Казахстана через город Тараз.

По климатическим условиям основная часть района относится к зоне с умеренно жарким летом и теплой зимой. А ландшафт образуют в основном степные, луговые и отчасти лесные участки. При привлечении необходимых инвестиций определенными возможностями для туризма располагают отдельные природные зоны (Бешташ, Манас, Кировское водохранилище, поймы реки Талас с зарослями облепихи и охотничьи заказники края).

Относительная скудность природно-туристских ресурсов обусловила слабую освоенность района в туристских целях, более узкую возможность туристской специализации.

Между тем, территория района богата культурно-историческими памятниками разных времен: изображения на скалах (известны в ущельях Текташ, Курганташ, Кулан, Каракол, Кюркюресу, Урмарал, наиболее ранними из которых относятся к эпохе бронзы (II тыс. до нашей эры), значительные по размеру памятники кочевой культуры (могильники Ташарык, Чочой, Бохташтар, Кызылсай, Котурсай, Кенкол, Ташбашат и др.), памятники древней рунической письменности (в том числе эпиграфии на валунах), архитектурные объекты (мавзолеи, гумбезы, городища, среди них известный гумбез Манаса – памятник архитектуры XIV века).

Как видим, здесь велик туристский потенциал в культурологическом, историко-познавательном и патриотическом аспектах. Ниша туристского рынка данного района – это популяризация и предложение мест и объектов, связанных с именем Манаса – легендарного героя кыргызского народа. Существует необходимость воспользования расположением здесь гумбеза Манаса, пика Манаса (4482 м над уровнем моря), пещеры Манаса, горы Манастынчокусу, комплекса Манас ордосу. Организация шоу с театральными инсценировками на исторических местах, разработки специальных «манасоведческих» туров для собственных и иностранных туристов, включая краеведческие, фольклорные, театрализованные представления событий, воспетых в эпосе «Манас», конно-спортивные соревнования дают огромный зрительный эффект туристам.

Празднование в 1995 году 1000-летия эпоса «Манас» в Таласе можно считать началом государственной и всенародной поддержки такого рода направлений.

Чуйский туристский район охватывает территории Чуйской области и города Бишкек. Географически располагаясь в северной части страны, район включает в себя кыргызскую часть Чуйской долины и межгорные долины (Чонкеминскую и Суусамырскую) вместе со склонами окаймляющих их хребтов Кыргызского, Заилийского и Кунгейалатоо. Площадь данной территории 20,2 тыс. км (10,1% площади страны), население насчитывает 765,6 тыс. человек (31,3% всего населения страны).

Климат здесь континентальный, сухой с жарким летом и умеренно холодной зимой. Горное обрамление изрезано ущельями, несущими воду в долину.

Чуйская долина издревле славилась развитым земледелием, ее большую часть образуют селитебные ландшафты с городскими и сельскими поселениями и просторными сельскохозяйственными угодьями. Сегодня данный район – важнейший промышленный и сельскохозяйственный регион республики, крупная зона поливного земледелия. В районе находится столица республики – город Бишкек, что определяет ведущее промышленное, культурное и туристское значение региона. Долину пересекает железная дорога от станции Луговой до Балыкчы.

Данный регион – развитый и перспективный в туристском отношении. На его территории расположена основная масса гостиничных предприятий республики (41,7% всех гостиниц страны и 51,8% их номерного фонда), притом все комфортабельные. В 2003 году из общего числа лиц, размещенных в гостиничных предприятиях, услугами гостиниц района пользовались 177,5 тыс. человек или 71,8% всего пользователей гостиничных услуг республики. Большое количество гостиниц находится в городе Бишкеке (23 из 33 гостиниц района), здесь же – основная часть гостиничных номеров (83% всего гостиничного номера района).

Из специализированных средств размещения на территории района расположены 15 объектов (9,2%), в коечном фонде его удельный вес составляет всего 10,3%. За 2003 год численность лиц, лечившихся и отдохнувших в них, составила 7575 человек – 3,3% республиканского показателя. Здесь, наоборот, многие специализированные средства размещения находятся в Чуйской области, соответственно на ее долю – около 90% лечившихся и отдохнувших в учреждениях района. На долю района приходится 2245 мест в санаториях и пансионатах с лечением, в которых за 2003 год отдыхало 4,8 тыс. человек. Как видно, хотя удельный вес района в коечном фонде солидный – 32,1% общего числа коек (мест), но в них отдыхало всего 5,6% всего потребителей республики. Число мест в детских оздоровительных комплексах составляет 915 мест (11,7%).

В этом районе функционируют основные объекты культуры и искусства Кыргызстана: 17 музеев, в том числе 13 – в Бишкеке, 8 профессиональных театров и 1 цирк (последние все находятся в Бишкеке).

Туристская значимость района характеризуется расположением здесь столицы государства – города Бишкек с населением более 700 тыс. человек. Город, как транспортный узел (по автомобильным, железнодорожным, авиационным магистралям), считается центром-распределителем туристской системы страны. Через Бишкек проходят основная масса туристов из дальнего зарубежья. Здесь расположены авто- и железнодорожный вокзалы, международный аэропорт «Манас».

На территории района расположены национальные природные парки «Алаарча», «Чонкемин» и ряд заказников, как охотничьих (Аксуу, Белентеке, Жардыкайынды, Токмак), так и ботанических (Алмалы, Чонарык, Чункурчак).

Территория района разделена на 11 туристских зон: Бишкек, Аламедин, Алаарча, Аксуу, Бурана, Иссыката, Карабалта, Кегети, Фазан, Чонкемин, Шамси.

Например, туристская зона Бурана включает в себя город Токмак и два историко-архитектурного комплекса – башню Бурана с городищем (X-XI века) и Акбешимское городище (VII-VIII века). Предполагается, что на месте Буранинского городища находилась столица государства Караханидов –

Баласагун. Сегодня там организован археолого-архитектурный музей под открытым небом. Зона Фазан включает в себя территорию охотничьего хозяйства, организованного для разведения фазана. Местность, располагая густым кустарниково-травянистым покровом, множеством прудов и большим количеством фазанов, — идеальное место для организации охоты, фото- и видеоохоты, охоты с ловчими птицами и гончими собаками. Ядром удивительной по красоте, богатству биоразнообразия туристской зоны Алаарча служит одноименный национальный природный парк, где есть условия для организации активного и пассивного видов отдыха круглогодично. Канатная дорога длиной около 30 км доставит туристов в горнолыжные комплексы «Чыбыктебек» и «Чункурчак» на высоту до 4000 м.

Иссыккульский туристский район включает замкнутую Иссыккульскую котловину, окаймляющие ее горные хребты, расположенные к югу от нее высокогорные сырты — Центральный Тяньшань. Площадь территории района 43,1 тыс. км (21,6% площади страны), население насчитывает 417,8 тыс. человек (8,5% всего населения страны).

При изучении данного района следует отметить, что элементы туристских ресурсов (лес, озеро, минеральный источник и т.п.) каждый в отдельности еще не характеризуют туристский потенциал того или иного региона. Как показывает мировая практика, только благоприятное территориальное сочетание ресурсов является условием для развития и размещения ИТ.

Можно утверждать, что Иссыккульский курортный район, в прошлом «всесоюзная здравница», по количеству и разнообразию природно-туристских ресурсов, в том числе курортных, не имеет себе равных в регионе Центральной Азии, располагает уникальным туристским потенциалом мирового масштаба. Его популярность еще и в качестве туристского района связана с весьма удачным сочетанием здесь практически всех видов естественных курортных факторов: морская вода, горно-морской климат, песчаные пляжи, термоминеральные источники и лечебные грязи, горные пики, ледники, реки, леса, промысловые животные и др. Здесь расположены заповедники «Сарычат-Ээрташ», «Иссыкуль» и национальный природный парк «Каракол» и ряд заповедников, среди них ботанический (Байдамтал), лесной (Кичиаксуу) и охотничьи (Жетиогуз, Семеновка, Семизбел, Сухой хребет, Теплоключенко, Тюп). Следовательно, существуют объективные условия для развития всех видов и форм туристской деятельности: водный туризм, включая его надводные и подводные виды, альпинизм, лечебный, познавательный, экологический, охотничий туризм и др.

Отметим, что такое естественное сочетание в географически обособленной территории природных факторов и их экологическое благополучие встречается редко.

Естественно, данный район является главной туристской зоной Кыргызстана, на нее приходится более 60% всего туристского потока в стране.

На этой территории размещена основная масса специализированных средств размещения республики (63,4% по общей численности и 74,8% по коечному фонду), притом 58,1% мест санаториев и пансионатов с лечением, 94,3% мест в домах и базах отдыха республики. За 2003 год численность лиц, лечившихся и отдохавших в специализированных средствах размещения, составила 196,5 тыс. человек – 85,2% республиканского показателя. Услугами санаториев и пансионатов с лечением пользовались 73,6 тыс. человек (85,8% республиканского показателя), домов и баз отдыха (включая пансионатов без лечения) – 97,1 тыс. человек (92,7%). 66% детей республики, отдохавших в детских оздоровительных комплексах, приходится на этот район.

Однако на территории района расположены всего 11 (14% гостиниц республики) с коечным фондом 215 мест (6,3%). Соответственно, в 2003 году 4% из общего числа лиц, размещенных в гостиничных предприятиях страны, пользовались услугами гостиниц района.

Район делится на две существенно отличающиеся друг от друга территории. Сама Иссыккульская котловина обладает благоприятными условиями для развития массового туризма, но юго-восточная часть региона – почти незаселенные и неосвоенные сырты, простирающиеся к югу от гребня Тескейалатоо до государственной границы с Китаем, пригодные лишь для спортивного туризма.

Иссыккульская долина связана со столицей республики автомобильной и железной дорогами, проложенными по Боомскому ущелью. Имеется уютное авиационное сообщение с городами Каракол и Чолпоната.

К достопримечательностям можно отнести и придорожные кладбища с разукрашенными мазарами из глины, кирпича и металла, которые не раз встретятся на пути следования туристов.

Ядром Иссыккульского курортного района считается одноименное озеро, расположенное в окружении двух крупных хребтов – Кунгей и Терскей-алатоо. Оно является своеобразным озерным водоемом горного типа с котловиной тектонического происхождения. Бассейн озера представляет собой обширную котловину овальной формы, вытянутую в широтном направлении. Морфометрические характеристики озера таковы: длина 178 км, ширина 60 км, длина береговой линии 688 км, максимальная глубина 668 м, средняя глубина 278,4 м, площадь озера 6236 кв. км [60, с.15].

Наряду с водной массой практический интерес в туристском использовании представляют берега озера, которые, за исключением побережья Тюпского залива, имеют простые очертания и слабо изрезаны. Больше половины протяженности берега занимают аккумулятивные выровненные берега, сложенные песками. Пляжи Иссыккуля сложены хорошо сортированными мелкими и средними песками (медианный диаметр от 0,5 до 0,1 мм). Меньше распространены пляжи из крупного песка и алеврита, очень редко встречаются гравийные пляжи. Протяженность песчаных берегов составляет

320 км, причем около половины длины приходится на восточный и южный берега (150 км). По имеющимся данным, из всей пляжной зоны свыше 120 км — естественные пляжи I и II категорий. Для организации купального отдыха в настоящее время выделено 20 крупных пляжных участков. Лучшие пляжи, допускающие строительство курортных учреждений, расположены в районах Кошкуль, Чоктал, Чолпоната, Бозтери, Койсары, Бозбешик, Карабулун, Покровка, Тамга, Караой, Тосор. Песчано-пляжные участки на побережье озера используются неравномерно. Пляжи Чолпонаты, Алтынкума и других курортных комплексов перегружены, в отдельные летние дни на некоторые участки северного побережья приходится менее 3 м на одного отдыхающего. В то же время еще недостаточно освоены пляжи южного побережья [23, с.102].

Орографическая замкнутость и наличие большого незамерзающего глубоководного водоема создают особый климат, не имеющий аналога в других районах Тяньшаня. Побережья озера отличается большой продолжительностью солнечного сияния, его среднегодовая продолжительность доходит до 2880 ч (Балыкчы). Сравним: на курортах Сочи — 2253, Ялты — 2250, Евпатории — 2440 ч. Количество дней без солнца на побережье невелико. Так, в Балыкчы оно составляет 8 дней в году [60, с.81]. Причем во все летние месяцы в среднем за много лет все дни солнечные, что создает хорошие условия для широкого применения солнечных ванн.

Положение Иссыккульской долины на широте значительно южнее Крыма в сочетании с малой облачностью и общей приподнятостью над уровнем моря определяют высокое напряжение солнечной радиации, которое здесь достигает 1,7 калории на 1 кв. см, что значительно больше напряжения, отмечаемого для больших высот. Кроме того, резкое расчленение рельефа с большим скоплением снега и льда, наличие огромного озера с его гидродинамическими особенностями, а также особенности геологических структур обуславливают высокую ионизацию воздуха, которая здесь выше, чем в таких местах, как Эльбрус на Кавказе. Это важно потому, что ионизационное состояние атмосферы в настоящее время учитывается как обязательный показатель характеристики местности, особенно когда речь идет о курортной местности [48, с.8].

Поскольку центральная часть водоема в холодное время года является наиболее теплой, то и на берегах формируются довольно высокие температуры воздуха. Районы Чолпонаты и Тамги в зимнее время самые теплые по всему Северному Кыргызстану. Среднеянварские температуры в Тамге и Чолпонате соответственно равны $-2,4$ и $-3,5^{\circ}$ С. Летом под влиянием озера максимальные температуры на побережье ниже, чем на предгорной равнине. Так, средний из абсолютных максимумов температуры воздуха в Чолпонате равен 27° С, а в Караколе 30° С. Наиболее равномерный нагрев поверхностных вод озера ($20-22^{\circ}$ С) обычно наблюдается в августе.

Высотное положение озера, большая масса воды, радиационные и циркуляционные факторы придают здесь климату черты оригинального горно-морского. Соответственно, его особенности с повторяемостью метеорологических элементов позволяют достаточно широко применять климатолечение. По воздушно-тепловому режиму этого района, преобладают условия для назначения холодных, прохладных и индифферентных ванн. Хороши условия и для широкого применения солнечных ванн. В теплое время года поток лучистой энергии достаточен для самых различных процедур солнечного лечения. В холодное время в закрытых соляриях возможно применение солнечных лучей, концентрированных рефлектором Бухмана [там же, с.10].

Третьим по важности после озера и климата курортным фактором в регионе считаются разные по физико-химическому составу минеральные воды и лечебные грязи.

Здесь изучены 50 месторождений минеральных вод. По температуре они распределяются на 3 группы: холодные, субтермальные и термальные. К первой группе относятся Учкошконское, Курментинское, Жергаланское, Кутургинское; ко второй – Уйталское, Джуукучукское, Курментинское, Бозучукское, Турасайское, Улахолское; к третьей – Жетигозукское, Аксуйское, Алтынарашанское, Чонкызылсуйское, воды Жергаланской скважины. Среди них высокими температурами отличается источник Аксу, где температура воды достигает 55-59⁰ С по Цельсию. По заключению НИИ курортологии и нетрадиционной медицины Министерства здравоохранения КР, высокоминерализованные термальные воды в скважинах по лечебным свойствам аналогичны известным водам курортов «Старая Русса», «Паланга» и рекомендуются для лечения хронических заболеваний нервной системы, опорно-двигательного аппарата человека. К сожалению, в настоящее время только 4 месторождения (Жетигозукское, Жергаланское, Аксуйское и частично Чонкызылсуйское) эксплуатируются наиболее эффективно в бальнеологических целях.

Перспективы бальнеолечения определяются грязевыми месторождениями. Подсчитанные запасы грязей составляют 2,3 млн. т или 70% от запасов лечебных грязей страны [23, с.101]. Относительно крупными являются Покровское, Джергаланское, Курментинское, Чолпонатинское месторождения.

Таким образом, в Иссыккульской области наличие одноименного незамерзающего озера, песчаных пляжей, месторождений термоминеральных вод и лечебных грязей, горных лесов и их удачное сочетание обусловило возникновение здесь более 140 здравниц со времен СССР.

Между тем, приведенная выше краткая характеристика природных ресурсов как по республике, так и по Иссыккульскому району, говорит о крайне слабом использовании, в первую очередь, разнообразных по физико-химическому составу и качеству минеральных источников и лечебных грязей.

зей. В целом по республике общая потребность населения в услугах санаториев и профилакториев удовлетворена лишь на 12%. На озере Иссыккуль отдыхает лишь малая часть желающих. Очевидна диспропорция между потенциальными возможностями курортно-рекреационных ресурсов и их использованием.

Курортные учреждения района для бальнеолечения используют всего 10-15% потенциала минеральных вод. При таком уровне освоения и эксплуатации ресурсов наблюдаются значительные потери минеральных и термальных вод. Аналогичное положение сохраняется и в отношении лечебных грязей и других ресурсов.

Но и ресурсы, имеющиеся в изобилии, требуют куда более бережного отношения к себе. Так называемые «дикие» туристы на многочисленных источниках находятся без медицинского контроля и надзора, а местности – в антисанитарных условиях.

Рекреационные объекты района размещены неравномерно, основная рекреационная нагрузка приходится на прибрежные зоны, максимальная – на северное побережье. К сожалению, эта нагрузка набирает силу с каждым годом в силу стихийного развития туристского сервиса в этом районе. По данным исследователей региона, в настоящее время здесь насчитывается 103 оздоровительных учреждения и если их размещение рассмотреть в административно-территориальном разрезе, то соотношение таково: Иссыккульский район – 90 учреждений, Тонский – 4, Жетиогузский – 7, Тюпский и Аксуйский – по 1 объекту [14, с.193].

В отношении Иссыккульского курортного района следует сказать, что среди предприятий ИТ региона 136 являются чисто туристскими, что составляет 49% общего числа таких туристских объектов республики. Это крайне мало в сравнении с природно-рекреационным потенциалом данного региона. По состоянию на 1992 год из 32 выявленных минеральных источников лишь по 4 месторождениям запасы подсчитаны и утверждены в количестве 8,4 тыс. м³/сут., они составляют всего 34,6 % общих прогнозных запасов минеральных и термальных вод республики [7, с.257].

Развитая система дорог, как на побережье, так и в других направлениях создает благоприятные условия для развития автотуризма. Туризм на озере может быть также дополнен отдыхом в ботелях и ротелях – в комфортабельных гостиницах на воде, оснащенных каютами, барами, ресторанами, игровыми комплексами.

В процессе работы по подготовке Генеральной схемы развития Иссыккульской зоны, по оценкам Японского агентства международного сотрудничества (JICA), главной определяющей силой региона выступает туризм. Инвестиции в туристский сектор могут быть привлечены посредством создания свободных туристских зон. При этом для экологического благополучия окружающей среды предлагаются 72 проекта, 43 из которых – неотложного

внедрения. К примеру, необходимы срочная реабилитация очистных сооружений в Чолпонате, введение контроля за очисткой воды на туристских предприятиях. На реализацию этой идеи правительство уже попросило грантовую помощь у правительства Японии, дабы избежать загрязнения озера. В таких реабилитационных мерах нуждаются и другие города района – Балыкчы, Каракол.

Нарынский туристский район в территориальном отношении включает Нарынскую область, площадь которой 45,2 тыс. км (22,6% площади страны), население насчитывает 254,6 тыс. человек (5,2% всего населения страны).

Район расположен в глубинной части горной системы Тяньшань, его рельеф сложен. Большую часть территории занимают хребты и отходящие от них отроги. Здесь находится так называемый «полюс холода Средней Азии» – Аксайская долина, где наблюдалась температура $-53,6^{\circ}$.

Территория района характеризуется недостаточным размещением объектов туристской отрасли. 8 гостиничных предприятий (10,1% всего гостиниц страны) располагают номерным фондом на 180 мест (5,3%). В 2003 году услугами гостиниц района пользовались 5,1 тыс. человек или 2,1% всего пользователей гостиничных услуг республики. Из специализированных средств размещения на территории района расположены всего 4 объекта (2,4%), в их коечном фонде его удельный вес составляет всего 0,7% (249 мест). За 2003 год численность лиц, лечившихся и отдохнувших в них, составила 352 человека – лишь 0,2% республиканского показателя. На долю района приходится 85 мест в санаториях и пансионатах с лечением, в которых за 2003 год отдыхало всего 0,1 тыс. человек. Число мест в детских оздоровительных комплексах составляет 150 (1,9%), за данный год отдыхало 180 детей.

Это самая высокогорная зона Кыргызстана со сложными геоморфологическими и климатическими условиями. Но это не говорит о том, что развитие туризма неперспективно. Здесь основной туристский ресурс – горы при всем их природном и социально-экономическом многообразии: хребты (из них самый крупный в стране – Какшаалтоо), вершины, перевалы (знаменитый Долон), реки (самая крупная в стране – Нарын), озера (высокогорные озера Сонкуль и Чатыркуль), долины (самые холодные в стране – Аксай и Арпа), животные (архар Марко Поло, бурый медведь, снежный барс). Население имеет самобытную горную культуру, оригинальна его хозяйственная деятельность.

На территории района расположены заповедники «Каратал-Жапырык», «Нарын» и заказники: Атбаши (лесно-охотничий), Кайынды (лесной), Кочкор, Сонкуль, Угут, Чатыркуль (охотничьи).

Важнейшим историко-архитектурным памятником региона считается караван-сарай Ташрабат в Атбашинском районе – постоянный двор для куп-

цов и путников (XV век) на торговом отрезке Великого Шелкового пути. Массивные каменные стены с двумя башнями и мощным входным порталом служили надежной защитой для его постояльцев.

В перспективе и здесь пропорциональное развитие отраслей хозяйства потребует освоения рекреационных ресурсов всего района.

Южный туристский район, в отличие от других экономических районов, включает три административные области республики – Жалалабатскую, Ошскую и Баткенскую и город Ош, представляющие Южный экономический район. Площадь района 79,9 тыс. кв. км (40% площади страны), население насчитывает 2497,8 тыс. человек (51% всего населения страны). Территория географически полукольцом с северо-востока, востока и юга охватывает Ферганскую долину – «жемчужину Средней Азии». Поэтому этот регион часто называют Приферганской частью Кыргызстана.

Район – самый контрастный и интересный в туризме регион Кыргызстана. В Центральной Азии нет районов, аналогичных данному, в нем есть участки знойной пустыни и полупустыни, горных степей и лугостепей, площади, на которых произрастают леса – орехово-плодовые, еловые, елово-пихтовые, арчовые и др., субальпийские и альпийские луга, горные тундры, снежные пустыни, где турист сможет побывать в течение одного дня. Чрезвычайное разнообразие как природных, так и культурных ресурсов, их оригинальное сочетание, сравнительная сосредоточенность на одной территории позволяют формировать комплекс пакет услуг, рассчитанных на разный сегмент, сезон, различную стоимость, продолжительность тура, степень комфортности, форму предложения и потребления и т.п.

Гордость района – сохранившийся с древнейших времен единственный в мире реликтовый массив дикорастущих орехово-плодовых лесов. По занимаемой территории, богатству и разнообразию флоры и фауны эти леса не имеют себе равных. И самая большая площадь в СНГ арчовых лесов расположена здесь. Регион считается единственным в Кыргызстане местом произрастания редчайших лесов из пихты Семенова, фисташки, миндаля, вязолистой афлатунии, черной шелковицы, персидской рябины.

На юге республики расположено самое большое количество пещер в Кыргызстане – интересных творений природы. При этом подземелья Канигут рекордны по длине (более 3 км), а пещера Ферсмана – самая глубокая (240 м).

Разнообразие природно-географических условий южного региона обусловило расположение здесь основных государственных заповедников страны – «Бешарал», «Сарычелек», природных парков «Карашоро», «Кыргызата» и большинства заказников страны (28 из 54 заказников), из них 10 ботанических (Айдаркен, Жанчыкты, Желтыйбес, Коштектир, Кыргызата, Кыргызгава, Ойкайын, Сарыкмогол, Сулюкта, Чанач), 11 охотничьих (Акбуура, Алабука, Гульча, Жазы, Жаныжол, Карасан, Карасуу, Кожоашкан, Тогузто-

ро, Чандалаш, Чычкан) и 7 лесных (Балтыркан, Булолю, Дашман, Жылгынды, Курукол, Мескинсай, Узунакмат).

Также основная масса культурно-исторических памятников республики, имеющих огромной исторической и художественной ценностью, встречается в данном районе. Три населенных пункта – Ош, Узген и Сафидбулан отнесены к разряду исторических.

К тому же экономико-географическое положение данного региона особое, поскольку он граничит с Ферганской долиной – самым густозаселенным регионом Центральной Азии. Соседство с густозаселенными узбекскими и таджикскими районами оказывает влияние на развитие общего хозяйства, в том числе туристского, что обусловлено не только близостью, но и наличием удобных путей сообщения.

Словом, возрастающий интерес к этому краю не случаен. Богатая и разнообразная природа, благодатная земля, древняя история, трудолюбивый народ, самобытная культура с древних времен привлекают к себе внимание ученых, путешественников, паломников, торговцев и т.п.

Празднование в 2000 году 3000-летия города Ош стало событием не только в жизни Ошской области, но и всего Кыргызстана, фактором поднятия имиджа города, возрождения его как центра туризма национального и международного значения. В целом на строительство и реконструкцию юбилейных объектов было освоено 716 млн. сомов, преимущественно из государственного бюджета.

Учитывая особую историческую роль города Оша в становлении и развитии кыргызской государственности, как второго после города Бишкека культурно-экономического центра независимого Кыргызстана, в целях равномерного распределения интеллектуально-кадрового и экономического потенциала республики город Ош объявлен второй столицей Кыргызской Республики.

На территории района расположены 26 гостиничных предприятий с номерным фондом на 1219 мест (соответственно 33% всего гостиниц страны и 35,7% их номерного фонда). В 2003 году услугами гостиниц района пользовались 53 тыс. человек или 21,4% всего пользователей гостиничных услуг республики. Из специализированных средств размещения на территории района расположены 40 объектов (24,4%), а в коечном фонде республики его удельный вес составляет 13,8% (4766 мест). За 2003 год численность лиц, лечившихся и отдохнувших в них, составила 25583 человек – 11,1% республиканского показателя. Отметим, что основная масса специализированных средств размещения находятся в Жалалабатской области (соответственно 50% всего объектов и 52% коечного фонда района). Число коек в пансионатах и санаториях с лечением составляет всего 602 места, что объясняется отсутствием подобных учреждений в Баткенской и Ошской областях. Следовательно на долю туристского района приходится незначительное

число лечившихся и отдыхавших – 8,5% республиканского показателя (то есть 7,3 тыс. из 85,8 тыс. человек). Число мест в детских оздоровительных комплексах составляет 2237 мест (28,7%).

Дальнейшее развитие туризма в регионе требует создания новых объектов туризма и отдыха в Ошской и Жалалабатской областях, на территории которых распространены своеобразные туристские ресурсы. Вовлечение в хозяйственный оборот туризма новых ресурсов и зон района может существенно повлиять на специализацию района, разделение труда внутри района.

Таким образом, туристское районирование является основой для планирования и управления отраслью. В рамках туристского районирования определяются основные направления ее развития, оцениваются территориальные предпосылки для эффективного роста материально-технической базы туризма. На основании оценки природных и социально-экономических ресурсов, транспортных условий, уровня туристской инфраструктуры, негативных и позитивных влияний на туристскую деятельность со стороны других видов деятельности, внутренней производственной и территориальной структуры туристских районов в ходе районирования ограничиваются рекреационные территориальные общности разного таксономического ранга, определяется их функциональное и социальное значение, устанавливается рекреационная емкость и последовательность рекреационного освоения [25, с.182].

5.4. Возрождение Великого Шелкового пути и расширение международного сотрудничества в области туризма

Экономико-географическое и геополитическое положение Кыргызстана в центре Евразийского материка обусловило прохождение на его территории важнейших магистралей Великого Шелкового пути (ВШП), соединяющего три части света – Азию, Европу и Африку и просуществовавшего более 15 веков. Неоценимо было значение данного пути в деле установления и поддержания торгово-экономических и духовно-культурных отношений между странами, регионами мира. Иными словами, «Великий Шелковый путь, связавший в древности торгово-экономическими, культурно-гуманитарными, политико-дипломатическими узлами Восток с Западом и, в известной степени, Север и Югом, насчитывает несколько тысяч лет своей истории. В разные этапы его существования менялись содержание и значение, направления и масштабы осуществления контактов, однако, неизменным осталось одно: Великий Шелковый путь в течение столь длительного времени играл роль связывающего места между странами и цивилизациями» [3, с.41].

Место Кыргызстана в орбите ВШП определяется тем, что он является одной из немногих стран, по территории которого проходили почти все отрезки великой трансконтинентальной трассы древности и средневековья. Очевиден богатый потенциал по углублению многосторонних экономических и культурных связей.

В мировую историю 1989-1998 годы вошло объявленное ЮНЕСКО «Всемирное десятилетие культуры», в рамках которого был разработан и осуществлен ряд программ, в частности, специальная научная программа «Великий Шелковый путь – путь диалога народов». В ее реализации участвовало более 30 стран мира, в том числе и Кыргызстан, по территории которого проходили важнейшие ветви Шелкового пути.

Одним из первых примеров этого служит Постановление Совета министров Киргизской ССР от 10 марта 1989 года «О реализации программы «Киргизия и Великий Шелковый путь» в рамках провозглашенного десятилетия. Были разработаны научно обоснованная концепция и программа туристского маршрута «Великий Шелковый путь», охватывающая памятники древности и средневековья Внутреннего и Южного Кыргызстана, предусматривались их реставрация, консервация и благоустройство (хотя в силу отсутствия финансовых средств данная программа в свое время не была осуществлена, но она и сегодня представляет большую научную и практическую ценность).

Со стороны мирового сообщества усиливается интерес к истории республики и ее регионам, являющимся в прошлом центрами ВШП. По научному проекту «Шелковый путь», начатому по инициативе ЮНЕСКО в 1990 году, проводятся полевые работы по исследованию объектов, расположенных вдоль ВШП.

В 1994 году в городе Ташкенте был проведен международный форум «Великий Шелковый путь – путь диалога» под эгидой ЮНЕСКО, Программы развития ООН и ВТО. Задачей форума было восстановление ВШП как трансконтинентального туристского маршрута и его участники приняли Самаркандскую декларацию, где призывается разработать и осуществить совместные стратегии и программы содействия развитию как международного, так и национального туризма, и принять меры, направленные на устранение препятствий для туризма и путешествий и поощрение потоков туристов вдоль ВШП.

Начиная с 1995 года в Ташкенте ежегодно организуется Международный рынок продуктов туризма под девизом «Туризм на Шелковом пути». В 1996 году по городам ВШП проводилось международное авторалли. В том же году в городе Сигани (Китай) состоялся форум под девизом «Великий Шелковый путь». Форум на тему «Путешествия вдоль Шелкового пути» проводился в 1997 году в городе Нара (Япония). На ежегодной туристской ярмарке в Берлине (Германия) с 1996 года организуется раздел под названием

ем «Путешествия вдоль Шелкового пути», в котором принимают участие страны ВШП, в том числе Кыргызстан.

В 1997 году в Бишкеке проводилось Международное заседание «Туризм на Шелковом пути и охрана окружающей среды в Кыргызстане», целью которого являлась дальнейшая реализация проекта ВТО/ЮНЕСКО «Шелковый путь» в целях развития туризма и сохранения культурно-исторического наследия на этой древней межконтинентальной торговой трассе. В числе важных вопросов форума были анализ туристского потенциала страны, определение реальных сегментов рынка, выбор оптимальных методов их привлечения, создание инфраструктуры, прежде всего, налаживание транспортных связей с основными рыночными центрами, упрощение визовых формальностей между странами ВШП.

В начале 2001 года в Вене (Австрия) под лозунгом «Земля Великого Шелкового пути» прошла международная туристская выставка-ярмарка «Отдых в 2001 году», где благодаря финансовой поддержке австрийской фирмы «Pineapple Tours» принимали участие туроператоры Кыргызстана. В специальной экспозиции ярмарки, представленной Кыргызстаном, состоялся показ диафильмов о кыргызской природе, народно-художественных изделий, которые вызвали особый интерес у посетителей.

Для Кыргызской Республики возрождение ВШП связано с проблемами выхода из географической и экономической изоляции, вхождения в мировой рынок. У нее появились объективные предпосылки для того, чтобы стать мостом сотрудничества между странами ВШП, условия для устойчивого развития. В этом аспекте доктрина Президента КР А.Акаева «Дипломатия Шелкового пути» (1998 год) стала своевременной инициативой в новом концептуальном подходе к решению многих проблем региона ВШП.

Кыргызстан создал условия для формирования открытого общества с рыночной экономикой, решает задачу макроэкономической стабилизации. Первостепенной по важности становится задача углубления позитивных тенденций в экономике и придания им устойчивости, поддержки отечественного предпринимательства, особенно малого и среднего бизнеса, привлечения иностранных инвестиций. В то же время республика прилагает целенаправленное усилие по развитию сотрудничества со всеми странами ВШП, используя благоприятную возможность развивать отношения одновременно по таким направлениям, как «Кыргызстан-сосредельные страны», «Кыргызстан-Европа», «Кыргызстан-Восточная и Юго-Восточная Азия» на принципе взаимной выгоды. Развитие взаимовыгодного международного сотрудничества в рамках региона позволяет всем странам решить многие социально-экономические проблемы, поскольку регион обладает колоссальным инвестиционным, промышленным и людским потенциалом. Налаживается коммуникационная сеть для свободного передвижения товаров, услуг, капиталов и рабочей силы в масштабе ВШП.

Прежде всего, страны региона стремятся создать новые и реконструировать имеющиеся транспортные сообщения, которые позволили бы обеспечить наиболее оптимальные выходы к мировым магистралям. Так, на данном этапе ведется работа по возрождению Шелкового пути на участке Ош-Эркечтам-Кашгар, с этой целью подписано трехстороннее межправительственное соглашение о международном автомобильном сообщении между Кыргызстаном, Узбекистаном и Китаем. В перспективе, с сооружением железнодорожного полотна Андижан-Ош-Эркечтам-Кашгар, ранее тупиковая железнодорожная линия Кыргызстана будет соединена на востоке с железнодорожной сетью Китая (до Шанхая), на западе через Закавказье (Баку, Тбилиси), Румынию (Констанца) и Венгрию (Будапешт) с железными дорогами Франции (до Парижа). Республика будет иметь возможность пользоваться выгодами сквозной трансконтинентальной железной дороги на возрождающихся ответвлениях ВШП. Иными словами, Кыргызстану уготована роль, предложена миссия в посреднической инфраструктуре для Узбекистана, Туркменистана и стран Закавказья в торговле с Китаем и другими странами Азиатско-Тихоокеанского региона. Эта роль усилится с введением участка железной дороги, соединяющей пограничные районы Китая с Узбекистаном через Кыргызстан [там же, с.145]. Поскольку возрождение ВШП позволит полнее использовать имеющиеся возможности и богатый потенциал по углублению международных торгово-экономических и познавательно-туристских контактов между всеми странами, создаются и выгодные условия для развития национального туризма, открываются возможности для подключения его к мировым туристским рынкам.

Возрожденная транстаньяншанская автотрасса вступает в решающую, третью фазу реабилитации, после чего станет эталоном горных дорог в Центральной Азии. Резко возрос грузо- и пассажиропоток, появились реальные условия для развития туризма. Строятся точки общественного питания, комфортабельные пункты отдыха для шоферов и пассажиров, станции технического обслуживания, гостиничные предприятия.

Академик Т.Койчув в политике внешнеэкономического сотрудничества Кыргызской Республики подчеркивает значение именно центральноазиатской интеграции, считая, что «в совокупности Центральная Азия обладает энергетическими, сырьевыми и другими природными, материальными, трудовыми ресурсами, и при более полном и рациональном использовании, восстановлении и возрождении ныне простаивающих производств – тех, целесообразность которых очевидна, создании и вводе в действие новых производств, она вполне могла бы стать самодостаточным экономическим регионом в мировой экономике. В первую очередь для обеспечения этой задачи необходимо, чтобы страны Центральной Азии создали реально «работающее» единое экономическое пространство» [44, с.19]. На наш взгляд, полезно начать с создания открытого туристского пространства, поскольку

туристские отношения являются одним из полезных следствий укрепляющихся межгосударственных отношений, международного экономического сотрудничества. Пока же туризм в некоторых странах Центральной Азии оказывается своего рода «простаивающим производством»: есть ресурсы, но нет отдачи от них, либо же отдача слишком скромна в сравнении с объемом, потенциалом ресурсов.

Общие исторические, экономические и культурные корни со странами Центральной Азии оптимизирует у нас развитие туристской сферы, маршрутов вдоль ВШП. Дальнейшая государственная политика в области экспорта туристских услуг по-прежнему должна направляться на расширение экономических связей со странами-поставщиками – крупными потенциальными потребителями туристских услуг (Узбекистан, Казахстан, Китай).

На данном этапе у Кыргызстана есть шансы для становления «перевалочной туристской базы», то есть для организации транзитных туров из Узбекистана в Китай и обратно, из Казахстана в Таджикистан и обратно.

Учитывая нашу природно-географическую общность с Таджикистаном, следует рассматривать его как выгодного партнера по приему и обслуживанию иностранных туристов, нежели как поставщика клиентуры. В этом плане предлагаем организовать туристский маршрут «Ош-Хорог» (на «Крышу мира») по Восточно-Памирскому тракту, который отличается высокой категории сложности и требует большого опыта и мастерства и в то же время самый интересный для иностранных туристов: на пути расположены 11 перевалов, многие из которых свыше 4000 м высоты (Кызыларт, Акбайтал, Найзаташ, Кайтезек и др.), озера Каракуль (самое высокогорное солонатоводное озеро в Таджикистане), Шоркуль, множество термоминеральных источников, водопадов, а также петроглифов, среди них известный «Эрмитаж Гурского». В районе маршрута расположены пики Ленина (7134 м), Корженевского (7165 м), Сомони (Коммунизма) высотой 7495 м – наивысшая точка в Центральной Азии, самый длинный в регионе ледник Федченко (77 км).

В странах Центральной Азии, объединенных великим историческим наследием – Шелковым путем, существуют общие проблемы: трудности пересечения границ, неразвитость инфраструктуры, информационный вакуум и др. Для решения проблем региона необходимы, на наш взгляд, следующие действия: усилить позиции туристских ассоциаций в каждой стране, создать региональное объединение, организовать межправительственные встречи на уровне министерств по продвижению туризма в Центральной Азии, улучшить отчетность согласно стандартам ВТО, информационный обмен между странами как в частном, так и в государственном секторах.

В июле месяца 2004 года проводилось заседание кыргызско-узбекской межправительственной комиссии по двухстороннему сотрудничеству, где обсуждались вопросы численного увеличения пунктов пропуска на границе

и свободной торговли. Благодаря принятому решению станет возможным свободное передвижение людей и автотранспорта через границу. По мере проработки экспертами должна решиться еще одна проблема – возобновление 34 автобусных маршрутов и безостановочного проезда поезда Жалалабат-Карасуу. В области туризма стороны договорились о разработке единого туристского маршрута по Центральной Азии, включая Узбекистан и Кыргызстан, с выдачей единой визы «Шелковый путь». Планируется проработать маршруты посещения исторических памятников двух стран, курортных зон для иностранных туристов. Намечена активизация в использовании зон отдыха Арстанбапа и Иссыккулья туристами из Узбекистана, создание совместных предприятий.

В туристском партнерстве (обмене) играет роль именно эффект «противоположностей». С целью обоснования данного положения в качестве примера рассмотрим Республику Узбекистан – потенциального партнера Кыргызстана в сфере туристского обмена, в особенности, в реализации стратегии Шелкового пути.

Кыргызстан и Узбекистан, хотя расположены на одном пространстве, но в географическом отношении не похожие и во многом противоположные страны: первая известна как горная страна с умеренным климатом, вторая – равнинная страна с преобладанием аридного климата. Также эти страны по демографическим особенностям, уровню экономического роста и культурного развития, экологической обстановке существенно отличаются друг от друга. Но именно этот факт предоставляет взаимный интерес в плане туристского обмена.

Узбекистан – крупная в территориальном и демографическом отношении страна в Центральной Азии. Основу нынешней ее экономической мощи составляют машиностроение, цветная металлургия, высокоразвитое сельское хозяйство с переработкой его продукции, разветвленная сфера услуг. Но, прежде всего, Узбекистан для нас – страна с огромным количеством потенциальных потребителей туристских услуг (более 20 млн.) и туристским потенциалом, представленным богатым культурным наследием.

В Узбекистане предприняты масштабные усилия по расширению инфраструктуры туризма, улучшению сервиса. Наблюдается тенденция роста выездного туризма и, что примечательно, основным регионом посещения узбекскими туристами остаются популярные туристские зоны Кыргызстана: Арстанбап, Сарычелек, Абшырсай и другие на юге страны, озеро Иссыккуль – на севере.

Становится интенсивней выезд узбекских туристов в природные зоны Кыргызстана, преимущественно с целью досуга и отдыха. Так, в 2003 году Кыргызстан посетили 28153 узбекских туриста, что более чем в 3 раза больше, чем в 2002 году (9271). По этому показателю Узбекистан занимает 3-е место среди зарубежных стран, после Казахстана и России. При этом из

общего числа туристов больше половины составляют лица, приехавшие с чисто туристской целью (то есть с целью досуга, отдыха и лечения). Здесь заметим, что по сегменту «лечение» страна занимает 1-ое место среди стран ближнего зарубежья.

Таким образом, принимая во внимание тенденцию роста потока по сегменту «отдых и досуг» из Узбекистана, в дальнейшем мы должны проявлять большую заинтересованность в укреплении позиции по данному направлению, созданию предложения по запросам их потребителей. А также учитывая то, что эта тенденция связана с расширением географии и ассортимента поездок, следует предпринять усилия по созданию новых, нетрадиционных туров, предлагающих комплекс пакетов услуг.

И здесь организация караванинга (передвижных мобильных домов на колесах) является самым удобным и оригинальным сервисом обслуживания иностранных туристов на путях ВШП. К примеру, по таким маршрутам, как Ош-Узген-Жалалабат-Тогузторо-Нарын с выходом на Торугарт или Иссык-Куль, туристы могут ознакомиться со многими культурно-историческими объектами, расположенными вдоль ВШП в пределах республики, и природными достопримечательностями и культурными достижениями горного края. Такие маршруты могут быть сквозными (с выходом на сопредельные страны). Скажем, присоединение к маршруту Андижан-Наманган-Ташкент-Самарканд-Бухара-Ургенч давало бы обоюдную выгоду обоим странам посредством притягивания огромной массы туристов из развитых стран, заинтересованных в подобных путешествиях.

Как замечают узбекские ученые Н.Тухлиев и А.Таксанов, пользуясь интеграционной способностью туризма, центральноазиатские страны могут реализовывать на мировом рынке единый туристский продукт под маркой «Великий Шелковый путь» с использованием маршрутов по Узбекистану, Туркменистану, Казахстану, Таджикистану и Кыргызстану [82, с.366]. Именно такой комплекс-пакет услуг может дать ощутимую выгоду от международного туризма каждой стране-участнице в увеличении туристского потока и валютного дохода.

Перспективность и значимость направления «Кыргызстан-Европа» заключаются в том, что европейский регион – это самый развитый географический сегмент мирового рынка туризма, здесь сосредоточена основная масса производителей и потребителей туристских услуг. Принимая во внимание богатейший опыт европейских стран в сфере туристского бизнеса в дальнейшем мы должны проявлять большую заинтересованность в активном участии в общем европейском рынке, в укреплении сотрудничества по туристскому обмену. Данный регион – потенциальный поставщик туристов к нам. Однако в ближайшее время рассчитывать на их солидных (элитных) потребителей-туристов не стоит, наша маркетинговая стратегия должна направляться на потребителей среднего класса, наш туристский продукт для

них – естественная природа, горные вершины, охота, национальные традиции, обычаи и др.

Увеличение показателей путешествий в странах Восточной и Юго-Восточной Азии вызвано ростом передвижения их населения, что является результатом более быстрого экономического развития. Данный район относится к региону с высоким показателем роста путешествий (свыше 4% в год). Наблюдается тенденция потенциального роста выездного туризма.

Рынок стран Восточной и Юго-Восточной Азии имеет потенциально огромный размер, где видна четкая связь между тенденциями развития туризма и общего экономического роста. Развитость легкой промышленности, доступность товаров широкого потребления, экзотичность природы, своеобразие культурного развития обуславливают развитие челночного бизнеса, познавательного туризма, курортного отдыха для туристов из Кыргызстана. Природная и культурная среда кыргызской земли представляет такой же интерес и для жителей данного региона. Регион относится к району перспективного роста выездного туризма. Эта тенденция сохранится в связи с высоким ростом населения в таких странах, как Китай, Япония, Южная Корея, Таиланд, а также за счет того, что Китай расширит поездки в соседние страны.

Международные туристские связи в рамках ВШП заметны в общем процессе интернационализации экономических и культурных отношений. Туризм, как явление взаимообусловленного сочетания национальных интересов, способствует более интенсивному экономическому развитию, глубокой интеграции стран ВШП, характеризующихся разнообразием природно-географических условий, уровней развития и размещения производительных сил, научно-технических и культурных достижений. Тем самым, туристские отношения выступают не только как фактор разрешения экономических проблем, но и фактором укрепления взаимного доверия, поддержания мира и дружеских взаимоотношений между государствами ВШП.

Межгосударственное сотрудничество в рамках ВЦП – это для Кыргызстана важный фактор социально-экономических и политических преобразований, интеграции в мировой рынок и международное разделение труда, в частности, расширения географии ИТ на региональном и мировом уровнях.

При этом основными задачами могут быть:

создание правовой, организационной и экономической среды для налаживания туристских связей между государствами ВШП;

формирование международного туристского рынка в регионе ВШП на основе экономической и политической интеграции стран;

углубление международного разделения труда и специализации стран по соответствующим продуктам туристского бизнеса;

возрождение и развитие традиционных центров туризма, освоение новых туристских ресурсов региона;

создание системы информационно-статистического обеспечения сферы туризма.

Формирование современного туристского рынка в орбите ВШП создает возможности удовлетворения потребностей населения стран в туристских услугах, расширения рабочих мест в сфере туризма и сопряженных с ней отраслях, увеличения доходов национальных бюджетов за счет валютных поступлений, стимулирования развития инфраструктуры и производственного сектора, возрождения и сохранения объектов природного и культурного наследия, расположенных вдоль ВШП. Для возрождения роли ВШП в межнациональном туристском обмене целесообразны принятие и реализация Международной целевой программы «Создание и развитие единого туристского пространства на Великом Шелковом пути».

5.5. Туризм как один из факторов сохранения и развития малых городов (на примере Южного Кыргызстана)

Юг Кыргызстана принято называть Приферганской частью республики, так как он занимает почти все горное обрамление Ферганской долины – одного из густозаселенных регионов мира, наиболее урбанизированных в Центральной Азии. На этой сравнительно небольшой территории сосредоточено более 10 млн. человек, находятся 7 крупных и более 40 средних и малых городов трех государств – Кыргызстана, Узбекистана и Таджикистана.

Естественно, данная часть Кыргызстана также считается ареалом расселения с высокой плотностью населения и развития городских поселений, где находятся 14 городов и 14 поселков городского типа. По градоклассификации, кроме городов Оша и Жалалабата, все остальные 12 городов региона относятся к малым городам, население которых колеблется от 10 тыс. до 50 тыс. человек. Это – города Каракуль, Кокянгак, Майлуусуу, Ташкумыр, Кочкората (Жалалабатская область), Карасуу, Узген, Ноокат (Ошская), Баткен, Исфана, Кызылкия, Сулюкта (Баткенская). В силу разнообразия исторического формирования, экономико-географических положений и социально-экономических значений развитие этих городов различно, они по структуре экономики, возможностям адаптации к рыночным условиям, средствам труда и возможностям инвестирования сильно отличаются друг от друга.

Но сегодняшние их проблемы в целом сходны, исходят из одного корня. Экономический кризис 90-х годов почти во всех малых городах вызвал обвал большинства градообразующих отраслей и деградацию отраслевой структуры городской экономики. Хронический дефицит средств, скудность городского бюджета, удаленность от крупных центров и транспортных ма-

гистралей стали причиной последующего резкого отставания многих из них по уровню благоустройства, качеству жизни. Вследствие периферийного или глубинного положения городов повышаются транспортные расходы, растут цены и сужается рынок сбыта. Отток населения, особенно экономически активного, сокращение людности стали характерными для большинства малых городов республики. Особенно остра проблема занятости. Растущая безработица, высокая доля в ней женской и молодежной безработицы порождает такие социальные проблемы, как преступность, проституция, алкоголизм, наркомания.

Переход к рыночным отношениям поставил перед городскими органами власти задачи социально-экономического характера, в том числе – отработки и внедрения новых организационно-хозяйственных форм, способствующих эффективной работе всех элементов управляемых систем; адаптации к местным условиям требований экономической реформы, проводимой правительством, сведению к минимуму территориальных различий в условиях свободного предпринимательства в сочетании с новой региональной экономической политикой государства.

Активизация экономики малых городов – важная государственная задача, имеющая как социально-экономическое, так и политическое значение. Нужна стратегия, исходящая из оценки их потенциала, которая позволяет самим малым городам зарабатывать необходимые капиталы. Необходим поиск альтернативных и сопутствующих вариантов решения проблем.

Одним из таких вариантов может стать развитие туризма в малых городах, которое является выгодным социально-экономическим фактором в региональном развитии.

В связи с открытием экономики на внешний рынок и созданием возможностей для притока иностранных инвестиций и туристов малые города Кыргызстана могут стать важнейшим географическим сегментом национального туристского рынка, что подтверждает прогрессивная тенденция роста показателей туристской отрасли как в количественном, так и в стоимостном выражении. Ежегодное увеличение объема предоставленных услуг во въездном туризме составляет 15-20%, когда подобный же показатель в таких туристских странах Европы, как Франция, Испания, Швейцария составляет 3-5%.

Аргументы в пользу развития туризма в малых городах в основном таковы:

во-первых, становление и развитие туризма – это не только развитие сугубо туристских предприятий, но и развитие транспортных хозяйств, учреждений связи, ресторанного бизнеса, гостиничного сервиса и др., поскольку спрос на туристский продукт, сформированный в туристском потреблении, предусматривает, как уже было сказано, производство так называемых дополнительных товаров и услуг;

во-вторых, туризм, как трудоемкая сфера деятельности, способствует снижению напряженности в использовании трудовых ресурсов, может противодействовать миграции жителей малых городов в крупные.

Таким образом, туристская отрасль способствует диверсификации экономики городов и в связи с доходностью и быстрой окупаемостью дает возможность прямого и косвенного повышения уровня жизни населения.

Для определения наиболее эффективной стратегии развития наших малых городов в отношении туризма необходим комплексный анализ существенных особенностей каждого из них.

Малые города региона довольно отчетливо делятся на ряд функционально-типологических групп с разными возможностями и перспективами развития, в их числе административные (Баткен, Исфана, Карасуу, Ноокат, Узген), промышленные центры (Каракуль, Кочкората, Майлуусуу), транспортные узлы (Карасуу, Кызылкия) и центры добывающей промышленности, преимущественно угольной (Кокянгак, Ташкумыр, Сулюкта).

Надо сказать, что здесь первые три группы благодаря выгодным экономико-географическим положениям сегодня держатся «на плаву», наблюдаются некоторые положительные сдвиги в их социально-экономическом развитии. Тяжелее последним, то есть моноспециализированным городам, где единственной градообразующей функцией является разработка месторождений угля. Еще усугубляет положение транспортно-тупииковое положение некоторых из них (Кокянгак, Сулюкта, которые находятся на грани утраты своего городского статуса).

С целью определения перспективы развития туризма в том или ином городе мы выявили факторы, положительно и отрицательно воздействующие на него (табл. 5.6).

Из таблицы видно, что наиболее благоприятными для развития туризма являются города Узген, Каракуль, Карасуу, Ташкумыр, наименее благоприятными – Кокянгак, Сулюкта.

Так, экономико-географическое положение города Каракуль на берегу реки Нарын, на автотрассе Бишкек-Ош, недалеко от Токтогульского водохранилища дает возможности развития туризма. Каракуль может стать главным экскурсионным центром гидроэнергетических и ирригационных объектов Кыргызстана. Необходимо открыть экологические маршруты в район озер Карасуу и Капкаташ.

Город Ташкумыр также расположился на террасах реки Нарын, на автомагистрали Бишкек-Ош. С созданием туристского сервиса необходимо использовать в туризме грот периода мезолита и наскальные рисунки вблизи города. Ботанический заказник Желтыйбес, Дашманский лесной заказник в окрестностях города также достаточно привлекательны.

Город Майлуусуу известен как центр электротехнической промышленности. Естественными преимуществами города в туристском развитии явля

Факторы роста и снижения привлекательности малых городов Южного Кыргызстана для развития туризма

№	Название городов	Факторы роста привлекательности города		Факторы снижения привлекательности города
		основные	дополнительные	
1	Каракуль	Транзитное положение на автодороге Бишкек-Ош	Близость Токтогульского водохранилища и Токтогульской и других ГЭС; природные ресурсы (близость естественных озер);	Удаленность от основных поставщиков туристов Кыргызстана и Узбекистана; отсутствие сервиса
2	Ташкумыр	Транзитное положение на автодороге Бишкек-Ош	Близость ботанического заказника Дзельтийбес, Дашманского лесного заказника; наличие культурно-исторических объектов	Отсутствие туристского сервиса
3	Майлисуу	Нахождение в Майлуусуйской курортной зоне и наличие сероводородных минеральных вод	Наличие промышленных объектов	Транспортно-тупииковое положение; отток населения из города
4	Кочкората	Транзитное положение на автодороге Бишкек-Ош	Наличие промышленных объектов	Отсутствие туристского сервиса
5	Кокянгак		Близость курортного города Жалалабат; природно-географические условия	Транспортно-тупииковое положение; отток экономически активного населения; моноспециализация; отсутствие сервиса
6	Узген	Местоположение на древнем ВШП; транзитное положение на автодороге Бишкек-Ош; исторический статус города и наличие культурно-исторических объектов	Административный центр; близость к минеральным источникам Карашоро; близость природных зон Саламалик, Карашоро и Кампираватского водохранилища; близость к крупным населенным пунктам	Отсутствие туристского сервиса

7	Карасу	Положение в узле железных и автомобильных дорог; нахождение крупнейшего базара в Центральной Азии	Административный центр; близость к крупным населенным пунктам; приграничное положение с Узбекистаном; промышленный центр	Отсутствие туристских ресурсов; неразвитость туристского сервиса
8	Ноокат	Транзитное положение на автодороге Ош-Сулукта; близость природных зон Абшърсай, Карагой и Чилисай	Административный центр	Отсутствие туристского сервиса
9	Кызылкия	Транзитное положение на автодороге Ош-Сулукта и транспортный узел	Близость к крупным городам Узбекистана; близость природной зоны Абшърсай, Исфайрамсай; развитие образовательной инфраструктуры	Отсутствие природно-туристских ресурсов; моноспециализация
10	Баткен	Административный центр; транзитное положение на автодороге Ош-Исфана	Строительство социальных объектов	Отсутствие туристских ресурсов и сервиса; отсутствие вологотов
11	Сулукта		Близость к границам и крупным городам Таджикистана; историческое значение города; развитие образовательной инфраструктуры	Транспортно-тупиковое положение; моноспециализация города; отсутствие природно-туристских ресурсов и туристского сервиса
12	Исфана	Административный центр	Близость к границам и крупным городам Таджикистана; близость альпинистской зоны Ачыкташ; выразительность рельефа окружающих территорий	Периферийное положение и удаленность от основных центров Кыргызстана; отсутствие сервиса

ется его расположение у подножия горы Бабашата и в перспективной Майлуусуйской курортной зоне с сероводородными водами. Источники, к сожалению, сегодня бальнеологически не освоены, используются стихийно. На первых порах были бы полезны водолечебница на 20 ванн с поликлиникой на 100 посещений в смену. Естественные курортные ресурсы можно дополнить использованием аппаратной физиотерапии, лечебной физкультуры, лечебного питания.

Кокянгак, потеряв самостоятельные градообразующие функции после прекращения выработки месторождений угля и основное экономически активное население, переживает самые трудные времена со времен своего основания. Невыгодность экономико-географического положения города становится не только помехой для туризма, но и для общего экономического развития. Тем не менее, учитывая благоприятные природные условия и близость курортного центра Жалалабат, необходимо создать маршруты отсюда в плодовые леса Караалмы, Карамарта, сквозные туры в Казарман, далее – в туристские зоны Нарынской области. Существует спрос у иностранных туристов на посещение заброшенных угольных разрезов, шахт.

Город Узген имеет сравнительные преимущества в туризме среди других малых городов региона. Наряду с положительными факторами, указанными в табл. 5.6, строительство обходной дороги Ош-Бишкек через Узген стало возрождением былой транзитной роли города в системе ВШП, новым рычагом развития туризма международного масштаба.

Несмотря на невыгодное местоположение город Кызылкия (расположение в адырной зоне, скудность природных условий, отсутствие водоемов и водотоков) его экономико-географическое положение можно считать удачным: город находится на автодороге Ош-Сулюкта, считается транспортным узлом, близко расположен к крупным городам Ферганской области Узбекистана (Фергана, Маргилан, Кувасай), то есть к основным поставщикам туристов. Развивается научная и образовательная инфраструктура: здесь теперь расположены крупные учебные центры Баткенского государственного университета. В туристском плане город Кызылкия должен стать перевалочным пунктом для туристов из Узбекистана и других стран, следующих по сквозным турам через Узбекистан в турзоны Ошской и Баткенской областей (в бассейны рек Кыргызата, Чилисай, Абшырсай, Исфайрамсай). Для этой цели в городе необходимо создать сеть турагентств, выполняющих роль посредников между туроператорскими фирмами или крупными корпорациями Узбекистана и обслуживающими предприятиями региона. В данном случае турагентства получают либо определенное комиссионное вознаграждение от туроператоров за реализацию инклюзив-туров, либо прибыль за предоставление отдельных видов услуг самостоятельным туристам. Предстоит туристское обустройство городища Кызылкия – поселения рудокопов IX-XII веков, расположенного в районе старого рудника.

Город Сулюкта находится на самой западной окраине республики и является старейшим угольным центром. Природа города и его окрестностей весьма скудна. Однако Сулюкта в своем историческом становлении имеет определенную особенность. Разработка угля ведется с 1868 года. После победы Октябрьской революции власть в городе первой в Средней Азии перешла к Совету рабочих депутатов. Поэтому в формировании туристского бизнеса необходимо учесть особенность исторического развития города и географическую близость к границам Таджикистана, его городам (Худжанд, Чкаловск, Гафуров). В городе требуется открыть музей, открывающий туристам сведения об его историческом становлении, о его месте в градоразвитии республики, начале и развитии угольной промышленности. Для увеличения притока туристов, особенно из-за рубежа, приемлемым было бы создание пустынного резервата на базе ареала распространения джейранов и серых варанов в Ляйлякском районе, использование Сулюктинского ботанического заказника – для познавательного туризма, Ташрабатских термальных источников – для лечебного туризма.

Разумеется, если Кызылкия станет туристскими воротами для гостей из Узбекистана, то Сулюкта с городом-спутником Исфана должны стать воротами для таджикских туристов.

Теперь, что мы должны предпринимать для развития туристской отрасли в малых городах региона? Эти города, во-первых, не имеют собственных средств и опыта для этой цели, во-вторых, требуют больших инвестиций для реструктуризации хозяйства и поддержания социальной сферы; в-третьих, многие из них остаются моноспециализированными, удалены от основных центров и транспортных магистралей, страдают дефицитом ресурсов, отсутствием полноценной рыночной инфраструктуры.

В связи с этим подчеркнем, что проблемы развития малых городов в целом, формирования туристской сферы, в частности, без помощи государства в них не решить.

Помощь государства выражается как в прямом бюджетном ассигновании тех или иных проектов, так и в организационно-административном регулировании туристского бизнеса. Рычаг правительства в этом плане – создание механизмов стимулирования деловой активности государственных и частных хозяйственных субъектов, задействованных в различных сферах городской экономики. Малый и средний бизнес как основа развития малых городов и как фактор привлечения капитала отечественного и иностранного происхождения могут быть активированы на основе гибкого государственного регулирования путем льготного кредитования и налогообложения.

Бюджетные ассигнования полезно направлять на развитие городской инфраструктуры; в целях предотвращения потери рабочих рук в организациях освободить от уплаты части подоходного налога с заработной платы работников, занятых в объектах приоритетных отраслей; уменьшить нало-

гооблагаемую прибыль субъектов хозяйствования на величину средств, направляемых ими на строительство и реконструкции наиболее значимых объектов; предоставить частным структурам кредиты по выгодной процентной ставке со сроком выплаты до 10 лет, осуществляющим строительство и реконструкцию социальных объектов, в том числе туристских; привлекать гранты от международных организаций для создания рабочих мест в сфере народных промыслов, ремесел; гарантировать иностранному инвесторам защиту их прав собственности и установить ряд льгот (налоговых, таможенных) с учетом важности их проектов.

Проблема отсутствия современного туристского сервиса относится ко всем малым городам региона. Политика развития материально-технической базы туризма должна основываться на малых проектах: строительство малых отелей на 10-15 мест, кемпингов, коттеджей, гостевых домов, в пик сезона – развертывание аилов из юрт. Благоприятную рыночную инфраструктуру городской экономики дополнит развитие банковской системы, страховых компаний.

Целевая программа социально-экономического развития необходима каждому малому городу, с последующим мониторингом ее выполнения. Комплексное развитие экономики города и его социальной сферы – это основа становления и развития туристской отрасли в данном районе. Отделять вопросы развития туризма от общих проблем развития городов нельзя.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Научное исследование проблем туризма является качественно новым направлением в отечественной экономической и социальной географии, обусловленным насущными потребностями в условиях становления социально ориентированной рыночной экономики. Анализ теоретико-методологических основ туризма позволил раскрыть его значимость в общественном воспроизводстве, социально-экономическом развитии страны, показать многоаспектность функционирования как вида экономической деятельности.

Развитие туризма в Кыргызстане имеет ярко выраженный мозаичный характер, обусловленный природно-ресурсными и социально-экономическими различиями в регионах. Материальная база туризма по широтным и высотным поясам размещена крайне неравномерно. Более пропорциональное развитие и организация туристской деятельности по территории республики требует селективного подхода в реализации региональной политики.

Международный сектор туризма – мощный рычаг развития национальной экономики. Внешняя туристская политика государства должна строиться на принципах открытой экономики с выборочным применением протекционизма. К приоритетным географическим направлениям предложения туруслуг на мировом рынке относится наращивание туристской интеграции со странами Центральной Азии, Россией, Китаем, регионами Юго-Восточной Азии, Западной Европы и Северной Америки.

Стратегия развития отечественного туризма базируется на принципах эффективности, рациональности, оптимальности и экологичности, которые ярко представляются:

во-первых, в сфере освоения туристских ресурсов: а) использование неблагоприятных в природном и экономическом отношении факторов природной среды как ресурс (приключенческого, экологического) туризма; б) широкое вовлечение в пакет национального турпродукта элементов духовной культуры народа (с учетом отсутствия крупных компонентов материальной культуры);

во-вторых, в сфере развития материальной базы туризма: а) модернизация и реконструкция действующих объектов, перевод объектов сезонного действия на круглогодичный режим работы (с учетом ограниченности экономических ресурсов); б) расширение строительства малых объектов, рассчитанных на различные сегменты, сезоны (с учетом геолого-геоморфологической особенности территории страны и географически разобщенности потребителей);

в-третьих, в области увеличения туристского потока в страну необходимо предпринять меры по увеличению числа туристов из стран СНГ (с учетом их адаптированности к местным условиям) и из развитых стран (с

учетом их высокой платежеспособности и возрастающего спроса на дикую природу).

Экономический потенциал туристской отрасли, ее возрастающая роль в создании национального дохода требуют управления ею на макроуровне. иными словами, реформирования государственного управления туристской системой, включая ее сопутствующие сферы, с приданием ему министерского статуса.

Приоритетным направлением в развитии туризма Кыргызстана и расширении международного сотрудничества в области туризма выступает возрождение Великого Шелкового пути. Использование его потенциала даст, по нашей оценке, 8-10% ежегодного прироста туристского производства в республике. Для возрождения роли ВШП в межнациональном туристском обмене целесообразны принятие и реализация Международной целевой программы «Создание и развитие единого туристского пространства на Великом Шелковом пути».

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. *Абдрасулов С.Ж.* Потенциальные возможности и тенденции развития туризма в Кыргызстане //Материалы международной научно-практической конференции «Туризм Кыргызстана: проблемы, пути решения, перспективы развития». -Б.: БГИЭК, 2001. С.53-55.
2. *Азар В.И.* Экономика и организация туризма. Методологические вопросы. -М.: Экономика, 1972. -184 с.
3. *Айдаркул К.* Международные отношения кыргызов и Кыргызстана: история и современность. -Б., 2002. -352 с.
4. *Александрова А.Ю., Тикунова И.Н.* Анализ структуры мирового туристского пространства с применением многомерной математической классификации. // Вестник Московского университета. Серия 5, география, 2003, № 6. С.16-21.
5. *Алымбеков К.А.* Туризм в горах и яководство //Материалы международной научно-практической конференции «Туризм Кыргызстана: проблемы, пути решения, перспективы развития». -Б.: БГИЭК, 2001. С.12-16.
6. *Арманд Д.Л.* Наука о ландшафте. -М.: Мысль, 1975. -286 с.
7. *Атышов К.А.* Потенциал природных ресурсов горного региона и проблемы их рационального использования (на примере Республики Кыргызстан). Дисс. док. эконом. наук. -Б., 1992.
8. *Атышов К.А.* Природные факторы и их влияние на развитие и размещение промышленного производства Киргизской ССР. -Ф.: Илим, 1987. -140 с.
9. *Бадин А.* Страна туризма // Деловой мир. 1993, 19 мая. № 2.
10. *Балабанов И.Т., Балабанов А.И.* Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика, 1999. -176 с.
11. *Барчукова Н.С.* Международное сотрудничество государств в области туризма. -М.: Международные отношения, 1986, -164 с.
12. *Бейшен уулу К.* Туризм – это гостеприимство //Материалы международной научно-практической конференции «Туризм Кыргызстана: проблемы, пути решения, перспективы развития». -Б.: БГИЭК, 2001. С.79-81.
13. *Биржаков М.Б.* Введение в туризм. Издание 4-е, перераб. и допол. -СПб: Герда, 2002. -320с.
14. *Боконтаева А.К.* Проблемы занятости населения Иссык-Кульского региона в туристско-рекреационной отрасли //Материалы международной научно-практической конференции «Туризм Кыргызстана: проблемы, пути решения, перспективы развития». -Б.: БГИЭК, 2001. С.193-198.
15. *Борисенков Е.П.* Климат и деятельность человека. -М.: Наука, 1982. 128 с.
16. *Борисов К.Г.* Международный туризм и право. -М.: НИМП, 1999. -352 с.

17. Ведин Ю.А., Зорин И.В. Социальные аспекты изучения рекреационных систем // Вопросы географии. Вып. 93. География и туризм. М.: Мысль, 1973. С. 21-28.
18. Гезгала Я. Туризм в народном хозяйстве. Сокр. пер. с польск. -М.: Прогресс, 1974. -210 с.
19. Герасимова А., Скапенкер М. Туристический бизнес: особенности бухучета и налогообложения // Экономика и жизнь, 1996, апрель, № 14.
20. Горячева В.Д., Перегудова С.Я. Памятники истории и культуры Таласской долины. -Б.: Кыргызстан, 1995. -120 с.
21. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. -М.: Финансы и статистика, 2003. -304 с.
22. Доклад Лиги Наций. Экономический комитет «Исследование туристской поездки как международного фактора». -Женева, 1937.
23. Доолоталиев С.Д. Полезные ископаемые Кыргызстана и их использование. -Б.: Илим, 1996. -126 с.
24. Дудашвили С. Дремучий лес новаций... не заплутать бы // Слово Кыргызстана, 1996 года, 16-17 января, №11-12.
25. Ердаuletов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. -Алматы, 2000. -336 с.
26. Ердаuletов С.Р. К вопросу научного обеспечения развития туризма в Казахстане // Проблемы становления индустрии туризма Казахстана. Материалы международной конференции специалистов системы туризма. Алматы: КНУ, 2002. С.92-96.
27. Ердаuletов С.Р., Назарчук М.К., Кораблев В.А. Мифы и реальность казахстанского туризма // Роль туризма в устойчивом развитии Республики Казахстан: сборник, посвященный 60-летию Ердаuletова С.Р. -Алматы, 2001. С.75-87.
28. Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса. -М.: Ось-89, 1999. -192 с.
29. Ефремов Ю.К. География и туризм // Вопросы географии. Вып. 93. География и туризм. -М.: Мысль, 1973. С.6-20.
30. Жолдасбеков А.А., Болтаев М. Социально-экономические факторы, формирующие спрос и предложение туристских услуг // Узбекистон география жамияти ахбороти. 20-жилд. -Т.: ГО РУз, 1999. С.139-142.
31. Жыргалбеков Т.Ж. Туризм Кыргызстана в документах и материалах. -Б., 1998. -520 с.
32. Жыргалбеков Т.Ж. Место и роль туризма в экономике республики // Экономический вестник, 1998, № 4.
33. Забелина Н.М. Национальный парк. -М.: Мысль, 1987. -170 с.
34. Захарова А.Е. Историко-архитектурное наследие города Ош (конец XIX начало XX вв.). -Ош, 1997. -146 с.

35. Здравницы Киргизской ССР // *Турусбеков Б.Т., Бикмухамедова Н.Г., Агапова З.Н.* и др. -Ф.: Кыргызстан, 1975. -80 с.
36. *Зинин В.Г., Зайцева Л.М.* Ресурсный потенциал сферы культуры. -М.: Знание, 1989. -64 с.
37. *Идинов К.И.* Кыргызстан в системе международных экономических отношений. -Б.: Кыргызстан, 1997. -362 с.
38. *Кашкари М.С.* Кодекс приличий на Востоке (Адаб-уль-салихын). -Т.: Камалак, 1992. -72 с.
39. *Квартальнов В.А., Романов А.А.* Международный туризм: политика развития. -М.: Советский спорт, 1998.
40. *Квартальнов В.А.* Туризм. -М.: Финансы и статистика, 2001. -316 с.
41. Кыргызия: только факты (сост. *Сухомлинова О.С.*). -Ф.: Кыргызстан, 1988. -232 с.
42. Климат и окружающая среда // *Боконбаев К.Д., Родина Е.М., Ильясов Ш.А.* и др. -Б., 2003. -208 с.
43. *Койчугев Т.К.* О переходе республик современной Советской Центральной Азии на рыночную экономику (по материалам выступления на Центральноазиатском исследовательском форуме, состоявшемся 8-16 ноября 1990 г. в Лондоне) // Изв. Академии наук Республики Кыргызстан. Общ. науки, 1991, №1.
44. *Койчугев Т.К.* Современное состояние и перспективы развития экономики Кыргызстана // Материалы научно-практического семинара «Экономика Кыргызстана: реалии и перспективы». -Б.: КГНУ, 2001. С.4-21.
45. *Котляров Е.А.* География отдыха и туризма. Формирование и развитие территориальных рекреационных комплексов. -М.: Мысль, 1978. -238 с.
46. Краткий словарь международной туристской терминологии. Совместная публикация Международной академии туризма и Главного управления по иностранному туризму при Совете Министров СССР. -М., 1980.
47. *Кружалин К.В.* Экономико-географические тенденции формирования туристического рынка в России // Вестник Московского университета. Серия 5, география, 2002, № 5. С.72-77.
48. Курорты Прииссыккуля // *Турусбеков Б.Т., Фомин В.М., Бикмухамедова Н.Г., Яковлев В.М.* -Ф.: Кыргызстан, 1970. -103 с.
49. *Маленко Э.* Лекции по мироэкономическому анализу. -М.: Наука, 1985. -390 с.
50. *Маринин М.* Пригодится ли зарубежный опыт? // Экономика и жизнь, 1996, март, № 12.
51. *Маринин М.* Учтен ли фактор безопасности? // Экономика и жизнь, 1995, сентябрь, № 39.
52. *Маркс К., Энгельс Ф.* Сочинения. Том 46, часть 2.

53. Менеджмент туризма: Экономика туризма // *Козырев В.М., Зорин И.В., Сурип А.И.* и др. -М.: Финансы и статистика, 2001. -320 с.
54. *Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т.* Рекреационная география. -М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. -207 с.
55. *Мусакожоев Ш.М.* Эффективность и экономико-математические модели. -Ф.: Кыргызстан, 1988. -144 с.
56. Наука и искусство географии: Спектр взглядов ученых СССР и США // Сост. и ред. *Анненкова В.В. и Демко Дж.Д.* -М.: Прогресс, 1989. -200 с.
57. *Нефедова В.Б., Смирнова Е.Д., Упит И.А., Швидченко Л.Г.* Методы рекреационного районирования // Вопросы географии. Вып. 93. География и туризм. -М.: Мысль, 1973. С.51-61.
58. *Низамиев А.Г.* Рекреационный комплекс Кыргызстана: реалии и перспективы. -Б.: Илим, 1998. -136 с.
59. *Низамиев А.Г.* Туризм как отрасль в условиях рыночных преобразований. -Ош, 1996. -60 с.
60. Озеро Иссык-Куль (Очерки по физической географии). Отв. ред. *Королев В.Г.* -Ф.: Илим, 1978. -210 с.
61. *Оторбаев К.О., Молдалиева А.Ш.* История и природа края – стимуляторы развития туризма // Материалы международной научно-практической конференции «Туризм Кыргызстана: проблемы, пути решения, перспективы развития». -Б.: БГИЭК, 2001. С.56-60.
62. *Оторбаев К.О., Турдумамбетов Б.У.* Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы Кыргызской Республики: проблемы классификации, выявления и использования // Материалы международной научно-практической конференции «Туризм Кыргызстана: проблемы, пути решения, перспективы развития». -Б.: БГИЭК, 2001. С.3-8.
63. *Оторбаев К.О., Уразбаев К.М.* Социальная инфраструктура народнохозяйственного комплекса региона. -Ф.: Кыргызстан, 1984. -224 с.
64. *Пегов С.А., Хомяков П.М.* О приоритетности экологических проблем // Российский экономический журнал, 1992, №7. С.73-76.
65. Первое Национальное сообщение Кыргызской Республики по Рамочной конвенции ООН об изменении климата. -Б., 2003. -98 с.
66. *Преображенский В.С., Веденин Ю.А.* География и отдых. -М.: Знание, 1971. -48 с.
67. *Пузакова Е.П., Честникова В.А.* Международный туристический бизнес. -М.: Экспертное Бюро -М, 1997. -176с.
68. *Сапрунова В.Б.* Туризм: эволюция, структура, маркетинг. -М.: Ось-89, 1997. -160 с.
69. *Саушкин Ю.Г.* История и методология географической науки. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1969.
70. Сборник действующих договоров, соглашений и конвенций, заключенных СССР и иностранными государствами. Вып. XXI. -М., 1957.

71. *Сдасюк Г.В.* Императивы концепции устойчивого развития и реалии глобализации // *География и экология в школе XXI века*, 2004, №4. С.7-16.
72. *Сенин В.С.* Организация международного туризма. -М.: Финансы и статистика, 2000. -400с.
73. *Соколов Ю.Н.* Международный туризм и его правовое регулирование. -М., 1967.
74. Социальная инфраструктура: вопросы теории и практики // *Альмов А.Н., Кочерга А.И., Богаенко В.А.* и др. -Киев: Наукова думка, 1982. -236 с.
75. Статистика туризма. Проект рекомендаций по статистике туризма. Доклад Всемирной туристской организации. Серия 83. -Нью-Йорк, 1994.
76. *Сулайманова У.С., Кыдыриаева К.Т.* Вопросы ценообразования и калькулирования себестоимости туристских услуг // *Материалы международной научно-практической конференции «Туризм Кыргызстана: проблемы, пути решения, перспективы развития».* -Б.: БГИЭК, 2001. С.125-130.
77. Теоретические основы рекреационной географии. Отв. ред. *Преображенский В.С.* -М.: Наука, 1975. -276 с.
78. *Терехова О.В.* Индустрия досуга в США (экономическое исследование). -М.: Наука, 1983.
79. *Трофимов А.М., Солодухо Н.М.* Вопросы методологии современной географии. -Казань: Изд-во Казанск. ун-та, 1986. -84 с.
80. Туризм в Кыргызстане. Стат. сборник. -Б.: Нацстатком, 2004.
81. *Турсинбаева К.С.* Сохранение этнографических особенностей территории для туризма // *Проблемы становления индустрии туризма Казахстана. Материалы международной конференции специалистов системы туризма.* -Алматы: КНУ, 2002. С.71-82.
82. *Тухлиев Н., Таксанов А.* Национальная экономическая модель Узбекистана. -Т.: Укитувчи, 2000. -368 с.
83. *Шляхин А.* Воспоминания о будущем // *Республика*. 1996 года, 14 мая, №20.
84. Экономика современного туризма: рыночное регулирование, основы управления и маркетинг, бухгалтерский учет и налогообложение // *Карпова Г.А., Воронцова М.Г., Нотаров М.В.* и др. -СПб.: Герда, 1998. -412 с.
85. *Эльдаров Э.М.* Тенденции и перспективы развития экономико-географического аспекта рекреологии // *География и природные ресурсы*, 1990, № 1. С.13-20.
86. *Bernecher P.* Fundamentals of tourism. -Geneva, 1964.
87. *Compendium of Tourism Statistics 1995-1999* /World Tourism Organisation. Madrid, 2001.
88. *Tourism Market Trends. Europe. 1988-1997* /World Tourism Organisation. Madrid, 1998.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Глава I. НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ	
1.1. Обзор современных тенденций и факторов развития мирового туризма.....	5
1.2. Туризм как фактор устойчивого развития региона.....	16
1.3. Особенности туризма как отрасль экономической деятельности.....	23
1.4. Современная организационная структура индустрии туризма.....	32
Глава II. НАУЧНО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	
2.1. Эволюция и социально-экономическая сущность туризма.....	49
2.2. Ресурсы туризма: повсеместность и особенности их использования.....	59
2.3. Туристские потребности и особенности маркетинговой стратегии.....	62
2.4. Методические основы исследования туристской деятельности.....	73
Глава III. ТУРИСТСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ КЫРГЫЗСТАНА И УРОВЕНЬ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	
3.1. Природные ресурсы как отраслеобразующий фактор туризма.....	88
3.2. Культурные ресурсы туризма и особенности их использования.....	98
3.3. Социально-экономические факторы организации туризма.....	107
Глава IV. СОВРЕМЕННЫЙ УРОВЕНЬ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ	
4.1. Состояние материально-технической базы туристской отрасли.....	116
4.2. Анализ экономико-географических тенденций развития туризма.....	126
4.3. Проблемы развития туризма и пути их решения.....	138
Глава V. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ И ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ	
5.1. Прогнозирование развития туристской отрасли на перспективу.....	147
5.2. Меры по улучшению государственного регулирования туристской деятельности.....	157
5.3. Совершенствование структурно-территориальной организации туристского хозяйства.....	162
5.4. Возрождение Великого Шелкового пути и расширение международного сотрудничества в области туризма.....	184
5.5. Туризм как один из факторов сохранения и развития малых городов (на примере Южного Кыргызстана).....	192
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	200
ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА.....	202

Абдурашит Гумарович Низакиев
кандидат экономических наук, доцент

**Туризм Кыргызстана:
социально-экономические аспекты**

Научный редактор
Художественный редактор
Технический редактор
Корректор

Сыдыков К.С.
Мякишиков В.И.
Абдрахманов К.У.
Мякишиков В.И.

Подписано в печать с оригинала-макета 03.01.05.

Формат 60x84 1/16. Бумага офсетная.

Усл. печ. л. 13. Тираж 500 экз.

Заказ № 010. Цена договорная.

Отпечатано в ОсОО «Вега».



