

УДК 338.48

## ДҮЙНӨЛҮК КӨЧМӨНДӨР ОЮНДАРЫ КЫРГЫЗСТАНДЫН ТУРИСТТИК БРЕНДИ КАТАРЫ (жергиликтүү калкты сурамжылоонун негизинде)<sup>1</sup>

**Турдумамбетов Бакыт Үсөнакунович**, экономика илимдеринин кандидаты, доценттин м.а., Кыргыз-Түрк «Манас» Университетинин «Саякат иши жана гид кызматы» бөлүмүнүн башчысы  
<bakyt.turdumambetov@manas.edu.kg>

### Кыскача мүнөздөмө

Дүйнөлүк Көчмөндөр Оюндары түрк тилдүү мамлекеттердеги этно-спорт оюндарынын кайра жаралуусуна жана Кыргызстанда туризмдин өнүгүүсүнө кандайдыр бир деңгээлде түрткү болууда. Аны илимий жактан тактоо максатында бул иштин теориялык бөлүгүндө кыскача туризм рыногу, туризм менен спорттун байланыштары жана спорттук окуялуу туризм тууралуу маалыматтар каралып, тиешелүү адабияттарга сереп салынган.

Мындан сырткары Кыргыз Республикасында 2016-жылы экинчи жолу өткөрүлгөн Дүйнөлүк Көчмөндөр Оюндары кененирээк каралып, анын өзгөчөлүктөрү талданган. Бул багытта Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары спорттук окуялуу туризм катары каралып, бул иш-чаранын тарыхы, өткөрүлүүсү тууралуу маалыматтар камтылган.

Иштин эмпирикалык тарабы катары Бишкек шаарынын тургундары болгон жалпы саны 107 кишиден турган жергиликтүү калк өкүлдөрүн, анын ичинде туризм секторунда, айрыкча мейманкана иштетүү жана турагенттиктер менен туроператорлор тармагында эмгектенген кызматкерлерди жана ошондой эле туризм багытында билим алып жатышкан студенттерди анкеталык сурамжылоонун анализи жүргүзүлдү. Бул анализдин негизинде «Дүйнөлүк Көчмөндөр Оюндарынын» келечеги, мындан аркы өнүгүүгө тоскоол болуп жаткан маселелерине сереп салынып, аткарылган жана келечекте Кыргызстандын туристтик бренди болуш үчүн аткарыла турган иштер тууралуу кеңештер берилген.

**Негизги сөздөр:** спорттук окуялуу туризм, Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары, туризм, Кыргызстан, жергиликтүү пикирлер.

## РАЗВИТИЕ ВСЕМИРНЫХ ИГР КОЧЕВНИКОВ КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЕНДА КЫРГЫЗСТАНА (на материалах опроса местных жителей)

**Турдумамбетов Бакыт Усонакунович** – кандидат экономических наук, и.о. доцента, заведующий отделением «Туристический бизнес и служба гидов» Кыргызско-Турецкого университета «Манас»

### Аннотация

Всемирные игры кочевников (ВИК) могут возродить этнические спортивные игры в тюркоязычных странах. Более того, игры могут способствовать развитию туризма в Кыргызстане. В статье анализируется литература по туристическому рынку Кыргызстана, взаимосвязям между туризмом и спортом, а также маркетингу за рубежом. Более подробно в статье рассматриваются особенности ВИК, проведенных в 2016 г.

В статье ВИК рассматриваются как событие спортивного туризма и предоставляется аналитическая информация, основанная на местных мнениях о ВИК. Для определения мнения местных жителей было опрошено 107 человек, проживающих в столице Кыргызстана г. Бишкеке. В число респондентов вошли сотрудники отелей и туристических агентств, а также студенты вузов туристических специальностей. На основании результатов опроса обсуждалось будущее ВИК и препятствия на пути их развития.

<sup>1</sup> Бул эмгектин негизги жоболору III Эл аралык түрк элдеринин салттуу спорттук оюндары симпозиумунда талкууланган (Кыргызстан, Бишкек, 22-23-ноябрь 2018-жыл).

В статье содержатся предложения относительно действий, необходимых для превращения ВИК в туристический бренд Кыргызстана.

**Ключевые слова:** спортивно-событийный туризм, Всемирные игры кочевников, туризм, Кыргызстан, местные мнения.

## **WORLD NOMAD GAMES AS A TOURISM BRAND OF KYRGYZSTAN (Based on Survey of Local Communities)**

Asst. Prof., PhD in Economics **Turdumambetov Bakyt,**

Head of Department of Travel Business and Tourism Guidance, Kyrgyz Turkish Manas University

### **Abstract**

World Nomad Games (WNG) might revive ethnic sport games in Turkic-speaking countries. Moreover, the games can contribute to the development of tourism in Kyrgyzstan. This paper analyzes the existing literature on tourism market in Kyrgyzstan, the relationship between tourism and sport, and destination marketing. Furthermore, the paper focuses on 2016 World Nomad Games and discusses its features. In this work, World Nomad Games are regarded as an event of sport tourism, and information about its history and organization is provided. To obtain local opinions, 107 citizens of Bishkek, the capital of Kyrgyzstan, are surveyed. Respondents include hotel and travel agency employees, and university students who study tourism. Based on the results of the survey, the future of WNG and obstacles to its development are discussed. Moreover, the work provides suggestions for actions necessary to make WNG a touristic brand of Kyrgyzstan.

**Keywords:** sport event tourism, World Nomad Games, tourism, Kyrgyzstan, local opinions.

### **Киришүү**

Азыркы атаандаштык күчөгөн күндө эл аралык туристтик рыноктон татыктуу орун алуу үчүн өлкөнүн дестинация катары таанылуусу абдан маанилүү. «Дестинация», же тагыраак айтканда, "туризм дестинациясы", бул туристтерди кабыл алуу үчүн бардык зарыл болгон шарттарга ээ болгон географиялык аянт. [7] Туристтин саякаттоо максатына жараша бир нече өлкөлөрдөн турган бир чоң аймак (мисалы Борбордук Азия), же бир өлкө (мисалы Кыргыз Республикасы), же өлкөнүн бир аймагы (мисалы Ысык-Көл областы же Жети-Өгүз району) же кичинекей эле бир географиялык бирдик (мисалы Ала-Арча капчыгайы) да дестинация боло алат.

Бирок, азыркы дүйнөлүк туризм рыногундагы болуп көрбөгөндөй атаандаштыкка туруштук берүү үчүн өлкөдө кооз табият менен тарыхый-маданий өзгөчөлүктүн болуусу жетишсиз. Ал тургай туристтик инфраструктуранын, т.а. туристтерди жайгаштыруу жайларынын, транспорттук жеткиликтүүлүк жана коомдук тамак-аш жайларынын бар болуусу да аздык кылат. Буларга кошумча саякат учурунда туристтин кандайдыр бир кызыктуу иш-аракеттер (activities) менен камсыз болуусу алдыңкы планга чыгууда. [7]

Бул багыттан караганда «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстан үчүн баалуу табылга болуп саналат. Себеби бул оюндар Кыргызстанга эле эмес, бүткүл Орто Азия чөлкөмүн дестинация катары тандап келген туристтер үчүн уникалдуу туристтик иш-аракет (activities) болмокчу деген үмүттөбүз.

Ушуга байланыштуу сунушталган изилдөөбүздүн максаты болуп «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстанда туризмдин, жалпы эле экономиканын жана коомдун өнүгүүсүнө кандай таасир берип жаткандыгын тактоо саналат.

Изилдөөнүн теориялык бөлүгүндө кыскача туризм рыногу, туризм менен спорттун байланыштары жана спорттук окуялуу туризм тууралуу маалыматтар каралып, тиешелүү адабияттарга сереп салынган.

Изилдөөнүн эмпирикалык тарабы катары Бишкек шаарынын тургундары болгон, жалпы саны 107 кишиден турган жергиликтүү калк өкүлдөрүн, анын ичинде туризм секторунда, айрыкча мейманкана иштетүү жана турагенттиктер менен туроператорлор тармагында

эмгектенген кызматкерлерди жана ошондой эле туризм багытында билим берип/алып жатышкан окутуучулар менен студенттерди анкеталык сурамжылоонун анализи жүргүзүлдү.

Бул анализдин негизинде «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» келечеги, мындан аркы өнүгүүгө тоскоол болуп жаткан маселелерине сереп салынып, аткарылган жана келечекте Кыргызстандын туристтик бренди болуш үчүн аткарыла турган иштер тууралуу кеңештер берилген.

### **Окуяларга байланыштуу туризм жана спорттук окуялуу туризм**

Окуяларга байланыштуу туризм (event tourism), туризмдин башка түрлөрүнө караганда салыштырмалуу жаш сегмент жана ушуга байланыштуу изилдөө объектиси катары окумуштуулар үчүн да абдан кызыктуу. [3; 4] Окуяларга байланыштуу туризмде саякаттын негизги өзөгүн көп адамдар катышкан кандайдыр бир окуянын, иш-чаранын болушу түзөт. Өзүнө кадимки эс алууну жана дүйнөдөгү ар түрдүү укмуштуу окуяларга катышууну камтыган уникалдуу турлардын популярдуулугу күндөн күнгө өсүүдө. Бирок, дүйнө жүзү боюнча бул туризмдин түрүнө катышкандардын саны боюнча статистикалык маалыматтар жетишсиз, болгону жыл сайын дүйнөдө 3 млн. ашык окуялуу иш-чаралар уюштурулары белгилүү жана айрым өлкөлөр боюнча гана учкай цифраларды табууга мүмкүн. Мисалы, Улуу Британия туризмдин бул түрүнөн жылына 50 млрд. АКШ долларынын тегерегинде киреше табат. [1]

Окуяларга байланыштуу туризм – бул ар дайым майрамдык атмосфера, индивидуалдык эс алуу шарттары жана унутулгус таасирлер. Негизги өзгөчөлүгү – көптөгөн кайталангыс учурлар жана окуялар. Окуяларга байланыштуу туризм – бул перспективдүү жана динамикалуу темпте өнүккөн туризмдин бир түрү. Бул туризм түрүнүн негизги катышуучулары – материалдык жактан камсыз кылынган, кирешеси ортодон жогору, эки же андан көп кишиден турган саякатчылар. [9]

Адистер окуяларга байланыштуу туризмди төмөндөгүдөй 4 негизги түргө бөлүп карашат [3]:

- Бизнесстик иш-чаралар (конференциялар, семинарлар, корпоративдик маркетингдик окуялар, мамлекеттик-саясий жыйындар, көргөзмө-жарманкелер, инсентив турлар, жекече салтанаттуу кечелер);
- Фестивальдар жана башка маданий иш-чаралар (фестивальдар, расмий эскерүүлөр, карнавалдар, параддар, диний ритуалдар, зыяратчылык, көркөм-өнөр көргөзмөлөрү жана инсталляциялар);
- Спорттук иш-чаралар (профессионалдык лига оюндары, катышууга мүмкүн оюндар, рекреациялык оюндар, фанаттык оюндар, бир жолку турлар жана турнирлер);
- Көңүл ачуучу иш-чаралар (концерттер, шоулар, сыйлык тапшыруу аземдери, көчө аткаруучулары).

«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» бир караганда «Фестивальдар жана башка маданий иш-чаралар» категориясына жакын, бирок чындыгында «Спорттук иш-чаралардын» ичинде камтылган десек жаңылбайбыз. Буга далил катары «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» өткөзүлгөн жайлар «Спорттук иш-чаралардын» уюштуруу мейкиндиктерине дал келгендигин айтууга мүмкүн (табл. 1).

Таблица 1. Окуяларга байланыштуу туризм түрлөрүнүн уюштуруу мейкиндиктери

Окуяларга байланыштуу туризм түрлөрү:	Аларды уюштуруу мейкиндиктери:
Бизнесстик иш-чаралар	Жыйын залдары жана көргөзмө борборлору; Мейманканалар жана курорттук жайлар; Рыноктук аянттар.
Фестивальдар жана башка маданий иш-чаралар	Фестиваль аянттары; Көркөм-өнөр борборлору; Музейлер жана галереялар; Бийык саналган жайлар.
Спорттук иш-чаралар	Стадиондор жана ареналар;

	Атайын максаттар үчүн курулган ачык-асман алдындагы жайлар.
Көңүл ачуучу иш-чаралар	Концерттик залдар; Театрлар; Ачык-асман алдындагы жайлар; Парктар; Көчөлөр.

Бул таблицадагы маалыматтар [3] ишинен адаптацияланып алынды.

«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» расмий веб-сайтында да бул оюндар адамга берилген цивилизациялык мурас катары, этноспорт жана этномаданиятты өнүктүрүүгө багытталгандыгы белгиленген. [5] Анын үстүнө «оюн» сөзүнүн өзү кандайдыр бир спорттук иш-аракетти, таймашууну билдирери бышык.

Демек, жогорудагы айтылгандарга байланыштуу «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» спорттук окуялуу туризмдин объектиси катары талдаганыбыз туура.

Спорттук чоң окуялар ошол эле жылы ал дестинацияга туристтердин келүүсүн орточо 8% га өстүрөөрү белгилүү болгон. [2] Албетте бул көрсөткүч эң оболу дестинациянын же дестинация жайгашкан өлкөнүн экономикалык өнүгүү деңгээлинен көз каранды. Мисалы, экономикасы, анын ичинде туризм тармагы мыкты деңгээлде өнүккөн өлкөлөрдө бул кадыресе көрсөткүч болуусу мүмкүн. Ушул эле Fourie & Santana-Gallego [2] ишинде биз үчүн дагы бир маанилүү жыйынтык чыгарылган: спорттук окуяга түздөн-түз катышуучу өлкөлөрдөн келген туристтердин саны көбөйөрү байкалган, ал эми окуяга катышпаган өлкөлөрдөн келген туристтердин саны арткан эмес. Буга байланыштуу, «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарына» активдүү катышкан өлкөлөр негизинен түрк тилдүү коңшу мамлекеттер экендигин эске алсак, анда алыскы Батыштын бай өлкөлөрүнөн биз каалагандай туристтердин санынын көбөйбөй жатышы түшүнүктүү болмокчу. Жогоруда аталган изилдөөнүн дагы бир тыянагы боюнча туристтик сезон учурунда өткөрүлгөн спорттук окуя күтүлгөн туристтердин келүүсүнө терс таасир берсе, ал эми сезондон тышкаркы убакта уюштурулган спорттук окуя тескерисинче болжонгон туристтердин санынын кыйла көбөйүүсүнө түрткү болот. [2, с. 1369]

Спорттук окуялуу туристтик иш-чаранын сапаты түздөн-түз келген коноктун канааттануусуна таасир этип, ал болсо өз учурунда окуяны кайра келип көрүү ниетине түрткү болот. [8] Башкача айтканда, мисалы, эгер III «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарына» күбө болгон туристтин канааттануусу жогору болсо, анда анын кийинки IV «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарына» келип катышуу ыктымалдуулугу артат.

Спорттук окуялуу туристтик иш-чаранын сапаты Shonk & Chelladurai [8] ырастоолору боюнча төрт негизги компоненттен турат: жетүү мүмкүнчүлүгүнүн (доступ) сапаты, жайгашуу мүмкүнчүлүгүнүн сапаты, окуя өтүүчү жайдын сапаты, окуянын сапаты. Алардын компоненттери табл. 2 де көргөзүлгөн.

Таблица 2. Спорттук окуялуу туристтик иш-чаранын сапатынын түзүүчүлөрү

Жетүү мүмкүнчүлүгүнүн (доступ) сапаты	Жайгашуу мүмкүнчүлүгүнүн сапаты	Окуя өтүүчү жайдын сапаты	Окуянын сапаты
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Дестинация;</li> <li>✓ Спорттук окуя өтүүчү жай;</li> <li>✓ Жайгашуу.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Мамилелер;</li> <li>✓ Дизайн;</li> <li>✓ Баалар.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Мамилелер;</li> <li>✓ Дизайн жана инфраструктура;</li> <li>✓ Баалар.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Процесстин сапаты (уюштуруу сапаты);</li> <li>✓ Продукттин сапаты (оюндун сапаты).</li> </ul>

Булак: [8].

Жалпылап айтканда окуяларга байланыштуу туризмдин, анын ичинде спорттук окуялуу туризмдин катышуучулары жайгашуу жайларынын, транспорттук кызматтардын, коомдук тамактануу жайларынын жана саякат уюштуруу кызматынын жогорку деңгээлде болушун

талап кылышат. Демек, «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» туристтерди тартуу сапатын жогорулатуу үчүн уюштуруучулар бул жагдайларды эстен чыгарбашы керек.

#### «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» жөнүндө

«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» даярдоо жана өткөрүү боюнча Катчылыктын расмий веб-сайтындагы маалыматтардын негизинде бул иш-чара көчмөн цивилизациясынын маданиятын жандандырып жана сактап калуу максатында 2012-жылы Кыргыз Өкмөтү тарабынан демилгеленгендиги айкын. «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» азыркы мезгилге чейин 3 жолу өткөрүлдү.

Биринчи «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстанда Ысык-Көл облусуна караштуу Чолпон-Ата шаарында 9-14-сентябрь күндөрдүн аралыгында өткөрүлдү. Анда 19 мамлекеттен келген 583 спортчу күч сынашты. Мелдеш этноспорттун 10 түрүнөн өткөрүлдү. Маданий иш чараны өткөрүүдө 1200 адам катышты.

Экинчи «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» 3-8-сентябрь аралыгында кайрадан Кыргыз Республикасынын Ысык-Көл облусуна караштуу Чолпон-Ата шаарында өткөрүлдү. Анда 62 мамлекеттен 1200 спортчу күч сынашты. Мелдештер этноспорт оюндарынын 26 түрлөрүнөн өткөрүлдү.

Үчүнчү «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» да Кыргыз Республикасынын Ысык-Көл облусуна караштуу Чолпон-Ата шаарында 2-8-сентябрь 2018-жылы өткөрүлүп, 74 мамлекеттен 1976 спортчу келип катышышты. Мелдештер 37 этноспорт оюндарынын түрүн камтыды. [5]

Бирок бул оюндардын туризмге, жалпы эле экономикага тийгизген таасирлери жөнүндө илимий маалыматтар жокко эсе. Болгону, 2014-жылы өткөрүлгөн Биринчи «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» тууралуу кыскача салыштырмалуу анализ берилген. [10] Ал иштин негизги тыянагы катары «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» негизи мыкты идея болгонун, бирок аны өткөрүүнүн экономикалык натыйжалуулугу жана туризмге тийгизген таасири, «Көчмөн маданият» турпродуктусунун дүйнөлүк рыноктогу белгилүү ээси болгон Монголиянын жүргүзгөн туристтик саясатына салыштырмалуу, абдан төмөн экендиги белгиленген. Мунун бир далили катары төмөнкү табл. 3 сунушталат. Экономикалык натыйжалуулук демекчи, Биринчи «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» уюштуруу бюджетти 102 млн. сом, б.а. 2 млн. АКШ долларынын тегерегинде болуп, андан бир аз көбүрөөк бюджет – 2,7 млн. АКШ доллары менен Монголия абдан бай Батыш Европалык туристтик рынокту кызыктыра алган иш-чара өткөрүүгө катышкан. [10]

Ал эми Экинчи «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» уюштуруу үчүн Кыргызстандын мамлекеттик бюджетинен 258,6 млн. сом бөлүнсө, Үчүнчү «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» үчүн 303,1 млн. сом чегерилген. [5] Бирок, Биринчи «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» уюштурууга салыштырмалуу Үчүнчү «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарына» сарпталган бюджет 3 эсе өскөнү менен, бул иш-чаранын туризмге тийгизген таасири анчалык өсмөк тургай, байкаларлык эместей. Себеби, Кыргызстанга келген бай Батыш рыногунун туристтеринин саны табигый гана өсүш темпинде болуп, жыл сайын 100 миңдин гана тегерегинде болууда. Негизги туристтердин агымы, мурункудай эле коңшу өлкөлөрдөн, т.а. Казахстан, Өзбекстан жана Россиянын Сибирь тарабынан болууда.

Таблица 3. Кыргызстан менен Монголиянын туристтерди тартуу боюнча окуялуу иш-чараларын салыштыруу

Иш-чаранын аталышы	ITB Berlin, 2015 (Эл аралык туристтик биржа) (Монголиянын статусу – расмий партнер)	Биринчи «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары», 2014 (Кыргызстандын статусу – уюштуруучу жана кабыл алуучу өлкө)
Иш-чаранын бюджетти	\$2,7 млн (5 млрд монгол тугриги)	\$2 млн (102 млн сом /53,32 2014-жылдын сентябрь айындагы курсу боюнча)

Географиясы	5 континент, 185 өлкө	1 континент, 19 өлкө (айрым маалыматтар боюнча 10 өлкө)
Юридикалык жактардын өкүлдөрү катары адис-профессионал катышуучулардын саны (эл аралык туристтик бизнес чөйрөсүнөн)	110 000 адис (алардын 45 000 чет өлкөлүктөр, б.а. 40%)	Маалымат жок. Болжол менен 10 дон ашпаган эл аралык туристтик бизнес өкүлү
Жекече катышуучулардын саны	50 000 (булардын жарымын немистер, экинчи жарымын - башка Батыш өлкөлөрүнүн жарандары түзгөн)	45 000 (алардын 90% жергиликтүү катышуучулар, б.а. кыргызстандыктар түзгөн)
Журналисттердин саны	7 000 (90 дон ашык өлкөдөн)	250 (болжол менен 15 өлкөдөн). Айрым маалыматтар боюнча – 180: 100 жергиликтүү жана 80 чет өлкөлүк (www.limon.kg)
Катышкан ири компаниялардын саны	850	0
Иш-чаранын алкагында өткөрүлгөн конференциянын делегаттарынын саны	23 000	Маалымат жок
Соода жүгүртүүнүн көлөмү	€6,7 млрд (www.itb-berlin.de)	\$9,9 млн (М. Чакиевдин маалыматтары боюнча)

\*Булак: [10].

### Изилдөөнүн методологиясы

Жогоруда белгиленгендей изилдөөнүн максаты болуп «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстанда туризмдин, жалпы эле экономиканын жана коомдун өнүгүүсүнө кандай таасир берип жаткандыгын жергиликтүү калктын пикири аркылуу тактоо саналат. Ушуга байланыштуу маалымат чогултуунун негизги ыкмасы катары анкеталык сурамжылоо колдонулган. Бирок, Кыргызстандын калкынын саны боюнча репрезентативдүүлүк сакталыш үчүн минимум 384 респондент болуш керек болсо [6], азырынча биздин изилдөөбүздө Бишкек шаарынын тургундары болгон 110 адам гана сурамжыланган жана 3 анкета жараксыз деп табылып, 107 си гана анализденди. Калган 277 адамды келечекте «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» өткөн Ысык-Көл облусунда сурамжылоо пландалууда. Бул жагдайга байланыштуу азыркы сунушталган изилдөөбүз финалдык эмес, арадагы жыйынтык экендиги талашсыз. Бул себептен ишибиз азырынча жыштык (frequency) анализ аркылуу гана сүрөттөлмөкчү. Айта кетүүчү жагдай респонденттердин дээрлик 70% туризм секторунда эмгектенгендер, тагыраак айтканда мейманкана иштетүү жана турагенттиктер менен туроператорлор тармагында иштеген кызматкерлер болсо, башка 20% туризм багытында билим берип/алып жатышкан окутуучулар менен студенттерден түзүлгөн. Бул өңүттөн караганда сунушталган ишибиз эксперттик/адистик мүнөздөгү изилдөө болуп саналат.

### Изилдөөнүн табылгалары

Сурамжылоого катышкан респонденттер тууралуу демографиялык маалыматтар табл. 4 берилди.

Таблица 4. Респонденттер тууралуу демографиялык маалыматтар

Жынысы	Саны (N)	Пайызы (%)
Эркек	48	44,9
Аял	59	55,1
Үй-бүлөлүк абалы	Саны (N)	Пайызы (%)
Бойдок	46	43,0

Никелүү	41	38,3
Ажырашкан	20	18,7
<b>Жашы</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
19 тан төмөн	6	5,6
20-29	44	41,1
30-39	35	32,7
40-49	13	12,1
50 дөн жогору	9	8,4
<b>Улуту</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
кыргыз	54	50,5
казах	7	6,5
уйгур	1	0,9
орус	23	21,5
башка	22	20,6
<b>Билими</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
толук эмес орто	2	1,9
орто	18	16,8
кесиптик орто	4	3,7
жогорку	83	77,6
<b>Жумуш</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
бар, иштейт	97	90,7
жок, иштебейт	10	9,3
<b>Иштөө чөйрөсү</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Турфирма	42	39,3
Отель/Мейманкана	34	31,8
Университет	19	17,8
Башка	12	11,2
<b>Айлык орточо киреше</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
100-200 \$	21	19,6
200-400 \$	42	39,3
400-600 \$	31	29,0
600-1000 \$	8	7,5
1000 \$ жогору	5	4,7

Табл. 4тө көрүнүп тургандай, сурамжылоого катышкандардын жарымынан азыраагын эркектер, бир аз көбүрөөгүн аялдар түзгөн. Алардын 43% – бойдоктор, 38,3% – никелүүлөр. Респонденттердин 85% – 20дан 49 жашка чейинки курактагылар. Титулдук улут жалпы сурамжылоого катышкандардын жарымын түзсө, орустар – 21%, башка улуттагылар баары биригип – 28% ээлейт. Басымдуу бөлүктү жогорку билимдүүлөр түзгөн. Дээрлик 40% турфирмалардын кызматкерлери болсо, 32% – мейманкаларда иштегендер жана 18% – туризм багытында билим берген жогорку окуу жайлардын өкүлдөрү түзүп, башка тармактагылар 11% түзүшкөн. Айлык кирешесин 200-400 \$ катары баалагандар дээрлик 40% түзсө, 30% жакыны 400-600 \$ деп көргөзүшкөн.

Табл. 5те көрүнүп тургандай, респонденттердин басымдуу көпчүлүгү (86%) «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» керектүү иш-чара катары баалашкан. Ал эми иш-чаранын негизги идеясы катары респонденттердин 27% – «Туристтерди жана инвесторлорду тартууну» белгилешсе, 20% – «Руханий жана маданий кайра жаралууну» көргөзүшүп, 40% ашыгы – негизинен бир нече жоопту аралаштырып белгилегендиктен «Жооп бере албайм» категориясында бааланып калышкан.

Таблица 5. Респонденттердин «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» тууралуу пикирлери

Бизге «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» керекпи?	Саны (N)	Пайызы (%)
Ооба, керек	92	86,0
Жок, керек эмес	9	8,4
Жооп бере албайм	6	5,6
<b>Сиздин көз карашыңызда,</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>

<b>«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» негизги идеясы эмне?</b>		
Руханий жана маданий кайра жаралуу	22	20,6
Туристтерди жана инвесторлорду тартуу	29	27,1
Элдердин биригүүсү	5	4,7
Негизги көйгөйлөрдөн калктын көңүлүн буруу	5	4,7
Жооп бере албайм	45	42,1
Башка	1	0,9
<b>«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстандын туристтик бренди боло алабы?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Ооба, боло алат	87	81,3
Жок, боло албайт	8	7,5
Жооп бере албайм	12	11,2
<b>«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстандын экономикасына кандай таасир берди деп ойлойсуз?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Оң таасир берди	58	54,2
Терс таасир берди	23	21,5
Жооп бере албайм	26	24,3
<b>«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстандын маданиятына жана улуттар аралык мамилелерге кандай таасир берди деп ойлойсуз?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Оң таасир берди	90	84,1
Терс таасир берди	6	5,6
Жооп бере албайм	11	10,3
<b>«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Ысык-Көл облусунун жаратылышына кандай таасир берди деп ойлойсуз?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Оң таасир берди	42	39,3
Терс таасир берди	34	31,8
Жооп бере албайм	31	29,0
<b>«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынан» Сиздин алган жалпы таасириңиз кандай?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Оң	92	86,0
Терс	2	1,9
Жооп бере албайм	13	12,1
<b>Сиздин бул иш-чарадан күткөндөрүңүз акталдыбы?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Ооба, толугу менен	39	36,4
Жарым-жартылай	61	57,0
Такыр акталган жок	7	6,5
<b>«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» келечеги кандай деп ойлойсуз?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Долбоор жашап кете алат	73	68,2
Келечеги жок	4	3,7
Жооп бере албайм	30	28,0
<b>Келечекте «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» кандай тартипте өткөрүү керек деп ойлойсуз?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>



Дайыма Кыргызстанда	47	43,9
Кезеги менен башка өлкөлөрдө	52	48,6
Жооп бере албайм	8	7,5
<b>Эгер келечекте «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» Кыргызстанда өтө турган болсо, аны ким уюштурган жакшыраак ?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Мамлекет	69	64,5
Жеке менчик компаниялар	17	15,9
Жооп бере албайм	21	19,6
<b>Келечекте «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» уюштуруу боюнча кандайдыр бир сунуштарыңыз барбы?</b>	<b>Саны (N)</b>	<b>Пайызы (%)</b>
Ооба, бар	25	23,4
Сунуш жок	82	76,6

Басымдуу көпчүлүк (81%) «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» Кыргызстандын туристтик бренди болоруна терең ишенишет. Бирок, оюндардын өлкө экономикасына тийгизген таасирин баалоодо ишеним кыйла аз: болгону 54% оң таасир болгонун белгилешсе, 21,5% – терс, 24% – жооп бере алган эмес. Анткен менен, бул иш-чаранын Кыргызстандын маданиятына жана улуттардын өз ара мамилесине оң таасир бергенин басымдуу көпчүлүк, т.а. 84% белгилешкен.

Олуттуу маселе болуп оюндардын Ысык-Көл облусунун табиятына тийгизген таасири каралууда, себеби 39% – оң таасир берди дегени менен, дээрлик 32% – терс таасир болгонун белгилешип, калган үчтөн бири (29%) үчүн бул суроого так жооп берүү кыйынга турган.

Дээрлик 86% бул окуядан жалпы оң таасир алганын белгилешсе, 36% – иш чарадан күткөндөрү толук акталганын, ал эми 57% – жарым-жартылай акталганын билдиришкен. Долбоордун мындан ары да иштеп кете ала тургандыгына 68% ишенсе, 28% үчүн бул суроого так жооп берүү оңой эмес болгон. Келечекте бул оюндардын дайыма Кыргызстанда өтүүсүн каалагандар 44% түзүп, кезеги менен башка өлкөлөрдө өтүүсүнө тилектештер болсо 48% ашыгыраак. «Эгер келечекте «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» дагы эле Кыргызстанда өтө турган болсо, анда аны ким уюштурганы жакшыраак» деген суроого 64% – мамлекет деп, болгону 1 % – жеке менчик уюмдар деп жооп берген. 20% жакыны бул суроого так жооп бере алган эмес.

Болгону респонденттердин 23%, б.а. 25 киши келечекте бул оюндарды уюштуруу боюнча айрым сунуштарды бере алышкан. Ал сунуштар төмөндө табл. бда берилди.

Таблица 6. Респонденттердин «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» уюштуруу боюнча сунуштары

<b>Отелдерде иштеген респонденттердин сунуштары:</b>	<b>Турфирмаларда иштеген респонденттердин сунуштары:</b>	<b>Университеттерде иштеген/окуган респонденттердин сунуштары:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Көп өлкөлөрдөн инвесторлор менен катышуучуларды тартуу керек;</li> <li>✓ Чолпон-Ата шаарынын инфраструктурасын оңдоо;</li> <li>✓ Этно-шаарчаны жакшылап жабдыктоо;</li> <li>✓ Досугтун көчмөндүккө байланыштуу түрлөрүн көбөйтүү;</li> <li>✓ Көчмөндөрдүн кийимдерин прокатка берүүнү уюштуруу;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Инфраструктураны жакшыртуу;</li> <li>✓ Кыргызстандын башка жактарында да инфраструктураны жакшыртуу;</li> <li>✓ Манас аэропортунда ишти тартипке келтирүү (таксисттерди жөнгө салуу);</li> <li>✓ Көп бак-дарактарды отургузуу;</li> <li>✓ Ысык-Көлдүн экологиясын жакшыртуу;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Мамлекет координация ишин гана кылып, уюштуруу иштерин адистешкен ивент-компанияларга берүү;</li> <li>✓ Маркетинг ишинин үстүнөн айрыкча өнүккөн өлкөлөрдөгү пиардын үстүнөн тынымсыз иштөө;</li> <li>✓ Кыргызстандын бренди катары Кыргызстанда гана өткөрүү;</li> <li>✓ Таштанды чыгаруу</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Мейманкана-отелдердин персоналын окутуп-үйрөтүү;</li> <li>✓ ДКОнун маркетинг ишин жакшыртуу;</li> <li>✓ Ысык-Көлдө эле эмес, Кыргызстандын башка областтарында да өткөрүү.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Реклама, маркетинг ишин эң аз 1 жыл мурун баштоо;</li> <li>✓ Көчмөндөрдүн тамактарын жасап сатуу;</li> <li>✓ Кырчын жайлоосундагы уюштуруу иштерин жакшыртуу;</li> <li>✓ Пляждарды оңдоп-түзөө;</li> <li>✓ Катышуучу өлкөлөрдөн каражат чогултуп жалпы фонд түзүү;</li> <li>✓ Жогорку сапатты кармоо;</li> <li>✓ Кезеги менен Кыргызстанда, анан башка өлкөдө, кайра Кыргызстанда өткөрүү.</li> </ul>	<p>маселесин жакшылап уюштуруу;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Айлана-чөйрөнү сактоо;</li> <li>✓ Артисттерге шарттарды жакшыртуу;</li> <li>✓ Ынтымакташып иштөө, пунктуалдуулук жана креатив;</li> <li>✓ Кызыктуу оюндардын ассортиментин көбөйтүү;</li> <li>✓ Катышуучу өлкөлөрдүн санын көбөйтүүгө аракет кылуу;</li> <li>✓ Комузчу жана башка чыгармачыл адамдардын катышуу шарттарын жакшыртуу;</li> <li>✓ Кызмат көрсөтүү жана уюштуруу деңгээлин жогорулатуу;</li> <li>✓ Ысык-Көлдө эле эмес, Кыргызстандын башка областтарында да өткөрүү;</li> <li>✓ Жаштарды көп тартуу;</li> <li>✓ 3 же 4 жылда бир уюштуруу;</li> <li>✓ Жаштардын креативдүү ой жүгүртүүсүн камсыздоочу оюндарды иштеп чыгуу;</li> <li>✓ Жеке инвесторлорду тартуу аркылуу уюштуруу.</li> </ul>
--	--	--

### Сунуштар жана талкуулоо

«Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» уюштуруу туризм үчүн керектүү иш-чара экендиги талашсыз, бирок, изилдөөбүзгө таянып, анын негизги идеясы тууралуу туризм тармагында иштегендер арасында маалымат жок деп айтууга мүмкүн. Иш-чаранын өлкөнүн экономикасына, анын ичинде туризм тармагына тийгизген таасири боюнча көбүрөөк жана тагыраак изилдөөлөрдүн болушу учурдун талабы. Мүмкүн бийликтегилер бул иш-чаранын уюштурууда бута катары өлкө ичиндеги ынтымакты, маданияттын өнүгүүсүн жана улуттук аң-сезимдин бекемделүүсүн көздөгөндүр. Эгер андай болсо «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» бул багытта максатына жеткенин респонденттердин берген жообуна таянып айта алабыз. Себеби бул иш-чаранын Кыргызстандын маданиятына жана улуттардын өз ара мамилесине оң таасир бергенин басымдуу көпчүлүк, т.а. 84% белгилешкен.

Албетте, ачык асман алдында мындай масштабдуу иш-чараны уюштуруу экологиялык маселелердин келип чыгышын болтурбай койбойт. Ошол себептен респонденттердин дээрлик 32% табиятка терс таасир болгонун белгилешип, башка үчтөн бири терс же оң болгонун так ажырата алышкан эмес. Демек келечекте уюштуруучулар олуттуу көңүл бура турган көйгөй ушул экологиялык таасирлер болмокчу.

Кыргызстандын туризм тармагына тиешеси бар 3 тармакта (мейманкана иштетүү, саякат уюштуруу жана туризм боюнча билим берүү тармактарында) иштеген респонденттердин келечекте «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын» уюштуруу боюнча берген сунуштарынын баардыгында туристтик инфраструктураны оңдоо маселеси коюлган. Чындыгында азыркы атаандаштык курч мезгилде заманбап туристтик инфраструктурасыз мындай окуялуу иш-чаралардын экономикалык натыйжалуулугун арттыруу мүмкүн эмес.

Тармак адистери берген сунуштардын катарында «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» негизги иш-чараларынан башка дагы кошумча туристтин кандайдыр бир кызыктуу иш-аракеттер (activities) менен камсыз болуусу алдыңкы планга чыгууда. Демек, келечекте уюштуруучулар бул багытта адистешкен туристтик ишканалар менен тыгыз иштешип, келген туристтердин көбүрөөк акча сарптоолоруна шарттардын түзүлүшүнө маани берүүсү абзел.

Акырында айтарыбыз, мурда белгилегендей «Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарынын» Кыргызстандын туристтик бренди болуп, жана анын экономикалык натыйжалуулугун арттыруу үчүн эң негизги иш бул – туура маркетингдик саясаттын жүргүзүлүүсү зарыл [10]. Бул контекстте эң эле биринчи болуп өлкөнүн туристтик логосунун «Көчмөндөр маданияты» турпродуктусуна таамай келтирилүүсү абдан маанилүү.

#### Колдонулган адабияттар жана маалымат булактары

1. An introduction to the UK event industry in numbers. EVENTBRITE (2018). – Режим доступа: <https://www.eventbrite.co.uk/blog/academy/uk-event-industry-in-numbers-ds00/> (дата обращения: 17.10.18).
2. Fourie, J. & Santana-Gallego, M. The impact of mega-sport events on tourist arrivals // *Tourism Management*. – 2011. – № 32. – С. 1364-1370.
3. Getz, D. & Page S.J. Progress and prospects for event tourism research // *Tourism Management*. – 2016. – № 52. – С. 593-631.
4. Getz, D. Event tourism: definition, evolution, and research // *Tourism Management*. – 2008. – № 29. – С. 403-428.
5. III Дүйнөлүк көчмөндөр оюндарын даярдоо жана өткөрүү боюнча Катчылыктын расмий веб-сайты: Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары жөнүндө. – Режим доступа: <http://worldnomadgames.com/kg/page/DKO-zhonundo-37/> (дата обращения: 17.10.18).
6. Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. Determining sample size for research activities // *Educational and Psychological Measurement*. – 1970. – № 30. – С. 607-610.
7. Morrison, A.M. *Marketing and managing tourism destinations*. – Лондон: Taylor & Francis Ltd: Routledge, 2013. – 596 с.
8. Shonk, D.J. & Chelladurai, P. Service quality, satisfaction, and intent to return in event sport tourism // *Journal of Sport Management*. – 2008. – № 22. – 587-602.
9. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с.
10. Турдумамбетов Б. Миллионы туристов в Кыргызстане: победа или беда? (часть 2). – Режим доступа: <http://analitika.akipress.org/news:5358> (дата обращения: 07.10.18).