

УДК 338.486:338.485.(575.2)

Абытаева У.Т., Кучукова А.Б., Бараканова А.Т.

*ИГУ им. К.Тыныстанова*

## **СОЗДАНИЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КЫРГЫЗСТАНА КАК ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ НА ВНУТРЕННЕМ И МЕЖДУНАРОДНОМ ТУРИСТСКИХ РЫНКАХ**

*В данной статье авторы рассматривают туристскую политику государства, оценивается туристский потенциал страны. Проводится анализ его сильных и слабых сторон, разрабатывается направления эффективного развития и продвижения страны в связи с социально-политической обстановкой государства.*

Деловой имидж страны характеризуется понятием ее конкурентоспособности. Для анализа конкурентоспособности стран экспертами международного института совершенствования методов управления используется несколько групп факторов, каждый из которых оценивается по ряду показателей (всего их несколько сотен). К их числу относятся динамизм национальной экономики; эффективность производства; динамизм рынка; динамизм финансовой системы; человеческие ресурсы; роль государства; ресурсы и инфраструктура; готовность страны стимулировать торговую деятельность; политика страны в отношении нововведений; социально-политическая обстановка. По совокупности указанных оценок за последние годы ведущие места по уровню конкурентоспособности в мире занимают США, Япония, Дания, Норвегия, Нидерланды, Швейцария, Германия. Благодаря правительственной поддержке предпринимательства, активному сотрудничеству с другими странами, эффективной работе финансовых институтов в число стран–лидеров вышел Сингапур.

В Манильской декларации по мировому туризму подчеркивается, что туризм является не только экономическим, но и одновременно социальным, культурным, экологическим и политическим явлением. Исходя из этого, все вышеперечисленные проявления имиджа необходимо принимать во внимание при формировании, позитивном развитии и продвижении имиджа страны на мировом туристском рынке. Данная деятельность, на наш взгляд, должна включать ряд взаимосвязанных этапов:

- оценка туристского потенциала страны;
- определение его сильных и слабых сторон;
- обоснование возможного туристского образа страны с позиции целевых групп туристов;
- разработка направлений эффективного развития и продвижения туристского образа страны;

Созданию привлекательного для туризма имиджа страны и продвижения национального продукта, вбирающего в себя все многообразие и неповторимость ее туристских возможностей, придается важное значение как в странах, уже завоевавших свое место на международном рынке, так и в странах, появившихся на нем относительно недавно.

С учетом характера туристских ресурсов Кыргызстана, состояния туристской инфраструктуры и готовности туристского продукта особый интерес для развития въездного туризма в нашу страну могут в основном представлять следующие виды туризма: культурно-познавательный, деловой, а также специализированный туризм (событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, активный, в том числе в перспективе горнолыжный, экстремальный (приключенческий), этнический, учебный, научный и др.).

Известно, что наша страна насчитывает огромное количество культурных и природных достопримечательностей, а также иных объектов туристского показа, которые формируют привлекательный облик Кыргызстана за рубежом.

Что касается таких объектов туристской инфраструктуры, как аквапарки, развлекательные центры, горнолыжные комплексы, туристский транспорт и др., то их явно не хватает и ни государство, и ни частные предприниматели не стараются их

возвести. Это, конечно, обусловлено некоторыми проблемами. В частности, малый и средний бизнес не в состоянии, а даже если и в состоянии, то высокая коррумпированность и трудности привлечения иностранного капитала для строительства таких капиталоемких объектов туристкой инфраструктуры, создают трудности.

Очевидным является и то, что туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере, и создание условий для качественного отдыха на территории Кыргызстана местных и иностранных граждан требует более активного проведения государственной политики в сфере туризма.

Для Кыргызстана с его недостаточно развитой туристской инфраструктурой и огромным не востребуемым туристским потенциалом развитие специализированного туризма как нового альтернативного направления представляет наибольший интерес с точки зрения привлечения искушенного иностранного потребителя и диверсификации внутреннего туристского предложения.

Выявленные приоритетные виды туризма и перспективные туристские регионы определяют соответствующие им приоритеты в развитии туристской инфраструктуры.

К наиболее значимым проблемам в нашей стране, требующим пристального внимания и серьезного подхода к их решению, относятся недостаточное развитие туристской инфраструктуры.

В настоящее время в нашей стране значительная часть материальной базы туризма нуждается в обновлении, так как около половины гостиниц в нашей стране относятся к некатегорийным. Вместе с тем предложения по развитию туристской инфраструктуры не могут ограничиваться только созданием нового и реконструкцией существующего гостиничного фонда. Следует отметить важность комплексного развития туристской инфраструктуры, включающей в себя не только широкомасштабное строительство новых средств размещения, но и сопутствующую инфраструктуру (транспорт, предприятия питания, индустрии развлечений, объекты туристского показа и др.). Размещение вновь возводимых туристских комплексов должно учитывать как параметры туристского спроса по видам туризма, так и характер туристского предложения - наличие туристских ресурсов, условий для кадрового обеспечения, в соответствии с экологическими требованиями и экономической целесообразностью.

Главными препятствиями для привлечения инвестиций являются отсутствие готовых инвестиционных площадок, необходимые бизнес-структуры, наличие местных административных барьеров и невыгодные условия аренды земли. Так, оформление земельного участка под гостиницу часто требует огромного числа согласований и затягивается на долгое время.

Для формирования конкурентоспособного туристского рынка усилий по развитию только инфраструктуры недостаточно. Необходима эффективная стратегия по продвижению отечественного туристского продукта, сосредоточенная на ключевых направляющих туристских рынках и носящая агрессивный характер, что позволит сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей всей экономики Кыргызстана.

Для повышения конкурентоспособности кыргызского туристского продукта и создания благоприятного имиджа страны необходима организация выпуска рекламной некоммерческой печатной продукции на иностранных языках основных направляющих рынков. Рекламная кампания начинает приносить экономический эффект с определенного минимального порога.

С этой целью необходима имиджевая рекламно-информационная кампания в СМИ как в Кыргызстане, так и за рубежом, участие в крупнейших международных профильных и иных выставках, презентации туристских возможностей КР.

При существующем в настоящее время бюджетном финансировании деятельность по продвижению кыргызского национального турпродукта может лишь минимально изменить параметры существующего туристского потока.

Большинство государств мира, осознавая важность туризма для своих экономик, вкладывают значительные средства в продвижение национального туристского продукта с учетом специфики основных направляющих и принимающих рынков.

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

Данные ЮНВТО показывают, что для дополнительного привлечения одного иностранного туриста, обеспечивающего поступление в экономику страны в среднем 1000 евро, государства затрачивают от 3 до 10 евро на некоммерческую рекламу туристского продукта. В соответствии с этим средний объем бюджетных средств, выделяемый в европейских странах на продвижение туристского продукта, составляет 31,7 млн. евро.

К сожалению, при действующем в настоящее время бюджетном финансировании, меры по продвижению кыргызского национального турпродукта могут лишь минимально изменить параметры существующего туристского потока.

Только широкая имиджевая некоммерческая рекламная кампания туристических возможностей страны, сосредоточенная на ключевых направляющих внешних и внутренних туристских рынках и носящая стабильный характер, позволит сделать въездной и внутренний туризм доходной составляющей всей туристской сферы Кыргызстана. Особое внимание необходимо уделить всестороннему продвижению кыргызского туризма в странах СНГ, способствовать не только возрождению традиционных туристских маршрутов, но и представлению новых туристических продуктов.

Проводниками активного продвижения туристского продукта на основных направляющих рынках за рубежом могут и должны стать представительства, дипломатические представительства КР за рубежом, которые должны обеспечивать связь с туристской индустрией этих рынков, со средствами массовой информации, другими участниками туристского процесса.

Таким образом, задача государства состоит в продвижении кыргызского туристского продукта на внутреннем и мировом рынках. Частный бизнес не может проводить некоммерческую имиджевую рекламную кампанию всей страны, так как продвигает и продает только свой собственный продукт, а создание образа Кыргызстана, как страны благоприятной для туризма, является исключительно государственной задачей. Это подтверждает мировая практика.

Механизмами продвижения Кыргызстана, как туристского направления на внутреннем и международном туристских рынках, являются следующие виды деятельности, реализуемые государством и ориентированные как на потребителей, так и на туристскую индустрию. К ним следует отнести:

- участие в крупнейших международных туристических и иных выставках единым кыргызским национальным стендом с привлечением органов исполнительной власти Кыргызской Республики;
- поддержка и консолидация профильной выставочной деятельности в Кыргызской Республике;
- некоммерческое рекламное продвижение кыргызского туристского продукта как на зарубежных рынках, так и на внутреннем рынке с целью увеличения въездного и внутреннего туристского потока и создания благоприятного имиджа Кыргызстана;
- подготовка некоммерческой рекламно-информационной печатной и иной продукции для распространения ее на крупнейших международных туристических выставках и через кыргызские загранпредставительства, в том числе через представительства, создаваемые при органе исполнительной власти в сфере туризма;
- распространение информации о Кыргызстане, как о привлекательном туристском направлении в глобальной сети Интернет;
- проведение иных акций, например, информационная поддержка фестивалей и событийных мероприятий, проводимых в стране, презентации новых кыргызских туристских направлений за рубежом, организация инфо-туров для зарубежных и отечественных СМИ, проведение крупных международных конференций, симпозиумов, конгрессов и других мероприятий на базе двустороннего и многостороннего международного сотрудничества, а также сотрудничества с крупнейшими

межправительственными организациями.

Опыт реализации государственных рекламно-информационных стратегий указывает на необходимость диверсификации туристского продукта: наряду с традиционным туристским предложением следует обеспечить показ новых туристских продуктов, распространение более широкой информации о национальных традициях, промыслах и ремеслах, новых музеях и экспозициях, событийных мероприятиях и туристских услугах.

Все это требует разработки долгосрочной информационной кампании, направленной на формирование позитивного образа страны в целях содействия развитию въездного и внутреннего туризма.

Одной из актуальных проблем является проблема транспортной составляющей в обеспечении дальнейшего развития туризма в Кыргызстане. Это относится к авиа-железнодорожному и автосообщению, строительству автомобильных дорог.

Недостаточно высокий уровень организации воздушного транспорта является одним из основных факторов, ограничивающих дальнейшее развитие туристских комплексов в стране. В отличие от многих зарубежных стран в Кыргызстане отсутствуют низкобюджетные перевозчики с современным авиапарком. Доля авиационных перевозок в структуре въездного и внутреннего туристского потока значительна, однако состояние парка авиалайнеров, аэропортов, взлетно-посадочных полос, находящееся в «черном списке» пока сдерживает развитие туризма в Кыргызстане.

Туристские автобусы с современным уровнем комфорта не производятся отечественной промышленностью, несмотря на то, что около 15% туристов используют именно этот вид транспорта.

В последние годы начал активно развиваться горнолыжный туризм, однако для современного оснащения горнолыжных комплексов необходимы не только гостиницы, но и наличие инженерной и транспортной инфраструктуры – водо-, энерго- и газоснабжения, развитой дорожной системы, горнолыжных подъемников и иного оборудования, информационных коммуникаций, качественного сервиса, экологически безопасной инфраструктуры. Кроме этого, сложен механизм предоставления в аренду земельных участков лесного фонда для строительства горнолыжных объектов.

Одним из самых острых вопросов, стоящих перед республикой, является обеспечение устойчивости функционирования государства, восстановление доверия к нему со стороны населения. В этой связи возрастает нагрузка на государственный бюджет, поскольку он является основным инструментом поддержания социально-экономической стабильности в стране.

Почему же на сегодняшний день так актуальна роль государства в социально-экономической стабилизации в нашей стране? Потому что события, произошедшие в апреле и июне 2010 года, привели Кыргызскую Республику к политической нестабильности и глубоким экономическим потрясениям. В результате беспорядков в городах Бишкек, Ош, Джалал-Абад, Ошской и Джалал-Абадской областей, имеются человеческие жертвы, многие стали беженцами. Повысилось число потерявших работу, повреждено или полностью разрушено около 3 тысяч жилых зданий, 327 объектов культурно-бытового назначения. В критическом состоянии находятся системы жизнеобеспечения в пострадавших от беспорядков регионах, включая производственную, транспортную и энергетическую инфраструктуры. Политическая нестабильность оказала свое негативное влияние на приток инвестиций в страну. Отмечается ослабление доверия частного сектора к государству, сокращается ликвидность в банковской системе. Испытывает трудности государственный бюджет, что связано с сокращением поступлений доходов, вследствие замедления темпов роста экономики, снижения внешнеторгового оборота и вынужденным увеличением незапланированных расходов.

Из-за социально-политической нестабильности предприятия малого и среднего бизнеса, особенно в сфере услуг, туризма, торговли понесли серьезные убытки.

Экономика страны испытала негативное воздействие со стороны внешнего спроса. Закрытие границ с соседними странами практически привело к прекращению экспорта сельскохозяйственной продукции, существенный урон нанесен предприятиям легкой и перерабатывающей промышленности.

По предварительной оценке министерства экономического регулирования КР, произошло снижение ВВП на 5,4%, несмотря на прогнозированный в начале года рост на 5,5%, ВВП на душу населения снизился с 888 долл. США до 839,4 долл. США (на 48,3 долл. США). Общее падение производства составило более 5,0 %. Спад в сфере услуг составил 10,9%, в том числе в торговле – 18,8%, в сельском хозяйстве – 3,5%. Инфляция при этом достигла 19,1%.

Из-за политических событий резко ухудшилась инвестиционная привлекательность республики, имеют место случаи вывода бизнеса за пределы страны. Самые большие опасения связаны с ожидаемым резким ухудшением благосостояния граждан. Утрата источников доходов, потеря крыши над головой, доступа к базовым социальным инфраструктурным объектам, особенно резко ухудшит благосостояние граждан на юге республики. Рост цен на товары, услуги и сырье влечет за собой сокращение реальных доходов населения. В целом, ожидается, что отдельные наиболее незащищенные категории граждан остро ощутят на себе последствия экономического спада.

Для динамичного развития туристского сектора, привлечению инвестиций, необходимо вести постоянную работу над совершенствованием законодательной базы.

В настоящее время развитие туристского сектора реализуется в рамках Закона Кыргызской Республики «О туризме», Государственной программой «Стабильность и достойная жизнь», «Среднесрочной программой развития страны», Планом действий по развитию туристической отрасли на 2012 г. и др.

Основным звеном продвижения национального туристского продукта является национальная туристская администрация (НТА). Именно от ее усилий, степени воздействия на другие органы государственного управления и субъекты хозяйствования, инициатив в области законодательства, налоговой, финансовой, экономической и социальной политики зависит успех или неудача государственной политики туризма.

Стратегия развития туристской отрасли Кыргызской Республики на 2012-2015 годы является основным документом, отражающим среднесрочное развитие туристской индустрии в Кыргызской Республике и определяющим основные направления развития до 2015 года.

Стратегия определяет четыре приоритетных направления для реализации: маркетинг, развитие регионов, улучшение навыков и достижение устойчивого развития.

Под Стратегией развития туризма в Кыргызской Республике (далее – Стратегия) понимается взаимосвязанная по задачам, срокам осуществления и ресурсам совокупность целевых программ, отдельных проектов и внепрограммных мероприятий организационного, правового, экономического и политико-дипломатического характера, обеспечивающая эффективное решение проблемы динамичного и устойчивого развития туризма в стране.

Реализация настоящей Стратегии должна обеспечить вклад туристской индустрии в решение следующих общенациональных задач современного этапа экономического развития Кыргызстана:

- создание условий для динамичного и устойчивого экономического роста. Для этого за счет высоких темпов роста туристская индустрия (с учетом сопряженных областей) должна обеспечить свой вклад в дополнительный прирост темпов экономического развития;

- повышение уровня и качества жизни населения путем увеличения доступности туристских услуг, занятости и доходов жителей нашей страны;

- повышение конкурентоспособности кыргызской экономики путем повышения привлекательности нашей страны как туристского направления;

- обеспечение сбалансированного социально-экономического развития субъектов Кыргызской Республики за счет увеличения доли туризма в региональном валовом продукте.

Настоящая Стратегия учитывает современные мировые тенденции в сфере туризма и текущий этап развития кыргызской туристской индустрии.

В соответствии с положениями настоящей Стратегии разработан План мероприятий по ее реализации на перспективу до 2015 года, являющийся неотъемлемой частью Стратегии.

Положения настоящей Стратегии должны стать основой для общегосударственного понимания места и роли сферы туризма в экономике страны, реализации основных задач развития туризма, стоящих перед органами исполнительной власти всех уровней, а также определить направления и уровень государственной поддержки туристской индустрии.

Литература:

1. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. -Москва: Аспект Пресс, 2004. - 318 с.
2. Нишанов В., Байчериков Т. Туризм в Кыргызской Республике: Государственное управление, состояние, перспективы. - Бишкек, 2002.
3. Постановление Правительства КР от 25 ноября 2002 года № 802 "О плане мероприятий по реализации предложений по комплексному развитию туризма в Иссык-Кульском регионе, разработанных организацией Ага-Хана по развитию".
4. Постановление Правительства Кыргызской Республики от 2 февраля 2001 года № 33 «О Программе мероприятий по развитию туризма в Кыргызской Республике до 2001 года».