

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ
КЫРГЫЗСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. М. РЫСКУЛБЕКОВА
КЫРГЫЗСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
им. Ж. БАЛАСАГЫНА**

Диссертационный совет Д 08.15.521

На правах рукописи

УДК 338.48 (575.2)

Бекбоева Махабат Амантуровна

**Экономические проблемы развития туристского рынка
в Кыргызской Республике**

Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление отраслями)

Автореферат

диссертации на соискание учёной степени
доктора экономических наук

Бишкек – 2016

Диссертационная работа выполнена на кафедре «Бухгалтерский учёт, экономика и менеджмент» Нарынского государственного университета им. С. Нааматова.

Научный консультант: **Атышов Кобогон Атышович**
доктор экономических наук, профессор

Официальные оппоненты: **Акназарова Роза Корчубековна,**
доктор экономических наук, профессор

Мейманов Бакыт Каттоевич,
доктор экономических наук, доцент

Адиева Айнура Абдужалаловна,
доктор экономических наук, доцент

Ведущая организация: **кафедра экономических программ и управления Бишкекского гуманитарного университета им. К. Карасаева,** адрес: 720044, г. Бишкек, проспект Мира 27.

Защита состоится 20 мая 2016 года в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 08.15.521 по защите диссертаций на соискание ученой степени доктора (кандидата) экономических наук при Кыргызском экономическом университете им. М. Рыскулбекова и Кыргызском национальном университете им. Ж. Баласагына, по адресу: 720033, г. Бишкек, ул. Тоголок Молдо 58.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Кыргызского экономического университета им. М. Рыскулбекова по адресу: 720033, г. Бишкек, ул. Тоголок Молдо 58.

Автореферат разослан 19 апреля 2016 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Д 08.15.521,
к.э.н., доцент

Байтерекова Г. С.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. Неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов является одной из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, а его развитие способствует решению ряда экономических и социальных вопросов.

Туризм в Кыргызстане развивается быстрыми темпами и имеет все предпосылки для того, чтобы стать отраслью специализации для ряда регионов страны, обладающих как количественным, так и качественным человеческим капиталом, природно-рекреационным и историко-культурным потенциалом.

По версии туристского интернет-ресурса «Globe Spots»¹, Кыргызстан в 2013г. занял третье место в мире среди стран, в которых «можно хорошо отдохнуть». Кыргызстан отнесли к экзотической стране и определили озеро Иссык-Куль как один из основных источников дохода от туризма в стране. Кроме этого, по версии российского подразделения журнала «Forbes», горнолыжная база «Каракол» вошла в десятку лучших мест, которое находится в «весьма комфортном климатическом поясе». Однако, по оценкам международных экспертов, Кыргызская Республика использует свой туристский потенциал не более чем на 15%, хотя по данным Всемирной организации туризма международные туристы, заинтересованные в турах по Великому Шелковому пути, составляют 27% от общего количества туристов. Индустрия туризма в Кыргызской Республике на государственном уровне признана одной из приоритетных в экономике страны. На сегодняшний день разработана Национальная стратегия устойчивого развития (НСУР) Кыргызской Республики на 2013-2017 гг., принятая Указом Президента Кыргызской Республики 21 января 2013 г., в которой говорится о важности развития туристского сектора на основе кластерного подхода.

Доминирующими целями экономической политики как развитых, так и развивающихся государств являются рост национальной конкурентоспособности, расширение доли национальных компаний на внутреннем и мировом рынках, повышение эффективности их деятельности. Конкурентоспособность туристской территории и её привлекательность для инвесторов во многом зависят от того, насколько эффективно структурировано её экономическое пространство и в какой степени используются наиболее рациональные формы территориальной и отраслевой организации.

Использование кластерной модели организации бизнеса в качестве адекватного инструмента модернизации национальной экономики в целях повышения ее конкурентоспособности не имеет альтернативы.

Разработка концептуальных и методических основ создания высокоэффективного и конкурентоспособного регионального туристского кластера обес-

¹Globe Spots – независимая группа путешественников, которая ежегодно определяет десять стран мира, по которым и путешествует, собирая различную информацию об интересных, с точки зрения туризма, местах.

печит возможности для удовлетворения потребностей отечественных и зарубежных туристов в инновационных туристских услугах, соответствующее пополнение бюджета региона, приток государственных и частных инвестиций, увеличение рабочих мест, продвижение региона на отечественном и международном туристских рынках при сохранении и рациональном использовании природно-рекреационного и культурно-исторического наследия региона.

В связи с этим актуальность темы исследования определяется потребностью в теоретически обоснованных и практически значимых разработках, обеспечивающих эффективную систему управления региональным туристским кластером.

Связь темы диссертации с государственными и научными программами. Тема диссертационной работы связана с реализацией Национальной стратегии устойчивого развития Кыргызской Республики на 2013-2017 гг., с Концепцией развития туризма в Кыргызской Республике и другими программами развития туристской отрасли в республике, а также с комплексной темой научных исследований Нарынского государственного университета им. С. Наматова по проблемам развития туризма.

Цели и задачи исследования. Целями исследования являются теоретико-методологическое обоснование процесса регулирования развитием туристского рынка на современном этапе, комплексный анализ и прогнозирование его развития, разработка рекомендаций и предложений по развитию туристского рынка на основе регионального туристского кластера.

Поставленные цели исследования обусловили необходимость решения следующих задач:

- систематизировать и дополнить понятийный аппарат сферы туристской деятельности, в частности, углубить социально-экономическое содержание понятий «туризм», «турист», «туристский рынок» и выделить их специфические особенности для более полного понимания и раскрытия их сущности;

- изучить и проанализировать этапы формирования туристского рынка, тенденции развития международной торговли, объясняющие причину и раскрывающие сущность экономических туристских отношений между странами, их позиции в международном туристском потоке;

- предложить методологическую основу для классификации туризма на базе теоретического обобщения видов, разновидностей, форм туризма; для туристской деятельности – по признакам социально-экономического и организационного характера;

- изучить теоретические аспекты понятия «туристский кластер», этапы и признаки его формирования, а также уровни оценки эффективности типового туристского кластера;

- провести оценку количественного и качественного потенциала природно-рекреационных и историко-культурных ресурсов регионов страны, изучить их потенциальные возможности для развития туристского рынка, уровень их использования;

- выявить наиболее существенные экономические факторы, влияющие на конкурентоспособность и развитие туристского рынка;

- проанализировать состояние и тенденции развития отечественного туристского рынка за период 2010-2014 гг. в целях комплексного изучения всех сторон деятельности хозяйствующих субъектов, а именно, экономических и финансовых показателей, позволяющих определить причины и факторы, положительно или отрицательно влияющие на развитие, экономическую и социальную эффективность туризма;

- предложить рекомендации по определению уровня регионов по степени развитости туризма и охарактеризовать те направления развития туризма для регионов каждого уровня, которые могут стать основой для разработки программ регионального развития туристского рынка;

- провести комплексный анализ, с определением приоритетного региона для формирования туристского кластера, с разработкой карты туристского кластера и маркетинговой стратегии развития туристских комплексов;

- предложить метод балльной оценки для анализа процесса формирования регионального туристского кластера на исследуемой территории, позволяющий использовать качественный анализ совместно с количественным, и сценарий развития туристского кластера;

- оценить влияние кластерных технологий на развитие туристского сектора, рассчитать экономическую эффективность создания туристского кластера с применением туристского мультипликатора и обосновать целесообразность использования кластерного подхода к формированию туристских комплексов в регионах;

- рассчитать прогноз развития основных индикаторов туризма страны и Иссык-Кульской области;

- разработать механизмы и организационную схему для качественного управления туристским рынком, в контексте реализации кластерного подхода.

Научная новизна исследования заключается в разработке рекомендаций и предложений по совершенствованию управления рынком туристских услуг в современных условиях, а именно, в комплексном исследовании проблем, связанных с разработкой теоретических положений, методических и практических рекомендаций по формированию регионального туристского кластера.

В соответствии с выполненным исследованием сформулированы следующие положения, отражающие **научную новизну работы**:

- систематизировано и уточнено социально-экономическое содержание понятий «туризм», «турист» и «туристский рынок», что позволило выделить их специфические особенности, критерии для более полного понимания и раскрытия их сущности, а также выработать собственное определение понятий туризма и туристского рынка;

- предложена систематика развития сферы туризма, с выделением основных этапов его развития, в основу которой положены социальные и экономические предпосылки, целевые функции туризма. В основу предложенной систематики развития сферы туристского рынка положены природно-

рекреационные, образовательные, религиозные, познавательные и коммерческие цели;

- предложена классификация туризма по целевому назначению, названная мотивационной классификацией, базирующейся на основных мотивационных факторах и типах путешествий и применяющей такие классификационные категории для дифференциации туризма, как вид (разновидность) и форма. По признакам социально-экономического и организационного характера предложена организационно-экономическая классификация туристского рынка;

- дополнено содержание понятия «региональный туристский кластер, под которым понимается «форма организации туризма, которая включает совокупность предприятий сектора материального производства, социальной инфраструктуры, туристской специализации и туристского обслуживания на конкретной территории, а также сопряженных отраслей, которые объединены горизонтальными и вертикальными связями, сотрудничество и деятельность которых приводит к синергии в целом и её отдельных предприятий». Предложен также метод балльной оценки по совокупности географических, экономических, социальных, институциональных, инфраструктурных признаков, позволяющий использовать не только качественный, но и количественный анализ;

- выявлены потенциальные возможности туристских ресурсов в развитии туристского рынка. Определена важность потенциала природно-рекреационных и историко-культурных ресурсов, для чего проведён анализ их количественного состава, масштаба, значимости, качества, существующей и потенциальной степени коммерциализации, а также перспективности видов туризма, основывающихся на этих ресурсах;

- определены экономические факторы влияющие на развитие туристского рынка, в частности, привлечение иностранных и внутренних инвестиций, строительство и модернизация инфраструктуры, степень развития транспортной сети и продвижение, реализация туристского продукта;

- исследован уровень развития туристского рынка республики на основе комплексного анализа, выявлены его роль и место в структуре экономики. Анализ экономических и финансовых показателей позволил определить причины и факторы, как положительно, так отрицательно влияющие на развитие туристского рынка и способствующие выявлению его экономической и социальной эффективности;

- учитывая немаловажную роль экономической развитости туризма для региона, предложены рекомендации по определению уровня туристских районов с дополнительными показателями: наличие привлекаемых инвестиций и международных проектов; объём рыночных услуг в сфере туризма; количество обслуженных туристов; количество объектов размещения и предприятий туризма; число коек в месяц максимального развёртывания в специализированных средствах размещения и на предприятиях туризма. В соответствии с предложенной типологией рассмотрены направления развития туризма для регионов каждого уровня, которые могут стать основой для разработки программ регионального развития туризма;

- для дополнительной дифференциации регионов применён метод кластерного анализа, определивший кластерные группы по уровню развитости туризма и позволяющий при формировании и проведении региональной туристской политики учитывать уровень развития туризма и оценивать инвестиционную привлекательность региона. Составлена карта туристского кластера региона с потенциальными участниками, с разработкой маркетинговых стратегий развития;

- предложен метод балльной оценки для анализа процесса формирования регионального туристского кластера на исследуемой территории, позволяющий использовать качественный анализ совместно с количественным. Данный метод, включающий первичные и вторичные признаки, позволяет определить формируемый туристский кластер как пре-кластер и применить один из сценариев инновационного развития;

- предложены рекомендации для расчёта мультипликативного эффекта от формирования Иссык-Кульского туристского кластера на основе обобщения подходов к экономической оценке туристских кластеров; обоснован прогноз развития туристского рынка региона и страны с использованием метода экстраполяции. На основе ожидаемых прогнозных данных определён суммарный доход в разрезе двух диапазонов с применением туристского мультипликатора, подтверждающий научную гипотезу об эффективности формирования регионального туристского кластера;

- предложены механизмы регулирования туристского рынка для совершенствования качества государственного управления, в контексте реализации кластерного подхода на всех уровнях управления и организационная схема реализации стратегий, программ и проектов развития туризма.

Практическая значимость полученных результатов заключается в том, что разработанные и обоснованные теоретико-методологические подходы к изучению туристского рынка и кластерного развития могут быть применены в деятельности Министерства культуры, информации и туризма Кыргызской Республики, туристских ассоциаций, местных органов государственной власти при разработке и реализации программ развития туризма в Кыргызстане; использованы отечественными и частными организациями, занимающимися анализом и развитием рынка индустрии туризма; выбраны в качестве приоритетного направления развития туризма в регионе, в частности, кластерная концепция развития туризма; использованы в планировании и прогнозировании развития туристской отрасли и быть полезны при разработке учебных программ и учебных пособий в вузах страны по соответствующим темам.

Экономическая значимость результатов исследования заключается в том, что исследование может способствовать развитию туристского сектора и туристского рынка в Кыргызстане, совершенствованию управления туристским рынком страны, эффективному решению социально-экономических задач. Материалы диссертационной работы могут послужить методической основой для формирования региональных туристских кластеров. Диссертация является пер-

вым комплексным экономическим исследованием туризма в Кыргызстане в условиях рыночных отношений.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1) теоретический материал позволил уточнить и дополнить понятийный аппарат сферы туристской деятельности, в частности, углубить социально-экономическое содержание понятий «туризм», «турист», «туристский рынок», «региональный туристский кластер» и выделить их специфические особенности для более полного понимания и раскрытия их сущности;

2) развитие сферы туризма рассматривается с выделением основных этапов, в основу которого положены социальные и экономические предпосылки, такие целевые функции туризма, как рекреационные, образовательные, религиозные, познавательные, коммерческие;

3) классификация туризма по целевому назначению, базирующаяся на основных мотивационных факторах и типах путешествий, названа мотивационной классификацией. Разнообразие и многофункциональность деятельности туризма образуют организационно-экономическую классификацию туризма. Предложенные классификации дают возможность анализировать особенности производства и потребления туристского продукта, качественный состав потребителей и структуру туристского рынка с точки зрения технологических функций составляющих его элементов;

4) в развитии туристского сектора региона определена важность потенциала природно-рекреационных и историко-культурных ресурсов, который может оцениваться на основе их количественного состава, масштаба, значимости, качества, степени коммерциализации, перспективности видов туризма, основывающихся на этих ресурсах. Доказано, что природно-рекреационные ресурсы Иссык-Кульской области, главным из которых является озеро Иссык-Куль, имеют потенциал позиционирования на мировом рынке. Кроме этого, экономическая оценка туристского потенциала природно-рекреационных ресурсов регионов позволит решить проблему размещения предприятий отдыха и создания соответствующей инфраструктуры;

5) исследование показало, что экономические факторы развития туристского рынка в республике требуют соответствующего научно обоснованного решения, особенно повышения его социально-экономической эффективности не только в целом по республике, но и в отдельных регионах. Совокупный анализ туристского потенциала территории, а также анализ отдельных его рынков обуславливает выбор приоритетных туристских направлений, имеющих на данной территории наибольший природно-рекреационный и экономический потенциал развития;

6) обосновано, что между количеством прибывших иностранных туристов в страну и полученными доходами существует тесная корреляционная связь. Значит, основным фактором увеличения экспорта или дохода от туристов является количество прибывающих иностранных туристов в страну. Предложенный метод балльной оценки для анализа формирования регионального туристского кластера на исследуемой территории позволил определить формиру-

емый туристский кластер как пре-кластер, где будет возможно применение сценария оптимистического (инновационного) развития и целесообразна разработка рекомендаций по созданию и развитию кластеров в туризме. На основе ожидаемых прогнозных данных определён суммарный доход основных экономических индикаторов в разрезе двух диапазонов с применением мультипликатора, который позволил выявить существенную разницу в доходах в различных диапазонах с учётом мультипликативного эффекта в среднем в 3 раза, что подтверждает научную гипотезу об эффективности формирования регионального туристского кластера;

7) предложенные экономические механизмы регулирования туристского рынка позволяют повысить качество и эффективность государственного управления, а организационная схема реализации стратегий, программ и проектов развития туризма позволяет Департаменту туризма при Министерстве культуры, информации и туризма Кыргызской Республики осуществлять процесс управления реализацией стратегических документов в области развития туризма, согласовывать интересы различных субъектов и управленческих структур, уровней власти в сфере туризма.

Личный вклад соискателя. Автор является участником рабочей группы по разработке раздела «Развитие туризма в Нарынской области» Программы развития Нарынской области на 2012-2014 гг., туристской карты маршрутов по Нарынской области, организованной мэрией г. Нарын; стратегического плана развития туризма г. Нарын (совместно с ОО «НЦЭР»), председателем комиссии конкурса по созданию Нарынского туристского информационного центра в рамках проекта ПРООН по созданию ТИЦ.

Учебное пособие «Организация и управление гостиницами» используется в учебном процессе колледжа экономики и сервиса при КЭУ им. М. Р. Рыскубекова при чтении специализированных курсов.

Теоретические и практические выводы и рекомендации были использованы в проекте Tempus SCM TTER «Обучение реформам образования в туризме», при подготовке нормативных, учебных материалов для международных семинаров по теме «Практика по реформированию образования для туризма» (г. Бишкек, январь 2007 г.; г. Ош, март 2007 г.; Нарын, май 2007 г.; Каракол, июль 2007 г.; Брюссель, Бельгия, октябрь 2007 г.); в период стажировки по программе постдокторантуры в Университете прикладных наук г. Рованиemi и в Университете Лапландии (Финляндия) в рамках европейского проекта Эрасмус Мундус, а именно при презентации-лекции «Развитие туризма в Центральной Азии и в Кыргызской Республике», представленной для студентов направления «Менеджмент в туризме» Лапландского университета (Финляндия, апрель 2008 г.); в проведении лабораторной работы по подкреплению теоретических знаний для туристской группы из 9 человек по маршруту Рованиemi-Нордкапп (Рованиemi-Нордкапп, Финляндия-Норвегия, сентябрь 2008 г.); в проведении консультационных работ со студентом Mikko Härkönen, обучавшимся по направлению «Туризм» (тема исследования: «Community Based Tourism» на примере развития туризма в Кыргызстане), и с Кулабаевой Аидой (Кыргызстан), обу-

чавшейся по направлению «Управление международными проектами» в Университете прикладных наук г. Рованиemi (Финляндия).

Апробация результатов исследования проводилась непрерывно и осуществлялась путём обсуждения докладов и научных отчётов автора на заседаниях кафедры «Бухучёт, экономика и управление» НГУ (2010-2015 гг.). Основные методологические положения, результаты и практические рекомендации исследования также были изложены и обсуждены на республиканских и международных конференциях (г. Нарын, г. Бишкек, г. Каракол, г. Алматы (Казахстан), г. Москва, г. Санкт-Петербург, г. Новосибирск, г. Тамбов (Россия), Дубай (ОАЭ), в период с 2006 по 2015 г.

Отдельные научные положения были применены при подготовке раздела «Развитие туризма в Нарынской области» Программы развития Нарынской области на 2012-2014 гг., в консультациях органов государственной власти Нарынской области, органов местного самоуправления, руководителей хозяйствующих субъектов, предпринимателей и общественных организаций.

Полнота отражения диссертации в публикациях. Основные положения и результаты диссертации нашли отражение в 31 публикации по избранной тематике в различных научных, периодических изданиях Кыргызской Республики, Республики Казахстан и Российской Федерации.

Научные работы включают публикацию одной монографии, объёмом 28,5 п.л., одного учебного пособия, 29 научных статей, из которых 12 опубликованы в журналах, рекомендованных ВАК КР, и 11 публикаций в изданиях, включённых в РИНЦ.

Структура и объём диссертации. Диссертация состоит из введения, пяти глав, заключения, библиографического списка использованных источников и приложений. Работа содержит 46 таблиц, 22 рисунка, 12 приложений, 280 наименований библиографического списка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении отражены актуальность проблемы, степень ее изученности, обозначены цели и основные задачи, сформулирована научная новизна, основные положения, выносимые на защиту, раскрыта практическая и экономическая значимость работы, личный вклад диссертанта, степень апробации результатов исследования, структура и объём работы.

В первой главе «**Научно-теоретические основы развития туристского рынка в условиях интеграции**» изложены теоретические основы функционирования туристского рынка, эволюция развития туризма и туристского рынка и подходы к изучению его развития.

В научных исследованиях туризм и его составляющая – туристский рынок как социально-экономические явления имеют множество определений, которые постоянно подвергаются доработке и усовершенствованию. Учитывая, что эффективность развития туризма зависит не только от природно-географических и социально-экономических факторов, но и от правильно раз-

работанной теории, в частности, понятийного аппарата, необходимо дать всесторонний анализ и обобщение понятийного аппарата туризма. Правильная терминология в этой сфере позволяет удачно осуществлять статистику туризма, определять его роль в экономике страны, а также избежать просчёта или двойного счёта.

Известно, что первый шаг к разработке определений, относящихся к туризму, был сделан в 1937 г. Комитетом лиги нации, который рекомендовал «считать туристом всякого, кто находится не менее 24 часов в стране, в которой он не живет». То есть по такому определению к туристам следовало отнести любого иностранного человека, находящегося в другой стране более 24 часов. В 1950 г. МСОТО уточнил определение «турист», введя новые понятия: «экскурсант» и «транзитный путешественник», с чётким разграничением этих категорий от категории «турист». После этого в Международной конвенции о таможенных льготах для туристов в 1954 г. было сформулировано общее понятие «турист». Оно «означает любое лицо независимо от расы, пола, языка и религии, которое вступает на территорию какого-либо государства, кроме того, в котором это лицо обычно проживает и остается там не менее 24 часов и не более 6 месяцев в течение любого 12-месячного периода с дозволенной целью, кроме цели иммигрировать, то есть по семейным обстоятельствам или с целью туризма, развлечения, спорта, лечения, учебы, религиозного паломничества или с деловыми целями».

Впоследствии, в 1967 г., эти определения были более тщательно изучены и одобрены группой экспертов ООН по статистике международных путешествий, так как международные организации постоянно обращались к теме туристской терминологии с целью согласования принципов международной статистики. На конференции, проводившейся ВОТ в Оттаве в июне 1991 г., данные определения были пересмотрены и приняты с учётом корректировок. Там же были сформулированы некоторые рекомендации, которые ВОТ опубликовала в своем отчёте «Рекомендации по статистике в международной миграции». Согласно данным рекомендациям ВОТ, всех путешественников, пересекающих внешние границы стран, подразделяют на тех, которые должны быть включены в статистику туризма, и на тех, которых не включают в статистику исходя из мотивов их визита.

Таким образом, обобщив все вышеизложенное, можно выделить три группы международных путешественников:

иностранный гость – любая персона, уезжающая в другую страну, не являющуюся его (её) постоянным местом жительства на период, не превышающий 12 месяцев, при этом главная цель визита иная, чем оплачиваемая деятельность;

иностранный турист – гость, проживающий в стране временного пребывания по крайней мере 24 часа с целью отдыха (проведение отпуска, оздоровительные, познавательные, религиозные, спортивные, профессионально-деловые и иные цели);

экскурсант – иностранный гость, который не ночует в стране пребывания, а возвращается, например, на судно или поезд, на котором он прибыл в страну.

На сегодняшний день понятийный аппарат сферы туризма и туристского рынка изучен рядом зарубежных, российских и отечественных ученых.

В результате обобщения исследований ученых, на основе анализа нормативно-правовых актов в области туризма, а также с учётом критериев и специфики туристской деятельности приведено следующее определение туризма.

Туризм – временное добровольное (свободное) передвижение людей (граждан) из постоянного места жительства в другое место (регион, страну) с различной целью (отдыха, познания, лечения, спорта, деловых, научных и т.д.), преимущественно с преобладанием досуговой деятельности, кроме намерения получить заработок в посещаемом месте и поселиться в ней постоянно (работать и мигрировать),

Во второй главе **«Научно-методологические аспекты развития туристского рынка»** описаны методические подходы к классификации туристского рынка, приводятся научно-методологические подходы к оценке туристского рынка, а также обоснован кластерный подход к позиционированию туристского рынка.

Известно, что туристский рынок понятие относительно новое для постсоветского пространства, а туристская деятельность является новым научным направлением в экономике. В таких условиях в силу отсутствия общепризнанных теоретических и практических положений о структурной организации туризма и туристского рынка встречаются различные мнения, порой противоположные, в особенности по поводу его содержания и состава. Становление и развитие туристского рынка в нашей республике вызвано закономерным процессом интеграции сферы услуг и отдельных секторов материального производства вследствие перехода к рыночным системам хозяйствования и создания объективных предпосылок для их организационного соединения в рамках технологического формирования.

До настоящего времени в действующей классификации отраслей народного хозяйства туризм не имел полноправного экономического статуса. Элементы, относящиеся сугубо к туризму, часто разбросаны по различным отраслям и хозяйствам. Отсутствие общепризнанной классификации видов туристской деятельности затрудняет оценку хозяйственного эффекта функционирования туризма, его вклада в национальный доход.

В общем туристский комплекс представляет собой технологический цикл по производству, распределению, сбыту и потреблению туристских товаров и услуг. Потенциал туристского хозяйства предполагает сочетание предприятий туристской специализации с отраслями материального и нематериального производства, укрепления экономических и технологических связей между ними. Дальнейшее изучение структуры туристского рынка показало, что это не случайный комплекс отраслей и предприятий, а целая система, включающая отдельные компоненты. Таковую совокупность и взаимозависимость предприятий, организаций и технологических циклов, предназначенных для производства и

оказания туристских услуг, в современном мире принято называть туристским рынком.

В диссертационном исследовании туристский рынок включает хозяйствующие субъекты, относящиеся к следующим хозяйственным секторам отрасли туризма: 1) сектору материального производства, обеспечивающему все сферы туристского комплекса; 2) сектору социальной инфраструктуры, обслуживающему производство и распределение туристских услуг; 3) сектору туристской специализации (собственная сфера). Данные хозяйственные сферы туристского рынка, функционирующие как единая технологическая система, обеспечивают рост производства и реализации туристских услуг за счёт дальнейшего углубления общественного разделения труда и хозяйственной интеграции.

Соответственно, учитывая рассмотренные специфические особенности, хотим привести собственное определение туристского рынка.

Туристский рынок – это составляющая отрасли туризма, включающая совокупность и взаимозависимость первичных и вторичных предприятий, организаций и технологических циклов, предназначенных для производства и оказания туристских услуг с высокой степенью диверсификации деятельности, которая выделяется от товарного рынка высокой динамичностью рыночных процессов; территориальной (географической) сегментацией; локальным характером; высокой скоростью оборота капитала; высокой чувствительностью к изменениям рыночной конъюнктуры; спецификой организации производства туристских услуг; спецификой процесса оказания туристских услуг; высокой степенью дифференциации туристских услуг и неопределённостью результата деятельности по оказанию услуг.

Для туристского рынка, который функционирует в рамках отрасли туризма, характерны многофункциональность, множественность целей, разнообразие занятий. При этом необходима классификация её участников, учитывающая все переменные параметры туризма, прежде всего для анализа хозяйственной деятельности предприятий туризма и смежных отраслей. Под классификацией туризма понимают деление участников туристского потока на группы с относительно однородными характеристиками и соответствующим набором оказываемых для них услуг. В комплекс критериев при этом входят мотивации поездки, способы передвижения, длительность путешествия, число участников, сезонность и т.п.

Множественность классификационных признаков, разнообразность экономических, географических, социальных, организационных основ функционирования туризма предполагают применение следующих классификационных категорий: вид и форма. В качестве категории, позволяющей дифференцировать туризм по целям путешествий, то есть по внутренним факторам, используем вид туризма, а внешние критерии путешествия и его участников (число и состав туристов, продолжительность и интенсивность тура и т.п.) определяют форму туризма. Турист, добывающийся своей основной цели, формирует соответствующий вид туризма, а его внешние признаки создают ту или иную форму туризма.

Несмотря на определённые разногласия мнений по видовому составу туризма, у исследователей существует общая точка зрения: в качестве исходного пункта при построении классификации видов туризма целесообразно взять за основу цель путешествия. При выборе своего сегмента туристского рынка предприниматель, прежде всего, анализирует цель поездки туриста, затем такие сопутствующие ему факторы, как продолжительность пребывания, число и состав туристов, способы их передвижения. В зависимости от целей путешествий формируются соответствующие их типы, далее виды, разновидности и формы: оздоровительный, спортивный, познавательный, промысловый, религиозный, деловой, гостевой, лечебный. В связи с тем, что до сих пор отсутствует единый подход к классификации туризма, исходя из существующих признаков классификации туризма, его типов и видов, обоснована и рекомендована мотивационная классификация. Классификация туризма по признаку цели поездок туристов даёт представление о мотивах, побуждающих к путешествию, о желаниях и предпочтениях человека в путешествии, на что и должно реагировать предложение с соответствующим пакетом услуг в посещаемом месте (стране, регионе). Такую классификацию можно использовать с целью измерения ключевых сегментов туристского спроса, планирования производства туристского продукта, проведения маркетинга и для рекламно-информационной деятельности.

Кроме этого, разнообразие и многофункциональность деятельности туризма вызывают необходимость классифицировать его по признакам социально-экономического и организационного характера, которые в совокупности образуют организационно-экономическую классификацию туризма. Приведённая в диссертационной работе классификация даёт возможность анализировать особенности производства и потребления туристского продукта, качественного состава потребителей и структуру туристского сервиса с точки зрения технологических функций составляющих его элементов.

В диссертационной работе исследованы различные научно-методологические подходы к оценке туризма видных зарубежных и отечественных учёных. Туризм как объект экономико-географического исследования предполагает использование широкого арсенала научно-методических подходов, методов и приёмов, различных научных направлений для решения задач развития и территориальной организации туристской деятельности. Развитие туризма исследовано с использованием географического, статистического, математического, кластерного методов.

Для позиционирования туристского рынка Кыргызстана впервые использован кластерный анализ. Первоначально кластерный подход был применен к промышленному производству А. Маршаллом. Но популяризатором идеи кластеров для повышения региональной конкурентоспособности стал профессор Гарвардской школы бизнеса Майкл Портер. На наш взгляд, достаточно ёмкое понятие туристского кластера дано зарубежным ученым М. Бени: «Туристский кластер – группа туристских аттракций на ограниченной географической территории, обеспеченная высоким уровнем развития инфраструктуры и сервиса, имеющая налаженные социальные и политические связи, а также отлаженное управление в компаниях, образующих сети по производству туристских услуг,

обеспечивающих стратегические конкурентные и сравнительные преимущества». Анализ источников информации показывает, что в современной профессиональной литературе понятие «туристский кластер» уже широко применяется не только зарубежными, но и российскими и казахстанскими учеными.

На основе изучения понятия «туристский кластер» в диссертационной работе даётся обобщающее определение регионального туристского кластера: «форма организации туризма, которая включает совокупность предприятий сектора материального производства, социальной инфраструктуры, туристской специализации и туристского обслуживания на конкретной территории, а также сопряженных отраслей, которые объединены горизонтальными и вертикальными связями, сотрудничество и деятельность которых приводит к синергии в целом и её отдельных предприятий».

Для анализа формирования регионального туристского кластера на исследуемой территории предложен метод балльной оценки по совокупности признаков, позволяющий использовать не только качественный анализ, но и количественный. Кроме этого, расчёт эффективности функционирования туристского кластера имеет существенные отличия от оценки эффективности деятельности отдельных организаций, в первую очередь из-за возникновения синергетического эффекта. В этой связи деятельность туристского кластера можно считать эффективной только тогда, когда в процессе функционирования кластера повышается эффективность не только отдельных туристских предприятий, но и кластера в целом за счет приумножения положительных последствий взаимной поддержки.

Туристский кластер позволяет решить такие важные задачи, как проведение инвентаризации туристских ресурсов; создание современного туристского рынка; приоритетное развитие внутреннего и въездного туризма на территории; формирование системы государственного регулирования туристской деятельности; развитие различных видов туризма; поддержка развития различных видов предпринимательства (среднего и малого) в туристской сфере; интеграция территории в систему отечественного и мирового туристского рынка и развитие международного сотрудничества в этой области; привлечение внебюджетных источников для реконструкции и строительства туристских объектов; создание современной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристских кадров; осуществление комплексных базовых научных исследований в сфере туризма с учетом территориальных особенностей. Таким образом, развитие национальной экономики во многом зависит от формирования и уровня развития отдельных кластеров.

В третьей главе **«Потенциальные возможности развития туристского рынка Кыргызской Республики»** изучен и систематизирован потенциал природно-рекреационных ресурсов, историко-культурных ресурсов и их возможности, а также рассмотрены экономические факторы, влияющие на развитие туристского рынка.

Кыргызстан обладает значительным природно-рекреационным потенциалом, не уступающим мировым туристским зонам. Для развития в стране как внутреннего, так и международного туризма ведущим фактором выступают

природные ресурсы, поскольку многие физиологические процессы в организме человека функционально связаны с окружающей природной средой и без них рекреационная деятельность теряет свой смысл. Особенностью Кыргызстана, занимающего 198,5 тыс. км² в самом центре Центральной Азии, является значительная приподнятость территории – свыше 1000 м над уровнем моря. Более $\frac{3}{4}$ территории республики занято мощными, сильно расчленёнными хребтами Тянь-Шаня и Памира и характеризуется резкой контрастностью, где общее понижение абсолютных высот изменяется от 7439 м (пик Победы) на востоке до 401 м (Кулундинская впадина, Лейлекский район) на западе.

В связи с этим природные особенности (климат, ландшафты, водные ресурсы, растительный и животный мир) определяются высокогорностью и являются решающими факторами при возникновении и развитии курортов и туристских зон. Значительная приподнятость территории над уровнем моря и сильная расчленённость рельефа предопределяют исключительное разнообразие туристских ресурсов, что позволяет размещать различные сети объектов туризма. В условиях нашей страны климат, как лечебный фактор, может быть использован не только в теплые времена года, но и в холодные (с организацией зимних видов туризма на открытой природе), что даст возможность строительства климатолечебных сооружений и увеличения сроков применения климатолечения от 3 до 6-7 месяцев.

Наиболее значимыми из природных ресурсов выступают также термоминеральные источники и лечебные грязи, на базе которых уже функционируют курорты. К настоящему времени выявлено 100 источников термальных и минеральных вод, среди которых имеются углекислые (Карашоринское, Аксуйское, Каракичинское, Чатыркульское), сульфидные (Каратюбинское, Кызылжарское, Риштанское, Чангырташское), родоновые, сероводородные, йодобромные, соленые и рассолы. Часть этих месторождений освоена и на их базе функционируют известные в республике и за её пределами курорты («Джалал-Абад», «Иссык-Ата», «Жети-Огуз», «Жергалан», «Аксу»), организован розлив минеральных вод на восьми месторождениях. Запасы изученных минеральных и термальных источников составляют 13541,8 м³/сут. Утверждённые запасы составляют всего 17% от общих прогнозных запасов минеральных и термальных вод. Многие из них имеют аналоги на известных курортах СНГ и дальнего зарубежья. Открыто 13 месторождений лечебных грязей с общими запасами около 5225 тыс. м³.

В горных регионах нашей страны имеются разнообразные и богатые спелеоресурсы, то есть открыто и изучено более 400 пещер, которые обладают высокой медицинской, познавательной и эстетической ценностью.

Кыргызстан является одним из крупнейших регионов мира, характеризующихся мощным оледенением, то есть зарегистрировано 6516 ледников, или 4,2% от всей территории страны. Они превосходят ледники Кавказа и Альп, вместе взятых, и являются не только аккумуляторами влаги, но и неотъемлемыми элементами кыргызских горных ландшафтов, которые привлекают к себе горных туристов и альпинистов со всего мира. Ледники Южный Иньльчек (длина 586 км, площадь 613,2 км²) и Северный Иньльчек

(длина 328 км, площадь 216 км²), расположенные в районе пика Победы, являются одними из крупных горных ледников Земли.

Ещё одним важным природно-рекреационным фактором являются реки и озёра, которыми богата страна и которые украшают ландшафт, создают благоприятный микроклимат, способствуют развитию водных видов туризма. На территории республики насчитывается свыше 40 тыс. рек и речушек, также имеется 1923 озера (3,4% территории), преимущественно расположенных в горной области. Озёрность территории составляет 3,4%. Феноменом природы и жемчужиной туризма Кыргызстана считается высокогорное озеро Иссык-Куль, с комфортным микроклиматом в береговой зоне и песчаными пляжами, где продолжительность солнечного сияния значительно превышает аналогичные показатели на Черноморском побережье и в Крыму. Все это обусловило появление здесь основной части предприятий туризма и санаторно-курортного лечения республики.

Кыргызстан представляет собой уникальное в Центральной Азии место концентрации диких видов животных и растений. Богатство животного мира предопределяет развитие познавательного туризма, а наличие ряда промысловых животных – охотничьего и рыболовного туризма. На территории республики произрастает 3786 видов высших цветковых растений, 1600 видов полезных растений (пищевых, витаминоносных, медоносных, пергааносных, лекарственных и т.д.).

Все вышеизложенное говорит об исключительно богатых природных ресурсах для развития туризма Кыргызской Республики и требует ещё более глубокого научного исследования в экономическом аспекте этих ресурсов для выработки конкретных мер по охране и рачительному использованию их в современных условиях.

Историко-культурные ресурсы являются одним из ключевых факторов, влияющих на международный туристский потенциал страны. В этой связи анализ потенциальной привлекательности культуры и истории страны должен включать анализ реальных возможностей освоения рынка в будущем.

Кыргызская Республика обладает значимыми культурными памятниками. Многие исторические данные свидетельствуют о том, что кыргызы – этнос, известный в Центральной Азии с первого тысячелетия до нашей эры и донесший сквозь века до наших дней свою самобытность и культуру. По различным историческим материалам, территория страны лежала на пути вторжения многих завоевателей и мощных миграций, повлиявших на состав населения, формирование языков, культуры.

Одним из направлений культурно-познавательного туризма является этнический туризм, который знакомит с традициями и культурой различных этносов. Особенности нашей культуры, обычаев, традиций открывают хорошие возможности для создания оригинальных видов туристского продукта. Традиционная материальная культура кыргызского народа представляет собой уникальное явление всего культурного фонда народа, и одним из его ярких проявлений является переносное жилище – юрта (боозуй). Она представляет собой вершину кочевой архитектуры и народно-прикладного искусства, так как

в ней заключены древнейшие черты культуры народа, социальных и общественных отношений. Декоративно-прикладное искусство кыргызов отличается богатством содержания и смысла, сочетанием с элементами природы, и продукция художественных промыслов в качестве сувениров часто приобретается туристами.

Для поддержки и развития национальных видов спорта, повышения туристского потенциала страны, пропаганды здорового образа жизни с 14 по 19 сентября 2014 г. в Иссык-Кульском регионе были проведены «I Дүйнөлүк көчмөндөр оюндары» (I Всемирные игры кочевников) и Кыргызстан стал первой страной-организатором подобного международного проекта с абсолютно новым форматом и новыми видами состязаний по этноспорту. Всего в турнире приняли участие 22 сборные команды из более 12 стран СНГ и дальнего зарубежья, которые соревновались по 10 видам спорта.

В материальной и духовной культуре любого народа национальная кухня занимает особое место. Кыргызская кухня богата и своеобразна, отличительной чертой кыргызов остаётся радушное гостеприимство, кроме того, пища кыргызов представляет собой важное этнокультурное явление.

Вся национальная самобытная культура кыргызов и искусство народа как уникальная часть мировой этнографии вызывают всевозрастающий интерес со стороны иностранных туристов.

Определены экономические факторы, влияющие на развитие туристского рынка и повышение его конкурентоспособности. Основные из них следующие.

1) *Недостаточное привлечение инвестиций в туристский сектор экономики.* Создание благоприятных правовых и экономических условий для привлечения иностранных и внутренних инвестиций в туризм, помощь стран-доноров и международных организаций в виде грантов или кредитов, в частности для проектно-изыскательных работ, могли бы ускорить создание крупных объектов, освоение территорий. Согласно данным НСК КР, в 2014 г. поступило инвестиций на сумму 19 393,5 тыс. долл., что меньше показателей 2010 г. на 1856,3 тыс. долл. США и больше показателя 2013 г. на 5963,0 тыс. долл. США. Максимальный рост за последние 5 лет приходится на 2011 г., когда инвестиции составили 43 779,7 тыс. долл. США, а минимальный объём инвестиций в 2012 г. – 10817,6 тыс. долл. США. Ведущими инвесторами в сферу туризма являются США, Китай, Виргинские острова, Индия, Турция, Казахстан, Россия и др., которые сыграли большую роль в развитии индустрии туризма, вложив инвестиции в строительство и модернизацию инфраструктуры на сумму 19 393,5 тыс. долл. в 2014 г. Однако объём инвестиций, поступающих в сферу туризма Кыргызстана, составляет всего 3,7% от общего объема иностранных инвестиций в КР, поэтому необходимо создать соответствующие условия для их привлечения, одним из которых является формирование туристских кластеров.

2) *Слаборазвитая туристская инфраструктура в регионах.* По данным исследования, туристская инфраструктура находится в неудовлетворительном состоянии, а отдельные ее виды совсем отсутствуют, качество оказываемых услуг не всегда соответствует их цене и требованиям стандартов качества, безопасности и охраны окружающей среды. Индустрия туризма Кыргызстана

включает отдельные современные объекты, инфраструктура которых не соответствует признанным международным стандартам и спросу потенциальных потребителей как по количественным, так и качественным показателям. Основная часть туристских комплексов (более 70%) сконцентрирована в Иссык-Кульской и Джалал-Абадской областях. Возведены они были по проектам 60-70-х гг. XX века, поэтому физически и морально устарели, требуют реконструкции, модернизации, а некоторые из них и сноса.

В региональном разрезе высокий показатель удельного веса гостиничных предприятий приходится на г. Бишкек и Джалал-Абадскую область. В других регионах отмечается их небольшая численность или полное отсутствие. Основными недостатками специализированных и гостиничных предприятий являются, в частности, несоответствие международным стандартам, необученный персонал, устаревшая или слабая МТБ, а также неполная загруженность в определённый период времени, особенно весной, осенью и зимой. Принятая Межгосударственным советом классификационная система гостиниц в Кыргызстане на практике используется только в Бишкеке. По заключению сотрудников отдела сертификации продукции и услуг Центра по стандартизации и метрологии при Министерстве экономики Кыргызской Республики, большинство гостиниц не соответствует принятой системе классификации. Прибывшие в Кыргызстан гости вынуждены снимать жилье в частном секторе, который не всегда в состоянии предоставить разнообразные качественные гостиничные услуги.

В сфере туризма проблемой остаётся производство продукции для некоторых видов спортивного туризма. Она у нас не производится, и данная ниша рынка ещё не занята. Поэтому туристские фирмы вынуждены закупать продукцию в других странах или же туристы едут уже со своим оборудованием. В обоих случаях это невыгодно в связи с продолжительным ожиданием груза и дорогой транспортировкой, а также другими причинами.

3) Удалённость Кыргызстана от основных стран-генераторов туристского бизнеса, слабое транспортно-коммуникационное обеспечение развития туристского рынка. В течение нескольких десятилетий уровень инвестиций в транспортные объекты инфраструктуры Кыргызстана был незначительным. В результате качество большинства дорог низкое, инфраструктура аэропортов на национальном уровне ограничена, единственная в стране служба железнодорожных перевозок работает очень медленно и имеет устаревший подвижной состав, водоочистные станции требуют модернизации. Общая протяжённость дорог в Кыргызстане составляет 34 тыс. км, их качество, как правило, низкое. Большинство дорог нуждается в реконструкции или замене покрытия, поэтому часто скорость передвижения по ним невелика.

Отечественные авиакомпании из-за устаревшего самолётного парка не выдерживают конкуренции с зарубежными компаниями, в итоге основная масса международных перевозок приходится на аэропорты Алматы и Ташкента. Из-за высокой стоимости объектов аэропортовой инфраструктуры необходимо искать альтернативные пути привлечения инвестиций, чтобы обеспечить финансирование реструктуризации, модернизации, расширения и строительства аэропортов. Необходимо привлечение инвестиций в строительство новых же-

лезнодорожных линий. Например, чтобы войти в единую мировую транспортную сеть и реализовать экономические интересы нескольких десятков стран, необходимо строительство железной дороги по маршруту Балыкчы – Джалал-Абад – Торугарт – Кашгар с выходом в Китай. Данная магистраль может стать южным коридором трансазиатской железнодорожной линии, что позволит укрепить экономические и культурные связи стран Центральной и Восточной Азии и увеличить туристский потенциал Кыргызской Республики на 20-35%.

Строительство и модернизация инфраструктуры туризма позволит получить значительный экономический эффект, ведь именно они являются либо сдерживающим, либо способствующим фактором развития отрасли. Отмечено, что для большинства регионов Кыргызстана инфраструктурные проблемы становятся основной причиной снижения его конкурентных преимуществ на рынке туристских услуг.

4) *Отсутствие качественной маркетинговой стратегии развития туристского рынка.* По причине государственного недофинансирования отсутствует возможность принятия мер по широкому продвижению туристского потенциала Кыргызской Республики на мировом туристском рынке. Использование системы маркетинга в сфере туризма становится всё более актуальным, так как туристский рынок насыщен разнообразными туристскими услугами, где идёт острая конкурентная борьба за потенциальных потребителей, а наличие своеобразных рыночных отношений даёт возможность предпринимателям определять цели, стратегии, управленческие структуры. Поэтому маркетинговая стратегия должна быть качественной, направленной на всех участников туристского рынка и представленной на различных языках мира.

Продвижению Кыргызстана как страны туризма мешает то, что до сих пор не приняты всеми субъектами туристской индустрии единые стандарты атрибутики местного продукта (бренд, лого, девиз, наименование страны), а государство слабо участвует в международных информационных кампаниях и мероприятиях по продвижению туризма на мировой рынок, из-за чего мало знают о наших конкретных туристских достопримечательностях и возможностях их посещения.

Предстоит преодолевать предубеждения иностранных граждан о высоком уровне радиации на Иссык-Куле, близости китайского атомного полигона «Лобнор». Кыргызстан за рубежом путают с Курдистаном, также считают, что он граничит с Афганистаном, где идут военные действия многие десятилетия. Подобные недоразумения и недочёты можно устранить надёжным маркетингом, развеяв опасения, удерживающие людей от знакомства с нашей самобытной страной. Несмотря на то, что создание и поддержка туристского портала о Кыргызстане не требует значительного финансирования, в Интернете пока ещё нет полноценной организации, предоставляющей исчерпывающую информацию о туристских возможностях страны, особенно ее регионов.

5) *Несовершенство экономических инструментов государственного стимулирования развития туристской инфраструктуры.* Слабая материальная база туристской отрасли усугубляется сложностями заимствования финансовых ресурсов из-за высокой процентной ставки по кредитам, проблем с залогом и

краткосрочности их выдачи. Не получают развития специализированные венчурные фонды, лизинг, ипотечное кредитование. Недостаточно развита или полностью отсутствует, особенно в отдалённых регионах, банковская инфраструктура и ее составляющие. Не выработаны механизмы получения доходов государством за право использования туристских ресурсов, которые являются общенациональным достоянием, а также отсутствуют экономические механизмы, стимулирующие эффективное использование имеющихся ресурсов.

Существующая система налогообложения не предусматривает стимулирования частного сектора в случае реинвестирования прибыли на развитие туристской инфраструктуры. На наш взгляд, возможность предоставления льгот по налогообложению в туристской отрасли связана с рядом вопросов, к решению которых нужно подходить комплексно. Такого же решения требует и развитие экономического партнёрства между государством и бизнесом.

б) *Стандарты качества туристских услуг, сервиса и культуры обслуживания туристов.* Отсутствие общественной системы стандартизации качества сервиса и туристских услуг является ещё одной причиной слабого развития туристской отрасли, где необходимы совместные усилия государства и предпринимателей. Низкий уровень гостеприимства, несопоставимость качества и цены услуг на отдельных предприятиях и в регионах являются основными причинами неэффективности работы многих туристских предприятий. Такие важные действия, как процедура приёма, обслуживания и прохода туристов в средствах размещения, ресторанах, банках и других учреждениях, пограничный и таможенный контроль, проверка, оформление въездных и выездных документов приводят к трате нервов и потере времени туристов.

По данным исследования, проведенного «SIAR research&consulting» в 2012г., где иностранными туристами оценивалось качество полученных услуг, уровень удовлетворенности иностранных туристов полученными туристскими услугами в Кыргызстане составляет 3,4 балла по пятибалльной шкале. Туристами наиболее высоко оценено гостеприимство местного населения – 4,3 балла, а также иностранные туристы в меньшей степени удовлетворены уровнем гигиены – 2,9 балла. Большинство опрошенных респондентов считает, что общее качество услуг в г. Бишкеке выше, нежели в других регионах страны.

7) *Информационная среда, статистика.* Статистика туризма, которая ведётся с 1996 г., содержит ряд несовершенных разделов, неточные данные по некоторым регионам, отсутствуют данные по отдельным показателям, что затрудняет оценку косвенного воздействия туризма на социально-экономическую сферу страны и определение синергетического эффекта от его развития. Отсутствие достоверной и своевременной статистической информации о состоянии туризма не даёт возможности оценить реальный потенциал отрасли и сделать прогноз её развития. Слабый информационный базис для реального экономического анализа затрудняет оценку эффективности принимаемых мер, а также усложняет процесс планирования деятельности и принятия решений для привлечения инвестиций государством и частным сектором, формирования кредитной, налоговой стратегии в сфере туризма и др.

В стране нет единого информационного центра в сфере предложения туристского продукта. Принятые ранее программы, предписывающие создание информационных центров по стране, не увенчались успехом. Только благодаря усилиям отдельных предпринимателей в г. Бишкеке начали появляться специализированные службы с подготовленным персоналом, которые могут удовлетворять запросы туристов в отношении общих сведений, информации о размещении, транспорте и прочих услугах. Министерство культуры, информации и туризма Кыргызской Республики не занимается исчерпывающими вопросами мониторинга, анализа состояния и развития туристской деятельности. Сегодня, пожалуй, нет никого, кто бы владел полной и достоверной информацией о рынке туристских услуг в Кыргызской Республике.

8) *Состояние подготовки кадров и использования человеческих ресурсов в туристской отрасли страны.* На предприятиях, обслуживающих сферу туризма, занято всего 0,37% работников от общей численности занятых в стране, то есть 8,6 тыс. человек, что является крайне низким показателем занятости в туризме в общей отраслевой структуре занятых. Слабая профессиональная подготовка кадров, занятых в сфере обслуживания, ведет к текучести кадров, а также местное население в сельской местности не имеет возможности для трудоустройства, в силу отсутствия у них необходимых навыков и знаний в сфере туризма и сервиса. К сожалению, многие выпускники вузов, имеющие дипломы по требуемым специальностям, не востребованы на рынке труда в связи с отсутствием координации в подготовке специалистов со стороны вузов и государства, а подготовка некоторых специалистов не осуществляется из-за отсутствия соответствующих стандартов.

В четвёртой главе **«Уровень и тенденции развития туристского рынка в Кыргызской Республике»** проделан анализ развития инфраструктуры туристского рынка, рассмотрены тенденции и проблемы развития туристского рынка Кыргызской Республики, осуществлён прогноз его развития.

С обретением независимости руководству республики пришлось восстанавливать оборвавшиеся связи с Российской Федерацией и возрождать совместно с другими странами СНГ единое туристское пространство, в результате чего сформировался современный туристский рынок.

В структуре туристского рынка Кыргызстана количество его объектов является важным показателем, отражающим уровень развития туристской отрасли. Так, по состоянию на 1 января 2015 г. в Кыргызской Республике зарегистрировано около 94,1 тыс. хозяйствующих субъектов как юридических лиц, их филиалов и представительств, так и физических лиц, деятельность которых связана со сферой туризма. Среди них количество субъектов, осуществляющих экономическую деятельность непосредственно в сфере туризма, составляет всего 10,1% от общего числа, или 9,5 тыс. субъектов. В составе первичных предприятий туризма существенна роль специализированных объектов, поскольку они составляют основу производственных мощностей инфраструктуры международного туризма и в табл. 1 приведены данные, характеризующие его развитие.

Следующей важной составляющей инфраструктуры туристского рынка являются гостиничные предприятия, которые также пережили различные количественные и качественные изменения и начали диверсифицировать свои услуги, предоставляя на сегодняшний день более широкий их спектр. Большая их часть, по статистическим данным за 2014 г., находится в частной собственности – 165 предприятий, в государственной – 6 предприятий (табл. 2).

Таблица 1 – Тенденция развития специализированных туристских объектов Кыргызстана

Год	Число объектов	Изменение к предыдущему году, %	Число мест в них	Изменение к предыдущему году, %
1991	132	-	29500	-
1993	123	4,6	5720	-32,4
1995	80	-	2743	-44,6
1997	88	-	19000	168,5
1999	76	1,3	17320	12,8
2001	177	129,9	34723	85,9
2003	164	-5,2	34578	1,8
2005	150	-7,9	27689	2,3
2007	154	-9,2	27068	-9,7
2009	172	3,6	27233	-3,7
2011	160	-0,6	26836	4,2
2013	148	-4,5	23321	18,1
2014	172	16,2	29333	25,7

Источник: таблица составлена автором по данным Нацстаткома КР.

Таблица 2 – Сведения о действующих гостиничных предприятиях в Кыргызстане

Год	Число объектов	Изменение к предыдущему году, %	Число мест в них	Изменение к предыдущему году, %
2000	95	-	2367	-
2002	83	-8,8	1974	-9,1
2004	120	+51,9	2248	+16,8
2006	123	+2,5	2357	+5,0
2008	152	+27,7	2481	+5,4
2010	156	+1,2	5050	+81,2
2012	147	-1,3	4544	-7,5
2014	171	+17,1	5714	+23,8

Источник: таблица составлена автором по данным Нацстаткома КР.

Анализ состояния рынка гостиничных услуг показал, что наиболее высокий удельный вес закрывшихся предприятий за анализируемый период приходится на 2003 г., а наибольшее количество открывшихся предприятий – на 2014 г. В региональном разрезе высокий показатель удельного веса характерен для г. Бишкека и Джалал-Абадской области – соответственно 36,2 и 15,7%. Самый низкий удельный вес гостиничных предприятий приходится на

Таласскую область – 0,6%, или одно гостиничное предприятие за 2014 г. Рыночные механизмы в туризме стали работать гораздо быстрее, чем в других отраслях. В туристском секторе страны появились новые типы предприятий, к которым относятся в первую очередь туроператоры, турфирмы, бюро путешествий и экскурсий, рестораны, бары, столовые и др. (табл. 3).

Таблица 3 – Численность субъектов Кыргызской Республики, осуществляющих деятельность в сфере туризма

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	+, - 2014 г. к 2010 г., %
Рестораны, бары и столовые	2909	3126	3552	3958	4306	+48,0
Туроператоры и турфирмы, бюро путешествий и экскурсий	93	73	81	89	76	-20,8
Природные парки и заповедники	10	10	19	19	19	+90,0

Источник: данные Нацстаткома Кыргызской Республики.

Стратегия развития инфраструктуры туризма отражена в «Стратегии устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2013-2017 годы». В данном документе ставятся следующие задачи: наиболее полно удовлетворять потребности населения во всех видах туристско-рекреационных услуг, развивать туризм во всех регионах, улучшить территориально-хозяйственную структуру в важнейших туристских регионах, рационально решать проблему воспроизводства трудовых ресурсов для туризма.

Анализ современного состояния туристского рынка заключается в необходимости комплексного изучения его хозяйствующих субъектов. Ежегодно издаётся статистический сборник «Туризм в Кыргызстане». Данные, отражённые в статистическом сборнике, являются немаловажным фактором, позволяющим наблюдать ежегодную тенденцию устойчивого роста туризма в количественных показателях, его непосредственное положительное влияние на развитие других отраслей.

Необходимо отметить, что на фоне многолетнего отрицательного сальдо внешней торговли и текущего счёта платёжного баланса, быстрорастущим источником экспортных поступлений страны выступает экспорт туристских услуг. Если в 2010 г. от экспорта туристских услуг, по официальным данным, поступило 147,8 млн. долл. США, или 8,4% поступлений от экспорта страны, то в 2014 г. – 408,1 млн. долл. США, или около 21,7% поступлений от экспорта страны (рис. 1).

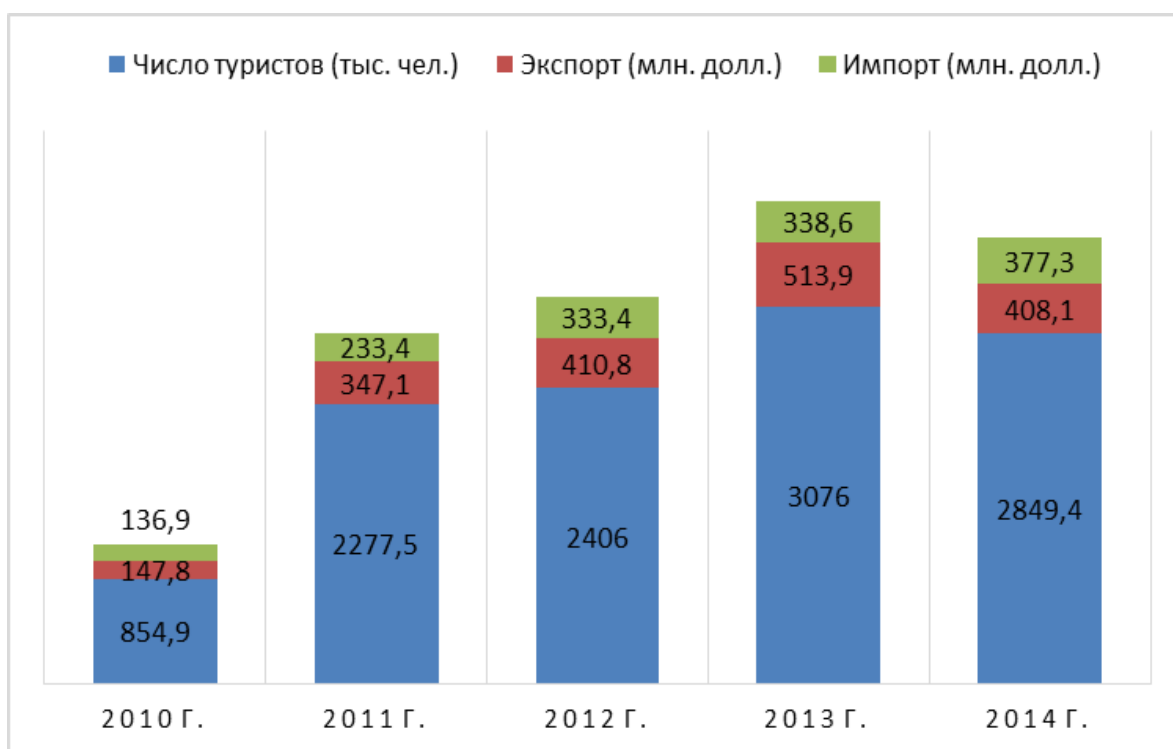


Рис. 1. Общий объем туристских услуг (млн. долл. США)

Источник: график составлен по данным Нацстаткома Кыргызской Республики.

В табл. 4 приведены расчёты абсолютного прироста, темпы роста и темпы прироста валового выпуска в сфере туризма за последние 5 лет.

Таблица 4 – Динамика валового выпуска продукции в Кыргызской Республике

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Валовой выпуск в сфере туризма, млн. сом.	20700,0	31465,8	33280,5	39387,7	45939,1
Абсолютный прирост	-	10765,8	1814,7	6107,2	6551,4
Темпы роста, %	-	152,0	105,8	118,4	116,6
Темпы прироста, %	-	52,0	5,8	18,4	16,6

Источник: таблица составлена автором по данным Нацстаткома Кыргызской Республики.

Как показывают расчёты, среднегодовой валовой выпуск в сфере туристской деятельности составил 34 154,6 млн. сом., ежегодный прирост в среднем составил 1637,8 млн. сом., а средний темп роста – 98,5%.

Исходя из анализа, валовая добавленная стоимость в сфере туристской деятельности составила в среднем за 2010-2014 гг. 14079,6 млн. сом., это в 1,7 раза больше по сравнению с 2010 г.; оборот розничной торговли – 11 774,5 млн. сом.

Рыночные услуги, предоставляемые хозяйствующими субъектами сферы туризма, имели тенденцию ежегодного повышения с 2010 по 2014 г. В территориальном разрезе объем предоставленных услуг данными предприятиями также варьирует (табл. 5).

Таблица 5 – Объем предоставленных рыночных услуг хозяйствующими субъектами сферы туризма (млн. сом.)

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	+, - 2014 г. к 2010 г.
Услуги деятельности туристских агентств						
Всего по стране	379,1	685,9	1119,0	1177,2	1346,4	+255,2
Услуги санаторно-курортной деятельности						
Всего по стране	302,9	440,2	573,1	516,6	585,5	+93,3
Услуги гостиниц и других мест краткосрочного проживания						
Всего по стране	1056,1	1556,7	1759,4	2232,9	2759,5	+161,3
Услуги, предоставляемые ресторанами, барами, столовыми и другими предприятиями по поставке готовой пищи туристам						
Всего по стране	2718,7	4683,4	5199,5	6184,8	7338,8	+169,9

Источник: данные Нацстаткома Кыргызской Республики.

Известно, что туризм также стимулирует экспорт местных продуктов. Расходы туриста на приобретение сувениров составляют от 15 до 20% всех его расходов. Анализ производства сувениров в 2014 г. показал его увеличение почти в 23 раза по сравнению с 2010 г. В частности, только за пять анализируемых лет сувениров было произведено на сумму 59 205,9 тыс. сом. В республике данная отрасль представлена большим объединением народно-художественных промыслов «Кыял», часть продукции производится мелкими фирмами или отдельными мастерами-умельцами.

Развитие туристского рынка имеет и социальный эффект, так как создаются рабочие места. Однако до сих пор здесь занято недостаточное число работников по сравнению со многими мировыми туристскими рынками, где в данной отрасли работает от 10 до 60% численности населения (ФРГ, Франция, Кипр, Турция, Египет и др.) (табл. 6).

Не менее важный социальный вопрос развития сферы туризма – это поддержка индустрии профессий. Наиболее востребованными специальностями в 2014 г. были: повар – 1724 человека; кондитер-повар – 1463 человека; повар-официант – 290 человек; повар, официант, бармен – 198 человек; кондитер-повар, официант – 180 человек; работник ресторанного и гостиничного хозяйства – 117 человек и др. Численность подготовленных специалистов для сферы туризма в 2014 г. всего составила 3411 человек. В целом за 2010-2014 гг. было подготовлено 1150 специалистов с высшим образованием по специальности «Социально-культурный сервис и туризм»; численность обучающихся по данной специальности в 2010-2014 гг. составила 5340 человек; в 2014-2015 гг. принято 211 человек.

Таблица 6 – Среднесписочная численность работников предприятий и организаций сферы туризма

	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	+, - 2014 г. к 2010 г., в %
Среднесписочная численность, человек						
Всего	7338	7757	7829	7740	8553	+16,6
Гостиницы	1564	1644	1480	1582	1693	+8,2
Предприятия отдыха и туризма	912	1063	1167	934	1164	+27,6
Туристские агентства	1067	1269	1210	1362	1324	+24,1
Санаторно-курортные учреждения	2469	2390	2447	2459	2512	+1,7
Рестораны	701	737	852	729	1194	+70,3
Природные парки и заповедники	625	654	673	674	666	+6,6
Среднемесячная заработная плата, сом.						
Гостиницы	9466	11015	12379	13527	12632	+33,4
Предприятия отдыха и туризма	3802	4764	5376	6254	6000	+57,8
Туристские агентства	4054	4190	5375	6880	6784	+67,3
Санаторно-курортные учреждения	4455	6228	8158	8749	9306	+108,9
Рестораны	4019	4441	4967	5284	6085	+51,4
Природные парки и заповедники	5691	5802	6053	6458	7221	+26,9

Источник: данные Нацстаткома Кыргызской Республики.

В пятой главе «Перспективы развития туристского рынка Кыргызской Республики на основе туристского кластера» определены механизмы стратегического управления развитием туризма в Кыргызской Республике, рассмотрены предпосылки создания туристского кластера, определена стратегия развития туристского кластера в Иссык-Кульской области, разработана концепция формирования регионального туристского кластера в Иссык-Кульской области и определён прогноз развития туристского региона с применением кластерных технологий.

Туристский рынок Кыргызстана делится на международный рынок и внутренний. При этом основным сегментом внутреннего туристского рынка, который представлен местным населением, является рынок оздоровительного и курортного видов туризма, а международный рынок включает туристов из стран СНГ и вне СНГ.

По данным ВОТ прогнозы развития туризма до 2020 г. будут такими, что ежегодный прирост объемов мирового туризма будет составлять 4,3-4,4%, а прогнозируемый рост объемов туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе составит 6,7%. Следовательно, и в Кыргызстане по комплексным расчетам средние темпы прироста, возможно, будут расти, что необходимо учитывать при прогнозировании туристского рынка.

Для прогноза развития международного туризма в Кыргызстане в основу заложены средние процентные показатели роста по отдельным статистическим данным туризма (табл. 7). Расчёты произведены на основании экстраполяционного анализа по отдельным индикаторам туризма на определённый период.

Рассчитанный прогноз основных индикаторов развития туризма Кыргызской Республики показан в табл. 8. В целом прогнозируемые показатели по туризму имеют тенденцию к увеличению. Наибольшие темпы прироста характерны как для въездного потока, так и выездного, что объясняет необходимость внедрения кластерной программы по развитию как международного, так и внутреннего туризма.

Таблица 7 – Развитие международного туризма Кыргызской Республики

Показатель	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.
Число иностранных туристов, тыс. человек	854,9	2277,5	2406,0	3076,0	2849,4
Ежегодный прирост	-	1422,6	128,5	670,0	-226,6
Доход от экспорта туруслуг - всего, млн. долл.	147,8	347,1	410,8	513,9	408,1
Ежегодный прирост	-	199,3	63,8	103,1	-105,8
Доход от туристов из стран СНГ, млн. долл.	111,5	295,9	360,3	449,4	351,3
Ежегодный прирост	-	184,4	64,4	89,1	-98,1
Доход от туристов из стран вне СНГ (экспорт), млн. долл.	36,3	51,2	50,5	64,5	56,8
Ежегодный прирост		14,9	-0,7	14,0	-7,7
Импорт – всего, млн. долл.	136,9	233,4	333,4	338,6	377,3
Ежегодный прирост	-	96,5	100,0	5,2	38,7
Валовой выпуск в сфере туризма, млн. сом.	20700,0	31465,8	33280,5	39387,7	45939,1
Ежегодный прирост	-	10765,8	1814,7	6107,2	6551,4
Доля туризма в ВВП, %	3,7	4,5	4,6	4,6	4,8
Ежегодный прирост	-	0,8	0,1	0	0,2
Рыночные услуги в сфере туризма, млн. сом.	4457,0	7366,2	8651,4	10111,5	12030,2
Ежегодный прирост	-	2909,2	1285,2	1460,1	1918,7
Оборот розничной торговли в сфере туризма, млн. сом.	5443,5	10645,2	12145,0	14002,5	16636,5
Ежегодный прирост	-	5201,7	1499,8	1857,5	2634,0
Занятость в туризме, человек	7338	7757	7829	7740	8553
Ежегодный прирост	-	419	72	-89	813

Источник: таблица рассчитана автором по данным Нацстаткома КР.

Для прогноза развития отрасли туризма Кыргызской Республики за основу взяты данные последних пяти лет, где заложены средние процентные показатели роста по отдельным цифровым данным туризма. Средний ежегодный прирост валового выпуска в сфере туризма составил 6309,8 млн. сом., прирост

рыночных услуг – в среднем 1893,3 млн. сом., ежегодный прирост оборота розничной торговли в сфере туризма – 2798,3 млн. сом.

Исходя из этих статистических данных были произведены среднесрочные прогнозы до 2020 г. по таким индикаторам, как валовой выпуск в сфере туризма, доля туризма в ВВП, объем предоставляемых рыночных услуг и оборот розничной торговли в сфере туризма (см. табл. 9).

Таким образом, прогноз развития туризма на перспективу показывает, что к 2020 г. доля туризма в ВВП увеличится с 4,8 до 6,6%, а ВВП к 2020 г. повысится с 45 939,1 до 83 797,9 млн. сом.

Таблица 8 – Развитие международного туризма КР на перспективу

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Число иностранных туристов, тыс. человек	3846,6	4345,2	4843,8	5342,4	5841,0
Доход от экспорта туруслуг - всего, млн. долл.	538,3	603,4	668,5	733,6	798,7
Доход от туристов из стран СНГ, млн. долл.	471,3	531,3	591,3	651,3	711,3
Доход от туристов из стран вне СНГ, млн. долл.	67,0	72,1	77,2	82,3	87,4
Импорт – всего, млн. долл.	497,5	557,6	617,7	677,8	737,9

Источник: таблица рассчитана автором по данным Нацстаткома КР.

Таблица 9 – Развитие международного туризма КР на перспективу (млн. сом.)

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Валовой выпуск в сфере туризма	58558,7	64868,5	71178,3	77488,1	83797,9
Доля туризма в ВВП, %	5,4	5,7	6,0	6,3	6,6
Рыночные услуги в сфере туризма	15816,8	17710,1	19603,4	21496,7	23390,0
Оборот розничной торговли в сфере туризма	22233,1	25031,4	27829,7	30628,0	33426,3

Источник: таблица рассчитана автором на основе статистических данных НСК КР.

Развитие туристского рынка зависит от концептуальности государственных программ, приоритетности туристской отрасли в структуре экономики страны, взаимосотрудничества государственных и частных структур и др. На сегодняшний день в Кыргызской Республике разработана Национальная стратегия устойчивого развития (НСУР) Кыргызской Республики на 2013-2017 гг., принятая Указом Президента КР от 21 января 2013 г., в которой говорится о важности развития туристской отрасли. Реализация вышеназванного стратегического приоритета развития туризма осуществляется через планирование и реализацию конкретных мероприятий, разработанных в рамках ряда государственных и региональных стратегических документов и программ.

В ходе исследования были разработаны рекомендации по созданию следующих рабочих групп, деятельность которых будет направлена на активиза-

цию государственной политики по развитию туризма в стране и для повышения роли и полномочий Департамента туризма при Министерстве культуры, информации и туризма Кыргызской Республики: организационно-правовая, координационная, аналитическая и экспертная комиссия. Данные рабочие группы могут включать специалистов министерств, ученых, экспертов, аналитиков в области туризма, к компетенциям которых будут относиться следующие работы: внедрение и адаптация международных стандартов туристского сервиса; разработка рекомендаций и правил в области регулирования туризма; обеспечение безопасности туристов; координация государственных, областных и муниципальных образований в сфере развития туризма; анализ, оценка, мониторинг, выработка рекомендаций по бизнес-планам и инвестиционным проектам; разработка программ, мероприятий; выявление тенденций развития туризма.

Известно, что туризм рассматривается как сложная социально-экономическая категория и явление, связанное с пространственно-временным передвижением людей разной социальной категории с различной целью. И для разработки стратегии развития туристского рынка используются различные методологии и методики. В частности, кластерный подход применяется в качестве одной из парадигм развития туристской индустрии. О необходимости создания кластеров в Кыргызской Республике указано в Национальной стратегии устойчивого развития Кыргызской Республики на период 2013-2017 гг. В данном документе отмечено: «Республика обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом, на её территории сосредоточен широкий спектр уникальных природных и рекреационных ресурсов, объекты национального, культурного и исторического наследия. Вместе с тем существует ряд проблем, сдерживающих дальнейшее развитие сферы туризма: низкий уровень развития туристской инфраструктуры; отсутствие качественной придорожной инфраструктуры практически на всех автомагистралях страны; не на должном уровне организованная комплексная система безопасности; невысокое качество обслуживания и низкий уровень навыков обслуживающего персонала; на рынке образования практически нет предложений по обучению технического персонала. И для решения данных проблем сформулирована политика, где одной из первых и главных мер является «создание туристских кластеров, что предполагает сосредоточение в рамках ограниченной территории предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта».

Формирование и развитие туристского кластера в Кыргызской Республике в первую очередь должно быть направлено на такие секторы рынка туризма, как въездной и внутренний, так как именно они создают большую часть дохода внутри Кыргызской Республики, в отличие от выездного туризма.

В данной работе для сравнительного анализа использования кластерных технологий была взята Иссык-Кульская область и разработана карта туристского кластера, в которую включены все потенциальные участники сферы туризма, которые входят в локальные туристские кластеры (рис. 2).

В туристском кластере Иссык-Кульской области есть четкие границы, то есть здесь чётко наблюдается локализованность кластера. Представленная модель Иссык-Кульского туристского кластера включает локальные туристские

кластеры с центрами «Чолпон-Ата», «Каракол». Помимо этого, для анализа процесса формирования регионального туристского кластера на исследуемой территории предложен метод балльной оценки. Предлагаемый метод оценки включает первичные и вторичные признаки, что позволяет как качественно, так и количественно анализировать процесс формирования кластера. Согласно предложенной методике, уровень развития регионального туристского кластера Иссык-Кульской области в среднем оценен в 8,5 баллов, что позволяет классифицировать его в будущем как пре-кластер, то есть сформирован региональный туристский рынок, включающий различные предприятия, оказывающие услуги для сферы туризма.

В рамках модели туристского кластера Иссык-Кульского региона, где основным ядром выступит локальный туристский кластер «Каракол», возможна реализация портфеля внутрикластерных инвестиционных и инфраструктурных проектов, которые можно разделить на три группы: активные (реализация которых уже начата); перспективные (планируются к реализации в ближайшие два года); проекты второй очереди или долгосрочно-перспективные (будут реализованы до определённого периода).

Реализация проектов позволит туристскому кластеру области получить синергетический эффект от кооперации входящих в него предприятий, выражающийся в экономическом росте участников кластера и повышении эффективности их функционирования, получении экономических выгод всеми участниками кластера, получения социального эффекта в области, выражающегося в повышении уровня образования, росте числа рабочих мест и улучшении социального климата в регионе, а также в получении областью бюджетного эффекта за счёт роста налогооблагаемой базы.

Для формирования кластера по туризму разработаны маркетинговые стратегии развития для комплекса средств размещения, предприятий питания, транспорта и других хозяйствующих субъектов области, а также общая стратегия развития туристского рынка.

Анализ международного опыта развития туристских кластеров позволил выделить три основных сценария развития: пассивного (инерционного) развития, среднего (умеренного) развития и оптимистического (инновационного) развития. Необходимо отметить, что структура и мощность туристских потоков в Иссык-Кульской области в формате прогнозируемого туристского кластера соответствует третьему сценарию развития, а именно оптимистическому (инновационному) развитию региона.

Во многих случаях для прогноза развития туристского рынка отдельного региона используют кластерные технологии. При этом деятельность кластерного объединения оценивается на основе комплексного анализа конечных итогов его эффективности. Одним из положительных эффектов развития туристского кластера является увеличение количества туристов, в том числе иностранных. Данная оценка играет наиболее важную роль, так как произведённые расчёты по количеству иностранных туристов и доходов, полученных от них за 2010-2014 гг. доказали близкую зависимость между количеством прибывших туристов и экспортом от иностранного туризма.



Рис. 2. Карта туристского кластера Иссык-Кульской области

В работе определена корреляционная зависимость между количеством въехавших туристов и доходом от них (экспортом). Выявлено, что между количеством прибывших иностранных туристов в страну и полученных доходов существует тесная связь, так как коэффициент корреляции составил 0,95.

Обычно определение влияния туристской деятельности на экономику страны оценивается на основе двух составляющих: прямого и косвенного эффектов. Очевидно, что затраты одного туриста за весь срок пребывания будут многократно вкладываться как в экономику Иссык-Кульской области, на территории которой формируется кластер, так и страны в целом. Затраты повторно расходуются транспортными компаниями, сферой торговли, бытового обслуживания, связи, предприятиями сферы досуга и развлечений, то есть будет задействован эффект мультипликатора. Поэтому метод туристского мультипликатора является наиболее приемлемым для оценки влияния туризма на экономику региона на данном этапе его развития, а также в случае формирования кластера.

В работе рассмотрены два диапазона затрат в современных условиях и в условиях формирования кластера: первый диапазон представлен основными услугами, что является средним показателем для большинства туров, а второй диапазон взят с учетом дополнительных, более качественных и дорогих услуг, так как в условиях формирования кластера увеличивается как перечень услуг, так и цены на некоторые из них. Цены на основные и дополнительные услуги взяты с учётом средних цен в стране. Например, такие виды развлечений, как гольф-услуги, дайвинг, спа-услуги, парусный спорт, физиотерапевтические услуги и другие виды входят в категорию дорогих услуг. В табл. 10 приведены затраты одного туриста в зависимости от диапазона услуг.

Таблица 10 – Затраты одного туриста в зависимости от диапазона

Показатель	Диапазон	
	низкий	высокий
Средние расходы одного туриста в день на территории, сом.	1190	1190
Дополнительные расходы:		
дополнительное питание	250	750
транспортные услуги или расходы на бензин	123	699
экскурсии	250	750
развлечения	500	2500
шопинг	200	1650
Итого расходы одного туриста в день, сом.	2 513	7 539
Средняя продолжительность пребывания туриста на территории, дней	7 дней	7 дней
Затраты одного туриста за весь срок пребывания на территории, сом.	17 591	52 773

Источник: таблица рассчитана автором на основе статистических данных НСК КР.

На основе статистических данных о количестве отдохнувших в Иссык-Кульском регионе в 2014 г., получен сравнительный доход с учётом низкого и высокого диапазонов затрат.

В работе приводится полученный средний доход за 2014 г. и расчётные данные с поправкой на мультипликативный эффект (табл. 11).

Таблица 11 – Сравнительный анализ дохода

Показатели по итогам 2014 г.	млн. сом.
Доход низкого диапазона ($D_{\text{низкий}}$)	18,7
Доход высокого диапазона ($D_{\text{высокий}}$)	56,0
Средний доход ($D_{\text{средний}}$)	37,4
Показатели по итогам 2014 г. с учётом эффекта мультипликатора	млн. сом.
Доход низкого диапазона ($D_{\text{низкий}\alpha}$)	52,3
Доход высокого диапазона ($D_{\text{высокий}\alpha}$)	156,9
Средний доход ($D_{\text{средний}\alpha}$)	104,6
Разница между средним доходом с учётом мультипликатора и без него	67,2

Источник: таблица рассчитана автором на основе статистических данных НСК КР.

Таким образом, по данным табл. 11 доход, полученный в 2014 г. с учётом мультипликатора, на 67,2 млн. сом. больше фактического дохода. В рамках исследования приводятся фактические составляющие туристского потока и других индикаторов за 2009-2014 гг., а также их ожидаемые прогнозные результаты. При этом в прогнозных расчётах развития туристского рынка до 2020 г. использован метод прогнозной экстраполяции.

На основе ожидаемых прогнозных данных определён суммарный доход в разрезе диапазонов с учётом и без учёта мультипликатора, который представлен на рис. 3 и 4.

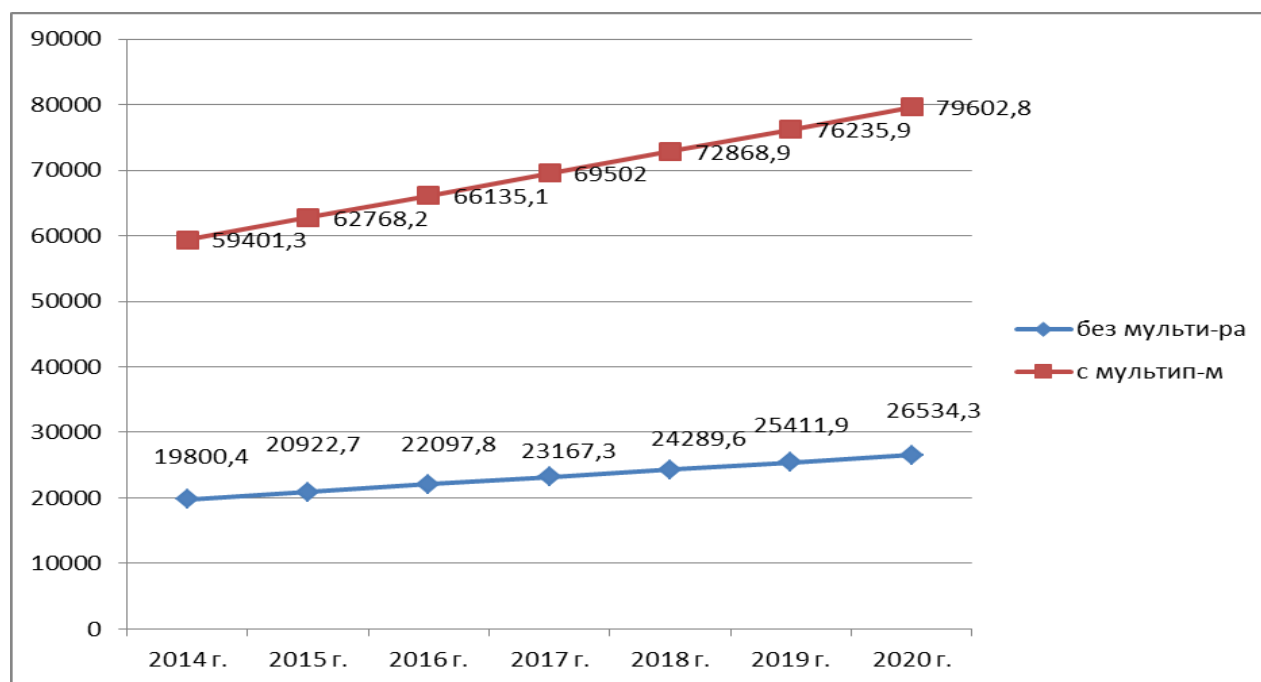


Рис. 3. Объём дохода в низком диапазоне от туристов в неизменных и кластерных условиях (тыс. сом.)

Источник: график разработан автором на основе статистических данных Нацстаткома КР.

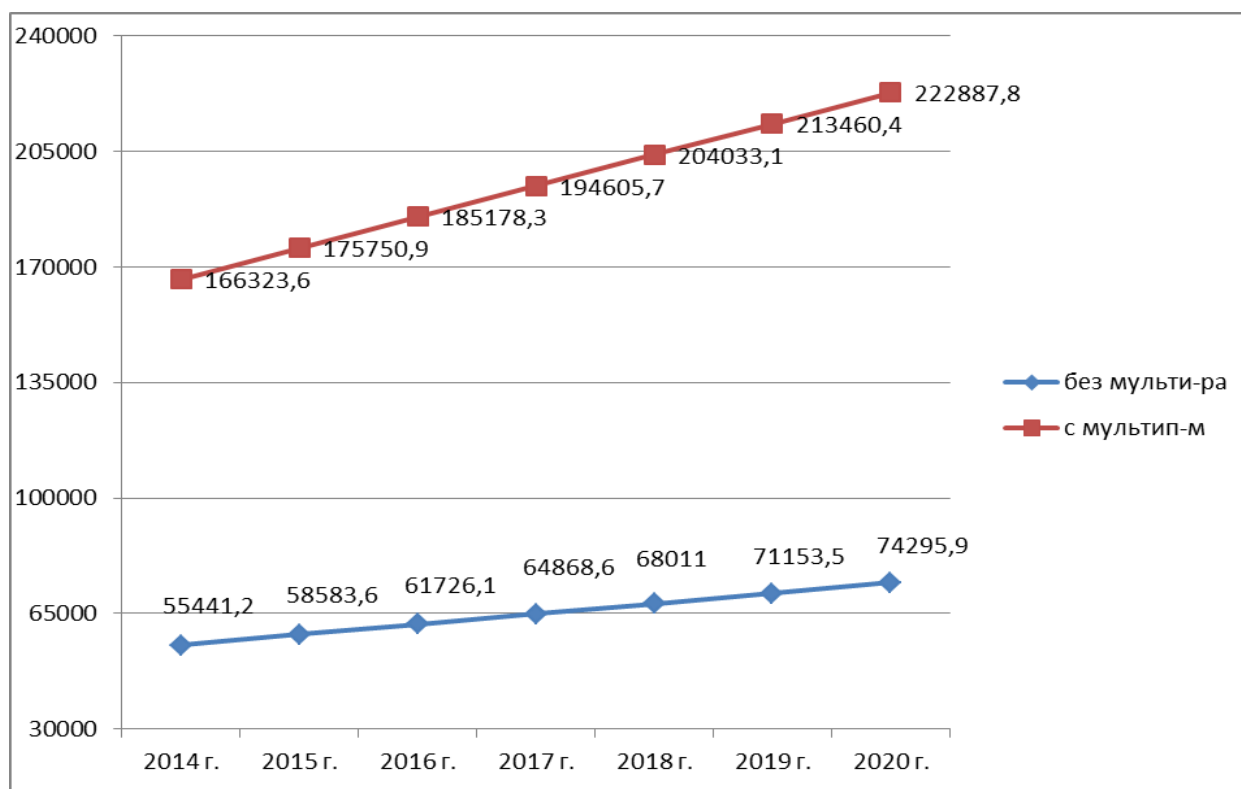


Рис. 4. Объем дохода в высоком диапазоне от туристов в неизменных и кластерных условиях (тыс. сом.)

Источник: график разработан автором на основе статистических данных Нацстаткома КР.

Как показано на рис. 3 и 4, разница в доходе в различных диапазонах с учётом и без учёта мультипликативного эффекта подтверждает научную гипотезу об эффективности формирования туристского кластера на территории Иссык-Кульской области.

ВЫВОДЫ

В результате исследования экономических проблем развития туристского рынка в Кыргызстане сделаны следующие теоретические выводы и даны практические рекомендации.

1. Научное исследование экономических проблем туристского рынка Кыргызской Республики является качественно новым направлением в отечественной экономике, обусловленным насущными потребностями в условиях становления социально ориентированной рыночной экономики. Анализ теоретико-методологических основ туризма позволил раскрыть его значимость в социально-экономическом развитии страны, показать многоаспектность функционирования туристского рынка.

2. В работе всесторонне исследован рынок туристских услуг, в зависимости от специфичности производства, сбыта, продвижения и потребления туристского продукта. В результате выявлено, что к особенностям туристских

услуг относится неосвязаемость, несохраняемость, неотделимость, подверженность услуги сезонным колебаниям, высокая степень зависимости от негативных обстоятельств, что создает дополнительные риски и отражается на качестве обслуживания и количестве туристов.

3. Согласно систематике развития сферы туризма, целевые функции или целевое назначение легли в основу предложенной мотивационной классификации, а признаки социально-экономического и организационного характера легли в основу организационно-экономической классификации. Данные рекомендации по классификациям туризма позволят анализировать особенности производства и потребления туристского продукта, качественного и количественного состава потребителей и структуры туристского рынка, то есть проводить качественный маркетинговый и статистический сбор информации и его обработку.

4. Выявлены потенциальные возможности природно-рекреационных и историко-культурных ресурсов в развитии туристского рынка на основе анализа их количественного состава, масштаба, значимости, качества ресурсов, существующей и потенциальной степени коммерциализации, а также перспективности видов туризма, основывающихся на этих ресурсах.

5. Определены на основе комплексного анализа уровень и тенденции развития туристского рынка, его место и функциональная роль в современной и перспективной территориально-хозяйственной структуре страны с постановкой вопроса об углублении региональной специализации в сфере туризма. Туризм рассматривается в масштабах народного хозяйства как диверсифицированный межотраслевой комплекс социально-бытовой инфраструктуры и приводит к увеличению национального дохода и доли доходов от туризма в экспорте страны и к уменьшению расходов на туризм в импорте страны. Валовой выпуск в сфере туризма в 2014 г. составил 45 939,1 млн. сом. и абсолютный прирост по сравнению с 2010 г. возрос на сумму 6551,4 млн. сом., темп роста составил 116,6%, или почти в 1,1 раза больше по сравнению с 2010 г. Валовая добавленная стоимость в сфере туристской деятельности составила в среднем за 2010-2014 гг. 14 079,6 млн. сом., это в 1,7 раза больше по сравнению с 2010 г. Оборот розничной торговли в сфере туризма Кыргызской Республики в среднем за пять лет составил 11 774,5 млн. сом., то есть в 3,1 раза больше, чем в 2010 г. Доля сферы туристской деятельности в ВВП страны составила в среднем 4,4%, что говорит о становлении туризма как самостоятельной отрасли национальной экономики.

6. Анализ показал, что в развитии туристского рынка важную роль играют следующие экономические факторы: привлечение иностранных и внутренних инвестиций в туризм; строительство и модернизация инфраструктуры; степень развития транспортной сети; продвижение и реализация туристского продукта; качественное обслуживание туристов; информационное обеспечение и статистика; система подготовки и переподготовки кадров. Правильный учёт этих факторов существенно влияют на повышение конкурентных преимуществ туристского рынка страны на рынке международных туристских услуг.

7. Исходя из мировой тенденции развития туризма, а также на основе официальных статистических индикаторов туристского рынка Кыргызской

Республики определён прогноз развития туризма в республике до 2020 г. Полученный прогноз развития туризма Кыргызской Республики на перспективу показывает, что к 2020 г. доля туризма в ВВП увеличится с 4,8 до 6,6%, а валовой выпуск в сфере туризма возрастет к 2020 г. с 45 939,1 до 83 797,5 млн. сом., рыночные услуги в сфере туризма к 2020 г. составят 23 390,0 млн. сом., оборот розничной торговли в сфере туризма – 33 426,3 млн. сом.

Прогнозные расчёты до 2020 г. могут служить опорным материалом при прогнозировании и разработке перспективных направлений или моделей туризма по различным туристско-рекреационным зонам страны.

8. Для сравнительного анализа использования кластерных технологий была взята Иссык-Кульская область, где в качестве основного ядра представлен локальный туристский кластер «Каракол» и разработана карта регионального туристского кластера с потенциальными участниками и маркетинговой стратегией развития туристских комплексов с целью повышения эффективности функционирования туристского кластера, направленная на совершенствование инфраструктуры туризма.

В современных условиях важными задачами в сфере формирования туристского кластера региона должно быть развитие всех субъектов туристского кластера и их взаимосвязь, что отражено в карте туристского кластера. Располагая значительными туристско-рекреационными ресурсами и благоприятными климатическими условиями, возможно развитие многих видов туризма. Метод балльной оценки позволил определить формируемый туристский кластер как пре-кластер. Определены три основных сценария развития при формировании туристского кластера: пассивного (инерционного) развития, среднего (умеренного) развития и оптимистического (инновационного) развития. Выявлено, что структура и мощность туристских потоков в формате прогнозируемого туристского кластера соответствует третьему, оптимистическому, сценарию развития региона.

9. Использование кластерного подхода призвано через организацию коммуникации между всеми участниками туристского бизнеса и поддерживающих отраслей обеспечить максимальный мультипликативный эффект от деятельности. Исследование отечественного и зарубежного опыта позволило выработать методику расчёта туристского мультипликатора в регионе. На основе статистических данных о количестве отдохнувших в Иссык-Кульском регионе в 2014 г. получен сравнительный доход с учётом диапазонов затрат и приведён ожидаемый средний доход с поправкой на мультипликативный эффект, который на 67,2 млн. сом. больше полученного фактического дохода.

10. Обоснован прогноз развития туристского рынка Иссык-Кульской области до 2020 г. с использованием метода экстраполяции. В соответствии с ожидаемыми прогнозными данными определён суммарный доход в разрезе диапазонов на основе туристского мультипликатора. Выявленная существенная разница в доходе подтверждает научную гипотезу об эффективности формирования туристского кластера на территории Иссык-Кульской области.

11. Применение кластерного подхода к процессу стратегического развития туризма позволит создать успешно конкурирующую дестинацию, базиру-

ящуюся на инновационной платформе, генерировать и реализовывать новые предложения на рынке, стимулировать предпринимательскую деятельность и рост сопутствующих и поддерживающих отраслей. С целью активизации государственной политики в сфере развития туризма в стране, связанной с началом реализации конкретных инвестиционных и инфраструктурных туристских проектов, формированием туристских кластеров, необходимо создание организационно-правовой, координационной, аналитической и экспертной рабочих групп.

12. Управление туристским рынком Кыргызской Республики, с использованием опыта мировых туристских центров, должно предусматривать реализацию необходимых мероприятий посредством инвестиционных механизмов, организационных, нормативных, финансовых, кадровых и механизмов продвижения для развития туризма и качественного управления туристским рынком. Также в качестве одной из важнейших стратегических задач в республике рассматривается обоснование и создание региональных турцентров, что позволит добиться синергетического эффекта при реализации региональной туристской политики.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

А) монографии и учебные пособия

1. Бекбоева, М. А. Развитие туристского рынка Кыргызской Республики [Текст] / М.А. Бекбоева. – Бишкек, 2015. – 453 с.
2. Бекбоева, М. А. Организация и управление гостиницами [Текст]: учебное пособие / М. А. Бекбоева, Г. У. Шадыканова. – Бишкек, 2006. – 156 с.

Б) публикации, рекомендованные ВАК КР

3. Бекбоева, М. А. Место и роль туристского бизнеса в структуре рынка услуг [Текст] / М. А. Бекбоева, С. Жолдошбекова // Материалы международной научно-практической конференции «Гармонизация науки и образования в современных условиях глобализации и интеграции». – Каракол, 2015. – С. 194-196.
4. Бекбоева, М. А. Прогноз развития регионального туристского кластера в Иссык-Кульской области [Текст] / М. А. Бекбоева, К. А. Атышов // Материалы международной научно-практической конференции «Стратегия устойчивого развития экономики регионов в условиях глобализации». – Бишкек, 2015. – С. 40-43.
5. Бекбоева, М. А. Проблемы развития туристского рынка Кыргызской Республики и пути их решения [Текст] / М. А. Бекбоева // Журнал «Вестник КЭУ». – Бишкек, 2015. – №2 (32). – С. 117-120.
6. Бекбоева, М. А. Необходимость инвестирования туризма Нарынской области [Текст] / М. А. Бекбоева, Г. Т. Супатаева // Журнал «Известия вузов». – Бишкек, 2014. – № 4. – С. 216-219.
7. Бекбоева, М. А. Приоритетные направления туристического бизнеса в Нарынской области [Текст] / М. А. Бекбоева, А. М. Камчыбеков // Журнал «Известия вузов». – Бишкек, 2014. – № 4. – С. 213-216.
8. Бекбоева, М. А. Необходимость кластерного развития туризма в Кыргызской Республике [Текст] / М. А. Бекбоева // Журнал «Вестник КЭУ». – Бишкек, 2014. – №2 (29). – С. 244-247.
9. Бекбоева, М. А. Формирование туристического кластера в КР [Текст] / М. А. Бекбоева, Г. Б. Бексултанова // Журнал «Вестник КЭУ». – Бишкек, 2014. – №2 (29). – С. 247-249.
10. Бекбоева, М. А. Инновационные тенденции туристической отрасли [Текст] / М. А. Бекбоева // Журнал «Известия вузов». – Бишкек, 2014. – № 4. – С. 204-207.

В) Публикации, входящие в систему РИНЦ (зарубежные)

11. Bekboeva, M. A. Mountain tourism in Kyrgyzstan: new work and services in rural areas [Tekst] / M. A. Bekboeva // European Journal Of Natural History. – Москва, 2015. – №2. – С. 20-28.

12. Бекбоева, М. А. Значение иностранных инвестиций в развитии туристского рынка Кыргызской Республики [Текст] / М. А. Бекбоева // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – № 11, часть 2. – С. 249-252.

13. Бекбоева, М. А. Экономические факторы, влияющие на развитие туристского рынка Кыргызской Республики [Текст] / М. А. Бекбоева, К. А. Атышов // Материалы XV международной научно-практической конференции «Научные перспективы XXI века. Достижения и перспективы нового столетия». – Новосибирск, 2015. – С. 43-46.

14. Бекбоева, М. А. Транспортная инфраструктура в развитии туристского рынка Кыргызской Республики [Текст]: Материалы международной заочной научно-практической конференции «Современное общество, образование и наука» / М. А. Бекбоева // Журнал «Научный альманах». – Тамбов, 2015. – №9 (11). – С. 60-66.

15. Бекбоева, М. А. Концепция формирования регионального туристского кластера в Иссык-Кульской области [Текст]: Материалы международной заочной научно-практической конференции «Современное общество, образование и наука» / М. А. Бекбоева, К. А. Атышов // Журнал «Научный альманах». – Тамбов, 2015. – №9 (11). – С. 66-73.

16. Бекбоева, М. А. Управление развитием туризма в Кыргызской Республике [Текст] / М. А. Бекбоева, К. А. Атышов // Материалы XLIX международной научно-практической конференции «Инновации в науке». – Новосибирск, 2015. – №9 (46). – С. 48-56.

17. Бекбоева, М. А. Потенциальные возможности Нарынской области для развития туризма [Текст] / М. А. Бекбоева, А. М. Камчыбеков // Материалы XLIV международной заочной научно-практической конференции: «Научная дискуссия: инновации в современном мире». – Москва, 2015. – С. 86-93.

18. Bekboeva, M. A. The potential of the Issyk-Kul region for the development of the tourist market in the Kyrgyz Republic [Tekst] / M. A. Bekboeva // European Journal of Natural History. – Москва, 2015. – №5.

Г) публикации в других изданиях

19. Бекбоева, М. А. Эволюция развития туристского рынка в Кыргызской Республике [Текст] / М. А. Бекбоева // Материалы XVIII м/н научно-практической конференции «Современные концепции научных исследований». – Москва. – 2015. – С. 35-38.

20. Бекбоева, М. А. Совершенствование и организация индустрии гостеприимства [Текст] / М. А. Бекбоева, Н. К. Расулова // Сборник научных трудов «Национальная экономика Кыргызской Республики: проблемы и перспективы развития». – Бишкек, 2015. – С. 226-241.

21. Бекбоева, М. А. Государственное регулирование туризма в Кыргызской Республике [Текст] / М. А. Бекбоева, Ж. Намазалиев // Журнал «Вестник НГУ им. С. Нааматова». – 2015. – №1. – С. 82-84.

22. Бекбоева, М. А. Расширение экспортного потенциала Кыргызстана со странами ВШП [Текст] / М. А. Бекбоева, К. А. Атышов, А. Эргешов // Научно-педагогический журнал. – Алматы, 2014. – №3 (22). – С. 126-133.

23. Бекбоева, М. А. Вопросы развития туризма в Кыргызской Республике на ВШП [Текст] / М. А. Бекбоева, К. А. Атышов // Журнал «Педагогика и психология». – Алматы, 2014. – №2 (19). – С. 13-19.

24. Бекбоева, М. А. Развитие инфраструктуры туристического бизнеса Кыргызской Республики [Текст] / М. А. Бекбоева // Материалы м/н научно-практической конференции на тему «Актуальные проблемы науки и высшего образования». – Каракол, 2011. – №30, I часть. – С. 174-178.

25. Бекбоева, М. А. Современное состояние туристического бизнеса Кыргызской Республики [Текст] / М. А. Бекбоева, К. А. Атышов // Материалы м/н научно-практической конференции на тему «Актуальные проблемы науки и высшего образования». – Каракол, 2011. – №30, I часть. – С. 164-168.

26. Бекбоева, М. А. Индустрия туризма и путешествий Финляндии [Текст] / М. А. Бекбоева, Ахо Сеппо // Материалы м/н научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития экономического и инновационного развития КР». – Бишкек, 2008. – С. 76-79.

27. Бекбоева, М. А. Человеческие ресурсы и технологии обслуживания в управлении качеством услуг в индустрии гостеприимства [Текст] / М. А. Бекбоева, К.А. Атышов // Материалы м/н научно-практической конференции «Актуальные проблемы развития экономического и инновационного развития КР». – Бишкек, 2008. – С. 95-98.

28. Бекбоева, М. А. Тенденции развития индустрии гостеприимства и особенности управления качеством туристических услуг [Текст] / М. А. Бекбоева, Ахо Сеппо // Материалы м/н научно-практической конференции «Наука и инновация», посвященной 12-летию образования Нарынского государственного университета. – Бишкек, 2008. – С. 229-235.

29. Бекбоева, М. А. Роль комфорта в обеспечении качества гостинично-туристских услуг (на примере Финляндии) [Текст] / М. А. Бекбоева, Ахо Сеппо // Материалы м/н научно-практической конференции «Наука и инновация», посвященной 12-летию образования Нарынского государственного университета. – Бишкек, 2008. – С. 195-199.

30. Бекбоева, М. А. Экономическая и социальная оценка развития и замещения туристического бизнеса в Нарынской области [Текст] / М. А. Бекбоева, Н. М. Нуралиева // Материалы м/н научно-практической конференции, посвященной 10-летию БГУЭП в статусе ВУЗа. – Бишкек, 2007. – С. 75-78.

31. Бекбоева, М. А. К вопросу о развитии туризма в Нарынской области [Текст] / М. А. Бекбоева // Материалы второй м/н научно-практической конференции «Современные проблемы развития туризма и гостеприимства в Центральной Азии». – Бишкек, 2006. – С. 93-95.

Бекбоева Махабат Амантуровнанын «Кыргыз Республикасындагы туристтик базардын өнүгүүсүнүн экономикалык көйгөйлөрү» темасындагы **08.00.05 – Экономика жана эл чарбасын башкаруу (ишмердүүлүктүн тармактары жана чөйрөлөрү боюнча)** адистиги боюнча экономика илимдеринин доктору окумуштуулук даражасын изденип алуу үчүн жазылган диссертациясынын

РЕЗЮМЕСИ

Түйүндүү сөздөр: туризм, туристтик базар, туризмдин инфратүзүлүшү, табигый-рекреациялык ресурстар, тарыхый-маданий ресурстар, региондук туристтик кластер, туристтик мультипликатор, туризм чөйрөсүн мамлекеттик башкаруу, туризмдин өнүгүүсүн прогнозун түзүү, туризмди өнүктүрүү стратегиясы.

Изилдөөнүн объектиси: Кыргыз Республикасынын туристтик базары.

Изилдөөнүн предмети: Кыргыз Республикасында өзгөртүп түзүү заманбап шарттарында туристтик базарды экономикалык жана башкаруучулук мамилелерин жыйындысы.

Изилдөөнүн методдору: Диссертациялык изилдөөдө туризмдин өнүгүүсү төмөнкү методдорду колдонуу менен изилденди: а) таануунун методдору; б) статистикалык; в) математикалык; г) моделдөө методдору, ошондой эле теориялык жана практикалык материалды тарыхый жана логикалык талдоо.

Алынган натыйжалар жана алардын жаңылыгы. Жүргүзүлгөн изилдөөнүн негизинде туризм чөйрөсүнүн негизги түшүнүктөрүнүн социалдык-экономикалык мазмуну тереңдетилди жана такталды, туризмди мотивациялык жана уюштуруучулук-экономикалык классификациялоо сунуш кылынды; туристтик базарды өнүктүрүүдөгү туристтик ресурстардын дараметтүү мүмкүнчүлүктөрү айкындалды; Кыргыз Республикасынын туристтик базарынын азыркы абалы аны комплекстүү талдоонун негизинде изилденди, өлкө экономикасындагы анын ролу менен орду айкындалды; туристтик региондордун типологиясы экономикалык чен-өлчөмдөр боюнча аныкталды жана өнүктүрүү багыттары сунушталды; туристтик кластерди калыптандырууга таасир кылуучу белгилер аныкталды; өлкөнүн туристтик кластеринин картасы жана модели түзүлдү, ошондой эле Кыргызстанда жана Ысык-Көл облусунда туризмдин жана туристтик кластердин өнүгүүсүнүн илимий божомолу мультипликациялык майнапты эске алуу менен иштелип чыкты.

Колдонулуу даражасы. Изилдөөнүн айрым натыйжалары жана сунуштары өлкөнүн орто мөөнөттүк мезгилдеги туризмди өнүктүрүүдө жана ошондой эле аны 2020-жылга чейин божомолдоого колдонулат.

Колдонулуу аймагы. Изилдөөнүн жыйынтыктары өлкөнүн мамлекеттик жана региондук деңгээлдеринде социалдык-экономикалык өнүгүү программаларын даярдоодо, туризмди өнүктүрүү боюнча багыттарында колдонулат; Ысык-Көл облусунун региондук алкагында туристтик тармакты өнүктүрүүнү мерчемдөөдө жана божомолдоодо колдонула алат; ошондой эле атайын курстары жана окуу семинарларды иштеп чыгууда жана окутуу процессинде колдонулат.

РЕЗЮМЕ

диссертации Бекбоевой Махабат Амантуровны на тему «Экономические проблемы развития туристского рынка в Кыргызской Республике» на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (по отраслям и сферам деятельности)

Ключевые слова: туризм, туристский рынок, инфраструктура туризма, природно-рекреационные ресурсы, историко-культурные ресурсы, региональный туристский кластер, туристский мультипликатор, государственное регулирование сферы туризма, прогнозирование развития туризма, стратегия развития туризма.

Объект исследования: туристский рынок Кыргызской Республики.

Предмет исследования: совокупность экономических и управленческих отношений, возникающих в процессе управления туристским рынком КР, требующих нового подхода к их решению в современных условиях преобразований, происходящих в стране.

Методы исследования: метод познания; статистический, математический; моделирования; исторический и логический анализ теоретического и практического материала.

Полученные результаты и их новизна: углублены и уточнены социально-экономическое содержание основных понятий сферы туризма; предложена мотивационная и организационно-экономическая классификации туризма; выявлены потенциальные возможности туристских ресурсов в развитии туристского рынка; исследовано современное состояние туристского рынка КР на основе его комплексного анализа, выявлена его роль и место в структуре экономики страны; определены туристские регионы по экономическим критериям с направлениями развития; определены признаки, влияющие на формирование туристского кластера; составлена карта и модель туристского кластера страны и разработан научный прогноз развития туризма и туристского кластера в Кыргызстане и Иссык-Кульской области с учётом мультипликативного эффекта.

Степень использования: отдельные положения и практические рекомендации могут послужить основой для разработки стратегии развития туризма на среднесрочный период и для его прогнозирования до 2020 г.; нашли применение в процессе преподавания и разработки спецкурсов и учебных семинаров в республиканском вузе.

Область применения. Результаты исследования могут быть применены при разработке государственных и региональных программ и стратегий развития туризма страны; планировании и прогнозировании развития туристской отрасли регионов, в образовательной практике вузовской системы.

RESUME

of Bekboeva Mahabat Amanturovna's dissertation work on "Economic problems of the tourist market development in the Kyrgyz Republic" for the degree of Doctor of Economic Sciences in specialty 08.00.05 - Economics and management of national economy (on sectors and fields of activity).

Keywords: tourism, tourism market, tourism infrastructure, natural and recreational resources, historical and cultural resources, regional tourist cluster, tourist multiplier, government regulation of the tourism industry, forecasting the development of tourism, tourism development strategy.

The object of research: the tourist market of the Kyrgyz Republic.

The subject of research is the combination of economic and administrative relations arising in the process of tourist market management of the Kyrgyz Republic, which requires a new approach to solve them in terms of modern conditions of transformation occurring in the country.

Research methods: In this dissertation research the development of tourism is investigated with the use of the following methods: a) learning method; b) statistical; c) mathematical method; d) modeling method, historical and logical analysis of the theoretical and practical material.

The results of the research and their novelty. On the basis of the conducted research there have been deepened and clarified socio-economic content of the basic tourism concepts, proposed a systematization for the development of the Kyrgyz sphere of tourism; proposed the motivational, organizational-economic classification of tourism; revealed potential tourism resources in the development of the tourist market; investigated the current state of the tourism market of the Kyrgyz Republic on the basis of its comprehensive analysis, revealed its role and place in the structure of the economy; defined the typology of tourist regions on economic criteria and proposed directions of development; defined the signs influencing the formation of tourist cluster; and also worked out the map of a tourist cluster of the country and developed a scientific forecast for the development of tourism and tourist cluster in Kyrgyzstan and Issyk-Kul region, taking into account the multiplier effect.

The degree of use. Some research results have been applied in the work of government agencies, in particular in the preparation of programs for socio-economic development at the national and regional levels, in the sections on the development of tourism.

Fields of use. The research results can be applied in the development of national and regional programs and strategies for the country's tourism development over the medium term and for its prediction till 2020; can be used for planning and forecasting the development of the tourism industry within the regional socio-economic system of the Issyk-Kul oblast; can be used in the teaching process and working out of special courses and training seminars.

Подписано к печати 19.04.2016 г. Формат 60x84 1/16
Бумага офсетная. Гарнитура «Times». Объем 3 п.л.
Печать офсетная. Тираж 120 экз.
Отпечатано в типографии КЭУ им. М. Рыскулбекова
720033, г. Бишкек, ул. Тоголок Молдо, 58