

РОЛЬ И МЕСТО ТУРОПЕРАТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРИ ФУНКЦИОНИРОВАНИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА В КЫРГЫЗСТАНЕ

Туроператорская деятельность является фундаментом при формировании индустрии туризма, которая зависит от развития инфраструктуры. В данной статье автор рассматривает туризм и инфраструктуру как экономические сферы, взаимно дополняющие друг друга. Для развития туроператорской деятельности в Кыргызстане у нас есть все необходимые ресурсы, которые создают благоприятную почву.

Развитие туристической индустрии любого региона мира и в любое время зависит в основном от организации туристической деятельности, правильного подхода и понимания сути и мотивов развития, удачной истории становления и организации индустрии. Ядром удачного развития индустрии туризма является правильный тур оперейтинг. Туристическая индустрия тесно связана с туроператорской деятельностью. Туристская индустрия - взаимоувязанная система предприятий и предпринимателей, предоставляющих туристам все необходимые для потребления в процессе туризма и достаточные для осуществления собственно процесса туризма туристские услуги, работы и товары.

Туроператорская деятельность в Кыргызской Республике имеет свои специфические особенности, связанные с геополитическим строем, экономическим положением и природными особенностями.

Частный сектор туристической индустрии Кыргызстана, то есть туроператорская деятельность начал формироваться с началом перестройки в 1988 году, когда создалась реальная возможность для существования частного предпринимательства. В настоящее время (по состоянию на 1 января 2002 года) в Кыргызстане имеется около 70 фирм, в частности, в Ысыккульской области 11 туроператоров, в Нарынской 3, в Чуйской области, включая город Бишкек, более 40, в Южном Кыргызстане в последнее время количества туроператоров увеличилось на 25% и составило более 10 туроператоров, осуществляющих в той или иной степени туроператорскую деятельность по приему туристов и предоставляющие разного рода услуги рекреационного направления, но материальная база этих фирм довольно слабая. Материальный капитал вышесказанных туристических фирм обычно не превышает 25-50 тысяч ЕВРО. Фирмы, как правило, имеют собственные средства связи - телефон, факс, электронную почту, специальное снаряжение и оборудование для проведения туристических и альпинистских программ, по несколько единиц транспортных средств (доля которых от потребности составляет 10-50%, остальные арендуются), около 70% фирм имеют собственные офисы. Постоянный персонал таких фирм составляет 5-15 человек. Рекламная деятельность фирм слабая. Это связано с недостатком средств, в первую очередь, и с низким профессионализмом руководства фирм в этом вопросе. Почти все фирмы имеют собственные каталоги программ и флаера, уровень исполнения которых оставляет желать лучшего. Часть фирм имеют собственную рекламу в Интернете.

Туроператорам отводится отдельная роль в туристской индустрии. Они приобретают туристские продукты (места в самолетах, номера в гостиницах и другие услуги), формируют пакеты услуг туризма и продают их (прямо или косвенно) различным пользователям – туристам с целью получения прибыли. Туроператор может продавать услуги туризма раздельно. Это делается либо из соображений прибыли, либо по другой необходимости. Схема работы туроператора изображена на схеме 1.



Схема 1. Схема работы туроператора.

В первом случае, когда туроператор формирует туристский пакет, он выступает в роли производителя туристского продукта. Это верно, даже если купленные услуги собираются использовать конкретно по назначению, без всяких условий. Туристские пакеты, известные как инклюзив-туры, отличаются друг от друга составляющими элементами.

Во втором случае, когда туроператор продает услуги туризма по отдельности, он выступает как оптовый дилер туристских услуг. Это возможно в том случае, когда туроператор покупает у производителя больше туристского продукта, чем это необходимо для формирования туристского пакета. Бывают также случаи, когда тур операторы продают отдельные услуги туризма по оптовым ценам людям, желающим сформировать свой индивидуальный пакет.

Ценность туроператора состоит в его способности страховать себя от снижения расценок покупкой в больших количествах услуг туризма, необходимых для формирования туристских пакетов, экономически доступных для туриста.

Туроператор - наиболее индустриализованный вид турфирмы, представляющий собой разновидность оптовой туристской фирмы и отличающийся более крупным объемом и широкой специализацией. Довольно часто он организует и продает тур агентам массовые серийные инклюзив-туры. При создании туристического продукта используются услуги различных партнерских организаций, формирующих комплекс необходимых туристу услуг для путешествия и отдыха (см. схему 2).



Схема 2. Комплектующая роль туроператора в производстве туристского продукта

Туристический продукт это конечный результат туроператорской деятельности. Одним из составляющих элементов туристского продукта является привлекательность, транспорт, размещение, питание, и для стран с неразвитой системой обслуживания туристов (такой как в Кыргызстане), сюда добавляется сопровождение, снабжение (логистика) и обеспечение формальностями.

Привлекательность - это наиболее важный аспект туризма, который непосредственно связан с мотивацией поездки. Это может быть природа, культура, здоровье, спорт, религия, знания, воспитание, бизнес и многое другое. В Кыргызстане наиболее важными аспектами привлекательности приключенческого туризма являются богатая, разнообразная, нетронутая природа гор и культура кочевого народа. Для наиболее полного удовлетворения туристов, организаторам путешествий необходимо постоянно учитывать мотивы поездки, подбирать и компоновать эту составляющую в соответствии с потребностями туристов. Если сравнить привлекательность турпродукта в соседних Центральноазиатских государствах: Узбекистане, Туркмении и Казахстане, то в Кыргызстане наиболее сходны эти аспекты с Алматинской областью в Юго-Восточном Казахстане, где природные условия северных отрогов Тянь-Шаня во многом схожи с другими районами Тянь-Шаня, расположенными в Кыргызской Республике, а культура кочевников сходна с культурой кочевого народа Кыргызстана. Однако там нет того разнообразия горных ландшафтов и девственности природы, которые можно в изобилии увидеть в Кыргызстане. Культура горных кочевников отличается от культуры степных кочевников Казахстана. Культура оседлых народов Центральной Азии в Узбекистане и Туркмении совершенно отличается от таковой в Кыргызстане. И совсем уж трудно сравнивать девственную природу Узбекистана и Туркмении с богатством нетронутой природы горного края нашей республики. То, что эти два аспекта привлекательности в Центральноазиатских республиках довольно сильно отличаются друг от друга, создает особую возможность в формировании турпродукта этого огромного региона. Турпродукты Центральноазиатских государств не конкурируют друг с другом, а дополняют друг друга и придают новое качество туристическим поездкам в этот регион (см. диаграмму 1).



Диаграмма 1. Факторы, влияющие на привлекательность туристского региона.

Транспорт. Для Кыргызстана наиболее распространенным видом транспорта является автомобильный. Причем, только на севере республики Ысыккульской котловине, где имеется развитая сеть асфальтовых шоссе, возможно, широко использовать комфортабельные автобусы и легковые автомобили. Другие области, где эта сеть либо не развита, находится в плачевном состоянии или в стадии реконструкции, возможно, использовать только транспорт повышенной проходимости. Это разнообразные полноприводные автомобили - джипы, вахтовки на базе вездеходов и другие автомобили повышенной проходимости. Воздушный транспорт на внутренних авиалиниях используется ограниченно из-за неразвитости инфраструктуры системы авиаобслуживания, связанной с низким экономическим потенциалом республики. Самолетные перевозки осуществляются только по направлению Бишкек-Ош, Бишкек-Джалал-Абад и Бишкек-Баткен. В Ысыккульской же области существует три аэропорта, которые на данном этапе не функционируют или функционируют на половину. Это аэропорты города Каракол, Чолпон-Ата, Тамга. Из водного транспорта более значимы перевозки сухогрузов, а перевозка пассажиров осуществляется катерами и теплоходами в целях развлечения или как дополнительные услуги в сфере туризма.

Вертолеты, парк которых составляет 2 вертолета МИ8МТВ и 2 вертолета МИ8МТ, используются для обслуживания туристов в районах Центрального и Среднего Тянь-Шаня и проведения спасательных операций.

Размещение. Возможности размещения определяют направленность программ по уровню сервиса, которые возможно проводить в Кыргызстане. Единственное место в республике, где есть практически весь существующий в мире набор услуг по размещению туристов, это города Бишкек, Каракол, Балыкчы. Здесь имеются гостиницы, где имеются сравнительно приемлемые возможности по размещению туристов, это северное побережье озера Ысыккуль. По остальной территории области только в городах и крупных населенных пунктах встречаются редкие не категорийные сети юрточных городков. Они дают возможность останавливаться в наиболее интересных местах.

Расстояния между юрточными городками лежат в пределах 3-5 часов езды на автотранспорте. С 2001 года возможности размещения в юртах расширились за счет

вовлечения в этот бизнес чабанов, которые в летний сезон находятся на летних пастбищах "джайлоо" и, которые после окончания соответствующих курсов, проводимых как международными организациями, так и местными госадминистрациями, начали предлагать сервис по размещению в юртах. Повсеместно возможна организация расселения в палатках. Все это определяет приключенческую направленность большинства программ путешествий по всей территории республики.

Питание. Полноценное ресторанное питание, отвечающее всем санитарным нормам, возможно организовать в ограниченной части территории республики. Наиболее продвинутым в этой части регионом является северное побережье озера Ысыккуль, города Каракол и Чолпон-Ата, поселок Бозтери. Для того, чтобы организовать питание на остальной территории области, турфирмы делают передвижные пункты питания, когда кухня передвигается совместно с группой туристов или на местных пунктах общественного питания.

Расширяет возможности для качественного питания система юрточных лагерей, организуемых туристическими фирмами.

Сопровождение. В зависимости от задач сопровождения, размера группы и уровня требуемого сервиса могут быть разнообразные комбинации группы сопровождения и разнообразие комбинаций функций сопровождающих в одном лице. Группы обслуживания, сопровождающие туристов по области обычно состоят из гидов, переводчиков, экскурсоводов, поваров, носильщиков, водителей, рабочих и т.д.

Перспектива туроператорской деятельности в Кыргызстане зависит от правильно основанного и научно обоснованного подхода. В будущем есть надежда, что туроператорская деятельность станет валютодобывающей деятельностью, так как туристы, приглашенные туроператорами, потребляют товары и услуги недоступные местному населению или обеспечивают работой местное население.

ЛИТЕРАТУРА

1. Квартальнов В. А. Туризм. -Москва: Финансы и статистика, 2000.
2. Зорин Г. И., Ильин Е.Н., Мошняг Е.В. и др. Основы туристской деятельности. - Москва: Советский спорт, 2000.
3. Биржаков М. Б. Введение в туризм. -Москва-Санкт-Петербург: Невский Фонд. «Издательский дом Герда», 2001.
4. Камисаров В.А. Приключенческий Туризм. -Бишкек, 2002.
5. Романов А.А., Саакянц Р.Г. География туризма. -Москва, 2005.
6. Жыргалбеков Д.Ж.. Туристские ресурсы Кыргызстана. -Бишкек, 2004.
7. Информационный источник обл. стат. управления Ысыкульской области.