

УДК 338.48

ВЕЛИКИЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ И ГОРИЗОНТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Камалова Анара, кандидат экономических наук, профессор

<anara.kamalova.rabota@gmail.com>

Муралиева Жылдыз Амангелдиевна, старший преподаватель <jmuralieva@gmail.com>

Шайкидинов Аскар Токторбекович, ведущий специалист <askarsyaikidinov@gmail.com>

Кыргызско-Европейский факультет Кыргызского национального университета
им. Ж. Баласагына

Аннотация

Значительные изменения в мировой экономике, создающие серьезные вызовы для России и стран ЕАЭС, напрямую связаны с формированием современного экономического пояса Великого Шелкового пути. Создаются новые привлекательные условия для развития туристского бизнеса в Кыргызской Республике, так как открываются новые туристские рынки в странах-членах ЕАЭС. В данной статье рассматриваются вопросы, связанные с реальными возможностями интеграции туристского бизнеса республики с туристским бизнесом стран-участниц Великого Шелкового пути, а также выявляются проблемы, возможности их устранения и перспективы туристских пакетов в составе современного экономического пояса Великого Шелкового пути.

Ключевые слова: туристский бизнес, маркетинг, туристский маркетинг, продвижение, туристский продукт, туристы, реклама, Великий Шелковый путь, зелёный туризм.

THE INFLUENCE OF THE MODERN SILK ROAD ECONOMIC BELT ON KYRGYZ REPUBLIC TOURIST BUSINESS PERSPECTIVE

Kamalova Anara, Candidate of Economic Sciences, Professor

<anara.kamalova.rabota@gmail.com>

Muralieva Zhyldyz Amangeldieвна, Senior Lecturer <jmuralieva@gmail.com>

Shaykidinov Askar Toktorbekovich, Leading Specialist <askarsyaikidinov@gmail.com>

Kyrgyz-European Faculty of Kyrgyz National University J. Balasagyna

Abstract

The modern Silk Road economic belt is being revived. In our view, the significant changes that are taking place in the world economy that are currently creating serious challenges for Russia and the EEMP are directly related to the formation of the modern economic belt of the Great Silk Road.

In these conditions, new attractive conditions are created for the development of tourism business in the Kyrgyz Republic, as new tourism markets are opening in these countries. This article examines issues related to the real possibilities of joining the tourist business of the republic with the tourism businesses of the Great Silk Road countries, as well as identifies the problems, ways of their elimination and the issues of promising tourist packages in the modern Silk Road economic belt.

Keywords: tourism business, marketing, tourism marketing, promotion, tourism product, tourists, advertising, the Great Silk Road, green tourism.

УЛУУ ЖИБЕК ЖОЛУ ЖАНА КЫРГЫЗ РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИЗМДИ ӨНУКТУРУУ БАГЫТТАРЫ

Камалова Анара Камаловна, экономика илимдеринин кандидаты, профессор

<anara.kamalova.rabota@gmail.com>

Муралиева Жылдыз Амангелдиевна, улук окутуучу <jmuralieva@gmail.com>

Шайкидинов Аскар Токторбекович, жетектөөчү адис <askarsyaikidinov@gmail.com>
 Ж. Баласагын атындагы Кыргыз Улуттук Университети
 Кыргыз-Европа факультети

Кыскача мүнөздөмө

Жалпыбызга белгилүү болгондой, азыркы учурда Улуу Жибек Жолунун жаңы экономикалык поясы жанданууда. Азыркы учурда Россия менен ЕАЭС өлкөлөрүнө катаал шарт түзүүгө аракет кылган дүйнөлүк экономика жаатында болуп жаткан өзгөрүүлөр Улуу Жибек Жолунун кайра жаралуусу менен, биздин оюбузча, түздөн түз байланыштуу.

Ушул учурда Кыргыз Республикасында туризм тармагын өнүктүрүүгө жаны шарттар жаралууда, себеби бум мамлекеттердин рыноктору ачылууда. Бул макалада республиканын туристик бизнесин Улуу Жибек Жолуна катышуучу мамлекеттердин туристик бизнесине кошулуш жолдору каралат, ошондой эле көйгөйлөрдү табуу менен аларды жоюу жолдору айтылат жана ошондой эле заманбап Улуу Жибек Жолу экономикалык поясынын ичиндеги жаңы туристик пакеттер сунушталат.

Негизги сөздөр: туристик бизнес, маркетинг, туризмдеги маркетинг, жылдыруу, туристик продукт, туристер, жарнама, Улуу Жибек Жолу, жашыл туризм.

Стратегическая концепция «Экономический пояс Шелкового пути» рассматривает новые направления экономического развития регионов, расположенных по историческому маршруту Великого Шелкового пути. Новый маршрут будет пролегать через континент Евразии, пересекая многие страны. Он затронет 3 млрд. человек, а также соединит азиатский, тихоокеанский и западноевропейский экономические круги. Главной целью «Экономического пояса Шелкового пути» является создание новой модели регионального сотрудничества. В частности, сотрудничества в сфере торговли, транспорта и инвестиций, туризма и других отраслях экономики.

Наряду с общим развитием концепции Великого Шелкового пути развивается из года в год и ее туристская привлекательность. Она подкрепляется соответствующим сервисом, грамотным и избирательно гибким, включающим в себя быстрое оформление виз, современное гостиничное, транспортное, сервисное обслуживание. Национальные туристские компании, заинтересованные в том, чтобы турист побывал в нескольких странах, по территории которых проходит Шелковый путь, и увез с собой самые яркие впечатления, объединились в корпоративную организацию – Группу Шелкового пути (Silk Road Group). В нее вошли: Sairam Tourism (Узбекистан), Turan Asia (Казахстан), ITMS Tien-Shan (Кыргызстан), DN Tours (Туркменистан), IPTO (Иран), Improtoks Travel (Азербайджан), Armintour (Армения) и Caucasus (Грузия). Эти компании имеют высокий рейтинг и их цель – высокий уровень обслуживания клиентов. Главная цель, которую ставит перед собой эта группа, – создание качественно нового туристского продукта под названием «транснациональные туры по Шелковому пути». У этого пути огромная притягательная сила, его маршруты вполне конкурентоспособны при сопоставлении с любыми другими, например, с посещениями Египта, Франции, Мексики, Бразилии, Испании. То, что Группе Шелкового пути есть, что показать своим клиентам, подтвердили ее успехи на всемирных туристских ярмарках последних лет, которые прошли в Париже, Лондоне, Берлине, Иокогаме. Внимание к ее стендам было массовым и неослабным. Главное же тому подтверждение – беспристрастная статистика, констатирующая рост туристского потока в страны Центральной Азии и Кавказа.

В настоящее время разработаны и действуют сотни маршрутов на всех континентах, среди них один из самых привлекательных и самый длинный в мире – Великий Шелковый путь, имеющий протяженность 12 800 км. По прогнозам Всемирной туристской организации, к 2020 г. самым популярным среди туристов на нашей планете маршрутом станет знаменитый Великий Шелковый путь.

В этих условиях у Кыргызстана появляются большие возможности и перспективы развития международного туризма, и он должен не упустить такой огромный шанс. Кыргызстан издревле входил в зону развитой центральноазиатской цивилизации и служил основным резервом и перевалом на трассах международных торговых караванных путей. Благодаря Великому Шелковому пути, происходило взаимообогащение культур стран Востока и Запада.

На протяжении многих сотен лет наши предки бережно относились к окружающей среде, и перед нашим поколением стоит важнейшая задача – сохранить для своих потомков всю природную красоту нашей родины.

Кыргызская Республика – замечательная по красоте страна – обладает уникальным потенциалом для путешествий и отдыха. В горных районах можно увидеть одни из красивейших пейзажей в мире, свыше 90% территории республики лежит на высоте более 1000 м над уровнем моря. На территории Кыргызстана компактно расположены 88 горных хребтов общей протяженностью 7657 км. Около 6500 ледников общей площадью более 800 кв. км. Среди них привлекательные для многих туристов и альпинистов мира пик Ленина и пики-семитысячники Хан-Тенгри и Победы.

Кыргызстан имеет огромный потенциал развития отрасли туризма. Он стал бесспорным лидером в туристских рейтингах авторитетных изданий, таких как National Geographic Traveler, British Financial Times 2016, которые включили нашу республику в список семи стран мира. Действительно, природная красота, девственные горы и леса, а также богатая история Шелкового пути позволят приглашать туристов из Китая, Индии, Турции, Европы и арабских стран. Прошедшие в сентябре 2016 года Всемирные игры кочевников стали новой визитной карточкой Кыргызстана, где можно изучить историю кочевников, их уникальную культуру и наблюдать природную красоту. Внедряется новый подход к туризму «China friendly» во всех основных туристских объектах Кыргызстана. Сотрудничество в этом направлении включает подготовку информационных материалов, обучение наших специалистов в учебных заведениях КНР туристскому и гостиничному бизнесу. Эта обширная деятельность находится в прямой взаимосвязи с развитием инфраструктуры туризма.

Как мы уже отметили, в Кыргызстане туризм признан приоритетным направлением экономики, поэтому для усовершенствования и улучшения работы, а также дальнейшего развития туризма при Правительстве КР было создано Государственное агентство КР по туризму и спорту. В 1998 г. была разработана Концепция развития туризма в Кыргызстане на период до 2010 г., а в 1999 г. утверждена Государственная программа развития туризма до 2010 г., а затем и до 2020 г. Эти документы определяют основные направления развития туризма в Кыргызстане, что в перспективе даст возможность развития всей индустрии.

Однако, несмотря на все усилия правительства и департамента туризма и спорта, показатель валовой добавленной стоимости остается очень низким (4,9% ВВП), тогда как в некоторых зарубежных странах он близок к 50%.

Для улучшения ситуации необходимо, на наш взгляд, выделить и решить следующие проблемы:

- неизвестность отечественного туристского бренда на мировом туристском рынке;
- недостаточное внимание к проведению маркетинговых исследований;
- слабая информационная кампания на мировых туристских рынках;
- недостаточный уровень участия государства в развитии туристской отрасли;
- неразвитость инфраструктуры туристских и рекреационных зон;
- отсутствие единой информации о туризме в центральноазиатских странах ВШП;
- дефицит предложений гостиниц туристского класса, объектов придорожного сервиса;
- отсутствие прямых авиамаршрутов к основным туристским рынкам;
- несоответствие уровня сервиса в аэропортах международным стандартам;
- неразвитость рынка страховых услуг в туризме;

- отсутствие регулирования деятельности гидов приключенческого туризма;
- несоответствие уровня знаний выпускников требованиям туристской отрасли;
- слабое развитие «зеленого» туризма;
- несоблюдение правил охраны окружающей среды;
- непропорциональное развитие туризма по территории страны;
- недостаточно активная деятельность туристских ассоциаций;
- узкое использование методов рекламы;
- отсутствие нормативной базы в области обеспечения безопасного функционирования горнолыжных курортов и баз;
 - загрязнение окружающей среды, в частности, бытовыми отходами;
 - отсутствие санитарно-эпидемиологических требований к временным туристским лагерям.

Самыми посещаемыми местами по маршруту Великого Шелкового пути в Центральной Азии являются: Самарканд, Бухара, Хива, Пенджикент, Иссык-Куль, Ош, Узген, Туркестан и др. Освоение и развитие туристского потенциала Великого Шелкового пути поможет создать универсальный турпродукт, включающий в себя наиболее перспективные и оперативные виды туризма, пользующиеся спросом. Для Кыргызстана выгодны следующие комплексные транзитные туры по маршруту Великого Шелкового пути: Кашгар – Нарын – Иссык-Куль – Бишкек – Джамбул; либо Кашгар – Ош – Узген – Джалал-Абад – Самарканд – Бухара – Хива. На наш взгляд, первоочередной задачей является решение на государственном уровне вопроса об открытии единой туристской визы для посещения этих мест. Для успешного продвижения туризма в Центральной Азии (на примере Кыргызстана) необходимо сделать следующее.

А). Пяти странам СНГ, в том числе Кыргызстану, необходимо, прежде всего, повысить известность как центральноазиатских мест назначения на международном туристском рынке, путем совместного накопления средств, людских ресурсов и ноу-хау пяти стран.

- 1) эффективная организация сотрудничества в области туризма стран ВШП;
- 2) поиск туристских ресурсов, объектов и учреждений для эффективной организации логистики туризма;
- 3) разработка и установление разнообразных туристских маршрутов и предложений;
- 4) организация рекламной деятельности, составление рекламных материалов для стран с рынками высокой возможности отправления туристов.

Обеспечить сотрудничество с Китаем в области туризма, изучение опыта других государств. Для китайских туристов необходимо разработать программы отдыха с посещением торговых точек, продающих золотые и серебряные изделия, изготовленные кыргызскими мастерами, памятных мест на родине великого поэта Ли Бо, на берегах озера Иссык-Куль.

Для продвижения туристской продукции Кыргызстана на рынок необходимы следующие меры.

В). Организовать рекламу турпродукта Кыргызстана через средства массовой информации, в том числе открытие информационного центра в Бишкеке и областных центрах для обслуживания иностранных туристов и контингента иностранцев, проживающих в Бишкеке и странах СНГ (агентство и мини-выставочные центры).

- 1) установление контактов с ведущими международными туроператорами с целью размещения коммерческих предложений в западных каталогах;
- 2) подготовка к изданию пакета информационных материалов по Кыргызстану;
- 3) организация совместно с НАК «Кыргызстан аба жолдору» презентационных туров для туристских журналов, туроператоров, турагентов, авиалиний, телевидения и радио под названием «Добро пожаловать в Кыргызстан - центр Великого Шелкового пути»;

4) активное участие в ташкентской туристской бирже «Великий Шелковый путь», в Лондонской туристской бирже отдельным стендом «Кыргызстан – сердце Центральной Азии»;

5) подписание договора о сотрудничестве в организации сквозных туров по Великому Шелковому пути и совместной продаже их на внешних рынках с «Узбектуризмом» и Минтурспортом Казахстана;

6) открытие туристских офисов за рубежом на взаимовыгодных условиях с иностранными туристскими компаниями;

7) предложение иностранным туристам турпакета посещения памятных мест, связанных с именем Ч. Айтматова.

Возрождение Великого Шелкового пути открывает для Кыргызской Республики большие возможности в направлении развития туристского бизнеса и является индикатором интеграции республики в международный туризм.

Использованные источники

1. Ахметшин, Н. Х. Тайны Шелкового пути. – М.: ВЕЧЕ, 2002.
2. Бейшембаева, Ж. Т., Абдукадырова, А. К. Туризм Кыргызстана. – Б., 2000.
3. Возрождение Великого Шелкового пути в XXI веке: от теории к практике. Совместный проект Международного союза автомобильного транспорта и редакции polpred.com. – М., 2007.
4. Возрождение Шелкового пути для формирования евроазиатских автотранспортных связей // Информационный документ, представленный Министерством коммуникаций Китая на Совещании министров транспорта Экономической комиссии ООН в Азиатско-Тихоокеанском регионе (UNESCAP). – Октябрь 2006 г., Южная Корея.
5. Дудашвили, С. Д. Туристские ресурсы Кыргызстана. – Бишкек, 2004. – Режим доступа: trasesa-org.org/default.php - Проект ТРАСЕКА. Международный транспортный коридор Европа-Кавказ-Азия (ТРАСЕКА).
6. Камалова, А. Маркетинг. – Бишкек, 2008.
7. Максудинов, А., Камалова, А. Маркетинг услуг. – Бишкек, 2016.
8. О туризме: Закон КР от 25 марта 1999 г.
9. Туризм Кыргызстана: статсб. – Бишкек: Нацстатком, 2016.
10. Национальная стратегия развития КР на 2018-2040 гг. – Режим доступа: www.president.kg
11. Концепция развития туристической отрасли в КР до 2020 г. – Режим доступа: cbd.minist.gov.kg