



УНИВЕРСИТЕТ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

ВЫСШАЯ ШКОЛА РАЗВИТИЯ

Институт государственного управления и политики

Туристическая отрасль в Кыргызстане: тенденции и вызовы

Назгуль Жениш



ДОКЛАД № 42, 2017



УНИВЕРСИТЕТ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ
ВЫСШАЯ ШКОЛА РАЗВИТИЯ
Институт государственного управления и политики

ДОКЛАД № 42, 2017

Туристическая отрасль в Кыргызстане: тенденции и вызовы

Назгуль Жениш

Аннотация

В настоящем документе рассмотрено состояние туристического сектора в Кыргызстане и выявлены основные трудности, сдерживающие его динамичный и устойчивый рост. Кыргызстан еще далек от достижения своего туристического потенциала из-за неразвитой инфраструктуры и слабого маркетинга. Ограниченный выбор и низкое качество туристических продуктов, их короткая сезонность также препятствуют развитию этого сектора. Предлагаются рекомендации, направленные на устранение этих ограничений. В документе также проанализированы ключевые цепочки добавленной стоимости в секторе туризма и обнаружено, что доля доходов местных жителей от туристической деятельности незначительна. В дополнение к общедоступным источникам данный документ опирается на результаты опроса туристических фирм, проведенного Институтом Государственного Управления и Политики УЦА, а также на многочисленные интервью с заинтересованными сторонами в секторе туризма.

Ключевые слова

Туризм, Кыргызстан, анализ цепочки добавленной стоимости туриста в Кыргызстане.

Код JEL: Z32; Z38

Институт Государственного Управления и Политики был создан в 2011 году для содействия систематическим и глубоким исследованиям по вопросам, относящимся к социально-экономическому развитию Центральной Азии, а также для изучения альтернатив политики.

Институт Государственного Управления и Политики является частью Высшей Школы Развития, Университета Центральной Азии. Университет Центральной Азии (УЦА) был основан в 2000 году. Президенты Казахстана, Кыргызстана и Таджикистана и Его Высочество Ага Хан подписали Международный договор и Устав, учреждая этот светский и частный университет. Данные документы были ратифицированы соответствующими парламентами и зарегистрированы в Организации Объединенных Наций.

Рабочие документы Института Государственного Управления и Политики представляют собой рецензируемую серию материалов, в которых публикуются оригиналы документов по широкому спектру тем, посвященных социально-экономическим вопросам, государственному управлению и государственной политике, относящихся к Центральной Азии. Они являются динамичной площадкой для исследователей, которые имеют возможность делиться идеями с различной аудиторией, интересующейся существующими и возникающими проблемами, стоящими перед широким регионом Центральной Азии. Комментарии к документам или вопросы по их содержанию можно отправлять по адресу ippa@ucentralasia.org. Ссылаться на «Рабочие документы» можно без предварительного разрешения.

Редакторы серии рабочих документов ИГУП: Д-р Богдан Кравченко и д-р Роман Могилевский.

Об авторе:

Назгуль Жениш является старшим научным сотрудником Института Государственного Управления и Политики Университета Центральной Азии. Назгуль Жениш имеет степень доктора экономических наук Мэрилендского университета. Работала профессором Нью-Йоркского университета, США. Её научные труды по широкому кругу теоретических и прикладных вопросов экономики опубликованы в ведущих международных журналах по экономике и статистике.

Благодарности:

Данное исследование было выполнено на средства гранта Министерства Международного Развития Великобритании. Программа поддержки Жогорку Кенеша.

Авторское право © 2017

Университет Центральной Азии

720001, Кыргызская Республика, г. Бишкек, ул. Токтогула, 138

Тел.: +996 (312) 910 822, E-mail: ippa@ucentralasia.org

Содержание настоящего документа является исключительно предметом ответственности авторов и ни в коей мере не является отражением взглядов Университета Центральной Азии.

Текст и данные настоящей публикации могут быть воспроизведены при условии указания источника

Содержание

1. Введение	7
2. Обзор туристической отрасли в Кыргызстане	8
2.1. Макроэкономические показатели и тенденции.....	8
2.2. Характеристики туристов	11
2.3. Характеристики туристических фирм и продуктов.....	13
2.4. Государственная политика и инфраструктура	17
3. Ключевые цепочки добавленной стоимости в туристической отрасли.....	20
3.1. Пляжный туризм на Иссык-Куле.....	22
3.2. Культурный и мягкий приключенческий туризм.....	24
3.3. Жесткий приключенческий и спортивный экстремальный туризм.....	26
4. Основные проблемы, с которыми сталкивается туристический сектор	29
4.1. Труднодоступность и плохая инфраструктура.....	29
4.2. Слабый маркетинг и недостаточное использование цифровых технологий.....	30
4.3. Низкое качество услуг и ненадлежащие навыки поставщиков	31
4.4. Короткая сезонность туристических продуктов	32
4.5. Административные барьеры для открытия и ведения туристического бизнеса	33
4.6. Перекосы в распределении доходов от туризма и загрязнение окружающей среды.....	33
5. Рекомендации по укреплению туристической отрасли	34
5.1. Трудность доступа и ненадлежащая инфраструктура	34
5.2. Слабый маркетинг и недостаточное использование цифровых технологий.....	35
5.3. Низкое качество услуг и слабая квалификация поставщиков услуг	36
5.4. Короткая сезонность туристических продуктов	37
5.5. Административные барьеры для начала и ведения туристического бизнеса	39
5.6. Перекосы в распределении доходов от туризма и загрязнение окружающей среды.....	40
6. Заключение	41
Приложения.....	46

Таблицы

Таблица 1. Отдельные макроэкономические показатели туристической отрасли в Кыргызстане.....	9
Таблица 2. Международный сравнительный анализ, 2014.....	11
Таблица 3. Основная цель визита, 2015 год	13
Таблица 4. Распределение туристических фирм по типу и местоположению, 2015 год..	14
Таблица 5. Доход по видам услуг и местоположению в 2015 году, млн кыргызских сомов...16	
Таблица 6. Основные проблемы, с которыми сталкивается туристический сектор в Кыргызстане.....	30
Таблица 7. Ключевые вопросы и рекомендации	41

Рисунки

Рисунок 1. Общий вклад туризма в ВВП, 1995–2016	8
Рисунок 2. Общий вклад туризма в занятость, 1995–2016	9
Рисунок 3. Туристический экспорт (внешние расходы), 1995–2016	10
Рисунок 4. Географическое распределение иностранных туристов, 2015 год	12
Рисунок 5. Распределение опрошенных фирм по видам услуг	15
Рисунок 6. Распределение фирм по количеству штатных сотрудников.....	15
Рисунок 7. Структура цепочки добавленной стоимости иностранного туризма.....	21
Рисунок 8. Цепочка добавленной стоимости отдыха на озере Иссык-Куль	23
Рисунок 9. Расходы на пляжный туризм на Иссык-Куле на одного человека (российские туристы)	24
Рисунок 10. Цепочка добавленной стоимости культурного и мягкого приключенческого туризма	25
Рисунок 11. Расходы на культурные туры на одного человека (Пакет 1)	26
Рисунок 12. Цепочка ценности жесткого приключенческого туризма	27
Рисунок 13. Расходы на приключенческий тур на одного человека.....	28
Рисунок 14. Ограничения, выявленные в ходе опроса.....	29
Рисунок 15. Распределение опрошенных фирм по типу маркетинговых инструментов	31
Рисунок 16. Реформы, предложенные опрошенными фирмами.....	34

Аббревиатура

ТОС	Туризм, основанный на сообществах
СНГ	Содружество Независимых Государств
ПИИ	Прямые иностранные инвестиции
ВВП	Валовой внутренний продукт
ПКР	Правительство Кыргызской Республики
КАТО	Кыргызская ассоциация туроператоров
КАТОС	Кыргызская Ассоциация Туризма, основанного на сообществах
КНСК	Кыргызский национальный статистический комитет
ВСМК	Встречи, события, мероприятия и конференции
ОЭСР	Организация Экономического Сотрудничества и Развития
ВРД	Визит к родственникам и друзьям
ВСТП	Всемирный совет по туризму и путешествиям
ЮНВТО	Всемирная туристская организация ООН

1. Введение

Кыргызстан, расположенный между величественными горами Тянь-Шаня и Памиро-Алая, поражает удивительным разнообразием ландшафтов и экосистем, включающих высокие горные вершины и ледники, горные пастбища и озера, цветущие долины и реки, безводные ущелья и полупустыни. Более того, Кыргызстан имеет богатое историческое и культурное наследие, охватывающее азиатские кочевые традиции и множество древних цивилизаций, которые располагались вдоль Шелкового пути.

Несмотря на богатый природный, исторический и культурный потенциал, туризм остается довольно слабым сектором экономики Кыргызстана, составляя примерно 3,9 % национального ВВП и 3,7 % общей занятости в 2016 году. Кыргызстан отстает от своих соседей и основных конкурентов по большинству показателей, в том числе по количеству иностранных туристов и поступлений от прибытия иностранных туристов. И это несмотря на то, что Кыргызстан имеет уникальную возможность извлечь выгоду от быстро растущих туристических рынков соседних Китая и Индии, ищущих новые туристические маршруты за пределами своих стран. С ростом информации о Кыргызстане в мире и небольшим, но растущим числом прибывающих иностранных туристов перспективы роста туристической отрасли страны обнадеживают.

Принимая это во внимание, можно сделать вывод, что туризм в Кыргызстане обладает значительным потенциалом для получения доходов и создания рабочих мест из практически неиспользованных ресурсов и спроса. Будучи трудоемким сектором, туризм может также способствовать сокращению бедности, если доходы от сектора будут распределяться справедливо. Увеличение числа иностранных туристов позволит увеличить и диверсифицировать экспорт страны, а мультипликативный эффект туристической деятельности может стимулировать рост других секторов экономики Кыргызстана. Например, согласно данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (ВСТП)¹, каждый вид деятельности, созданный в индустрии туризма в Кыргызстане, создает примерно три рабочих места в смежных отраслях.

Целью данного исследования является анализ текущего состояния туристической отрасли в Кыргызстане, выявление основных факторов, препятствующих его динамичному и устойчивому развитию, а также разработка рекомендаций по его улучшению. В данном отчете используются как первичные, так и вторичные источники данных. Первичные данные были получены путем проведения содержательных интервью с ключевыми заинтересованными сторонами в секторе туризма. Для сбора мнений о возможной реформе туристической отрасли был проведен опрос туристических фирм (см. Приложение для участников опроса). Вторичные данные были собраны из различных источников, включая официальные публикации и указы Правительства КР, Национального статистического комитета КР, Всемирной туристской организации и Всемирного совета по туризму и путешествиям, а также исследований, проведенных по заказу различных государственных учреждений и международных организаций.

После вводной части (Раздел 1) документ составлен следующим образом: в Разделе 2 представлен обзор туристической отрасли в Кыргызстане; в Разделе 3 анализируется производительность на уровне предприятия и общая цепочка добавленной стоимости в секторе туризма; в Разделе 4 кратко излагаются ключевые проблемы и сдерживающие факторы в секторе; более детальная оценка основных препятствий, а в Разделе 5 приводятся рекомендации по их устранению.

Автор выражает благодарность Шооле Джумаевой, Дильбаре Кирбашевой и Марие Ямщиковой за помощь в проведении опроса туристических фирм. Мнения и взгляды,

¹ Всемирный совет по путешествиям и туризму. Путешествие и туризм. Экономическое воздействие 2017. Кыргызстан.

представленные в этом документе, принадлежат автору и необязательно отражают мнение УЦА.

2. Обзор туристической отрасли в Кыргызстане

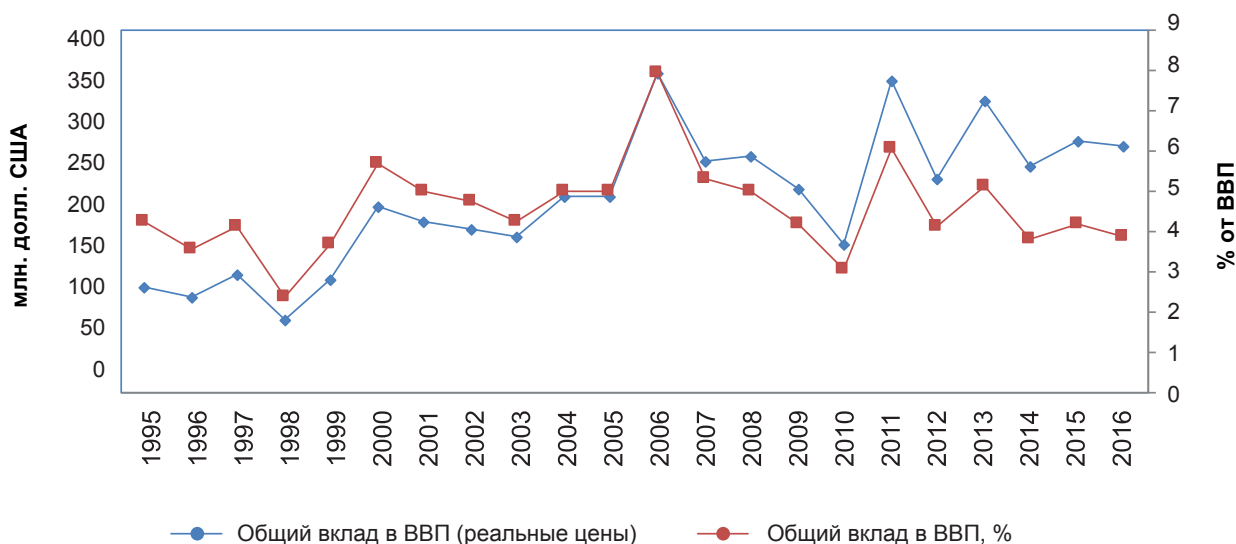
Анализ туристической отрасли в КР основан на статистических данных, подготовленных ЮНВТО и ВСТП, если не указано иное. Эти организации предоставляют более длительные динамические ряды и используют методологию, отличную от методологии Национального статистического комитета КР (КНСК). В частности, ВСТП и ВТО учитывают прямой, косвенный² и индуцированный³ вклад – сумма которого называется общий вклад – туризма в ВВП и занятость. КНСК сообщает только о прямом вкладе туризма, что объясняет несоответствие данных между этими источниками. Кроме того, стандартная номенклатура ВСТП/ВТО позволяет проводить согласованные межстрановые и региональные сравнения.

В документе основное внимание уделяется въездному туризму, то есть иностранцам, посещающим Кыргызстан. Выездной туризм, т. е. жители Кыргызстана, выезжающие в другие страны, выходит за рамки данной работы.

2.1. Макроэкономические показатели и тенденции

После периода интенсивного первоначального роста в конце 1990-х и начале 2000-х годов туристический сектор Кыргызстана испытал стагнацию и даже небольшое снижение с 2011 года как в абсолютном, так и в относительном выражении, измеряемом вкладом в ВВП и занятость (Рисунки 1 и 2).

Рисунок 1. Общий вклад туризма в ВВП, 1995–2016

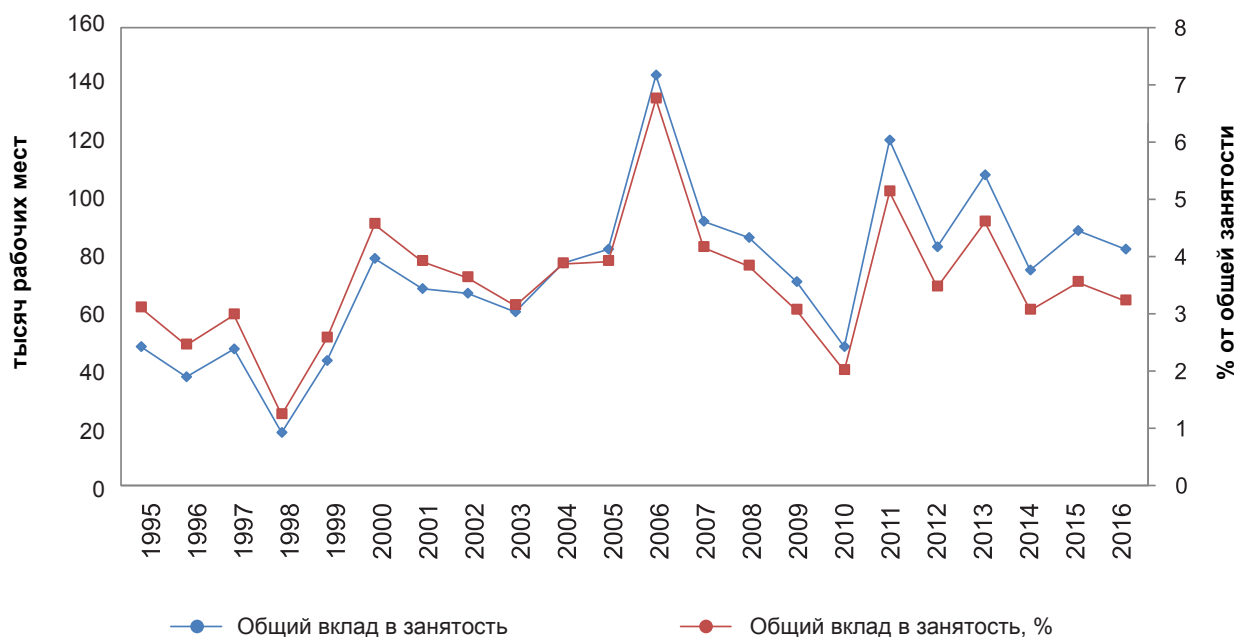


Источник: Всемирный совет по путешествиям и туризму. «Сборник статистики туризма, данные 2011–2015», доступен онлайн 21 июня 2017 <https://tool.wttc.org>

² Косвенный вклад включает в себя государственные расходы на продвижение туризма, капитальные вложения других секторов в туристическую инфраструктуру и результаты цепочки поставок, т. е. закупки отечественных товаров и услуг сектором туризма в качестве вклада в его продукты.

³ Индуцированный вклад представляет собой более широкий вклад тех, кто прямо или косвенно использует сектор туризма.

Рисунок 2. Общий вклад туризма в занятость, 1995–2016



Источник: Всемирный совет по путешествиям и туризму. «Сборник статистики туризма, данные 2011–2015», доступен онлайн 21 июня 2017 <https://tool.wttc.org>

В 2011–2016 годах общий вклад сектора в ВВП колеблется в среднем на 4,5 %, а его общий вклад в занятость, в среднем, примерно на 4,3 %, см. Таблицу 1⁴.

Таблица 1. Отдельные макроэкономические показатели туристической отрасли в Кыргызстане

	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Общий вклад в ВВП, млн долларов США (реальные цены)	342.4	234.4	322.1	248.7	277.4	271.2
Как доля ВВП, %	6.0	4.1	5.1	3.8	4.2	3.9
Общий вклад в занятость, тыс. человек	123.1	90.7	112.0	83.3	95.1	89.7
В качестве доли занятости, %	5.4	4.0	4.9	3.6	4.0	3.7
Экспорт туризма ⁵ , млн долларов США (реальные цены)	283.2	339.5	460.0	366.5	425.4	426.4
Как доля от общего объема экспорта, %	9.1	13.3	17.1	15.0	17.6	16.5
Капитальные вложения, млн долларов США (реальные цены)	60	60	60	60	70	70
Как доля инвестиций, %	4.7	3.4	3.4	3.0	3.7	3.8

Источник: Всемирный совет по путешествиям и туризму. «Сборник статистики туризма, данные 2011–2015», доступен онлайн 21 июня 2017 <https://tool.wttc.org>

⁴ КНСК оценивает вклад туризма в ВВП в 2016 году на 4,7%, что выше, чем оценка ВСТП.

⁵ Экспорт туризма может превышать общий вклад туризма в ВВП, поскольку последний адаптирован для импорта.

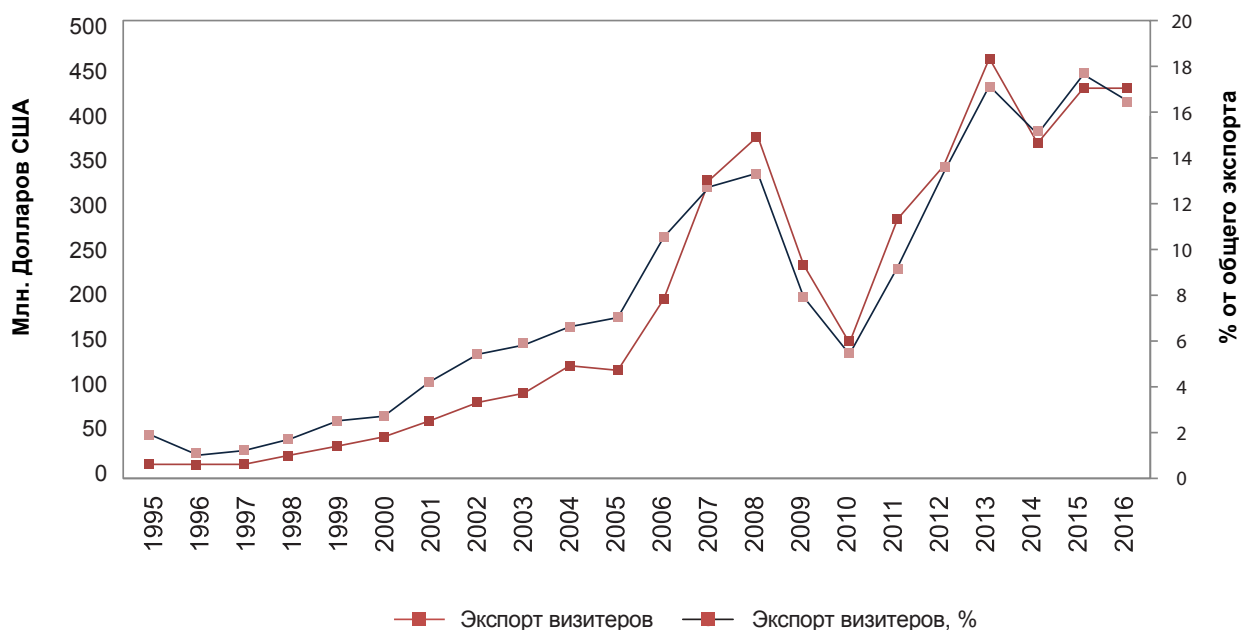
Цифры в приведенных выше таблицах отражают общий вклад туризма в экономику, как это определено ВСТП, и показывают косвенное влияние туризма на смежные секторы. Для сравнения, прямой вклад туризма в ВВП и занятость в 2016 году составил лишь 1,4 % и 1,2 % соответственно. Это означает, что каждый доллар прямых расходов на туристические услуги генерирует примерно три дополнительных доллара в смежных отраслях, что демонстрирует мультипликативный эффект туризма.

Доля туризма в экспорте пережила еще более высокую волатильность, чем ее доля в ВВП или занятости, варьируясь от 9,1 до 17,6 % в 2011–2016 годах (см. Таблицу 1). Как правило, экспорт туризма сопровождался крутой восходящей траекторией в период с 1995 по 2008 год, увеличившись до 374 млн долларов США в 2008 году (Рисунок 3). После этого экспорт туризма пережил падение, вызванное вначале глобальным финансовым кризисом 2008 года, а затем внутренней политической нестабильностью в 2010 году. Сектор восстановился к 2013 году, увеличившись до 460 млн долларов США (17,1 % общего объема экспорта).

Если не принимать во внимание политическую нестабильность и чрезвычайные ситуации, волатильность экспорта в 2011–2016 годах может быть объяснена отсутствием либо устойчивого имиджа, либо эффективного брендинга Кыргызстана на международных рынках туризма. Кроме того, резкая девальвация российской и казахстанской национальных валют во время валютного кризиса 2015–2016 годов, которая подорвала покупательную способность населения этих стран, также способствовала сокращению числа туристов, прибывающих на озеро Иссык-Куль из стран СНГ.

Капитальные вложения в отрасль оставались более или менее стабильными, составляя в среднем 63 млн долларов США в год, что составляет около 3,7 % общего объема капитальных вложений. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) в Кыргызстан достигли 8,3 млн долларов США в 2015 году. Наибольшая доля ПИИ поступила из России (59,7 %), Объединенных Арабских Эмиратов (22,4 %), Южной Кореи (8,2 %) и США (7,9 %).

Рисунок 3. Туристический экспорт (внешние расходы), 1995–2016



Источник: Всемирный совет по путешествиям и туризму. «Статистический сборник по туризму, данные 2011–2015 годов», доступ онлайн 21 июня 2017 года <https://tool.wttc.org>

В целом, туристический сектор Кыргызстана отстаёт от туристических отраслей соседних стран, например, Казахстана и России, а также Турции, которые являются основными конкурентами, предлагающими похожие туристические продукты для тех же рынков. В 2014 году в Кыргызстане было зарегистрировано 2,8 млн международных прибытий на сумму 143 доллара США за каждый приезд. Такие низкие доходы за прибытие в основном обусловлены низкими ценами и кратковременностью среднего визита.

Показатели международных прибытий в Кыргызстане не соответствуют показателям Казахстана, основного конкурента в сегменте культурного туризма (например, «Шелковый путь»), и России, основного конкурента на рынке досугового туризма. Неудивительно, что Кыргызстан не выдерживает сравнения с Турцией, основным конкурентом в привлечении российских и казахстанских туристов на рынке отдыха в сегменте «Солнце, море и песок» (Таблица 2). Кыргызстан отстает и по другим показателям туризма, таким как общий вклад в ВВП и занятость.

Таблица 2. Международный сравнительный анализ, 2014

	Международные прибытия, млн посетителей	Поступления за каждый день прибытия, в долларах США	Доля ВВП, %	Доля занятости, %
Среднемировое значение	5.3	1,304	9.9	9.4
Турция	39.8	974	13.8	9.2
Россия	32.4	600	4.9	4.5
Казахстан	4.6	373	4.8	4.7
Кыргызстан	2.8	143	3.8	3.6

Источники: Сборник статистических данных по туризму ВСТП, данные 2011–2015 и КНСК, 2016. Туризм в Кыргызстане, 2011–2015 гг.

В целом, рост туристической отрасли в Кыргызстане остановился и не смог реализовать свой потенциал. По мнению некоторых экспертов, Кыргызстан реализует лишь 15–20 % своего туристического потенциала. Если внешние и внутренние условия не будут резко меняться, то в секторе туризма в Кыргызстане существует достаточно возможностей для активного роста. Эта прогноз поддерживается ВСТП, считающего, что общий вклад сектора в ВВП будет расти с ежегодным темпом 7,9 %, а в занятость – с ежегодным темпом 2,0 % с 2017 по 2027 год.

2.2. Характеристики туристов

В данном разделе рассматриваются характеристики спроса, а именно объем и структура туристических потоков, а также их распределение по странам происхождения, по виду транспорта и цели посещения. Внутренние туристские потоки не анализируются подробно, поскольку не являются темой данного исследования.

В 2015 году число международных прибытий в Кыргызстане достигло 3,1 млн человек. Их географическое распределение представлено на Рисунке 4. Как и ожидалось, посетители из других стран СНГ, таких как Казахстан, Россия, Таджикистан, Украина и Узбекистан, занимают видное место в списке прибытий, за ними следуют туристы из Турции, Китая и Индии.

Большинство путешественников приезжают либо по делам, либо в гости к своим друзьям и родственникам. Поэтому они не вносят существенного вклада в досуговый туризм, за исключением казахстанских и российских туристов. В последнее время возросло число иностранных студентов из Индии, а также число рабочих и бизнесменов из Китая и Турции.

Рисунок 4. Географическое распределение иностранных туристов, 2015 год



Источник: КНСК, 2016. Туризм в Кыргызстане, 2011–2015 гг.

Посетители из более далеких стран являются преимущественно досуговыми туристами, в основном прибывающими (в порядке убывания) из США, Германии, Великобритании, Франции, Японии и Южной Кореи. Подавляющее большинство (около 75 %) иностранных туристов прибывают воздушным транспортом. А около 21 % туристов, в основном из Казахстана, прибывают дорожным транспортом и примерно 4 % на поезде⁶.

Как правило, данные о международных прибытиях собираются службой пограничного контроля Кыргызстана. Эти данные объединяют туристов, которые приезжают на отдых, по делам бизнеса и в гости к друзьям и родственникам (ВДР), а также тех иностранцев, которые въезжают в страну для целей, отличных от туризма. По этой причине эти данные могут быть искажены и вполне могут завышать истинный объем въездного туризма.

КНСК предоставляет данные только о досуговых туристах, количество которых оцениваются в 1,265 млн, или 41,5 % общего числа международных прибытий в 2015 году. Согласно туристическому опросу, проведенному SIAR⁷, на туристов ВДР приходится около 21 % общего числа международных прибытий. Эта информация позволяет оценить долю бизнес-туристов в 37,5 %.

Распределение иностранных туристов по странам происхождения, виду транспорта и цели посещения позволяет оценить спрос на туристские продукты и, таким образом, предоставляет важную информацию для эффективного регулирования предлагаемых туристических продуктов в соответствии со спросом. Во-первых, преобладание бизнес-туристов и туристов ВДР с общей долей в 59 % подразумевает более короткие сроки пребывания и, следовательно, более низкие поступления. Фактически, средняя продолжительность пребывания бизнес-туристов составляет около 2–3 дней, а досуговых туристов – до 7–8 дней.

⁶ SIAR Исследование и консалтинг, 2012. Исследование туристической отрасли Кыргызской Республики.

⁷ Там же

Таблица 3. Основная цель визита, 2015 год

	Международные прибытия, (тысяч человек)	Доля
Всего	3,050	100.0%
Из которых:		
Отдых	1,265	41.5%
Бизнес ⁸	1,145	37.5%
Посещение родственников и друзей	641	21.0%

Источники: 1. КНСК, 2016. Туризм в Кыргызстане, 2011-2015. 2. SIAR, 2012. Изучение туристического сектора Кыргызской Республики

Во-вторых, бизнес-туристы и досуговые туристы обычно сами организуют поездки и проживание, а не покупают комбинированные пакеты у туристических агентов. Помимо авиабилетов основными продуктами туризма в этом сегменте являются проживание и питание. В-третьих, согласно опросу SIAR, 58 % досуговых туристов сами организуют индивидуальные поездки, покупают туры и другие продукты, не обращаясь к туроператорам. Поэтому роль туристических пакетов и групповых туров является незначительной. В-четвертых, воздушный транспорт является ведущим видом транспорта и для бизнес-туристов и для досуговых туристов, составляя при этом наибольшую часть расходов, и в большинстве случаев прибыль получают иностранные авиакомпании.

Что касается досугового туризма, самым востребованным туристическим продуктом является отдых на озере Иссык-Куль, который привлекает туристов в основном из стран СНГ, например, Казахстана, России и Узбекистана. Следующим самым популярным продуктом являются культурные и приключенческие туры, которые предпочитают туристы из европейских стран, США и Японии. Самыми популярными приключенческими продуктами являются трекинг, скалолазание, езда на мотоциклах, верховая езда, рафтинг и катание на лыжах. Многие культурные туристы в рамках тура по странам, расположенным на Шелковом пути, посещают несколько стран Центральной Азии и Китая.

2.3. Характеристики туристических фирм и продуктов

В данном разделе рассматриваются характеристики существующего предложения, включая количество, размер, географическое распределение и специализацию туристических фирм, а также виды предлагаемых туристических продуктов.

По данным КНСК, на 1 января 2016 года в секторе туризма было зарегистрировано 10360 организаций, что на 40 % больше, чем в 2011 году. Среди зарегистрированных организаций 31 % составляют юридические лица, в то время как остальные 69 % – индивидуальные предприниматели. Это свидетельствует о преобладании микро- и малого бизнеса.

Количество зарегистрированных как юридические лица туристических фирм выросло на 22 % – с 2579 в 2011 году до 3158 в 2015 году. В Таблице 4 показано распределение фирм по месту и типу услуг.

⁸ Оценки автора

Таблица 4. Распределение туристических фирм по типу и местоположению, 2015 год

	Туристические фирмы	Курорты, санатории, другие объекты отдыха	Гостиницы, Гостевые комнаты	Рестораны, кафетерии	Природные парки и заповедники	Итого
г. Бишкек	1,669	52	94	355	0	2,170
г. Ош	152	16	11	9	0	188
Иссык-Кульская область	204	137	26	9	3	379
Джалал-Абадская область	59	36	10	13	4	122
Чуйская область	92	23	3	19	2	139
Нарынская область	54	11	4	4	3	76
Ошская область	22	10	3	n/a	3	38
Баткенская область	12	8	5	1	2	28
Таласская область	10	4	1	1	2	18
Итого	2,274	297	157	411	19	3,158

Источник: КНСК, 2016. Туризм в Кыргызстане, 2011-2015

Около 73 % туроператоров и туристических агентств расположены в столице, в г. Бишкек, 10 % в Иссык-Кульской области и 7 % в г. Ош. Почти половина (46 %) всех курортов и других рекреационных учреждений (пансионаты, базы туризма, санатории) расположены на озере Иссык-Куль. В Баткенской и Таласской областях значительно меньше туристической активности, чем в других регионах. Бишкек опережает все остальные регионы по количеству отелей (60 % общего числа) и ресторанов (86 % общего числа). Подавляющее большинство туристических фирм (87 %) находятся в частной собственности.

Тип/специализация туристических фирм обычно определяется типом туристических продуктов, которые они продают за исключением туристических агентов и туроператоров. Эти компании предлагают более широкий спектр услуг: от визовой поддержки и бронирования/продажи авиабилетов до наземных перевозок и размещения, организации туров и мероприятий. Распределение фирм, которые участвовали в нашем опросе по типу услуг, показано на Рисунке 5.

Таким образом, большинство туристических фирм представляют собой малый бизнес. Подобно данным о прибытии иностранных туристов, данные о занятости в секторе туризма (8444 сотрудника в 2015 году), предоставленные КНСК, выглядят неубедительными, поскольку, по-видимому, они значительно занижают реальную занятость в секторе туризма. В нашей выборке туристических фирм число штатных сотрудников составляло в среднем 31 человек. На Рисунке 6 представлено распределение опрошенных фирм по количеству штатных сотрудников.

В целом, число работников туристических фирм варьируется от одного до нескольких сотен человек. Наибольшая доля (30 %) от общего количества всех работников туризма нанимается санаториями и курортами. Средняя зарплата в секторе туризма в 2015 году составляла 9497 сомов, или 147 долларов США, при среднем обменном курсе 64,5 сома за 1 доллар США. В туристической отрасли также существует значительный неофициальный сегмент, данные о котором в основном недоступны. Преобладание индивидуальных предпринимателей, которые платят фиксированные налоги, или «патент», и мелких фирм, объясняет мизерную долю (0,08 % в 2015 году) налогового вклада от туристического сектора в общие налоговые поступления.

Рисунок 5. Распределение опрошенных фирм по видам услуг

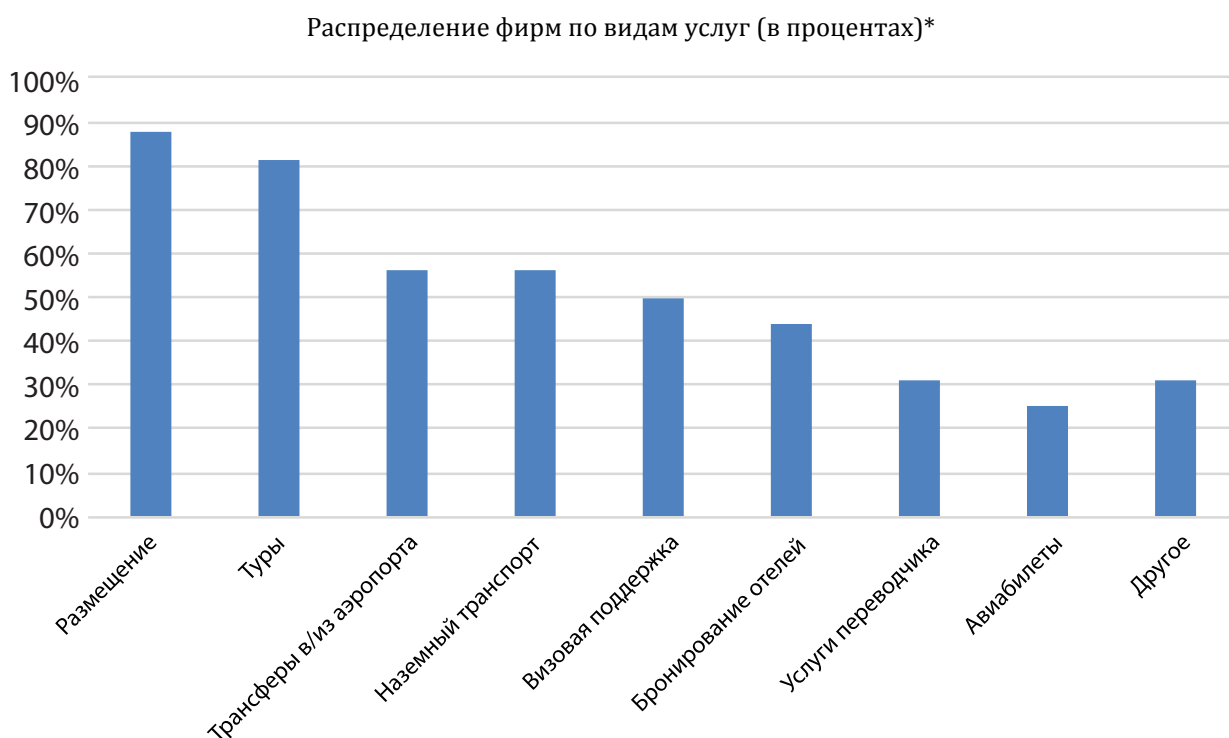
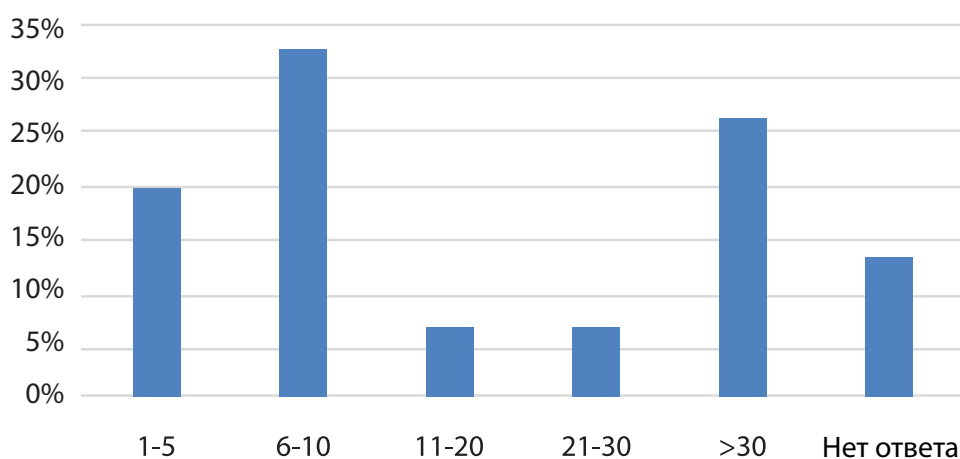


Рисунок 6. Распределение фирм по количеству штатных сотрудников



В Таблице 5 приведены доходы туристических фирм за 2015 год с разбивкой по специализации и местоположению. Очевидно, что туроператоры и туристические агентства наиболее активны в г. Бишкек и Иссык-Кульской области, что составляет 63,4 % и 31,6 % соответственно от суммарной выручки. Их общий доход составил 1356,9 млрд сомов, или 21 млн долларов США в 2015 году. Иссык-Кульская область возглавляет список санаторно-курортных доходов – примерно 10 млн долларов США (84,2 % общего числа). Джалал-Абадская область является вторым по величине поставщиком курортных услуг – 1,03 млн долларов США (8,6 % общего числа). Доли других регионов совсем незначительны. Гостиницы и гостевые дома получили около 50 млн долларов США в 2015 году, с наибольшей долей в г. Бишкек (78,9 %) и Иссык-Кульской области (11,2 %).

Таблица 5. Доход по видам услуг и местоположению в 2015 году, млн кыргызских сомов

	Туристические фирмы	Курорты, санатории, другие объекты	Гостиницы, Гостевые комнаты	Рестораны, кафетерии	Итого
г. Бишкек	860.9	--	2,532.2	4,264.5	7,657.6
г. Ош	52.3	5.3	100.4	992.7	1,150.7
Иссык-Кульская область	429.1	648.1	360.5	223.3	1,661.0
Джалал-Абадская область	--	66.3	115.4	1,211.9	1,393.6
Чуйская область	6.1	28.1	35.4	610.6	680.2
Нарынская область	2.2	2.6	11.5	32.9	49.2
Ошская область	3.0	18.9	12.8	498.9	533.6
Баткенская область	--	--	10.1	368.4	378.5
Таласская область	3.3	--	33.5	109.7	146.5
Всего	1,356.9	769.3	3,211.8	8,312.9	13,650.9

Источник: КНСК, 2016. Туризм в Кыргызстане, 2011–2015.

В течение года вместимость гостиниц и курортов остается недостаточно используемой или используются неравномерно. Например, общая вместимость гостиниц в 2015 году составляла 6420 мест, тогда как предоставлено было только 359.600 услуг ночлега, что отражает средний уровень заполняемости в 59 ночей в год, или 15 %. Этот показатель лишь незначительно выше для гостиниц в г. Бишкек (64 ночи в год, или 18 % заполняемости).

Общее количество мест в зарегистрированных курортах, санаториях, пансионатах, туристических базах и других туристических объектах в 2015 году достигло 31 476. В 2015 году было предоставлено в общей сложности 1 437 772 услуг ночлега, что составляет 45 ночей в год (12,5 % заполняемости). Но поскольку большинство курортов активны только в течение трех летних месяцев, более точный показатель заполняемости

составляет 50 % в пиковый сезон. Подводя итог, можно сказать, что возможности размещения и рекреационного туризма в значительной степени недоиспользуются. Низкая заполняемость обусловлена кратковременностью туристического сезона в Кыргызстане.

И наконец, в туристической отрасли Кыргызстана существует несколько профессиональных ассоциаций. Кыргызстанские туроператоры создали ассоциацию под названием «Кыргызская Ассоциация Туроператоров» (КАТО), которая объединила 34 туроператора и турагентства, а также три образовательных учреждения. Ее миссия заключается в продвижении туристической отрасли в Кыргызстане и защите прав членов ассоциации. Кроме того, в Кыргызскую ассоциацию туризма, основанную на сообществах (КАТОС), входит 15 местных общин. Ее целью является улучшение условий жизни в отдаленных горных районах путем развития устойчивой и целебной модели экотуризма. Она была создана в январе 2003 года при поддержке организации Swiss Helvetas.

2.4. Государственная политика и инфраструктура

В целом, существует три типа нормативно-правовых актов и политики регулирования, регламентирующих деятельность туристической отрасли в Кыргызстане: отраслевое законодательство, в том числе Закон о туризме и постановления правительственных органов, отвечающих за туризм; законы, регулирующие используемые ресурсы, но выходящие за пределы туристической отрасли, такие как Земельный кодекс, Лесной кодекс, Закон об экологии и т. д.; общие межотраслевые законы и нормативные акты, регулирующие административное, финансовое и оперативное функционирование туристических фирм, которые включают Налоговый кодекс, Таможенный кодекс, Закон о внешней миграции, Закон о визовом режиме и т. д. Ниже мы обсуждаем первую группу законов и некоторые законы и политику третьей группы в той мере, в какой они относятся к сфере туризма.

Признавая потенциальные возможности туризма, обсуждаемые в Разделе 1, Правительство Кыргызской Республики (ПКР) рассматривает отрасль туризма, как приоритетный сектор, способный ускорить экономическое развитие страны. С 1995 года ПКР приняло множество нормативно-правовых актов, регуляторных правил, программ и планов действий, касающихся туристической отрасли, которые были реализованы с разной степенью успеха.

Значительный прогресс был достигнут в либерализации правовой и нормативной базы отрасли. Во-первых, в отношении специального лицензирования туристической деятельности в 2003 году была отменена статья 7 Закона Кыргызской Республики «О туризме»⁹. Во-вторых, Закон «О нормативно-правовых актах Кыргызской Республики» смягчил общую нормативную среду отрасли путем отмены некоторых устаревших правовых актов. В-третьих, туристические фирмы теперь облагаются 10%-ным корпоративным подоходным налогом, который ниже, чем в большинстве соседних стран (20 % в Казахстане). Более того, многие более мелкие туристические агенты работают по специальному налоговому документу под названием «патент», посредством которого самозанятые предприниматели платят фиксированный налог вместо корпоративных или физических налогов на прибыль.

В целом, нормативно-правовая база туристической отрасли является довольно либеральной. Однако она либо устарела, либо неправильно исполняется. Например, существующий закон о туризме, впервые принятый в 1999 году, к сегодняшнему дню

⁹ Закон Кыргызской Республики № 218 от 21 октября 2003 года.

устарел. Он не отвечает меняющимся реалиям туристической отрасли. В частности, закон не содержит положений, регулирующих экстремальные виды туризма с высоким уровнем риска, таких как альпинизм, катание на лыжах, дайвинг и вертолетные туры.

Кроме того, раздел IV Закона о туризме в отношении политики безопасности и страхования туристов является неполным. В нем не предусмотрены механизмы исполнения, а национальный рынок страхования жизни иностранного туриста почти отсутствует. Туроператорам не требуется иметь банковскую гарантию или отложенные средства для покрытия расходов в случае чрезвычайных ситуаций. Иностранцы туристы обычно приезжают с полисами страхования жизни и медицинского страхования, купленными в своих странах, и часто оказывающимися недостаточными для покрытия чрезвычайных расходов, например, медицинской эвакуации. Между тем, профессиональные стандарты и нормы, регулирующие работу гидов, переводчиков и других специалистов, неполны. Все эти недостатки привели к возникновению опасной и хаотичной ситуации в отрасли, что прямо или косвенно может стать причинами травм и даже гибели иностранных туристов¹⁰.

Что касается пограничного контроля, то Кыргызстан, в целом, принял благоприятную для туристов иммиграционную и таможенную политику. В 2012 году граждане 45 стран были освобождены от необходимости получать визу для въезда в Кыргызстан на срок до 60 дней, что способствовало заметному росту (около 30 %) числа иностранных туристов, прибывших не из стран СНГ, по сравнению с предыдущим годом. В этом отношении Кыргызстан отличается от своих соседей из Центральной Азии, в частности от Узбекистана¹¹, который налагает визовые требования на всех иностранных граждан, кроме граждан некоторых стран СНГ. Таким образом, туристы из нескольких потенциально прибыльных стран должны въезжать с визой. Для дальнейшего стимулирования въездного туризма и диверсификации рынков происхождения было бы разумным ослабить визовые требования для большего числа стран, особенно тех, которые имеют высокий потенциал. Внедрение системы электронной визы (E-Visa) способствовало бы дальнейшему облегчению и ускорению въезда иностранных туристов.

Несмотря на некоторый прогресс в нормативно-правовой и иммиграционной областях, реформы в сфере инфраструктуры туризма и транспорта по-прежнему чрезвычайно необходимы. Воздушный транспорт является основным способом прибытия в Кыргызстан иностранных туристов. Тем не менее, по данным Всемирного банка, Кыргызстан занимает очень низкое место (127-е) в индексе развитости сети воздушных сообщений¹². В стране есть только четыре международных аэропорта и только четыре авиаперевозчика, которые осуществляют регулярные международные рейсы в Кыргызстан, а именно: Аэрофлот, Turkish Airlines, Air Astana и China Southern Airlines. Нет прямых рейсов из основных европейских стран, включая Германию и Великобританию. Кыргызские авиалинии предлагают ограниченное количество регулярных внутренних и международных чартерных рейсов в ближайшие страны. Небольшой аэропорт в Тамчи на озере Иссык-Куль работает только в летний сезон. Это означает, что Кыргызстану очень важно, в первую очередь, расширить и диверсифицировать свою сеть воздушных сообщений.

¹⁰ <https://rus.azattyk.org/a/28580930.html>

¹¹ По примеру Кыргызстана Казахстан недавно отменил визовые требования для некоторых развитых стран.

¹² Дж.-Ф. Арвис, Б. Шеперд. Индекс развитости сети воздушных сообщений. Измерение интеграции в Глобальную сеть воздушного транспорта. Всемирный банк, июнь 2011 г.

Дорожные транспортные маршруты находятся в плохом состоянии несмотря на значительные капиталовложения в их ремонт. Реконструкция основных дорожных артерий страны, таких как Бишкек–Ош, Бишкек–Нарын–Торугарт и Ош–Баткен–Исфана, финансируемые АБР, Всемирным банком, ЕС, ЕБРР и китайскими государственными кредитами, в некоторой степени улучшили доступ к туристическим объектам в Нарынской и Ошской областях. Однако дороги в Иссык-Кульской области остаются в большинстве своем в неудовлетворительном состоянии. В 2015 году ПКР начало ремонт дороги Балыкчи–Тамчи–Чолпон-Ата–Корумду, крупнейшего маршрута на северном берегу озера Иссык-Куль. Ремонт остается незавершенным из-за финансовых проблем и коррупции. Эта задержка, скорее всего, не прибавит желания многим казахстанским и кыргызстанским туристам проводить там свой отпуск в ближайшем будущем.

Проблемы, связанные с дорожным транспортом, усугубляются отсутствием соответствующих указателей, GPS навигации, остановок для отдыха и мотелей. Более того, многие курорты и пансионаты, построенные в советское время и принадлежащие разным профсоюзам, находятся в запущенном состоянии. Профсоюзы обычно сдают свои курорты в аренду частным предпринимателям, которые ищут быстрой прибыли и не заинтересованы в инвестировании в обслуживание и ремонт объектов. Муниципальная инфраструктура и услуги в провинциях, включая электроснабжение, водоснабжение, водоотведение и вывоз мусора, также не соответствуют международным стандартам. Для решения этих и других проблем ПКР недавно приняло Программу развития туристической отрасли до 2020 года¹³. В данной всесторонней программе излагается комплекс реформ, ориентированных на все основные проблемные области: от маркетинга и инфраструктуры туризма до развития туристических кластеров, а также обучения персонала в туристическом секторе. В частности, Программа предусматривает модернизацию аэропортов и других ключевых объектов инфраструктуры, в том числе открытие новых внутренних рейсов, которые требуют значительного финансирования, и поэтому могут оказаться трудно реализуемыми. Как и в случае с некоторыми предыдущими государственными программами, существует риск того, что многие из предложенных реформ останутся лишь на бумаге.

И последнее. В 2016 году Парламент Кыргызской Республики инициировал обширный пересмотр Закона о туризме. Проект пересмотренного закона, разработанный рабочей группой заинтересованных сторон, состоящей из представителей соответствующих правительственных учреждений и туроператоров, в настоящее время обсуждается в Комитете по экономике и бюджетной политике Парламента. Закон должен был быть представлен на общем заседании Парламента до летних каникул в этом году, однако этого не произошло. По-прежнему существует множество нерешенных вопросов и разногласий по этому законопроекту.

Разногласия в основном касаются аккредитации туроператоров и сертификации гидов. Одно из основных предлагаемых изменений в законодательстве предусматривает обязательную сертификацию гидов, особенно тех, кто работает в жестком приключенческом и экстремальном спортивном туризме. Данная мера необходима для обеспечения качественного обслуживания и безопасности туристов. Планируется установить отраслевые стандарты для каждой специализации и на этой основе проводить сертификацию гидов и других специалистов в сфере туризма. Эти стандарты будут смоделированы по международным стандартам ЮНВТО и адаптированы к местным условиям.

¹³ Постановление Правительства Кыргызской Республики № 192. О Программе развития туристического сектора до 2020 года. Бишкек, 11 апреля 2016 года.

Ответственность за сертификацию будут нести туроператоры, которые, как ожидается, будут обучать своих сотрудников, чтобы они могли пройти сертификационные экзамены. На сегодняшний день ряд туроператоров уже имеют собственные учебные центры для гидов. Чтобы иметь право на выдачу сертификатов, туроператоры сами должны получить аккредитацию от соответствующего государственного учреждения.

Кроме того, пересмотренный законопроект содержит положения об обязательном наличии полисов страхования жизни и медицинского страхования у иностранных туристов, прибывающих в Кыргызстан. По сути, туроператоры и туристические агенты будут нести больше ответственности за безопасность своих клиентов. Тем не менее, в последней версии проекта не предусмотрены эффективные финансовые инструменты для страхования, такие как банковские депозиты и отложенные средства. Для того чтобы закон был эффективным, эти механизмы должны быть четко определены.

Предложенные реформы вызвали жаркие споры среди туроператоров и агентов, некоторые из них решительно выступают против предлагаемых изменений. Предложения по аккредитации и сертификации были раскритикованы из-за стоимости, сложности и продолжительного времени, необходимого для обучения профессиональных гидов по альпинизму и горнолыжному туризму. Обязательное страхование, которое привело бы к значительным затратам для туристических фирм, также вызвало недовольство. В результате предлагаемые правовые изменения застопорились.

3. Ключевые цепочки добавленной стоимости в туристической отрасли

Существуют различные туристические услуги и направления в Кыргызстане, которые оформлены туристическими компаниями множеством разных способов. Существующая туристическая цепочка добавленной стоимости сгруппирована в три широкие категории, основанные на типе основного продукта туризма, а не на маршруте или пункте назначения. В эти цепочки добавленной стоимости входит: 1) пляжный туризм на озере Иссык-Куль; 2) культурный и мягкий приключенческий туризм, в том числе экотуризм; 3) туризм экстремальных видов спорта и жесткий приключенческий туризм. Эти категории составляют основную часть доходов туристического сектора и отражают широкий спектр туристической деятельности в Кыргызстане. Сегмент бизнес-туризма, также известный как «Встречи, события, конференции и мероприятия» (ВСКМ), недостаточно развит и поэтому не анализируется в данной работе.

Эти три цепочки добавленной стоимости соответствуют общей структуре ценностной цепочки, изображенной на Рисунке 7, которая служит отправной точкой для нашего анализа. Структура разбивает денежный поток по экономическому игроку и стадии производственного процесса, выявляет основные препятствия и их относительный вес вдоль цепочки. Таким образом, такой подход позволяет проводить реформы с учетом важных условий и экономических субъектов. Структура состоит из параллельных потоков (i) туристических услуг (ii), связанных с ними расходов и (iii) экономических субъектов, предоставляющих эти услуги. Эти компоненты являются специализированными и оценены для каждой из трех цепочек добавленной стоимости ниже.

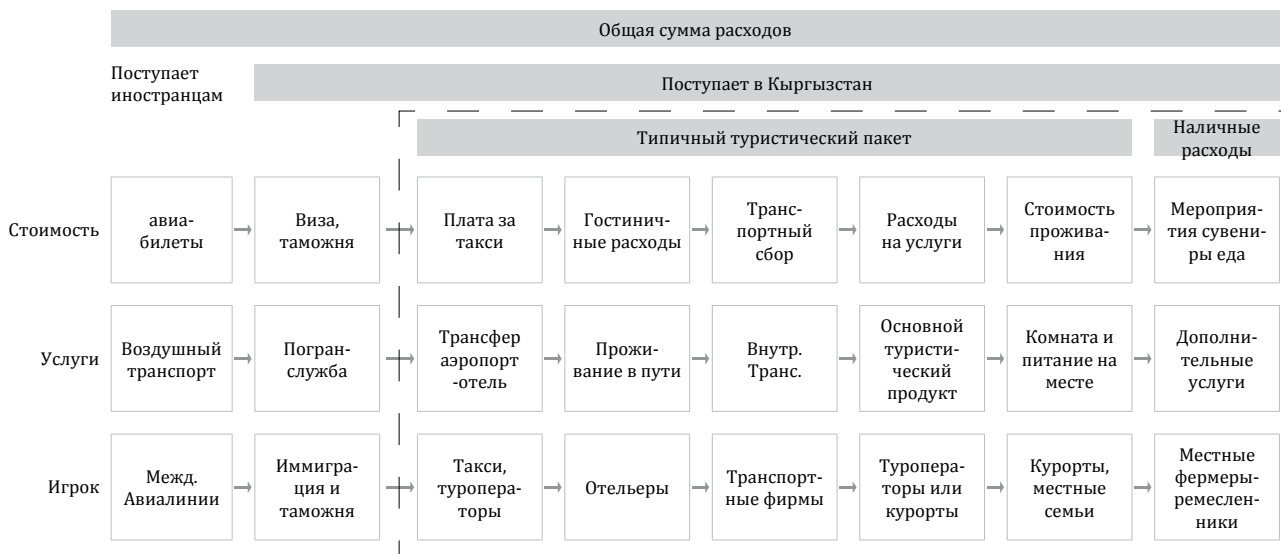
Подавляющее большинство туристов прибывает в Кыргызстан воздушным транспортом. Стоимость авиабилетов составляет значительную часть (28–50 %) общей суммы расходов на туристические расходы в цепочках добавленной стоимости, проанализированных ниже. Однако такие расходы почти полностью достаются иностранным авиаперевозчикам. Государственные и частные авиакомпании осуществляют международные рейсы

в ограниченное число стран, включая Россию, Китай и Турцию, из которых многие рейсы являются чартерными, перевозящими местных бизнесменов, в основном мелких торговцев-челночников.

Более того, не существует прямых рейсов с основных рынков Европы, за исключением рейса Стамбул–Бишкек, выполняемого авиакомпанией TurkishAirlines, и рейса Москва–Бишкек, выполняемого компанией Аэрофлот. Таким образом, туристы из дальних стран самостоятельно организуют стыковку рейсов и платят напрямую иностранным авиакомпаниям. Поэтому компонент воздушного транспорта в цепочке добавленной стоимости является основным препятствием для туристического сектора в Кыргызстане: не только из-за очень малого количества рейсов, но и из-за того, что плата за авиабилеты за эти рейсы остается за пределами страны.

Государственные пошлины (например, таможня, визы), взимаемые на границе, либо незначительны, либо не применяются ко многим туристам. Визовые требования для краткосрочного пребывания (до 60 дней) были отменены для граждан из 45 стран, включая такие крупные страны, как США, Великобритания, Германия и Франция. Граждане других стран могут получить однократную туристическую визу по прибытии в аэропорт «Манас» за 40–70 долларов США. Эти сборы составляют небольшую долю (около 1,5-2 %) от общих туристических расходов (см. Рисунки 10 и 12).

Рисунок 7. Структура цепочки добавленной стоимости иностранного туризма



Остальные компоненты цепочки добавленной стоимости зависят от основного продукта туризма и часто поставляются в пакете, продаваемом туроператорами. К ним относятся наземные трансферы в/из аэропорта, проживание в гостинице в г. Бишкек или г. Ош, внутренние поездки, комната и питание, туристические места, стоимость путевок, оплата гидов и другого персонала. Стоимость турпакетов определяется комиссией, взимаемой местными поставщиками услуг, и комиссией, взимаемой туроператорами. Единственные расходы, которые туристы должны оплачивать самостоятельно, – еда, покупка изделий ручной работы, сувениров, а также дополнительные мероприятия.

Услуги по размещению и питанию в крупных транзитных городах, таких как, Бишкек и Ош, встречаются во всех трех цепочках добавленной стоимости. На их долю приходится около 5–7 % общих расходов туристов на цепочку добавленной стоимости. Количество и потенциал отелей, курортов и предприятий общественного питания обсуждаются в разделе 2. Качество этих услуг значительно варьируется. Согласно опросу иностранных туристов,

проведенному SIAR, 74 % туристов оценили качество отелей г. Бишкек как «отличное», «хорошее» и «удовлетворительное», а остальные 26 % были недовольны услугами. В г. Ош эти цифры были очень похожи. Неудивительно что как субъективные мнения туристов, так и фактическое качество жилья ухудшаются, по мере перемещения туриста из больших городов в провинциальные города и села. Аналогичная картина наблюдается относительно ресторанов и предприятий общественного питания. В целом, эти два продукта туризма имеют разумный стандарт и не представляют серьезной проблемы для развития туристического сектора в Кыргызстане. Тем не менее, предложение современного жилья эконом-класса в больших городах недостаточное, чтобы удовлетворить растущий спрос на бюджетный туризм, в частности, для самостоятельно путешествующих туристов-рюкзачников, которые не могут позволить себе останавливаться в дорогих отелях.

Расходы, представленные в следующих трех разделах, являются средними по рынку для наиболее распространенных, репрезентативных туристических продуктов/пакетов, предлагаемых в настоящее время на рынке Кыргызстана. Фактическая стоимость пакетов или отдыха может сильно различаться в зависимости от класса авиабилетов, размера туристической группы, класса гостиницы, маршрута и наличных расходов.

3.1. Пляжный туризм на Иссык-Куле

Летний туризм на озере Иссык-Куль, который относится к категории курортно-рекреационного, всемирно известный как туризм «Солнце, песок и море», является самым популярным туристическим продуктом в Кыргызстане. Он привлекает тысячи иностранных туристов, в основном из России и Казахстана, и составляет около 90 % общего объема поступлений в туристический сектор в Кыргызстане. Это краткосрочный туристический продукт с максимальной активностью в июле и августе.

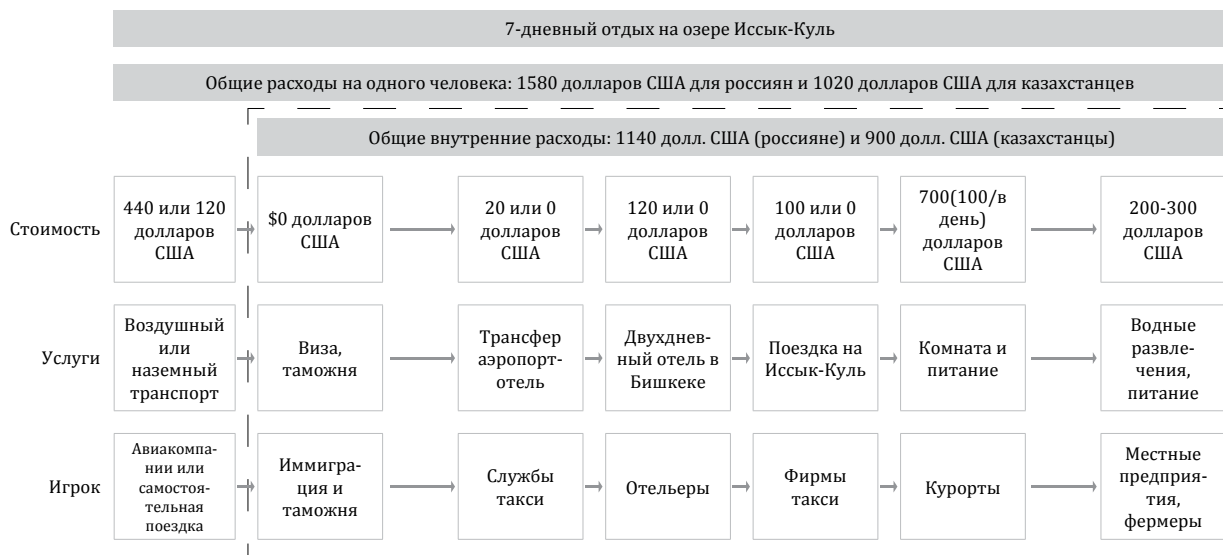
Цепочка добавленной стоимости, показанная на Рисунке 8, относится к семидневному пребыванию одного человека на курорте или пансионате средней ценовой категории (три звезды) на Иссык-Куле, предлагающем жилье, питание и некоторые развлечения. В этом сегменте есть две основные группы иностранных туристов: туристы из Казахстана и туристы из других стран СНГ (в основном из России). Казахстанские туристы обычно едут на Иссык-Куль на своем автомобильном транспорте, а туристы из других стран обычно прибывают в г. Бишкек на воздушном транспорте, а затем пользуются автомобилями, чтобы доехать на озеро. Казахстанские туристы тратят около 120 долларов США (включая расходы на автомобильное топливо и штрафы дорожной полиции) на поездку Алматы–Чолпон-Ата–Алматы. Расходы на авиабилеты для туристов из других стран СНГ оцениваются в 440 долларов США, что является средним тарифом компании Аэрофлот для поездки из Москвы в Бишкек в обе стороны в летний сезон.

Гражданам Казахстана и других стран СНГ не требуется виза и обычно они не декларируют деньги или товары, подлежащие таможенным платежам. Таким образом, никакие государственные пограничные сборы и налоги не взываются. За исключением туристов из Казахстана, туристы обычно останавливаются на две ночи в г. Бишкек, выезжая на Иссык-Куль и возвращаясь обратно. Стоимость номеров в среднем составляет 60 долларов США за ночь в отеле среднего класса или гостевом доме в г. Бишкек. Эти туристы затем используют наземный транспорт, нанятый либо через турагента, либо непосредственно через службу такси, чтобы добраться до места назначения на озере Иссык-Куль. Этот сегмент поездки оценивается примерно в 50 долларов США в одну сторону.

Основной туристический продукт – полный пансион в трехзвездочной санатории на Иссык-Куле – стоит в среднем 100 долларов США за ночь в стандартном номере, что составляет 700 долларов США за 7-дневное пребывание. Эта сумма включает в себя трехразовое питание в

день и доступ к пляжу. Спа-услуги, минеральные ванны и другие виды лечения обычно не включаются, если только это не специализированный санаторий «Аврора», «Кыргызское взморье» или «Голубой Иссык-Куль». Наконец, отдыхающие тратят в среднем 200 долларов США на человека за дополнительную еду (поскольку курортное питание может быть недостаточным), а также за дополнительные услуги развлечения, такие как водный велосипед и параплан, которые покупаются у местных бизнесменов и фермеров.

Рисунок 8. Цепочка добавленной стоимости отдыха на озере Иссык-Куль



Качество размещения и услуг на многих курортах Иссык-Куля оставляет желать лучшего. Отдыхающие сталкиваются с многочисленными неудобствами, такими как отсутствие или плохое подключение к Wi-Fi, отсутствие бассейна, безвкусная еда, мебель плохого качества, плохие туалеты, частые отключения электричества и перебои с горячей водой, а также неотзывчивый персонал. Кроме того, многие туристы жалуются на скудный выбор дополнительных туристических мероприятий и услуг, экскурсий, присмотра за детьми, детских развлечений, а также вечерних мероприятий. Действительно, ограниченный выбор и низкое качество услуг являются одним из основных ограничений в компоненте «Комната и питание» цепочки добавленной стоимости, изображенной на Рисунке 8. Загрязнение окружающей среды является еще одной проблемой, поскольку на пляжах мусор убирают нерегулярно, в то время как отходы канализации и домашнего скота иногда сбрасываются около туристических объектов.

Все эти ограничения делают соотношение цена-качество озера Иссык-Куль высоким по сравнению с конкурирующими компаниями в Турции и Испании. Например, услуги четырех- или пятизвездочных курортов в Анталии (Турция) продаются в среднем по цене 130–150 долларов США за ночь, в которую обычно входит завтрак и ужин, а также предоставляются перечисленные выше удобства, отсутствующие на курортах Кыргызстана. Такое несоответствие цены и качества в сочетании со сложностью доступа делает иссык-кульские курорты неконкурентоспособными по сравнению с турецкими. Эта проблема является наиболее важным фактором, снижающим спрос на пляжный туризм на озере Иссык-Куль, который не может быть компенсирован ни красотой, ни уникальностью его природы.

Распределение всех расходов на отдых в Иссык-Кульской области показано на рисунке 9. Подводя итог, можно сказать, что около 72 % общего дохода, генерируемого в результате

отдыха на Иссык-Куле, поступает кыргызским компаниям, из которых около 80 % зарабатывается компаниями и жителями Иссык-Кульской области. Курорты – основной туристический продукт - составляют 44 % общей добавленной стоимости. Местные фермеры, ремесленники и другие предприниматели, предоставляющие дополнительные услуги, составляют около 13 % общей добавленной стоимости, что больше, чем для других видов туристических продуктов, которые рассматриваются ниже.

Рисунок 9. Расходы на пляжный туризм на Иссык-Куле на одного человека (российские туристы)



3.2. Культурный и мягкий приключенческий туризм

Учитывая разнообразие туристических продуктов, в этой категории рассматриваются два типичных пакета – один в нижнем ценовом спектре, а другой – в высшем. Оба пакета – это культурные туры на девять дней/десять ночей в Кыргызстане. Культурным туризмом в основном интересуются туристы из стран дальнего зарубежья. Второй – более дорогой тур по цене 2 550 долларов США на человека. Маршрут: Бишкек–Чичкан–Джалал-Абад–Казарман–Нарын–Кочкор–Каракол–Чолпон-Ата–Бишкек. Независимо от размера группы скидки не предоставляются. В пакет входит однодневное проживание в гостинице в г. Бишкек, проживание и питание в гостевых домах в каждом пункте маршрута, наземный транспорт, англоговорящий гид, демонстрация соколиной охоты и билеты в музей.

Цена первого пакета¹⁴ колеблется, в зависимости от размера группы, от 1320 долл. США на человека в группе для двоих и 690 долл. США на человека в группе от семи до восьми человек. В настоящее время это самый дешевый тур на рынке. Это маршрут – Бишкек–Чон Кемин–Каракол–Джеты-Огуз–Кочкор–Сон Куль–Кызыл Ой–Бишкек. Цены на размещение предусматривают двухместное размещение в номере. Плата за дополнительную отдельную комнату составляет 65 долларов США. Поездка включает в себя двухдневное пребывание в трехзвездочном отеле в г. Бишкек и семь ночей проживания и питания в гостевых домах, юртах или домах в каждой точке маршрута. В цену включены наземные перевозки в микроавтобусах, многоязычный гид, демонстрация войлочных сувениров и билеты в музей.

Второй, более дорогой тур – по цене 2550 долларов США на человека. Маршрут: Бишкек–Чичкан–Джалал-Абад–Казарман–Нарын–Кочкор–Каракол–Чолпон-Ата–Бишкек. Независимо от размера группы скидки не предоставляются. Пакет включает однодневное проживание в гостинице в г. Бишкек, проживание и питание в гостевых домах в каждом пункте маршрута, наземный транспорт, англоговорящего гида, демонстрацию соколиной охоты и билеты в музей.

¹⁴ Названия туроператоров не раскрываются по понятным причинам.

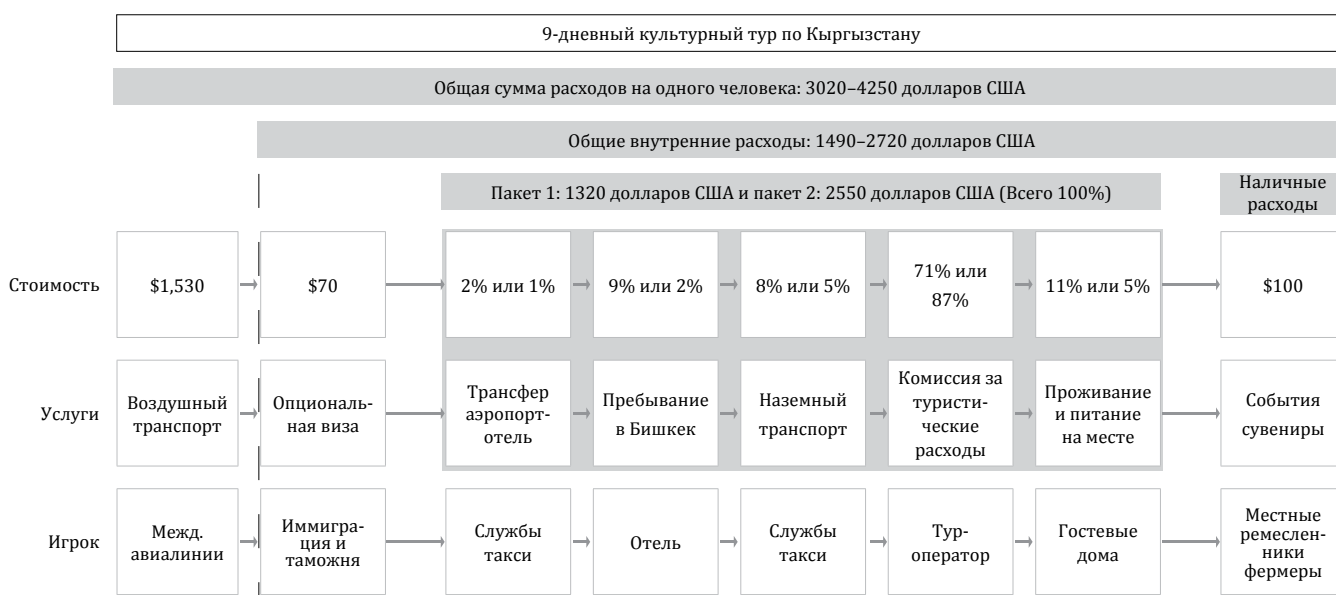
Цепочка добавленной стоимости для этих двух туристических пакетов изображена на Рисунке 8. Стоимость авиабилетов оценивается на основе перелета в эконом-классе из Франкфурта в Бишкек через Стамбул авиакомпанией TurkishAirlines по цене 1364 евро или 1530 долларов США. Этот маршрут является типичным для большинства туристов, прибывающих из европейских стран. Стоимость визы не распространяется на туристов из стран ОЭСР. Для других стран установлена ставка в 70 долларов США.

Оставшиеся расходы, за исключением наличных расходов, входят в туристический пакет, продаваемый туроператором. Таким образом, точная разбивка по различным видам деятельности недоступна. Тем не менее, можно вывести их относительный вес с использованием преобладающих рыночных ставок для каждой услуги. Проценты, показанные на Рисунке 10, являются приблизительными долями каждой услуги в общей стоимости тура.

Например, номер и питание в гостевых домах или домах в сельской местности оценивается в 20 долларов США за ночь, а отель в г. Бишкек – в 60 долларов США за ночь, что составляет 11 % и 9 % соответственно от общей стоимости первого пакета. Очевидно, что фактические затраты могут различаться в зависимости от местности и качества размещения¹⁵. Аналогично трансферы аэропорта и наземный транспорт оцениваются в 2 % и 9 % от стоимости первого пакета. Остальная часть пакета, около 71 %, начисляется туроператорам и покрывает заработную плату гидов, расходы на мероприятия и комиссию. Относительные доли для второго пакета также показаны на Рисунке 10.

В целом, туристические пакеты могут предлагать различные дополнительные мероприятия, такие как горное восхождение, походы, верховая езда, езда на велосипеде, наблюдение за дикой природой и демонстрация местной культуры, такие как дегустация национальных блюд, охота с орлами, национальные игры и музыка. Это, как правило, личные дополнительные расходы туристов. Расходы из собственного кармана оцениваются консервативно на уровне 100 долл. США на человека (или примерно 15 долл. США в день), по данным опроса SIAR.

Рисунок 10. Цепочка добавленной стоимости культурного и мягкого приключенческого туризма

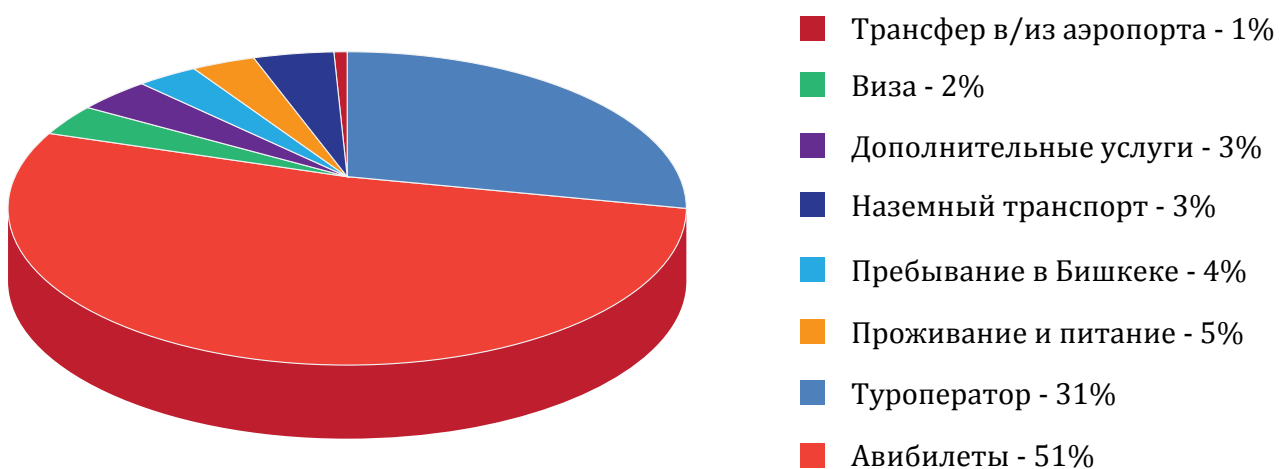


¹⁵ Это условные оценки. Никаких заявлений относительно фактических цен отдельных компаний не было.

Последний опрос выявил значительные проблемы, с которыми сталкиваются иностранные туристы. Среди наиболее часто возникающих проблем были низкое качество услуг, включая проживание, туалеты, продукты питания и квалификация гидов. Как и следовало ожидать, в провинциальных городах и селах отсутствуют душ, туалеты и другие удобства. Это системная инфраструктурная проблема, требующая значительных инвестиций и экономического роста в стране в целом. Однако улучшение качества продуктов питания и услуг гида не потребует таких инвестиций, и их могут решить туроператоры и соответствующие правительственные учреждения. В частности, необходимо реформировать существующую систему высшего образования и профессиональную подготовку специалистов туристической отрасли, чтобы отвечать реальным потребностям туристической отрасли.

На Рисунке 11 представлено распределение общих расходов туристов на культурный и мягкий приключенческий туризм. Стоимость авиабилетов составляет значительную долю (51 %) общих расходов для туристов из дальних стран. Это деньги, которые напрямую не приносят пользы Кыргызстану. Второй по величине компонент (31 %) – это затраты (например, на гидов) и комиссия туроператоров, поставляющих основной туристический продукт. Большинство операторов, включая проводников и водителей, базируются в Бишкеке. Поэтому местные сообщества и предприятия составляют около 6–8 % общей стоимости. В экотуризме, основанном на местных сообществах, они получают более значительную долю стоимости.

Рисунок 11. Расходы на культурные туры на одного человека (Пакет 1)



3.3. Жесткий приключенческий и спортивный экстремальный туризм

Относительно небольшое количество туроператоров предлагают жесткие приключения или экстремальные спортивные туры, поскольку для этого требуется специальное оборудование, механизмы безопасности и профессиональные гиды. Тем не менее, доля жесткого приключенческого туризма в общем объеме доходов туроператоров неуклонно растет. Основными продуктами жесткого приключенческого туризма являются горные восхождения и скалолазание, катание на лыжах и сноуборде, рафтинг, вертолетные и охотничьи туры.

В этом разделе анализируется типичный пакет, включающий восхождение на Пик Ленина (7134 м), расположенный на границе Кыргызстана и Таджикистана в горах Памиро-Алая. Этот 21-дневный пакет стоит 2050 долларов США на человека. Маршрут следующий:

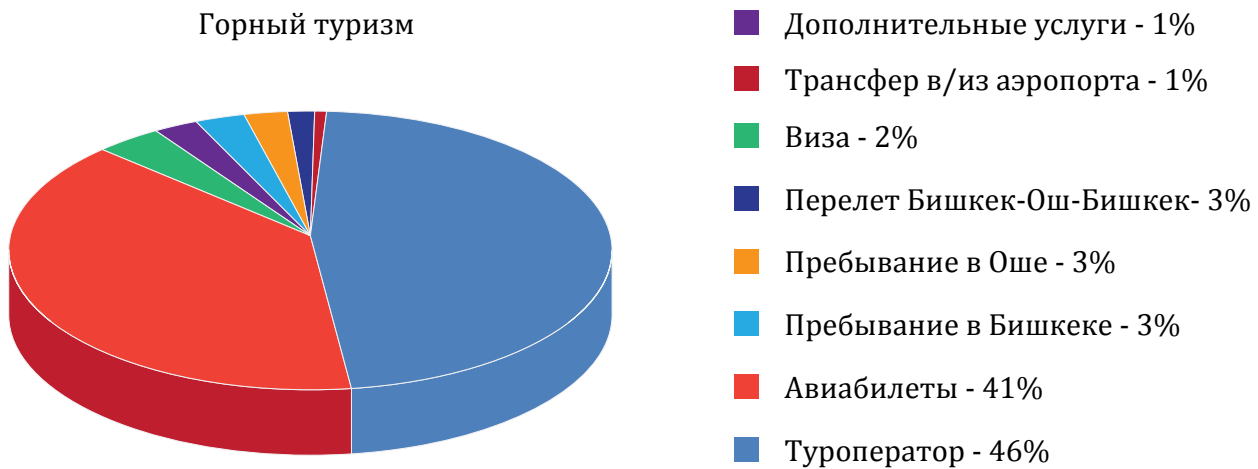
Бишкек–Ош–Лагерь пика Ленина–Ош–Бишкек. Пакет включает в себя двухдневное проживание в гостинице в г. Бишкек, двухдневное проживание в гостинице в г. Ош, 17 ночей проживания в двухместных палатках и питание в базовом лагере Ачак-Таш, разрешение на пребывание в пограничной зоне, оборудование и услуги профессионального гида. В пакет также входит экскурсия по городу Ош. Цепочка добавленной стоимости изображена на Рисунке 12. Как и ранее, разбивка стоимости пакета является чисто условной.

Рисунок 12. Цепочка ценности жесткого приключенческого туризма



Стоимость авиабилетов, трансфер из/в аэропорт и отель и стоимость визы такие же, как и для культурных и мягких приключенческих туров. Основное различие заключается в основном туристическом продукте, альпинизме, который требует специального оборудования и питания, акклиматизации и, следовательно, более длительного пребывания в горном лагере. Поэтому более высокий процент от стоимости пакета (около 83 %) приходится на туроператоров. Кроме того, этот конкретный маршрут предполагает дополнительное двухдневное пребывание в г. Ош, в пути в/из горного лагеря. Типичным видом перелета из г. Бишкек в г. Ош является внутренний рейс, выполняемый одной из авиакомпаний Кыргызстана. Обратный билет из г. Бишкек в г. Ош стоит в среднем 100 долларов США на человека. Наличные расходы, оцениваемые в 50–80 долларов США, включают услуги портера для дополнительного багажа, оплату медицинского страхования, страхования жизни, продуктов питания и сувениров.

На Рисунке 13 показаны относительные доли каждого поставщика услуг в этой цепочке добавленной стоимости. Затраты на основной туристический продукт составляют наибольшую долю (46 %) общей стоимости цепочки, затем следуют авиабилеты (41 %) и гостиничные расходы в городах Бишкек и Ош (по 3 %). Как правило, туроператоры жестких приключенческих туров нанимают специально обученных инструкторов и гидов из г. Бишкек или других стран, например, России и Казахстана, и не создают много рабочих мест для местных жителей. Отсутствие обученных гидов и инструкторов является одним из ключевых ограничений в компоненте «пребывание в лагере, восхождение» этой цепочки добавленной стоимости (см. Рисунок 12).

Рисунок 13. Расходы на приключенческий тур на одного человека

Более того, сами турфирмы зачастую являются иностранными. Например, при изучении туров по восхождению на пик Ленина, Ватанабе и другие (2009) обнаружили, что около 80 % туристов, посещающих пик Ленина, обслуживались туроператорами Узбекистана, 15 % – российскими или казахстанскими фирмами и только 5% воспользовались услугами операторами Кыргызстана. В близлежащих селах нет гостевых домов и мотелей, и жители фактически исключены из туристической деятельности.

Таким образом, только 1–2 % стоимости, в виде вспомогательных услуг, приносит доход местным сообществам. Такое неравномерное распределение доходов от туризма представляет собой одно из основных ограничений в этой цепочке добавленной стоимости. Чтобы изменить данную ситуацию, Правительство должно обеспечить профессиональную подготовку жителей местных общин по видам услуг, относящихся к жесткому приключенческому туризму. Само собой разумеется, что в данном виде туризма должны соблюдаться строгие правила безопасности.

Кроме того, из-за отсутствия адекватного страхового рынка местные туроператоры не предлагают медицинскую страховку и страхование жизни для туристов жестких приключений. Туристы покупают ее у международных страховых компаний, которые часто недооценивает риски и, следовательно, страховая сумма недостаточна для покрытия расходов на эвакуацию и другие медицинские расходы. Эта проблема требует вмешательства Правительства – должны быть созданы и внедрены соответствующие страховые полисы.

Неравномерное распределение доходов от туризма усугубляется загрязнением окружающей среды, вызванным туристической деятельностью. Ватанабе и другие (2009) выявили загрязнение и общую деградацию окружающей среды в районе пика Ленина. Согласно этому исследованию, около 9–21 тонны неутилизированного мусора накопилось вокруг пика Ленина из-за туристической деятельности. Таким образом, загрязнение окружающей среды является еще одним важным препятствием в этой цепочке. Как общественное благо, охрана окружающей среды не учитывается в цепочке добавленной стоимости и не рассматривается туристическими фирмами.

Одним из возможных решений обеих проблем может стать развитие экотуризма, преимущества которого напрямую распространяются на местные сообщества и окружающую среду. Компании экотуризма, созданные частично при поддержке различных доноров, уже реализуют деятельность и пользуются успехом на рынке туризма в Кыргызстане. Их сеть должна расширяться и укрепляться.

4. Основные проблемы, с которыми сталкивается туристический сектор

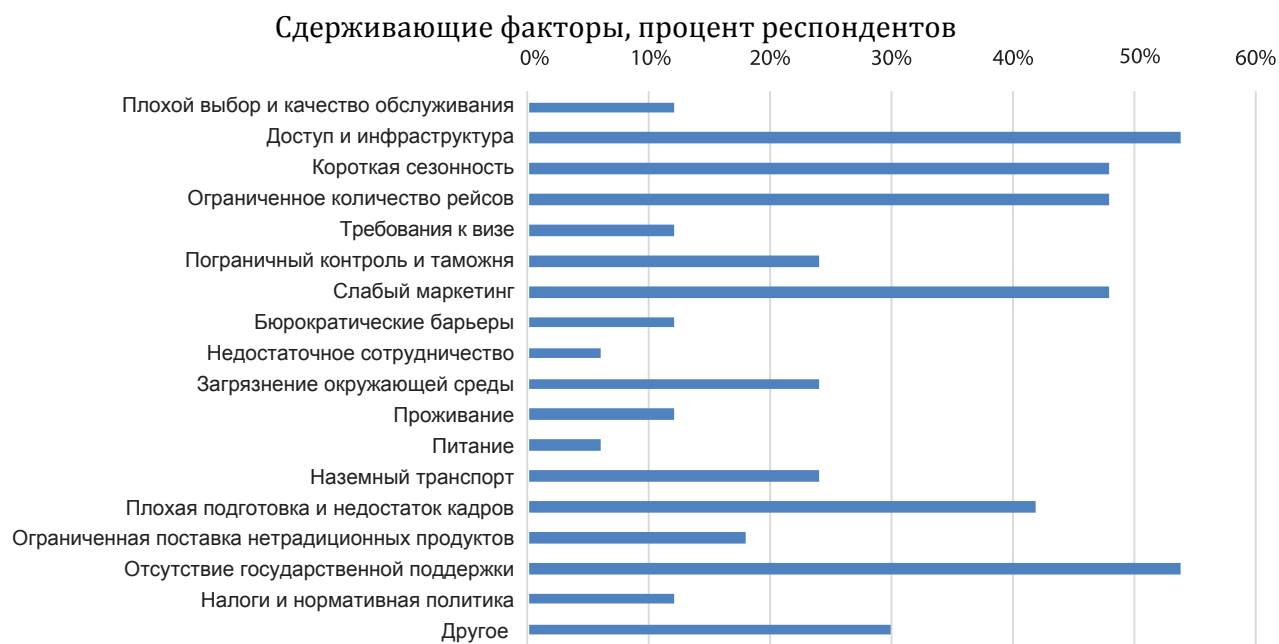
Анализ цепочки добавленной стоимости и многочисленные интервью с ключевыми заинтересованными сторонами¹⁶ выявили более 17 проблем, сдерживающих рост в секторе туризма в Кыргызстане (Рисунок 14). Эти проблемы характерны для всех секторов экономики и государственных учреждений и требуют комплексного и целостного решения. Однако для удобства анализа и изложения мы сгруппируем проблемы в шесть тематических кластеров и рассмотрим каждый кластер отдельно (Таблица 6).

4.1. Труднодоступность и плохая инфраструктура

Кыргызстан является страной с неразвитой инфраструктурой, не имеющей выхода к морю. Слаборазвитая инфраструктура бросается в глаза каждому путешественнику по стране. Эта проблема упоминалась, как сдерживающий фактор № 1 опрошенными туристическими фирмами (см. Рисунок 14). Очевидно, что эта проблема препятствует развитию всех секторов экономики Кыргызстана, а не только туризма. Как обсуждалось в Разделе 2.4, воздушный транспорт является доминирующим видом транспорта для иностранных туристов, но в Кыргызстане все еще плохое воздушное сообщение – только четыре международных авиаперевозчика осуществляют регулярные международные рейсы в страну.

Более того, внутренние рейсы часто задерживаются или отменяются. Багажная политика и практика не соответствуют стандартам; путешественники жалуются на потери багажа или небольшой вес бесплатного провоза багажа. Иностранные авиакомпании не могут продавать билеты и проверять количество мест на внутренних рейсах. Многие иностранные туристы воспринимают услуги и безопасность внутренних рейсов, как не соответствующие стандартам, и не хотят летать. Все тринадцать кыргызстанских авиакомпаний теперь занесены Европейским Союзом в черный список и запрещены для полетов¹⁷.

Рисунок 14. Ограничения, выявленные в ходе опроса



¹⁶ Список опрошенных заинтересованных сторон приведен в Приложении 1.

¹⁷ <http://knews.kg/2016/06/vse-kyrgyzskie-aviakompanii-vnov-voshli-v-chnyj-spisok-evropejskoj-komissii/>

Таблица 6. Основные проблемы, с которыми сталкивается туристический сектор в Кыргызстане

No	Проблемы и сдерживающие факторы
1.	Трудность доступа и плохая инфраструктура
2.	Слабый маркетинг и недостаточное использование цифровых технологий
3.	Низкое качество услуг и ненадлежащие навыки поставщиков
4.	Короткая сезонность туристических продуктов
5.	Бюрократические барьеры для открытия и ведения туристического бизнеса
6.	Нерациональное распределение доходов от туризма (низкая доля местных общин) и загрязнение окружающей среды

Дороги и другая инфраструктура, включая мотели, остановки для отдыха, географические знаки и навигационные системы, находятся либо в плохом состоянии, либо вообще отсутствуют. Несмотря на значительные инвестиции в восстановление основных магистралей, дороги, ведущие к основным туристическим достопримечательностям Иссык-Кульской и других областей, остаются в неудовлетворительном состоянии. Во многих областях в мотелях, аптеках, пунктах медицинской помощи и остановках отдыха нет никаких указательных знаков на английском языке, что делает путешествие самостоятельно путешествующих туристов опасным приключением.

Система водоснабжения и водоотведения областного и местного уровней устарела и перегружена. В некоторых местах на озере Иссык-Куль канализационные отходы выступают на поверхность, а мусор разбросан на пляже. В Ошской и Джалал-Абадской областях качество питьевой воды не соответствует стандартам. В сельских районах электроснабжение нерегулярно, и многие предприятия вынуждены полагаться на автономные генераторы.

Эти проблемы в инфраструктуре серьезно ухудшают производительность и доходы туристических фирм, снижая спрос на их продукцию и услуги. Очевидно, что проблема требует срочного государственного вмешательства. Этот вопрос мы рассматриваем в разделе 5.

4.2. Слабый маркетинг и недостаточное использование цифровых технологий

Отсутствие эффективного, привлекательного брендинга и позиционирования кыргызстанских туристических продуктов на международных рынках препятствует росту туристического сектора со времени обретения страной независимости. Что делает Кыргызстан уникальным местом? Почему турист должен выбрать именно Кыргызстан, а не другие страны? Эти вопросы остаются без ответа для многих иностранцев, которые размышляют, стоит ли посетить Кыргызстан. Низкий уровень осведомленности международного сообщества о Кыргызстане и недостаточных усилиях по продвижению туризма рассматриваются заинтересованными сторонами в качестве существенного препятствия для развития туристического сектора в Кыргызстане (см. Рисунок 14).

Для решения этой проблемы Департамент туризма Кыргызской Республики недавно начал проводить презентации на туристических ярмарках в России, Казахстане, Китае и Иране. Создан также привлекательный портал для продвижения туризма: <http://www.discoverkyrgyzstan.org/>. Однако рекламные мероприятия на более отдаленных и крупных

рынках Западной Европы и Северной Америки остаются ограниченными. Посольства и консульства Кыргызстана задействованы не в полной мере.

Из-за плохого маркетинга туристические компании Кыргызстана теряют миллион долларов дохода от упущенной возможности. Эта ситуация неприемлема, учитывая географическую близость к быстро растущим рынкам Китая, Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии. Например, растущий средний класс Китая заполнил все основные туристические и исторические направления Европы, Азии, Северной и Южной Америки. Однако очень немного туристов из Китая приезжают в Кыргызстан для отдыха. Состоятельные туристы из Ближневосточных стран могли бы приезжать в Кыргызстан, заинтересовавшись горным ландшафтом Кыргызстана, разительно отличающимся от их природы. Таким образом, многие потенциальные туристы просто не знают о нашей стране. Если Кыргызстан хочет стать туристическим центром мирового класса, ему необходимо использовать эти высокопотенциальные рынки.

Кроме того, большинство кыргызстанских туристических фирм, имеющие сайты в Интернете, не используют их для рекламы и продажи своих услуг. Не в полной мере пользуются такими социальными сетями, как Facebook, Twitter и LinkedIn. В какой-то мере их используют около 75 % опрошенных туроператоров, остальные 25 % их игнорируют, несмотря на растущую долю социальных сетей в общем интернет-трафике (Рисунок 15).

Решение данных проблем не слишком дорогостоящее. Необходимы согласованные усилия Правительства, туроператоров и других туристических компаний. Конкретные рекомендации приводятся в Разделе 5.

Рисунок 15. Распределение опрошенных фирм по типу маркетинговых инструментов



**Категории не являются взаимоисключающими, т. е. одна фирма может использовать несколько инструментов*

4.3. Низкое качество услуг и ненадлежащие навыки поставщиков

Эта проблема была поднята многими опрошенными заинтересованными сторонами и составляет предмет одной из главных жалоб, предъявляемых международными туристами на различных сайтах. Как обсуждалось в разделе 3, ограниченный выбор и низкое качество туристических продуктов (например, проживания, питания и основных

услуг) серьезно подрывают конкурентоспособность кыргызстанских туристических продуктов на мировых рынках. Более того, страна теряет потенциальные доходы от нетрадиционных туристических продуктов, которые набирают популярность во всем мире, например, медицинский, гастрономический и археологический туризм.

Навыки поставщиков услуг тоже оставляют желать лучшего. Во-первых, многие гиды в жестком приключенческом туризме, связанном с высоким риском, не имеют надлежащей подготовки и не придерживаются основных правил безопасности, подвергая риску жизнь туриста. В настоящее время отсутствуют требования к лицензированию или сертификации. Не существует также институциональной системы обучения и аттестации гидов. Например, каждый может открыть бизнес, связанный с горным туризмом. Отсутствие надлежащей подготовки и сертификации гидов в рискованной туристической области создает серьезные риски для здоровья и жизни туристов. Простой пример: гиды по верховой езде часто усаживают туристов на лошадь без учета их навыков верховой езды и без какого-либо защитного обмундирования.

Кроме того, существует нехватка многоязычных гидов и переводчиков. Помимо английского языка, предлагаются туры и на других распространенных иностранных языках, например, немецком, французском или китайском. Многие сотрудники отелей и курортов не имеют соответствующей подготовки и навыков в сфере гостиничного обслуживания, что вызывает негативные отзывы и жалобы иностранцев. Кратковременная сезонность туристической деятельности, высокая текучесть и низкое качество работы персонала еще больше усугубляют проблему.

Формальные знания и практические навыки студентов, обучающихся в сфере туризма и гостеприимства, не соответствуют ни международным стандартам, ни фактическим потребностям туристической отрасли в Кыргызстане. В 2015 году только 332 выпускника, специализирующихся по предмету “Социально-культурные услуги и туризм”, получили дипломы в высших учебных заведениях страны – Академии туризма, Школе туризма и гостиничного дела в Кыргызско-Турецком Университете «Манас» и Бишкекской академии финансов и экономики. Другие сотрудники являются выпускниками Кыргызского Национального Государственного университета, Кыргызско-Российского Славянского университета или Американского Университета в Центральной Азии по специальностям, далеких от туризма. И поэтому они не обладают необходимыми знаниями и навыками. Наконец, существует нехватка профессиональных гидов и инструкторов в таких турах, как горные лыжи, альпинизм и рафтинг.

Подводя итог, можно сказать, что низкое качество услуг, неадекватная подготовка и слабая квалификация поставщиков услуг негативно сказываются на результатах и экспорте туризма в стране. Это ведет не только к экономическим потерям, но и, что более важно, ставит под угрозу безопасность и жизнь туристов.

4.4. Короткая сезонность туристических продуктов

Суровый резко континентальный климат и высокогорье обуславливают кратковременность туристического сезона в Кыргызстане. Сезон туристического продукта «солнце, море и песок» на озере Иссык-Куль длится всего три месяца, сезон для культурного и приключенческого туризма – лишь ненамного дольше, охватывая позднюю весну, лето и раннюю осень. Катание на лыжах и сноуборде – единственная зимняя туристическая активность, но предложение по-прежнему ограничено из-за отсутствия лыжных баз с надлежащей инфраструктурой и оборудованием. Туризм по бизнесу, конференциям и мероприятиям, который может смягчить эту неблагоприятную

сезонность, недостаточно развит. По этим причинам половина опрошенных фирм определила короткую сезонность туристических продуктов как основное препятствие.

Это ограничение не позволяет фирмам нанимать штатных сотрудников и создавать больше рабочих мест. Туристские фирмы также страдают от потерь, связанных с необходимостью поддерживать базовую офисную инфраструктуру и оплачивать постоянные издержки в несезонное время. Это также препятствует новым инвестициям в отели, объекты отдыха и другие инфраструктурные объекты. Таким образом, короткая сезонность представляет собой серьезное ограничение, препятствующее непрерывному потоку денежных средств.

4.5. Административные барьеры для открытия и ведения туристического бизнеса

Несмотря на общую благоприятную нормативную среду, административные барьеры по-прежнему препятствуют открытию и ведению бизнеса в сфере туризма. Во-первых, право на землю или право землепользования труднодоступны на популярных туристических объектах, включая северный берег озера Иссык-Куль, г. Бишкек и Чуйскую область. Во-вторых, после получения права на землю, необходимо также получить многочисленные строительные и коммунальные разрешения (электричество, вода, канализация и т. д.) – все это препятствует развитию туристических проектов. Но даже когда и эти препятствия преодолеваются, то санитарные правила дополнительно истощают данный вид бизнеса. В-третьих, права собственности по-прежнему недостаточно гарантированы, сдерживая многих иностранных инвесторов. Наконец, есть даже свидетельства того, что некоторые государственные компании, обычно связанные с местными органами власти, взимают плату за вход на некоторые популярные туристические объекты. Например, плата за вход в 5000 сомов на пике Хан-Тенгри взимается одноименной компанией, заставляя иностранных альпинистов совершать восхождение с казахской стороны. Все эти барьеры препятствуют росту в секторе туризма. Некоторые меры по устранению этих препятствий обсуждаются в разделе 5.

4.6. Перекосы в распределении доходов от туризма и загрязнение окружающей среды

Как показывает анализ цепочки добавленной стоимости, местным сообществам достается лишь небольшая доля доходов от туризма. Группы, основанные на сообществах, предоставляющие услуги экотуризма, получают чуть более высокие доходы. Типичные услуги, покупаемые туроператорами у местных семей, ограничиваются предоставлением проживания в семье, питания, сувениров ручной работы, аренды лошадей и услуг носильщиков. За исключением групп по туризму, основанному на местных сообществах, местные жители на туристических объектах отстранены от предоставления более дорогих туристических услуг, таких как услуги гидов, инструкторов и водителей.

Будучи общественным благом, охрана окружающей среды не учитывается в цепочках добавленной стоимости и не принимается во внимание туристическими фирмами. Около четверти опрошенных фирм считают, что загрязнение окружающей среды на туристических объектах является серьезной проблемой и не получает должного внимания со стороны местных властей и центрального Правительства (см. Рисунок 14). Рекомендации по решению этих проблем приведены в разделе 5.

Рисунок 16. Реформы, предложенные опрошенными фирмами

5. Рекомендации по укреплению туристической отрасли

Эти рекомендации основаны на опросе ключевых заинтересованных сторон, а также на лучшем международном опыте и идеях автора.

5.1. Трудность доступа и ненадлежащая инфраструктура

Трудность доступа и ненадлежащая инфраструктура являются наиболее актуальными проблемами, требующими вмешательства Правительства. Интервью с ключевыми заинтересованными сторонами указывают на настоятельную необходимость и общую поддержку в модернизации инфраструктуры (см. Рисунок 16).

Поскольку аэропорты являются главными воротами Кыргызстана и, в некотором смысле, его визитной карточкой, необходимо модернизировать четыре международных аэропорта страны. Финансирование может быть обеспечено за счет механизмов государственно-частного партнерства с иностранными инвесторами. Необходимо пересмотреть и оптимизировать политику пограничного контроля, таможни, оформления билетов и багажа. Правительству следует рассмотреть возможность отмены визовых требований для некоторых стран с высоким потенциалом в дополнение к существующему списку стран, которым не нужны визы. Необходимо ввести и внедрить систему электронной визы (E-visa) в Таза Коом, новую систему электронного правительства.

Кроме того, правительству следует тесно сотрудничать с Международной организацией гражданской авиации, чтобы снять запрет ЕС на кыргызстанские авиакомпании и провести технико-экономическое обоснование осуществимости регулярных рейсов на рынки в Европе (например, в Германии) и в Азии (например, в Китае и Индии). Правила международного воздушного транспорта должны быть пересмотрены с целью их либерализации и участия крупных международных авиаперевозчиков. Эта программа уже рассматривается Правительством Кыргызстана и известна как политика «Открытое небо».

Правительство в сотрудничестве с национальными авиаперевозчиками также должно рассмотреть возможности запуска новых внутренних рейсов на некоторые популярные туристические направления в Ошской, Джалал-Абадской и Баткенской областях. В качестве альтернативы, туроператоры и местные авиаперевозчики должны быть привлечены к выполнению чартерных рейсов в пиковые сезоны.

Далее, реконструкция местных дорог, ведущих к основным туристическим достопримечательностям, может быть выполнена благодаря государственно-частному партнерству между местными органами власти, частным бизнесом и иностранными инвесторами. Необходимо создать соответствующую вспомогательную дорожную инфраструктуру, включая навигационные знаки и пункты оказания первой медицинской помощи.

Наконец, существующие программы реабилитации систем водоснабжения, водоотведения и сбора мусора (финансируемые за счет кредитов доноров) должны быть расширены для охвата важных туристических центров. Эта инициатива может финансироваться за счет существующих и новых донорских кредитов и грантов.

Предлагаемые меры будут стимулировать как иностранный, так и внутренний туризм и окажут значительное мультипликативное воздействие на все секторы экономики и все слои населения. В частности, малообеспеченные граждане могли бы воспользоваться инфраструктурной модернизацией по прямым и косвенным каналам. Во-первых, в любом крупном инфраструктурном проекте обычно используется большое количество местных жителей, например, для строительных работ. Во-вторых, инфраструктурная модернизация будет иметь дополнительный эффект, стимулирующий все секторы экономики, а не только туристический. Очевидно, что малообеспеченные слои населения получают выгоду из общего экономического роста, вызванного модернизацией инфраструктуры.

Однако существуют и потенциальные риски этих реформ. Во-первых, инфраструктурные проекты требуют значительного финансирования, которое трудно мобилизовать. Во-вторых, даже если финансирование будет обеспечено, инвестиции могут не окупиться в разумные сроки. Поэтому для каждого проекта необходимо тщательное технико-экономическое обоснование.

5.2. Слабый маркетинг и недостаточное использование цифровых технологий

Эти ограничения можно было бы устранить с помощью следующих мер. Во-первых, тщательные исследования рынка должны проводиться с учетом выявления новых высокоэффективных потенциальных рынков туризма (например, Китая и Индии) и соответствующих продуктов. На основе этих исследований следует разработать последовательную краткосрочную стратегию маркетинга туризма. Также следует проводить эффективный брендинг и позиционирование туристических продуктов Кыргызстана. Такой брендинг определил бы уникальный образ туризма в Кыргызстане, который отличает его от конкурентов. Это также станет основной темой, в рамках которой будет организован и скоординирован маркетинг различных туристических продуктов и регионов. Некоторые усилия в этом направлении уже проводятся. Межведомственная комиссия при Правительстве уже подготовила проект Программы создания благоприятного имиджа и эффективного позиционирования туристического сектора Кыргызстана. В настоящее время Департамент туризма завершает работу над документом.

Во-вторых, рекламные материалы, включая брошюры, документальные фильмы, видео- и аудиоролики, должны разрабатываться и распространяться через посольства, консульства, международные туристические ярмарки, выставки, телевизионные каналы, интернет, социальные сети и другие средства массовой информации. В-третьих, Министерство культуры, информации и туризма Кыргызстана должно проводить регулярные ежегодные международные конференции, выставки и ярмарки для представителей иностранных компаний и посольств. В-четвертых, туристические информационные киоски должны быть установлены во всех аэропортах, пунктах пограничного контроля, отелях и т. д. В-пятых, кыргызстанские туроператоры должны работать вместе с турагентами соседних стран, например, Казахстана, Узбекистана и Таджикистана, разработать совместные туры по Шелковому пути.

И, наконец, последнее по упоминанию, но не по значению: кыргызстанский туристический сектор должен быть интегрирован в новую систему электронного правительства – Таза Коом, которую продвигает Правительство. Туроператоры, туристические агенты, гостиницы и другие туристические компании могли бы получать данные и информацию в реальном времени по большинству интересующих их вопросов и, в свою очередь, публиковать информацию о своих продуктах, например, о доступности номеров, экскурсий. Более того, им было бы легче получать доступ и использовать социальные сети и другие цифровые технологии через Таза Коом, особенно для туристических компаний в провинциях с плохим подключением к Интернету. Таким образом, Таза Коом может служить основным маркетинговым и деловым инструментом для туристических фирм Кыргызстана.

Правительство могло бы содействовать этим реформам путем обеспечения общей координации и обеспечения согласованности и последовательности реформ. Оно также могло бы продвигать кыргызстанские туристические продукты на различных межгосударственных правительственных конференциях и круглых столах. Бюджетному комитету Парламента следует обеспечить адекватное финансирование этих рекламных мероприятий из бюджетов центрального и местного уровня. Рисков мало, поскольку маркетинговые и рекламные мероприятия не требуют большого финансирования и будут поддерживаться всеми заинтересованными сторонами. Единственный вызов заключается в эффективной координации этих разнообразных действий, чтобы избежать дублирования усилий или несовместимых целей.

5.3. Низкое качество услуг и слабая квалификация поставщиков услуг

Эти ограничения могут быть устранены согласованными усилиями Парламента, различных правительственных учреждений, в том числе Министерства образования, Министерства культуры, информации и туризма, туроператоров, отельеров, рестораторов и местных властей.

Поскольку большинство курортов на озере Иссык-Куль находятся в частной собственности, повышение качества размещения и услуг зависит от желания и финансов частных учреждений. Поэтому выбор политических мер для вмешательства Правительства в этой области представляется ограниченным. Что касается курортов, принадлежащих профсоюзам или государственным предприятиям, то правительство может поручить владельцам сдавать свои курорты частным компаниям в соответствии с концессионным соглашением, если первый не может или не желает поддерживать и ремонтировать объект. В отличие от договоров аренды, концессионные соглашения могут обязать частные компании осуществлять необходимые инвестиции в объект. Однако такие меры,

требующие согласования в Парламенте, могут спровоцировать протест профсоюзов и некоторых членов Парламента.

И наоборот, Правительство может сыграть важную роль в повышении квалификации и навыков специалистов в сфере туризма. Во-первых, Министерство образования совместно с Кыргызской туристической ассоциацией и представителями гостиничного бизнеса должны пересмотреть профессиональные стандарты и учебные планы как для высших учебных заведений, так и для школ профессионального обучения в сфере туризма и гостиничного обслуживания. Особое внимание следует уделять профессиональному обучению с акцентом на практические навыки (например, перевод, услуги питания, логистику, компьютерную грамотность, бюджетирование, местную географию и историю), а не на абстрактные академические знания. Стажировки в туристических фирмах также должны быть включены в учебные планы.

Во-вторых, в соответствии с новым законопроектом о туризме следует разработать четкие и прозрачные критерии аккредитации туроператоров и других туристических фирм. Аккредитация позволит туроператорам обучать и сертифицировать гидов в соответствующих областях специализации. Парламент рассматривает возможность возложить ответственность за аккредитацию на Министерство экономики. Туроператоры, в свою очередь, планируют разработать общие отраслевые стандарты профессиональной сертификации на основе стандартов ЮНВТО.

В-третьих, местные сообщества и предприятия в области экотуризма должны пройти обучение в сфере услуг приключенческого туризма, например, в качестве лыжных инструкторов, горных гидов и спасателей. Парламенту необходимо разработать нормативно-правовую базу для полисов страхования жизни и медицинского страхования для экстремальных туристов.

Кроме того, существующий персонал туристических фирм и общественные предприятия по экотуризму должны пройти обучение без отрыва от производства в соответствии с лучшими международными практиками и стандартами в таких областях, как гостиничный и ресторанный бизнесе, услуги гидов-экскурсоводов, экотуризм. Необходимо поощрять партнерские отношения с иностранными учебными и профессиональными туристическими учреждениями. Наконец, должен быть принят Кодекс этики поставщика туристических услуг Кыргызской ассоциацией туроператоров.

Несмотря на то, что Парламент и соответствующие государственные учреждения поддерживают эти инициативы, туроператоры относятся к этому с меньшим энтузиазмом. Предложенные реформы повлекут за собой значительные издержки для туроператоров. Более того, учебные заведения могут неохотно пересматривать свои учебные планы и менять свои образовательные процессы. Поэтому предлагаемым мерам могут противостоять некоторые туроператоры и учебные заведения.

Тем не менее, при достижении консенсуса, Правительство и Парламент могут возглавить эти реформы, установив правовую базу (уже находящуюся в стадии разработки) и привлечь финансовые средства. Данные реформы не требуют такого финансирования, как указанные выше инфраструктурные или маркетинговые реформы, но в то же время должны значительно повысить качество туристических услуг и, что еще важнее, безопасность туристов.

5.4. Короткая сезонность туристических продуктов

Проблема короткой сезонности может быть смягчена путем разработки плана международных конференций и событийного сегмента туризма. Всемирные Игры

Кочевников, проведенные в 2016 году, продемонстрировали как возможности, так и потенциальный спрос на этот вид туристических услуг. Разумеется, необходим более углубленный и всесторонний анализ спроса и возможностей. Необходимо создать рабочую группу заинтересованных сторон, включая Министерство культуры, информации и туризма, представителей крупных гостиниц, филармоний, театров, санаториев, чтобы изучить потенциальный спрос и подготовить план действий для разработки плана бизнес-конференций и событийного рынка туризма.

Еще один способ решения этой проблемы – создать круглогодичные туристические кластеры, например, в Иссык-Кульской и Чуйской областях, где существуют значительные ресурсы и улучшенная инфраструктура. Как правило, туристический кластер представляет собой форму горизонтальной интеграции туристических продуктов во взаимодополняющие цепочки добавленной стоимости. Туристические кластеры охватывают разнообразные продукты и услуги, которые вносят свой вклад в основной туристический продукт кластера. Таким образом, кластеры могут реализовать экономию масштаба и охвата путем оптимизации состава и сезонного распределения туристических продуктов и снижения транзакционных издержек путем совместного использования физической инфраструктуры, рекламы, продаж и обучения персонала.

Туристические кластеры также способствуют региональному и местному развитию, в частности, местных общин в отдаленных горных районах. Альтернативой туристическим кластерам, в настоящее время обсуждаемой туристическим сообществом, являются туристические направления. Туристические направления – это, строго говоря, географические места, предоставляющие определенные туристические услуги и продукты. Они не такие комплексные и взаимосвязанные, как кластеры.

Иссык-Кульская область является хорошей иллюстрацией концепции туристических кластеров. Там более, что там мягкие зимы и можно проводить в несезонное время международные конференции, а также другие культурные и спортивные мероприятия на базе круглогодичных санаториев и курортов (например, «Аврора», «Кыргызское взморье»), и других объектов, построенных для Всемирных игр Кочевников в Чолпон-Ате. В Караколе есть горнолыжные базы мирового класса. Кроме того, есть много исторических и археологических объектов (например, музей петроглифов, раскопки древних городов), этнокультурный центр Рух-Ордо, красивейшие горные ущелья, такие как Джеты-Огуз, Григорьевское и Семеновское, термальные и минеральные источники – все они могут принимать посетителей в течение всего года, при условии, что туристическая деятельность организована и осуществляется надлежащим образом. Все эти туристические мероприятия и компании должны объединиться в один кластер, чтобы добиться повышения эффективности от совместного маркетинга, рекламы и продажи дополнительных продуктов в пакете.

Аналогичные возможности существуют для развития туристических кластеров в Чуйской и Джалал-Абадской областях. В Чуйской области есть инфраструктура для зимней туристической активности и спорта, таких как катание на лыжах и сноуборде, минеральные и термальные источники, а также множество исторических и археологических объектов, таких как Башня Бурана, древние города Баласагын, Суяб и Ноокат. Кроме того, Бишкек, расположенный в Чуйской области, может стать туристическим центром проведения конференций и мероприятий.

В Джалал-Абадской области существуют уникальные природные заповедники и исторические памятники, в том числе прекрасное озеро Сары-Челек, ореховые леса Арсланбоба, уникальные петроглифы Саймалуу-Таш и источники минеральной воды. Эти ресурсы можно более эффективно использовать, формируя туристический кластер как новых объектов, так и существующей туристической инфраструктуры (5 курортов,

26 гостиниц, 3 природных парка и заповедника, 5 археолого-исторических комплексов и 5 музеев).

Туристические кластеры также могут быть организованы на основе типа туристического продукта, а не только географического местоположения, или того и другого. Например, лыжный кластер может подключать и совместно продвигать на рынке все горнолыжные курорты по всей стране, или группа культурно-образовательных туров по Шелковому пути может объединить все виды туризма в этом сегменте. В декабре 2015 года Правительство Кыргызстана приняло декрет № 810, предусматривающий создание в Иссык-Кульской области горнолыжного кластера, который должен стать первым пилотным экономическим кластером, на который будут равняться другие секторы. Кроме того, в туристические кластеры могут быть включены нетрадиционные туристические продукты, такие как медицинский туризм (например, лечение кумысом), археологический туризм, а также гастрономический туризм.

Парламент и Правительство Кыргызстана могут поддержать развитие туристических кластеров путем создания соответствующей нормативно-правовой базы, обеспечения финансирования и координации деятельности различных заинтересованных сторон: местные власти, туроператоры, туристические предприятия и иностранные инвесторы. Недавно правительственный межведомственный комитет выдвинул для публичного обсуждения проект закона об экономических кластерах. В частности, законопроект разъясняет правовой статус и функции кластеров. Экономический кластер определен в более узком смысле, чем указано выше, как объединение хозяйствующих субъектов, расположенных в определенной административно-территориальной единице, целью которой является реализация конкурентных преимуществ совместного производства и распределения ключевого кластерного продукта на этой территории. Проект также предусматривает некоторые налоговые вычеты по капитальным вложениям в кластер и другие налоговые льготы. Однако законопроекту еще предстоит пройти долгий путь, прежде чем он примет окончательную форму и будет принят в качестве закона.

В рамках процесса формирования кластеров правительству необходимо принять единый реестр туристических услуг для туристических кластеров, а также их стандарты, которые обсуждаются в разделе 5.3. Кроме того, правительство и парламент должны также повысить международную осведомленность и продвигать международные культурные (например, песенные, музыкальные) фестивали, выставки и спортивные мероприятия, которые пройдут в Кыргызстане. Модернизация инфраструктуры также будет способствовать достижению этой цели.

Создание круглогодичных туристических кластеров, скорее всего, получит поддержку всех заинтересованных сторон, поскольку это принесет пользу всем. В частности, это будет способствовать развитию сельских и горных регионов. В дополнение к иностранному туризму повысится и внутренний туризм.

5.5. Административные барьеры для начала и ведения туристического бизнеса

Административные барьеры, обсуждаемые в разделе 4.5, могут быть устранены путем прямого вмешательства правительства. Например, правительство может упорядочить процедуры получения строительных и коммунальных разрешений для туристических объектов. Кроме того, группы туризма, основанные на сообществах, могли бы поддерживаться посредством льготного налогового режима, субсидий и льготных кредитов. Более того, Таза Коом – новая система электронного правительства, также

имеет потенциал для смягчения бюрократических ограничений. Она может работать по принципу «единого окна» для регистрации (право на землепользование, разрешение на строительство, лицензии и т. д.) и операций (обработка платежей, доступ ко всей необходимой информации) туристических фирм.

5.6. Перекосы в распределении доходов от туризма и загрязнение окружающей среды

Эти проблемы можно решить путем поощрения экотуризма и групп развития туризма на основе сообществ, как это определено Всемирным фондом природы:

“Туризм, основанный на сообществах (ТОС) – это форма туризма, в которой местное сообщество обладает значительным контролем и участием в его развитии и управлении; и значительная часть преимуществ остается в сообществе”.

Группы ТОС полагаются на устойчивую практику и тем самым способствуют сохранению природного и культурного наследия.

Они предоставляют туристам местную еду, приготовленную с использованием традиционных методов ведения сельского хозяйства, предлагают соответствующее размещение (например, в юртах), традиционную музыку, искусство, ремесла и культурные традиции. Кроме того, большинство групп ТОС расположены в отдаленных горных районах. Таким образом, экотуризм способствует сокращению масштабов нищеты и обеспечению инклюзивного роста в стране путем создания и диверсификации источников дохода для наиболее уязвимых групп населения.

Фактически, экотуризм уже налажен в Кыргызстане. Кыргызская Ассоциация туризма, основанного на сообществах (КАТОС), объединяет 15 групп ТОС. Она была создана 3 января 2003 года при поддержке SwissHelvetas. Уже есть некоторые свидетельства растущего экономического воздействия групп экотуризма на уровень жизни. Например, Ватанабль и другие (2009) предоставляют следующую статистику: в 2008 году группы ТОС создали 412 рабочих мест со средней зарплатой 40 долларов США в месяц. Асыкулов (2012) отмечает, что домохозяйства Арсланбоба (Джалал-Абадская область), занимающиеся экотуризмом, зарабатывают от 245 до 306 долларов США в год, что составляет в среднем 15–25 % их годового дохода.

Наше исследование показало, что группы ТОС обслуживают около 10000 иностранных туристов в год. Предполагая, что 8-дневное среднее пребывание туристов, стоящее 20 долл. США в день, в среднем составляет примерно 1,6 млн долларов США в год.

Необходимо расширять и укреплять сеть групп развития туризма на основе сообществ. Например, Правительство могло бы поддерживать группы ТОС через льготные кредиты, субсидии и налоги. Правительство также могло бы непосредственно участвовать в создании «юрточных городков», которые будут управляться совместно с группами ТОС в рамках соглашений о государственно-частном партнерстве.

Правительство также может и должно решать проблему загрязнения окружающей среды. Правительству необходимо пересмотреть Административный кодекс для ужесточения регулирования и наказания за загрязнение окружающей среды на туристических объектах, в национальных парках и заповедниках. Местные органы власти должны регулярно следить за состоянием окружающей среды и обеспечивать соблюдение этих правил на местах.

6. Заключение

Сдерживающие факторы, обсуждаемые в настоящем документе, и рекомендации по их устранению, приведены в Таблице 7. Конечно, это не окончательный список. Каждая из рекомендаций требует дальнейшей доработки и подробного плана действий, который должен быть разработан соответствующими государственными учреждениями и/или частными субъектами.

Таблица 7. Ключевые вопросы и рекомендации

№	Ключевые вопросы	Рекомендации	Заинтересованные стороны
I.	Трудность доступа и плохая инфраструктура	<p>Модернизировать национальные аэропорты</p> <p>Оптимизировать работу в аэропортах (пограничный контроль, таможня)</p> <p>Открыть новые внутренние рейсы</p> <p>Сотрудничать с ЕС по снятию запрета на полеты кыргызстанскими авиалиниями</p> <p>Внедрить систему электронной визы для повышения прозрачности и согласованности оформления визы и въезда туристов</p> <p>Отменить визовые требования для некоторых стран с высоким потенциалом</p> <p>Отремонтировать дороги к основным туристическим достопримечательностям через механизмы государственно-частного партнерства</p> <p>Внедрить надлежащую наземную инфраструктуру, включая навигационные знаки и остановки отдыха</p> <p>Расширить программу восстановления систем водоотведения, водоснабжения и утилизации мусора, охватывающих основные туристические центры</p>	<p>Центральное Правительство, Парламент</p> <p>Центральное Правительство</p> <p>Бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, Парламент</p> <p>Центральное Правительство, Парламент</p> <p>Центральное Правительство, Парламент</p> <p>Центральное Правительство, Парламент, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, местные органы власти</p> <p>Местные органы власти, Парламент для законодательной поддержки, если необходимо</p>

№	Ключевые вопросы	Рекомендации	Заинтересованные стороны
II.	Слабый маркетинг и недостаточное использование цифровых технологий	<p>Провести тщательное исследование рынка и выявить основные источники и продукты</p> <p>Выбрать эффективный бренд и имидж для туризма в Кыргызстане</p> <p>Интегрировать туристический портал страны и все сайты туристических фирм в платформу Таза Коом, чтобы обеспечивать обмен информацией в реальном времени, эффективное использование цифровых технологий</p> <p>Собирать и распространять рекламные материалы (брошюры, видеоролики и т. д.) через посольства, социальные сети, телевидение, журналы и другие средства массовой информации</p> <p>Установить информационные киоски в аэропортах, пунктах пограничного контроля, отелях и т. д.</p> <p>Проводить ежегодные презентации, выставки и ярмарки для иностранных компаний и посольств</p> <p>Туроператорам следует поощрять разработку совместных туров по Шелковому пути с туроператорами соседних стран</p>	<p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, местные органы власти, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство и местные органы власти, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы, доноры</p> <p>Бизнес-ассоциации, частные фирмы</p>

No	Ключевые вопросы	Рекомендации	Заинтересованные стороны
III.	Низкое качество услуг и плохая квалификация поставщиков	<p>Разработать общие отраслевые стандарты профессиональной сертификации по каждой туристической специализации на основе стандартов ЮНВТО</p> <p>Пересмотреть учебные программы в сфере туризма и гостиничного бизнеса высших учебных заведений и школ профессионального обучения с акцентом на практические навыки и актуальные потребности туристической отрасли</p> <p>Проводить аккредитацию туроператоров по обучению и аттестации гидов</p> <p>Начать и контролировать процесс сертификации гидов</p> <p>Повысить безопасность туристов за счет страхования жизни и медицинского страхования и проводить соответствующую подготовку гидов</p> <p>Проводить обучение без отрыва от производства в соответствии с лучшими международными практиками для профессионалов в области туризма в соответствующих областях специализации</p> <p>Принять кодекс этики поставщика туристических услуг</p>	<p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы, доноры</p> <p>Центральное Правительство, образовательные учреждения, бизнес-ассоциации, частные фирмы, доноры</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Бизнес-ассоциации, частные фирмы</p>
IV.	Короткая сезонность туристических продуктов	<p>Создать рабочую группу заинтересованных сторон для изучения потенциального спроса и подготовить план действий для развития сегмента бизнес-конференций и мероприятий</p> <p>Создать круглогодичные туристические кластеры в Иссык-Кульской, Чуйской и Джалал-Абадской областях.</p>	<p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p> <p>Центральные и местные органы власти, бизнес-ассоциации, частные фирмы</p>

№	Ключевые вопросы	Рекомендации	Заинтересованные стороны
V.	Административные барьеры для открытия и ведения туристического бизнеса	<p>Упростить процедуры получения разрешений на строительство туристических объектов;</p> <p>Внедрить льготные налоговые режимы для групп экотуризма, основанных на сообществах</p> <p>Создать принцип единого окна для регистрации и работы туристических фирм на платформе Таза Коом.</p>	<p>Центральные и местные органы власти</p> <p>Парламент, центральное Правительство</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации</p>
VI.	Несправедливое распределение доходов от туризма и загрязнение окружающей среды	<p>Расширить сеть групп экотуризма, основанных на сообществах</p> <p>Обучать молодежь, живущую около туристических объектов, услугам в сфере приключенческого туризма, например, горных гидов, спасателей и т.д.</p> <p>Создать сеть «юрточных городков», которая будет управляться совместно с группами ТОС</p> <p>Пересмотреть Административный кодекс для ужесточения регулирования и наказания за загрязнение туристических объектов в национальных парках и заповедниках</p> <p>Контролировать экологическую ситуацию и обеспечивать соблюдение экологического законодательства на местах</p>	<p>Бизнес-ассоциации</p> <p>Центральное Правительство, бизнес-ассоциации, туристические фирмы</p> <p>Центральные и местные органы власти, группы ТОС</p> <p>Парламент, Правительство</p> <p>Местные органы власти</p>

Справочные материалы:

Всемирный совет по туризму и путешествиям «Экономический эффект 2017 г. Кыргызстан», 2017.

Всемирный совет по туризму и путешествиям «Статистический сборник по туризму. Данные по 2011–2015», доступен в сети 21 июня 2017 года, <https://tool.wttc.org>

Всемирная туристская организация Организации Объединенных Наций. «Кыргызстан: основные показатели по странам (сборник)2011–2015,» 09.2016, доступ в сети 21 июня 2017, <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.5555/unwtotfb0417010020112015201609>

Национальный Статистический Комитет Кыргызской Республики. Туризм в Кыргызстане. Статистический сборник. Бишкек, 2016.

Правительство Кыргызской Республики. Постановление No 192. «О Программе Правительства Кыргызской Республики по развитию туризма до 2020 года. Бишкек, 11 апреля 2016.

Программа Правительства Кыргызской Республики по развитию туризма до 2020 года. Бишкек, 11 апреля 2016.

Закон Кыргызской Республики. «О Туризме» Бишкек, в редакции от 10 мая 2017, № 79.

SIAR Consulting and Research. Исследование туристической отрасли Кыргызской Республики. Бишкек, 2012.

Арвис, Дж.-Ф.и Б. Шеперд. Индекс развитости воздушных сообщений. Измерение интеграции в глобальной воздушной транспортной сети. Всемирный банк, Вашингтон, 2011.

Шокиров, К., Абдыкадырова, А., Диар, Ч. и Науроджи, С. Горный туризм и устойчивое развитие в Кыргызстане и Таджикистане: Обзор исследований. Университет Центральной Азии, Справочный документ Института горных обществ № 3, Июль 2014.

Ватанабль, Т. и др.Туризм в Памиро-Алайских горах, Юг Кыргызской Республики // Географические исследования, 84 (2009), 1–13.

Асыкулов, Т. Орехово-плодовые леса Кыргызстана как рекреационный ресурс // Вестник Кыргызского национального государственного университета, Специальный выпуск (2012), 225–228.

Приложения

Приложение 1. Список опрошенных заинтересованных сторон

7. Комитет по экономике и бюджетной политике Парламента Кыргызской Республики.
8. Министерство культуры, информации и туризма Кыргызской Республики.
9. Академия туризма Кыргызской Республики.
10. Отель «Golden Tulip» в г. Бишкек.
11. Компания «Novinomad».
12. Кыргызская Ассоциация Туризма, Основанного на Сообществах (КАТОС).
13. Кыргызская ассоциация туроператоров (КАТО).
14. Компания «Horizon Travel».
15. Туристическая компания «Тянь-Шань».
16. Компания «ITMC Тянь-Шань».
17. Компания «Небесные горы».
18. Компания «Asia Mountains».
19. Компания «Байтур».
20. Туристическая компания «Explore Asia».
21. Компания «Central Asia Tourism» (CAT).
22. Туристическая компания «Ак-Сай».
23. Кыргызско-Турецкий Университет «Манас». Школа туризма и гостиничного бизнеса.
24. Курортный центр «Радуга».
25. Компания «Kyrgyzland».
26. Курорт «Кыргызское взморье».

Приложение 2. Анкета для туристических компаний

1. Какие туристические услуги предлагает ваша компания? Пожалуйста, отметьте все.

- Бронирование и продажа авиабилетов.
- Визовая поддержка.
- Бронирование отеля.
- Трансфер из аэропорта.
- Наземный транспорт.
- Размещение.
- Устный/письменный перевод.
- Туры.
- Другое.

Если вы предлагаете туры или другие услуги, пожалуйста, укажите, какой тип:

2. Каков юридический статус / форма вашего бизнеса?

- Юридическое лицо.
- Индивидуальный предприниматель, используете лицензию.
- Не зарегистрированы.
- Другое.

Если другое, пожалуйста, укажите:

3. Сколько штатных и внештатных сотрудников работает в вашей компании?

Штатных:

Внештатных:

4. Сколько туристов обслуживает ваша компания в год? Укажите приблизительные цифры.**5. Какова средняя продолжительность пребывания (в днях) ваших иностранных клиентов?****6. Какие услуги вы предоставляете иностранным туристам? Отметить все, что применяется.**

- Бронирование и продажа авиабилетов.
- Визовая поддержка.
- Бронирование отеля.
- Трансфер в/из аэропорта.
- Наземный транспорт.
- Размещение.
- Устный/письменный перевод.
- Туры.

- Другое.

Если туры или другие услуги, пожалуйста, укажите, какой тип:

7. Из ваших клиентов, примерно, сколько иностранных туристов и сколько из них являются внутренними туристами?

Иностранные:

Внутренние:

8. Сколько месяцев в году ваша фирма работает на полную мощность?

- Менее 3-х месяцев.
- 3–4 месяца.
- 5–6 месяцев.
- Более 6 месяцев.

9. Есть ли у вашей компании собственный веб-сайт?

- Да.
- Нет.

10. Какие маркетинговые/рекламные инструменты использует ваша компания?

- Собственный веб-сайт.
- Социальные сети: Facebook, Twitter, Instagram, Одноклассники, В Контакте, др.
- Реклама на ТВ.
- Реклама в газетах и журналах.
- Презентации на международных туристических ярмарках и конференциях.
- Брошюры и буклеты.
- Другое.

Если что-то другое, пожалуйста, отметьте:

11. Используете ли вы социальные сети для продвижения своих услуг, в том числе Facebook, Twitter, Instagram, Одноклассники, В Контакте и др.?

- Да

- Нет

12. Каковы, на ваш взгляд, основные барьеры, препятствующие динамичному росту туристического сектора в Кыргызстане? Отметьте все, что применимо.

- Низкое качество обслуживания и навыков поставщиков услуг.
- Трудность доступа и неадекватная инфраструктура (например, аэропорты, дороги).
- Короткая сезонность туристических продуктов.
- Ограниченный выбор и низкое качество туристических услуг.
- Ограниченное количество международных и внутренних рейсов.
- Строгие визовые требования.
- Суровый пограничный и таможенный контроль.
- Слабый маркетинг и ненадлежащее использование цифровых технологий.
- Бюрократические барьеры для запуска и ведения туристического бизнеса (например, лицензирование и др.).
- Недостаточное сотрудничество между поставщиками услуг.
- Загрязнение окружающей среды.
- Плохое качество размещения туристов (например, гостиницы, пансионаты, курорты и др.).
- Плохое качество питания.
- Плохое качество наземного транспорта.
- Низкий уровень образования и навыков выпускников по специальности «туризм».
- Недостаток хорошо подготовленных работников в туристической области.
- Недостаток финансирования и поддержки со стороны центральных и местных органов власти.
- Ограниченное предложение нетрадиционных туристических продуктов (например, туризм экстремальных видов спорта, медицинский и археологический туризм и др.).
- Высокие налоги и жесткая политика регулирования.
- Другое.

Если другое, пожалуйста, укажите:

13. Каковы основные проблемы, уменьшающие спрос иностранных туристов на отдых на Иссык-Куле?

- Плохое жилье.
- Отсутствие удобств (плохой душ, туалеты и т. д.).
- Плохое питание.
- Отсутствие развлечений.
- Общее плохое качество услуг.
- Высокие цены.
- Загрязнение.

- Отсутствие WI-FI, подключения к Интернету.
- Другое.

Если другое, пожалуйста, укажите:

14. Как вы думаете, получают ли местные люди, проживающие на туристических территориях, выгоду от туристической деятельности?

- Да
- Нет

15. Сотрудничает ли ваша компания с местными сообществами или предприятиями? (например, для оказания определенных услуг)?

- Да
- Нет

Если да, укажите тип услуг или работу, которую местные сообщества предоставляют вашей компании.

16. Какова ваша основная туристическая услуга или специализация? Пожалуйста, уточните.

17. Видите ли вы потенциал для будущего роста своего бизнеса? Как бы вы оценили этот потенциал?

- Отсутствует.
- Низкий.
- Средний.
- Отличный.

18. Как вы думает, есть ли потенциал для развития сегмента конференц-туризма в Кыргызстане?

- Да.
- Нет.
- Не знаю.

19. Как вы думаете, может ли новая платформа электронного правительства Таза Коом, продвигаемая Правительством Кыргызстана, способствовать развитию туристического сектора в Кыргызстане?

- Да.
- Нет.
- Не знаю.

Если да, то укажите, каким образом Таза Коом может способствовать развитию туризма в Кыргызстане:

20. Какая единственная, самая главная проблема, стоящая перед вашей фирмой?

Пожалуйста, поясните:

21. Как вы считаете, успешно ли реализуется Правительственная программа развития туризма до 2020 года?

- Да.
- Нет.

Если да, какие реформы или меры успешно реализуются:

22. Как бы вы оценили уровень поддержки и ваше сотрудничество с центральными и местными госучреждениями?

- Отсутствует.
- Неудовлетворительно.
- Удовлетворительно.
- Хорошо.
- Другое.

Если другое, пожалуйста, укажите:

23. Каковы три наиболее важные реформы, которые правительство Кыргызстана может предпринять для содействия развитию туризма? Выберите из списка ниже или напишите свой собственный ответ (ы).

- Отменить визовые требования к большему количеству стран.
- Модернизировать аэропорты, дороги и другую инфраструктуру туризма.
- Финансировать ремонт основных отелей и курортов.
- Открыть новые международные и внутренние рейсы.
- Облегчить нормативную среду (например, регистрацию, разрешения, налоги и др.) для туристических фирм.
- Создавать круглогодичные туристические кластеры.
- Повысить безопасность туристов.
- Развивать экотуризм.
- Содействовать развитию приключенческого туризма и туризма экстремальных видов спорта.
- Усовершенствовать систему высшего образования и профессиональной подготовки специалистов для туристической отрасли.
- Проводить маркетинговые исследования, выбрать имидж и брендинг туризма в Кыргызстане.
- Проводить агрессивные маркетинговые и рекламные кампании на международных рынках.
- Интегрировать туристическую отрасль в систему Таза Коом.

Предлагаемые реформы:

Произведено отделом по развитию и связям с общественностью УЦА

www.ucentralasia.org