

Сариева Ш. К.

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСТАНЕ:
ВОЗМОЖНОСТИ И РЕАЛЬНОСТЬ**

Сариева Ш. К.

**КЫРГЫЗСТАНДАГЫ ИЧКИ ТУРИЗМДИН ӨНҮГҮҮСҮНҮН КЕЛЕЧЕГИ:
МҮМКҮНЧҮЛҮКТӨР ЖАНА ЧЫНДЫК**

Sh.K. Sarieva

**PERSPECTIVES OF THE DEVELOPMENT OF THE INTERNAL TOURISM IN
KYRGYZSTAN: POSSIBILITIES AND REALITY**

УДК:338.48

Внутренний туризм в перспективе должен обеспечить стабильное социально-экономическое развитие региона. В статье обозначена актуальность развития внутреннего туризма, отмечены основные проблемы и пути развития внутреннего туризма в Кыргызстане.

Ключевые слова: *внутренний туризм, внутренний туристический продукт, проблемы развития внутреннего туризма, приоритетные направления внутреннего туризма.*

Ички туризм перспективада аймактын туруктуу социалдык-экономикалык өнүгүүсүн камсыз кылыш керек. Макалада ички туризмдин өнүгүүсүнүн актуалдуулугу белгиленип, Кыргызстандагы ички туризмдин өнүгүүсүнүн негизги көйгөйлөрү жана жолдору каралган.

Негизги сөздөр: *ички туризм, ички туризм үрүнү, ички туризмдин өнүгүүсүнүн көйгөйлөрү, алгачкы маанилүүлүктөгү ички туризмдин жолдору*

Internal tourism in perspective should ensure stable social-economic development of the region. In the article, the topicality of the development of internal tourism has been emphasized; the basic problems and ways of the development of internal tourism in Kyrgyzstan have been considered.

Key words: *internal tourism, internal touristic product, problems of the development of internal tourism, priority-oriented directions of internal tourism.*

Общество быстро развивается, что обусловлено потребностями и желаниями людей. Вместе с ним стремительно развивается туризм. Туризм – явление социально-экономическое, который связывает экономические и социально-ориентированные критерии развития общества.

В настоящее время туризм является одним из доминирующих секторов мирового хозяйства. Он служит интересам, как отдельного человека, так и общества в целом, и является источником доходов на микро- и на макроэкономическом уровнях.

Сектор туризма – это крупномасштабный комплекс народного хозяйства. Он состоит из многообразных отраслей и предприятий, основная задача которых это удовлетворение разнообразного спроса на всевозможные виды услуг, предоставляемых туристам.

На современном этапе особенно актуальным становится развитие внутреннего туризма. Развитие внутреннего туризма позволит решить следующие задачи:

✓ дальнейшее совершенствование социально-культурного сервиса и туризма в Кыргызской Республике;

- ✓ улучшение регионов и их инфраструктуры;
- ✓ повышение занятости населения;
- ✓ рекламирование здорового образа жизни;
- ✓ стабилизация в социальной жизни.

Внутренний туризм в перспективе должен обеспечить стабильное социально-экономическое развитие региона, став катализатором для развития смежных отраслей, которые в совокупности создают туристский продукт территории.

Несмотря на то, что туризму в нашей стране уделяется достаточно внимания, как со стороны государства, так и со стороны бизнеса, существуют определенные факторы, тормозящие развитие внутреннего рынка.

Надо отметить, что население ориентируется, в основном, на выездной туризм. Существует несколько критериев, по которым турист определяет место отдыха, а также безопасность отдыха. Все эти показатели невысокие.

Необходимо отметить и то, что официальные источники не отражают реальную ситуацию в отрасли.

По данным публикаций, издаваемых Национальным статистическим комитетом Кыргызской Республики, в 2013 году, из 3076,0 тыс. человек посетивших Кыргызстан, 2921,6 тыс. человек составили туристы из стран СНГ, туристов из дальнего зарубежья составило всего 154,4 тыс. человек. Итак, как видно из статистических данных, основная часть туристов, посещающих Кыргызстан, это туристы стран СНГ.¹

Однако, в статистических данных нет информации о количестве внутренних туристов, что не дает возможности более точно дать характеристику доли внутренних потоков туризма.

На сегодняшний день внутренний туризм в Кыргызстане опирается, в основном, за счет краткосрочных корпоративных, семейных выездов на Иссык-куль и в близлежащие местности.

Мотивацией выбора мест отдыха внутренние туристы называют привлекательность природы,

¹ Годовая публикация Нацстаткома «Туризм в Кыргызстане»

полезность отдыха на природе для здоровья, как взрослых, так и детей, а также отдых на свежем воздухе. Кроме того, на выбор места отдыха влияют рекомендации друзей и родных.²

Кыргызстан богат природными ресурсами, что способствует развитию всех видов туризма, в том числе внутреннего. На сегодня приоритетными направлениями внутреннего туризма в Кыргызстане

являются оздоровительно-лечебный, горнолыжный, курортно-рекреационный туризм.

Основной причиной низкого уровня развития внутреннего туризма являются невысокие доходы преобладающей части населения и низкое материальное благосостояние. Эти факторы значительно понижают спрос на внутренний туризм.

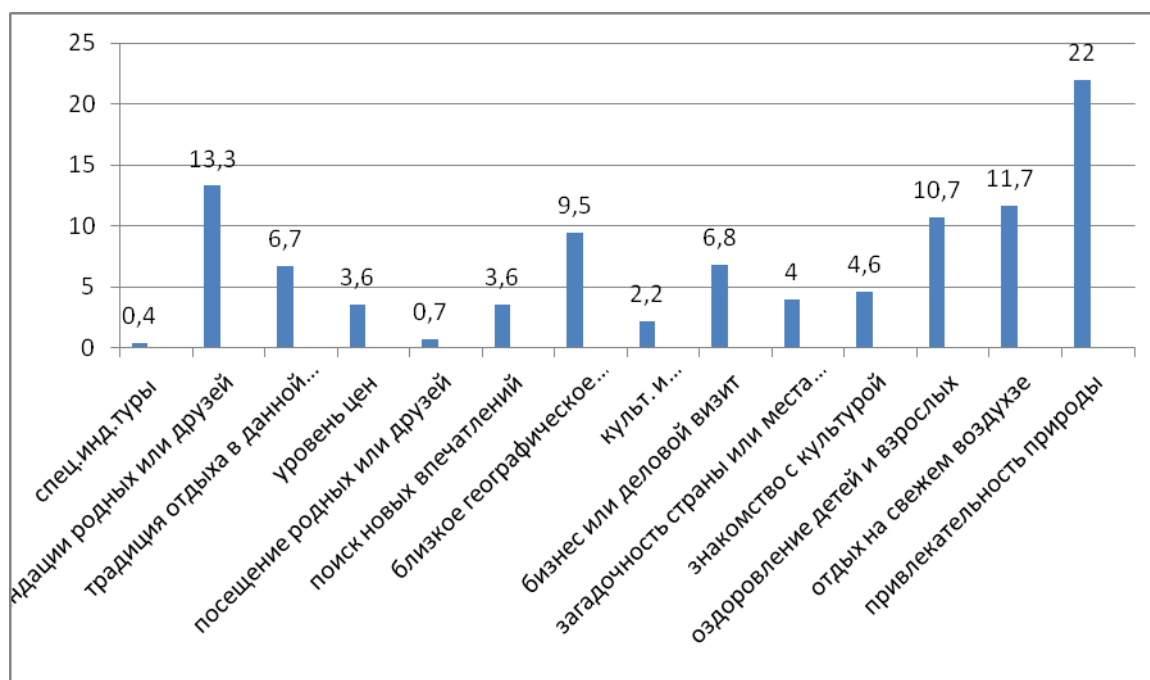


Рисунок 1. Мотивация выбора мест отдыха внутренних туристов, %

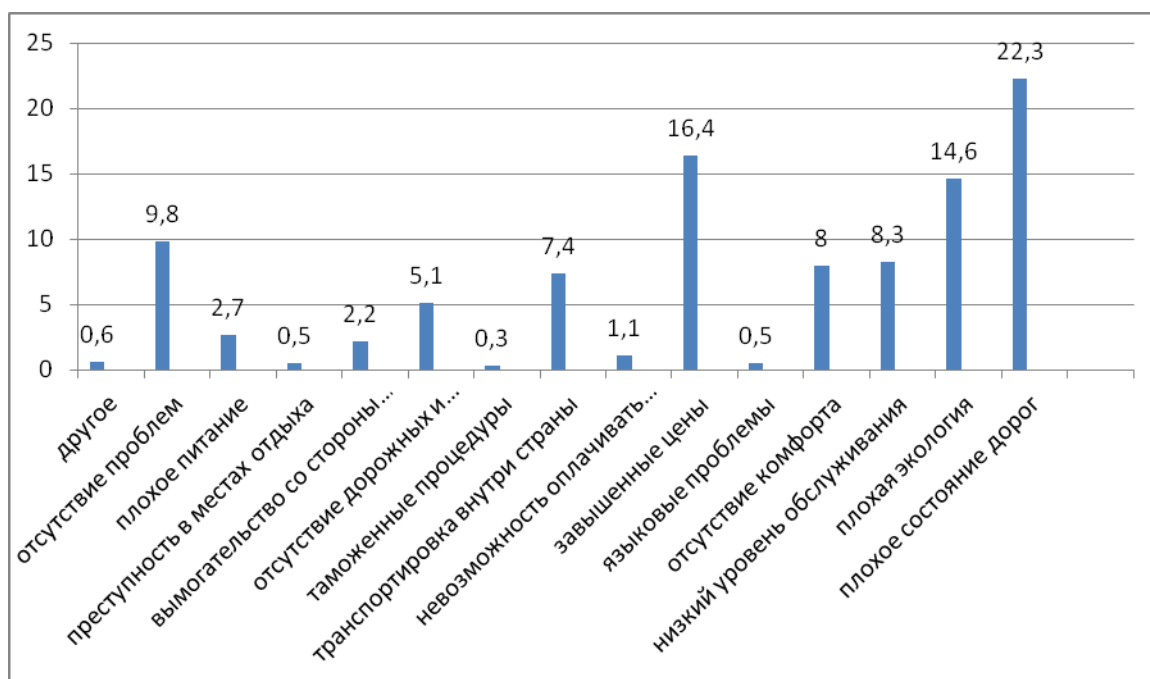


Рисунок 2. Проблемы, с которыми столкнулись внутренние туристы по время отдыха

² USAID Local Development Program

Кроме того, можно отметить следующие основные проблемы развития внутреннего туризма.

1. Это проблема средств размещения, в частности ориентированного на массового потребителя. Имеющиеся средства размещения либо имеют высокую стоимость, либо не отвечают санитарным и иным нормам. В связи с этим нужно отметить, что современный турист очень требователен, привередлив, информирован. В итоге за те же деньги выбор нашего туриста остановится на выездном отдыхе.

2. Низкий уровень сервиса, транспортной и гостиничной инфраструктуры, и как следствие, завышение цен. Как видно из рисунка 2, большинство внутренних туристов отметили дороговизну туристской инфраструктуры в стране (16,4%).

3. Низкий уровень состояния сферы культуры туризма. Речь идет о повышении уровня взаимоотношений между объектами и субъектами туристской индустрии.

4. Недостаток профессиональных кадров. Малочисленное количество грамотных профессионалов, заинтересованных в продвижении туризма в стране.

5. Несовершенство законодательного и экономического активизирования внутреннего туризма на государственном и местном уровне.

6. Слабое развитие регионов Кыргызстана, представляющих возможный интерес для развития туризма. Потенциальная материальная база туризма некоторых регионов высокая. Но, несмотря на это, они не используются в полной мере. Самая актуальная проблема, по мнению самих же туристов (22,3%), это плохое состояние дорог в стране (рисунок 2).

7. Недостаточный интерес инвесторов к индустрии внутреннего туризма из-за низкой окупаемости. Это долгосрочная программа, а бизнестуризм ориентируется на получение прибыли сегодня.

8. Слабая реклама внутреннего туристского продукта, недостаточное применение современных технологий, отсутствие информации о предложениях на внутреннем рынке. В связи с этим формируется мнение о не престижности отдыха внутри страны.

Сегодня главной задачей является выработка путей, способствующих развитию туристических кластеров как целой экономической отрасли, которая приносила бы прибыль.

Учитывая состояние и тенденции туристической отрасли в Кыргызстане, для решения проблем, предлагается:

✓ создать условия для отдыха, вследствие чего - рост экономики за счет рентабельности туристических объектов. Это обеспечит стабильный рост занятости, доходов населения, а также стимулирование развития смежных с туризмом отраслей;

✓ совершенствовать законодательство по вопросам развития внутреннего туризма, развивать

систему государственного регулирования и поддержки туристической деятельности;

✓ активизировать взаимодействие различных министерств и ведомств в развитии внутреннего туризма, поскольку решение данной задачи требует комплексного подхода с точки зрения науки, культуры, образования, здравоохранения;

✓ повысить качество транспортных и гостиничных услуг в соответствии с требованиями, установленными системой технического регулирования;

✓ повысить уровень культуры и ответственности населения за нанесение ущерба окружающей среде;

✓ в целях пропаганды и популяризации внутреннего туризма широко рекламировать туристические фирмы на телевидении, в интернете, СМИ. Все эти мероприятия будут способствовать дальнейшему развитию внутреннего туризма, что в итоге, приведет к осязаемому повышению привлекательности национального туристического продукта и интеграции Кыргызстана в систему мирового туристического рынка.

Создание привлекательного внутреннего туристического продукта, богатого всевозможными основными и дополнительными услугами, должно стать важной задачей развития кыргызстанского туристического рынка.

Литература:

1. Александрова А.Ю. «Международный туризм»; М., изд-во: «Питер» 2008 г.
2. Балабанов И.Т. «Экономика туризма: Учебное пособие для студентов, обучающихся по экономическим специальностям и направлениям». М.: изд-во «Финансы и статистика», 2008 г.
3. Барзгов К.В., Кротова Е.Л. «Экономико-статистический анализ сферы туризма и отдыха областей РФ. Вопросы статистики», М., изд-во: «Финансы и статистика», 2005.
4. Биржаков М.Б. «Введение в туризм», М., изд-во: «Невский Фонд и Олбис», 2009 г.
5. Богинская Е.В. «Туризм учебник» М.: изд-во: «РДЛ», 2007 г.
6. Бухтоярова И.В., Голик Л.В., Марчук В.И. «Методология статистической оценки рынка туристских услуг. Рыночная трансформация экономики предпринимательства: состояние и перспективы. Сборник научных трудов». Выпуск 2008 г. Под ред. к.т.н. проф. Романова В.А. – М., изд-во: «ЮРГУЭС», 2009 г.
7. Волков Ю.Ф. «Введение в гостиничный и туристский бизнес» М., изд-во: «Феникс», 2005 г.
8. Воломин И., Н.В. Исаева, Е.И. Ильина «Туризм как вид деятельности: Учебник для студентов вузов тур». М., изд-во: «Финансы и статистика», 2007.
9. Гуляев В.Г. «Туризм: экономика и социальное развитие»; М., изд-во «Финансы и статистика», 2009 г.
10. Долматов Г.М. «Международный туристический бизнес»; Ростов н/Д, изд-во «Феникс», 2006г.
11. Ефимова О.П. «Экономика гостиниц и ресторанов. Учебное пособие», М., изд-во: «ОСЬ-89», 2006 г.
12. Ефремова М.В. «Основы технологии туристического бизнеса»; М., изд-во: «Юнити», 2007 г.

Рецензент: д.э.н., профессор Ботобеков А.Б.