

Чонтоев Д.Т.

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РАЗВИТИИ ГОРНОГО ТУРИЗМА
В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Чонтоев Д.Т.

КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНДАГЫ ТОО ТУРИЗМИНИН ӨНҮГҮШҮНДӨГҮ
МАМЛЕКЕТТИН РОЛУ

D.T. Chontoev

THE ROLE OF STATE IN DEVELOPING OF ALPINE TOURISM
IN THE KYRGYZ REPUBLIC

УДК: 796.5

В статье рассматриваются особенности развития горного туризма, роль государства, проблемы и методы регулирования, приоритетные виды развития, рыночные механизмы, воздействия на другие отрасли и координация горно-кластерного подхода.

Ключевые слова: горный туризм, регулирование, роль государства, реклама, рынок.

Макалада тоо туризминин өнүгүүсүнүн өзгөчөлүктөрү, мамлекеттин ролу, маселелери жана жөнгө салуу методдору, өнүгүүнүн негизги түрлөрү, базар механизмдери, башка тармактарга тийгизген таасири жана тоо-кластердик ыкманы координациялоо каралат.

Негизги сөздөр: тоо туризми, жөнгө салуу, мамлекеттин ролу, жарнама, базар.

The article discusses the features of the development of mountain tourism, the role of the state, problems and methods of regulation, priority types of development, the market mechanisms, the impact on other sectors, and the coordination of the mountain and cluster approach.

Key words: mountaineering, regulation, the role of government, advertising, market.

Горный туризм представляет собой высокодоходный, межотраслевой комплекс, одним из основных секторов туризма способствующий обеспечению высокого уровня занятости, социального благосостояния и качества жизни людей, а также развитию экономическому единству и культурному разнообразию государств и регионов мира.

В связи с множеством вышеуказанных проблем, препятствующих развитию горного туризма в Кыргызской Республике, появилось большая необходимость регулирования развития горного туризма со стороны государства.

Хотя, еще до упразднения, Государственного агентства по туризму была разработана «Концепция развития туристической отрасли в Кыргызской Республике до 2010г.» Утвержденная Указом Президента КР от 04.09.2000г. УП №-255 и Программа мероприятий по развитию туризма в КР до 2010 г. (Утв. ППКР от 02.02.2001 г.№-33), где были предусмотрены такие разделы, как совершенствование государственной политики в сфере туризма, создание благоприятных условий для туризма, вопросы усиления маркетинговой политики, обеспечение безопасности туристов и сохранности их имущества,

повышение качества обслуживания туристов и очень мало уделялась внимание развитию именно горному туризму.

Государственное регулирование развития горного туризма – это воздействие государства на деятельность хозяйствующих субъектов и рыночную конъюнктуру для обеспечения нормальных условий функционирования рыночного механизма, реализации государственных социально-экономических приоритетов и выработки единой концепции развития горно-туристской сферы.

Необходимость государственного регулирования объясняется приоритетностью развития этой отрасли в Кыргызской Республике, возрастающей ролью горного туризма в экономике страны, воздействием на другие отрасли народного хозяйства, в частности на экологическое состояние и социально-культурное развитие страны.

Остро стоит вопрос границы государственного регулирования и зоны компетенции государственных органов. Государство должно разработать политику развития отрасли, через стратегию или концепцию на среднесрочный или долгосрочный периоды, анализировать и прогнозировать ее развитие, координировать деятельность государственных структур по обеспечению безопасности, защите экологии, подготовке кадров и осуществлению контроля за исполнением законов принятых в данной сфере.

В немалой степени эффективность управления отраслью зависит от деятельности координирующих смешанных органов, ориентированных на разработку, мониторинг реализации стратегий по развитию горного туризма, определения источников финансирования, координацию деятельности субъектов горного туризма и донорских организаций. Взаимодействие таких органов с частным сектором должно происходить через участие в ней представителей наиболее авторитетных коммерческих организаций в сфере горного туризма, которые должны представлять интересы бизнеса.

Хотя во многом коммерческие организации в сфере горного туризма должны сами быть инициаторами и активными участниками продвижения и развития горно-туристской отрасли в Кыргызской Республике.

Создание действенных ассоциаций по разви-

тию горного туризма, основанных на профессионализме ее участников, финансируемых за счет поступлений от предпринимательских структур, должно стать одной из важных задач представителей бизнеса.

Бизнес структуры через такие ассоциации должны участвовать в формировании нормативно-правовой базы для развития горного туризма, осуществлять инвестиционную и инновационную деятельность. Представители малого и среднего бизнеса должны осознавать, что только с их подачи, при их настойчивости будут созданы в горно-туристской индустрии экономические стимулы, позволяющие получать доход для благополучия государства.

Для формирования конкурентоспособного горно-туристского рынка усилий по развитию только его инфраструктуры недостаточно. Необходима эффективная государственная стратегия по продвижению отечественного туристского продукта, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках и носящая агрессивный характер, что позволит сделать горный туризм одной из доходной составляющей экономики республики.

Одним из главных двигателей продвижения горно-туристского продукта является реклама.

Одним из главных законов рекламы являются значительный объем, регулярность и продолжительность воздействия. Рекламная кампания начинает приносить экономический эффект с определенного минимального порога.

С этой целью необходима имиджевая рекламно-информационная кампания в СМИ как внутри страны, так и за рубежом, участие в крупнейших международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей Кыргызстана как страна гор.

Для повышения конкурентоспособности отечественного туристского продукта и создания благоприятного имиджа страны необходима организация выпуска рекламной некоммерческой печатной продукции на иностранных языках основных направляющих рынков.

Многое из этого уже конечно осуществляется. Вместе с тем при существующем в настоящее время государственном бюджетном финансировании деятельность по продвижению горно-туристского продукта может лишь минимально изменить параметры существующего туристского потока.

Многие государства мира, осознавая важность развития горного туризма для своих экономик, вкладывают значительные государственные средства в продвижение национального горно-туристского продукта с учетом специфики основных направляющих и принимающих рынков.

Широкая рекламная кампания возможностей страны способствует росту количества иностранных и отечественных туристов, а, следовательно, и росту поступлений финансовых средств в экономику страны.

Данные ЮНВТО показывают, что для дополнительного привлечения одного иностранного туриста, обеспечивающего поступление в экономику страны в среднем 1000 долларов США, государства затрачивают от 10 до 15 долларов США на некоммерческую рекламу туристского продукта. В соответствии с этим средний объем бюджетных средств, выделяемый в европейских странах на продвижение туристского продукта, составляет 50,7 млн. долларов США.

К сожалению, при действующем в настоящее время в республике государственном бюджетном финансировании, которое составляет менее 1 доллара США на привлечение одного иностранного туриста, меры по продвижению национального турпродукта могут лишь минимально изменить параметры существующего туристского потока.

Только широкая имиджевая некоммерческая, а государственная рекламная кампания туристских возможностей страны, сосредоточенная на ключевых направляющих внешних и внутренних туристских рынках и носящая стабильный характер, позволит сделать горный туризм доходной составляющей всей туристской сферы Кыргызской Республики.

Перед государством стоит первостепенная задача приложить усилия по поддержанию и распространению имиджа нашей республики как страны, благоприятной для развития горного туризма и бизнеса. Крайне необходимо разработка эффективной информационной стратегии и соответствующих комплекса мер, в том числе по определению роли государства в формировании и координации рекламной маркетинговой стратегии, проведению постоянных информационных кампаний в отечественных и зарубежных средствах массовой информации, проведение исследований по состоянию и возможностям развития горного туризма в Кыргызской Республики.

Оказывать всемерную государственную поддержку в участии кыргызских туристских агентств в международных туристских ярмарках и продвижению туристского продукта страны.

В качестве основных направлений развития системы рекламно-информационного обеспечения необходимо продолжить формирование реестра туристских ресурсов, перевод официального туристского сайта в сети Интернет на другие иностранные языки и обеспечение его доступности в указанных странах, организация и проведение в средствах массовой информации специальных выпусков, рубрик, освещающих актуальные вопросы развития горного туризма в республике. Реализация мероприятий данного направления предполагает формирование маркетинговой стратегии продвижения регионального туристского продукта на внутреннем и внешнем рынках туруслуг, включающей в себя:

- работу на международных туристских выставках и ярмарках, сопровождаемую презентациями и рекламными кампаниями;

- проведение крупных туристских форумов в целях координации горно-туристической деятельности направленной на продвижение единого туристского продукта;

- проведение рекламно-информационных туров для отечественных и зарубежных туроператоров и представителей средств массовой информации;

- разработку и выпуск рекламно-информационной продукции;

- организацию производства и продажи местных сувениров, изделий декоративно-прикладного искусства, производство и продажа альбомов, видеокассет, компакт-дисков и др.;

- осуществление информационного пополнения реестра и кадастра туристических ресурсов;

- активизацию деятельности по информационной поддержке всех субъектов горно-туристического рынка;

- проведение ежегодного мониторинга состояния горно-туристической отрасли, основанного на проведении маркетинговых исследований среди туристов, рекреантов, туристических организаций;

- совершенствование системы сбора статистической информации в туристско-рекреационной сфере.

Проводниками активного продвижения горно-туристского продукта на основных направляющих

рынках за рубежом могут и должны стать диппредставительства за рубежом, которые должны обеспечивать связь с туриндустрией этих рынков, со средствами массовой информации, другими участниками туристского процесса.

Таким образом, задача государства состоит в продвижении отечественного горно-туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Как мы видим, частный бизнес не может проводить некоммерческую имиджевую рекламную кампанию всей страны, так как продвигает и продает только свой собственный продукт, а создание образа Кыргызстана как страны, благоприятной для горного туризма, является исключительно **государственной задачей**, что подтверждается мировой практикой.

Литература:

1. Абдыкадыров Т.Р. Особенности рекреационного природопользования в Киргизии. Бишкек, 1990. С.6-10.
2. Атышов К.А. Потенциал природных ресурсов горного региона и проблемы их рационального использования. Дисс. на соиск. уч. степ.д.э.н. Бишкек,1992.С.331.
3. Атышов К.А.,Чонтоев Д.Т. Природно-рекреационные ресурсы Кыргызстана и проблемы их рационального использования. Бишкек 2012г., 278стр.
4. Чонтоев Д.Т. Потенциал горного туризма Кыргызстана, Бишкек 2013г., 232стр.
5. Нормативные акты. Сборник 2010 г.

Рецензент: д.геогр.н. Бобушев Т.