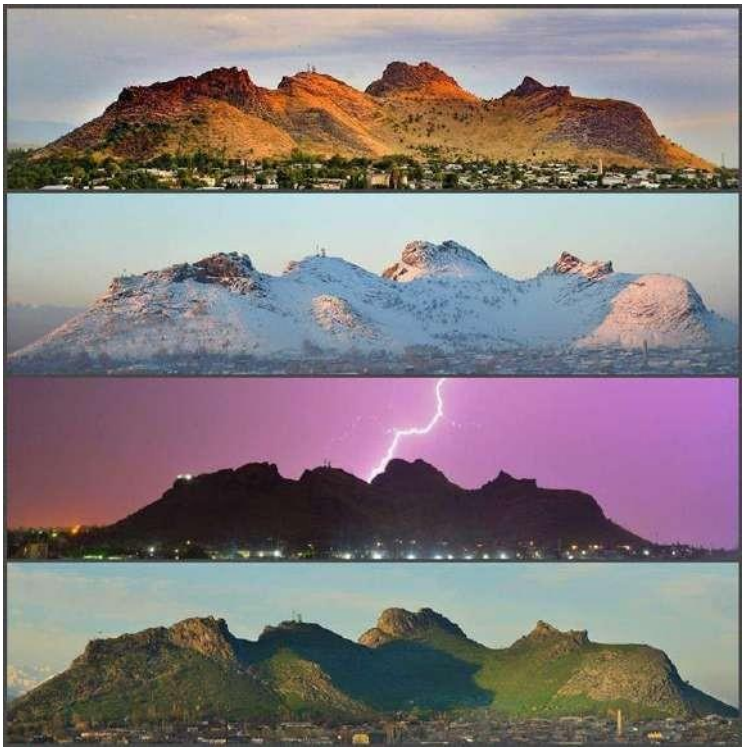
# СТРАТЕГИЯ И ПЛАН УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ОШСКОМ РЕГИОНЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

***ПОЛНАЯ ВЕРСИЯ***



*Ош аймагы - маданияттын ар түрдүүлүгүн сезиңиз!*

*Ошский регион - ощути разнообразие культур!*

*Osh Region - Feel Diverse Cultures!*

**Бишкек – 2023**

**УТВЕРЖДАЮ**
Директор Департамента туризма
при МЭК КР
Шатманов С.Б._____
Дата_____

**УТВЕРЖДАЮ**
Координатор от проекта АРИС
Кадыров А.А._____
Дата_____

**Проект Регионального Экономического Развития**
**(Credit No. 6558 KG, Grant No. D5700)**

**Консультационные услуги на подготовку**
**Стратегии и Плана Устойчивого Развития Туризма в Ошской области**

# СТРАТЕГИЯ И ПЛАН УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ОШСКОМ РЕГИОНЕ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

| Предоставлен: | Подготовлен: |
|---|---|
| **Агентство Развития и Инвестирования Сообществ** | **ОЮЛ - КАТОС**<br>**ОФ «Централ Азия Проспектс»** |

**Бишкек – 2023**

## ОГЛАВЛЕНИЕ

СОКРАЩЕНИЯ ..... 5

**ВВЕДЕНИЕ ..... 7**

**МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ..... 8**

**ГЛАВА 1. СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ТУРСЕКТОРА ОШСКОГО РЕГИОНА ..... 10**

1.1. Туристский потенциал Ошского региона ..... 10

1.2. Роль дестинаций в развитии регионального туризма ..... 14

1.3. Место туризма в социально-экономическом развитии ..... 20

1.4. Институциональная поддержка турсектора ..... 25

1.4.1. Стратегические документы сектора и мониторинг их реализации ..... 25

1.4.2. Государственные и муниципальные органы ..... 28

1.4.3. Частный сектор ..... 32

1.4.4. Деятельность ассоциаций и общественных объединений ..... 36

1.5. Нормативное правовое регулирование туризма ..... 38

1.6. Проблемы развития человеческого капитала ..... 43

1.7. Обеспечение безопасности в туризме ..... 45

1.8. Музейное дело и вопросы историко-культурного наследия ..... 48

1.9. Маркетинговое продвижение туризма ..... 50

1.10. Охрана окружающей среды и проблемы «зеленого» перехода ..... 54

1.11. Транспортная инфраструктура Ошского региона ..... 60

**ГЛАВА 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ВИДЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРСЕКТОРА ..... 64**

2.1. Систематизация основных проблем развития регионального турсектора ..... 64

2.2. Определение целевых ориентиров и руководящих принципов ..... 65

2.3. Ошский регион в разрезе глобальных и региональных туристских трендов ..... 72

2.4. Основные векторы перспективного развития ..... 76

2.4.1. Модель SMG ..... 76

2.4.2. Территориально-кластерный подход к развитию ..... 76

2.4.3. Совершенствование статистики туризма ..... 80

2.4.4. Продвижение принципов «зеленой» экономики ..... 82

2.4.5. Меры постпандемийной модернизации сектора ..... 83

2.4.6. Точки роста туризма в городе Ош ..... 85

2.4.7. Зимний туризм как фактор обеспечения всесезонности туризма.....88
2.4.8. Развитие геопарков .....89
2.4.9. Создание туристских сервисных центров.....91

**ГЛАВА 3. КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ТУРСЕКТОРА .....93**

3.1. Программа приоритетных инвестиций.....93
3.1.1. «Банк инвестиционных проектов» .....94
3.1.2. Ранжирование «твердых» инвестпроектов .....101
3.1.3. Предварительные бюджеты проектов .....102
3.2. Маркетинговая стратегия для турсектора Ошского региона .....104
3.2.1. Контуры новой маркетинговой политики.....104
3.2.2. Многоуровневость брендинга и кластерный подход к организации ивентов....112
3.2.3. Программа маркетинговых мероприятий на 2023-2028 гг.....130
3.2.4. Рекомендации по участию в международных выставках.....134
3.3. План коммерциализации отдельных туристских дестинаций .....139
3.4. Рекомендации турбизнесу по коммуникационной политике.....149
3.5. Общий план мероприятий на 2023-2028 гг. по реализации СПУРТ .....164

**ПРИЛОЖЕНИЯ.....180**

Приложение 1а. Основные туристские дестинации Ошского региона.....180
Приложение 1б. Профили пилотных туристских дестинаций.....186
Приложение 1в. Методология приоритизации дестинаций .....200
Приложение 1г. Информация о Координационной рабочей группе СПУРТ .....204
Приложение 2а. Перечень основных проблем Ошского туристского сектора.....205
Приложение 2б. Методология приоритизации проблем .....209
Приложение 2в. Методология прогнозирования целевых показателей.....211
Приложение 2г. Резолюция совместного круглого стола проектов ПЭРЭТО и СПУРТ ...213
Приложение 3а. Методология приоритизации инвестпроектов .....215
Приложение 3б. Информация об инвестиционных проектах .....219
Приложение 3в. Предварительный бюджет СПУРТ .....241
Приложение 3г. Предварительный бюджет проведения SILK ROAD FORUM/EXPO .....252
Приложение 3д. Матрица индикаторов мониторинга и оценки реализации мероприятий СПУРТ на 2023-2028 гг.....253

## СОКРАЩЕНИЯ

| № | Полные наименования | Сокращения |
|---|---|---|
| 1. | Агентство развития и инвестирования сообществ Кыргызской Республики | АРИС |
| 2. | Азиатский банк развития | АБР |
| 3. | Валовый внутренний продукт | ВВП |
| 4. | Валовый региональный продукт | ВРП |
| 5. | Возобновляемые источники энергии | ВИЭ |
| 6. | Всемирная туристская организация ООН | ЮНВТО |
| 7. | Всемирный Банк | ВБ |
| 8. | Всемирный совет по туризму и путешествиям | ВСТП |
| 9. | Всемирный экономический форум | ВЭФ |
| 10. | Германское общество по международному сотрудничеству | GIZ |
| 11. | Город Ош и Ошская область | Ошский регион |
| 12. | Государственная пограничная служба при Государственном комитете национальной безопасности Кыргызской Республики | ГПС КР |
| 13. | Государственный комитет национальной безопасности | ГКНБ КР |
| 14. | Государственная налоговая служба Кыргызской Республики | ГНС КР |
| 15. | Государственная служба регулирования и надзора за финансовым рынком при Кабинете Министров Кыргызской Республики | ГСРНФР при КМКР |
| 16. | Государственный историко-культурный музей-заповедник «Өзгөн» | Узгенский комплекс |
| 17. | Департамент туризма при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики | Департамент туризма |
| 18. | Европейский Банк Реконструкции и Развития | ЕБРР |
| 19. | Европейский Союз | ЕС |
| 20. | Жогорку Кенеш Кыргызской Республики | ЖК КР |
| 21. | Китайская Народная Республика | КНР |
| 22. | Кыргызская ассоциация туристских операторов | КАТО |
| 23. | Кыргызская ассоциация туризма, основанного на сообществах | КАТОС |
| 24. | Кыргызская Республика | КР |
| 25. | Лица с ограниченными возможностями здоровья | ЛОВЗ |
| 26. | Местные государственные администрации | МГА |
| 27. | Малая архитектурная форма | МАФ |
| 28. | Министерство внутренних дел кыргызской Республики | МВД КР |
| 29. | Министерство здравоохранения Кыргызской Республики | МЗ КР |
| 30. | Министерства культуры, информации, спорта и молодежной политики Кыргызской Республики | МКИСМП КР |
| 31. | Министерство природных ресурсов, экологии и технического надзора Кыргызской Республики | МПРЭТН КР |
| 32. | Министерство сельского хозяйства Кыргызской Республики | МСХ КР |
| 33. | Министерство транспорта и коммуникаций Кыргызской Республики | МТС КР |
| 34. | Министерство финансов Кыргызской Республики | МФ КР |
| 35. | Министерство цифрового развития Кыргызской Республики | МЦР |
| 36. | Министерство чрезвычайных ситуаций Кыргызской Республики | МЧС КР |

| | | |
|---|---|---|
| 37. | Министерство экономики и коммерции Кыргызской республики | МЭК КР |
| 38. | Национальная программа развития Кыргызской Республики до 2026 года | НПР КР 2021-2026 |
| 39. | Национальная стратегия развития Кыргызской Республики на 2018-2040 годы | НСР КР 2018-2040 |
| 40. | Национальный банк Кыргызской Республики | НБКР |
| 41. | Национальный историко-археологический музейный комплекс «Сулайман-Тоо» | Сулайман-Тоо |
| 42. | Национальный природный парк | НПП |
| 43. | Национальный статистический комитет Кыргызской Республики | НСК КР |
| 44. | Нормативные правовые акты | НПА |
| 45. | ОАО «Фонд поддержки развития туризма в Кыргызской Республике» | Фонд туризма |
| 46. | Организация экономического сотрудничества и развития | ОЭСР |
| 47. | Органы местного самоуправления | ОМСУ |
| 48. | Ошский государственный университет | ОшГУ |
| 49. | Ошский Объединенный Совет по развитию туризма | ООСРТ |
| 50. | Полномочное представительство Президента Кыргызской Республики в Ошской области | ППП КР в Ошской области |
| 51. | Правительство Кыргызской Республики | ПКР |
| 52. | Проблемы, проблемы-симптомы | ПР |
| 53. | Проблемы-первоисточники | ПП |
| 54. | Программа по развитию туризма города Ош «Ош-провайдер Великого Шелкового пути» | ПРТ «Ош-провайдер ВШП» |
| 55. | Программа Правительства Кыргызской Республики по развитию сферы туризма на 2019-2023 гг. | ПРТ 2019-2023 |
| 56. | Программа развития ООН | ПРООН |
| 57. | Программы малых грантов | ПМГ |
| 58. | Продвижение энерго- и ресурсоэффективности в туристской отрасли Кыргызстана | ПЭРЭТО |
| 59. | Проект «Подготовка Стратегии и Плана устойчивого туризма Ошского региона» как часть Проекта регионального экономического развития, финансируемого Всемирным банком и реализуемого АРИС КР | Проект |
| 60. | Сельскохозяйственная организация ООН | ФАО |
| 61. | Стратегия и План устойчивого развития туризма в Ошском регионе | СПУРТ |
| 62. | Стратегическая программа устойчивого развития Чон-Алайского района Ошской области на 2022-2026 гг. | СПУР 2022-2026 |
| 63. | Стратегическая программа усточивого развития Ноокатского района Ошской области на 2018-2023 гг. | СПУР 2018-2023 |
| 64. | Стратегия развития туризма в Алайской долине до 2027 г. | СРТ до 2027 |
| 65. | Твердые бытовые отходы | ТБО |
| 66. | Фонд по управлению государственным имущественном при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики | ФУГИ при МЭК КР |
| 67. | Центральная Азия | ЦА |

## ВВЕДЕНИЕ

История туристской индустрии Кыргызстана насчитывает не одно десятилетие. Начиная со второй половины XX века, за оз. Иссык-Куль на севере республики прочно закрепилась репутация одного из флагманов внутреннего туризма в Советском Союзе. Здесь строились вместительные пансионаты, детские оздоровительные лагеря и санатории всесоюзного значения. Южный регион Кыргызстана с центром в г.Ош остался в стороне от этих масштабных процессов. И даже сегодня, когда догоняющему развитию южных областей страны уделяется повышенное внимание, туристская индустрия Ошского региона[1] продолжает финансироваться по остаточному принципу.

Проект Регионального экономического развития, запущенный АРИС КР при финансовой поддержке Всемирного Банка, направлен на сокращение дисбалансов в развитии Ошского региона, в том числе через увеличение вклада туризма в местное экономическое развитие. Одним из компонентов этого проекта является разработка региональной Стратегии и Плана устойчивого развития туризма (СПУРТ), которая включает программы маркетингового продвижения и наращивания человеческого потенциала.

По мнению местных туроператоров и экспертов отрасли, наряду с хронической недофинансированностью, перед туристской сектором[2] Ошского региона, сегодня стоит еще несколько *системных вызовов*, осложняющих ее устойчивое развитие и препятствующих повышению качества предоставляемых услуг. Это прежде всего:

- низкая узнаваемость региона на мировом туристском рынке;
- отсутствие эффективного межсекторального взаимодействия в поддержкеначинаний малого и среднего бизнеса;
- слабый уровень развития человеческого капитала.

Разрабатывая данный стратегический документ, консультанты проекта ставили целью - исследование туристкого сектора Ошского региона через призму имеющихся в нем проблем и нераскрытых возможностей, фокусируясь на поиске устойчивых форм развития туризма, способных принести плоды в ближайшие пять лет – с 2023 по 2028 годы. При этом было поставлено три вопроса, на которые нужно было дать развернутый ответить.

- *Каково текущее положение турсектора?*
- *Каким он должен стать в 2028 году?*
- *Как этого добиться?*

Этот исследовательский проект позволил команде проекта:

- понять, где сейчас находится региональный туристский сектор с точки зрения современных международных стандартов;
- оценить его потенциал развития и ключевые «болевые» места;
- определить опорные точки для его стратегического развития;
- предложить комплекс конкретных инвестиционных, маркетинговых и коммуникационных мероприятий, необходимых для поступательного развития туристского сектора Ошского региона.

Разработчики данного документа выражают надежду, что он станет своего рода настольной книгой для уполномоченных за развитие туризма в госорганах Кыргызской Республики и местных администрациях Ошского региона. Представителям турбизнеса, помимо партнёрского участия в его реализации, было бы неплохо участвовать в обеспечении мониторинга и оценки хода продвижения к запланированным в ней стратегическим целям.

---

[1] Консультантом проекта принято решение рассматривать Ошскую область и город Ош вместе, введя для целей настоящего исследования термин «Ошский регион».

[2] Встречающиеся в исследовании термины «отрасль», «индустрия» и «сектор» применительно к туризму тождественны в своем значении. Это же касается использования слов «дестинация», «локация» и «объект».

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Композиционно СПУРТ является интерпретационным исследованием, основанным на индуктивном методе работы с информацией. Данный подход предполагает сбор данных, их последующую обработку и всесторонний анализ. Насыщение всевозможной информацией, детализированное погружение в проблемы позволили консультантам по-новому взглянуть на туристский сектор Ошского региона и выработать стратегическое видение на перспективы его дальнейшего развития. В свою очередь, на базе этого видения были определены основные направления роста туристской индустрии региона, предложен перечень практических мер по наращиванию потенциала в его отдельных субсекторах.

Работа над документом состояла из нескольких этапов. На *первом этапе* консультантами были выстроены коммуникации со всеми заинтересованными сторонами, включая:

- национальные органы, курирующие сферу туризма, а также государственные администрации Ошского региона областного, городского и районного уровней;
- национальные и региональные туристские ассоциации и операторы;
- местные сообщества, включая отдельных бизнесменов, реализующих собственные туристские проекты в регионе;
- международные организации и страны-доноры, оказывающие техническую помощь в развитии туризма на юге Кыргызстана.

На *втором этапе* проводился сбор информации через официальные запросы, диагностические интервью, экспертные оценки, полевые исследования, а также осуществлялось формирование статистической базы данных из официальных источников. Параллельно происходило изучение собранной информации с применением различных видов анализа (SWOT-анализ, сравнительный анализ, организационный анализ, абстрактное моделирование и т.д.). Это позволило оценить текущее состояние сферы туризма в Ошском регионе как с точки зрения внешней (стратегические документы, законы, институты и другие аспекты республиканского уровня), так и внутренней (аспекты регионального уровня) деловой среды. Также на данном этапе был выявлен весь комплекс проблем в развитии регионального туристского сектора.

*Третий этап* работы можно назвать концептуальным. В его рамках была проведена приоритизация выявленных проблем. В дальнейшем, по итогам «мозговых штурмов» с участием консультантов проекта и приглашенных экспертов, были определены пути их разрешения и/или смягчения негативных проявлений. Многие из наработок были презентованы консультантом основным стейкхолдерам проекта для сбора отзывов, критических замечаний и дополнительных предложений. Такая схема взаимодействия позволила максимально объективно оценить реализуемость предложенных инициатив и приблизиться к формированию логически выверенного плана мероприятий по развитию устойчивого туризма в Ошском регионе.

В структурном отношении СПУРТ состоит из 3 больших глав, разделенных на параграфы.

Первая глава *«Ситуационный анализ турсектора Ошского региона»* посвящена анализу текущего состояния региональной туристской отрасли через рассмотрение ее отдельных субсекторов (госуправления, экономики, транспорта, музейного дела, маркетинга, кадрового потенциала) и проблемных полей (нормативного регулирования, мониторинга, экологии, безопасности). Кроме того, в главе дается общая оценка туристскому потенциалу Ошского региона, определяются основные виды туризма, имеющие перспективу развития, приводится SWOT-анализ турсектора. На базе полевых исследований и аналитической обработки собранных данных производен сравнительный анализ пилотных дестинаций, предложенных экспертным сообществом для изучения особенностей туристского сектора Ошского региона.

Во второй главе *«Стратегическое видение развития турсектора»* определяются роль и место Ошского региона в разрезе глобальных и региональных трендов в туризме, систематизируются проблемы, препятствующую ее устойчивому развитию, а также устанавливаются целевые ориентиры для сектора на период до 2028 г. Отдельный блок параграфов главы посвящен описанию инновационных подходов и магистральных направлений, акцептация которых, по мнению консультанта, могла бы сделать развитие турсектора Ошского региона более устойчивым и поступательным.

Третья глава *«Комплекс мероприятий по развитию турсектора»* выступает в качестве программного документа СПУРТ и представляет собой перечень целевых мер и вмешательств, рекомендованных к принятию в период с 2023 по 2028 гг. на национальном и региональном уровнях для совершенствования и модернизации туристской отрасли Ошского региона, придания ей устойчивых форм функционирования и роста. Структурно она состоит из программы приоритетных инвестиций, маркетинговой стратегии с программой соответствующих мероприятий, плана коммерциализации отдельных туристских дестинаций, рекомендаций турбизнесу по коммуникационной политике, а также общего плана мероприятий на 2023-2028 гг. по реализации СПУРТ.

# ГЛАВА 1. СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ТУРСЕКТОРА ОШСКОГО РЕГИОНА

## 1.1. Туристский потенциал Ошского региона

С учетом географическо-климатических и историко-культурных особенностей Кыргызскую Республику в туристском отношении можно разделить на два условных макрорегиона: северный в составе Чуйской, Таласской, Иссык-Кульской и Нарынской областей, и южный, в который, соответственно, войдут Жалалабатская, Ошская и Баткенская области.

Анализ развития туризма в этих двух макрорегионах Кыргызстана позволяет заключить, что ***северу свойственен выраженный номадизм.*** В силу более холодного и влажного климата кочевая культура в этом макрорегионе представлена более выпукло. Некоторая природная изоляция этого макрорегиона, а также соседство с другими кочевыми народами Большой Центральной Азии сформировали культуру и быт номадизма. Это нашло свое отражение в культуре, кухне, философии, а значит и в особенностях туристкого развития данного макрорегиона.

В то же время, олицетворением ***южного макрорегиона являются города Великого Шелкового пути,*** а в более широком прочтении – ***культура тюрко-персидского Востока***. Более теплый климат, наличие равнинных территорий, этническое разнообразие, активные торговые связи с оседлыми народами, проживавшими на территориях нынешних Узбекистана, Таджикистана и восточного Туркестана, а также наследие древних государств Мавераннахра и Ферганы оставили неизгладимый след в культуре и быте данного региона. При этом, исторически Ошский регион развивался как многоукладная территория, сочетающая в себе элементы как номадической, так и оседлой культур народов Центральной Азии.

Безусловным центром южного макрорегиона, его экономическим, транспортным, культурным и политическим ядром является Ошский регион в составе Ошской области и города Ош.

**Город Ош** находится на юго-восточной окраине Ферганской долины, у выхода реки Ак-Буура из предгорий Алайского хребта. Город с трех сторон окружен отрогами этого хребта и расположен на высоте 700 - 1000 м над уровнем моря. По принятому на официальном уровне мнению, история г. Ош насчитывает около 3000 лет. Возникновение города связано с поселением древних земледельцев бронзового века, обнаруженном на южном склоне горы Сулайман-Тоо.

Ош является вторым по величине городом в стране после г. Бишкек и одним из крупнейших городов Ферганской долины. Здесь расположен международный аэропорт с сообщением в десяток стран; его услугами, помимо кыргызстанцев и гостей города, также активно пользуются граждане соседних Узбекистана и Таджикистана. В городе находятся офисы многих министерств и ведомств КР, курирующие весь южный регион. По состоянию на 1 января 2022 г., в г. Ош с учетом 11 пригородных сел, находящихся в городском подчинении, проживало 333,6 тыс. человек. Общая площадь территории города составляет 182 км$^2$.

**Ошская область** находится в южной части КР и граничит на западе с Баткенской областью, на севере – с Жалалабатской областью, на северо-востоке – с Нарынской областью, на востоке – с КНР, на юге – с Республикой Таджикистан, на северо-западе – с Республикой Узбекистан. Рельеф большой часть территории Ошской области, его северную, восточную и южную части, формируют горные системы.

По данным НСК КР, по состоянию на 1 января 2022 г. на территории Ошской области проживало 1 млн 414,7 тыс. человек. Общая площадь области составляет 29,0 тыс. км$^2$, или 14,5 % территории КР. Административным центром Ошской области является город Ош. В

состав области входит 7 районов, которые, в свою очередь состоят из 88 айылных аймаков, а также включают 3 города районного значения:

1. Алайский район с центром в с. Гульча;
2. Араванский район с центром в с. Араван;
3. Кара-Кулжинский район с центром в с. Кара-Кулжа;
4. Чон-Алайский район с центром в с. Дароот-Коргон;
5. Кара-Сууский район с центром в г.Кара-Суу;
6. Ноокатский район с центром в г.Ноокат;
7. Узгенский район с центром в г.Узген.

***

Анализ проведенных в последние годы проектов, научных статей, посвященных туристкой отрасли Кыргызстана[3], изучение сайтов международных и национальных операторов (orexca.com, tripadvisor.com, centralasia-travel.com, caravanistan.com, advantour.com, visitalay.com, cbtkyrgyzstan.kg), а также совершенные в регион сайт-визы консультантов, позволяют выделить следующие ***ключевые туристские направления Ошского региона***, которые обладают сравнительным преимуществом по привлечению внутренних и международных туристов:

- Познавательный (культурно-исторический) туризм;
- Природный и приключенческий туризм;
- Гастрономический туризм.

Здесь важно отметить, что на мировом туристском рынке Кыргызстан прежде всего ассоциируется с впечатляющими горными вершинами и озерами, самобытной культурой кочевников – в целом, традицией номадизма. По общему признанию, центральными локациями, где можно ознакомится с упомянутыми аутентичными особенностями республики, выступают Иссык-Кульская и Нарынская области. В то же время, г.Ош и его окрестности, даже самими жителями республики, воспринимаются скорее как «территория мусульманского востока» и «гастрономическая мекка Кыргызстана». Именно этот ориентализм является визитной карточкой региона и вызывает интерес внутренних и многих иностранных туристов.

Вместе с тем туристские преимущества региона не ограничиваются возможностями г.Ош. Большая часть Ошской области расположена в отрогах сразу двух горных систем Центральной Азии –Тянь-Шаня и Памиро-Алая, тем самым открывая широкие горизонты для развития активного и экстремального видов туризма.

### *Познавательный туризм в Ошском регионе*

В силу неразрывной связи с культурой древних и средневековых государств Мавераннахра и историей Великого Шелкового пути, Ошский регион представляет интерес с точки зрения познавательного туризма.

> *Как сегмент туристского рынка познавательный туризма предполагает, как привило, краткосрочные путешествия (2-3 дня), за время которых турист посещает один или несколько городов, знакомится с их историей, культурой, достопримечательностями, иногда с традициями и обычаями местных жителей, в результате чего получает не только*

[3] SIAR research&consulting (2012) *A Study* of *Kyrgyzstan's Travel Industry*, analytical report, [Online]. Available at: http://siar-consult.com/wp-content/uploads/Issledivanie-turisticheskoi-otrasli-24.12.12.pdf (In Russian)
USAID (2014) *Tourism Development in Kyrgyzstan*, annual report, [Online]. Available at: https://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PA00K45Q.pdf (In Russian)
Jenish, N. (2017) *Tourism Sector in Kyrgyzstan: Trends and Challenges*, working paper 42, Bishkek: University of Central Asia [Online]. Available at: https://www.ucentralasia.org/media/bytfagur/uca-ippa-wp42tourismeng.pdf

*приятные впечатления, но и приобщается к материальным и духовным ценностям различных стран и народов.*

История городов Ош и Узген, находящихся в Ошском регионе, неразрывно связана с Великим Шелковым путем – трансконтинентальным торговым маршрутом, связывавшим Китай, Японию и Индию со странами Запада, чей рассвет пришелся на высокое Средневековье. Через упомянутые города проходила ферганская ветка Великого Шелкового Пути, что нашло отражение в сильных купеческих традициях местных сообществ.

У г. Ош репутация одного из религиозных центров Центральной Азии. Во многом это связано с легендами и преданиями о горе Сулайман-Тоо[4] – визитной карточке города. По данным историков, уже с X века к этой скалистой возвышенности тянулись паломники со всей Азии, поскольку считалось, что именно здесь пророк Сулайман обращался к Богу. Древний Ош славился своими базарами и караван-сараями. Главный из них, именуемый Центральным базаром (в справочниках Жайма-базаром) и расположенный на берегу реки Ак-Бууры, даже сохранился до наших дней.

По своей исторической значимости с г.Ош может поспорить еще один населенный пункт Ошского региона – город Узген. Дата его возникновения восходит к 1-2 вв. до н.э. Рассвет Узгена прищелся на 11-12 вв., когда некоторое время город был столицей средневекового государства Караханидов, включавшего обширные территории Западного и Восточного Туркестана. Главной достопримечательностью города является архитектурный комплекс династии Караханидов, построенный в начале 12 века.

Другие менее крупные и не столь известные исторические объекты, представляющие интерес для туристов, включают:

- руины кушанских и даваньских городищ;
- исторические мечети;
- караван-сараи;
- стоянки древних охотников и могильники;
- наскальные рисунки.

Кроме того, Ошский регион чрезвычайно богат на сакральные места, которые ежегодно притягивают тысячи местных и иностранных паломников. По оценке культурно-исследовательского центра «Айгине»[5], в регионе насчитывается 151 сакральный объект[6]. Наиболее известны из них: комплекс пещер, камней и домик Бабура на горе Сулаймон-Тоо, водопад, родники и пещера в Абшыр-Ата (Ноокатский район), а также местечко Дулдул-Ат, которое включает петроглифы древних даваньских коневодов, мечеть и родник в Араванском районе.

### *Приключенческий туризм*

В отличие от культурно-познавательного туризма данное направление относительно недавно стало популярным в массовом сегменте и имеет высокий потенциал для роста. Во многом, это объясняется интересом к нему со стороны молодежи, которая больше других когорт нацелена на активные виды отдыха, а также растущим в обществе уровнем обеспокоенности проблемами устойчивого развития и экологии. Преимуществом данного вида туризма является ее более высокая удельная доходность для туроператоров и местных общин.

---

[4] Описание основных туристских дестинаций приведено в Приложении 1а.

[5] Aigine Cultural Research Center (2020) *National Guidelines for the Preservation of Sacred Sites, Pilgrimage Practices and Rituals.* Bishkek: Maxprint, 258 p. (In Russian)

[6] Сакральные места – это участки суши и воды, строения и предметы, обладающие в сознании местных жителей божественными свойствами.

*Природный и приключенческий туризм – это нишевый вид туризма, предполагающий как краткосрочное (1-2 дня), так и длительное пребывание (до 2-4 недель) в относительно нетронутых природных зонах и отдаленных сельских районах. Довольно часто сочетает в себе экологический, этнический (сельский) и спортивные типы путешествий. В современном прочтении этот вид туризма опирается на принципы устойчивого развития, бережного отношения, охраны и изучения окружающей среды.*

Природно-географические особенности Кыргызстана во многом уникальны и предоставляют прекрасные возможности для занятий *альпинизмом*. Зарождение этого активного, сопряженного с высоким риском вида туризма относится еще к 1930-м гг., когда при поддержке государства начали открываться альплагеря на Тянь-Шане и Памиро-Алае.

На территории Ошского региона расположен один из легендарных «семитысячников» - пик Ленина (7 134 м), высочайшая точка Чон-Алайского хребта. С начала 1990-х гг. эта вершина вместе с другими горными высотами Ошского региона стала популярной международной туристской дестинацией, привлекающей ежегодно тысячи альпинистов (около 3-5 тысяч) со всех уголков мира.

Помимо восхождения на горные вершины, посещающим регион иностранным путешественникам также предлагается широкий спектр других форм активного туризма в долине Кожо-Келен и в районе озера Тулпар-Куль. Они включают *трекинг, хайкинг, кэмпинг, горные авто-, мото-, вело- и/или фото-туры, а также спелеотуризм.*

К числу зарождающихся туристских направлений Ошского региона можно отнести и *экотуризм*. Этот вид туризма предполагает посещение незатронутых антропогенным воздействием природных территорий с целью изучения и наслаждения живой природой при одновременном сохранении их экологической устойчивости. На территории Ошского региона находятся национальные парки Кара-Шоро и Кыргыз-Ата, а также Кулун-Атинский государственный заповедник. Вопросы посещения этих дестинаций туристами пока не регламентированы на законодательном уровне.

Еще одним популярным направлением путешествий, которое можно отнести как к природному, так и познавательному туризму, являются *этнотуры*. Как правило, они предполагают краткосрочное (1-2 дневное) посещение юрточных городков, раскинутых на альпийских лугах в горных ущельях, перевалах (Сары-Ой, Чыйырчык и др.), с целью отдыха и знакомства с культурой и бытом кыргызов. Продвижение этого направления предусматривает активное вовлечение местных общин, их труда и производимой продукции, и представляет собой туризм, основанный на сообществах, т.е. создает условия для регионального и сельского развития. В последние годы данный вид туризма также пользуется растущим спросом со стороны жителей Ошского региона.

### *Гастрономический туризм в Ошском регионе*

Ошский регион традиционно славится вкусной восточной кухней. Благодаря расположению в центральной части Туркестанского субконтинента (на стыке Центрально-Азиатского региона и Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР), регион впитал в себя кулинарные традиции кыргызского, узбекского, уйгурского и дунганского народов. Рестораны и кафе, предлагающие эти блюда, широко представлены в гг. Ош и Узген.

*Этот вид туризма предполагает, что путешественники едут в ту или иную страну и познают ее культуру в том числе через знакомство с местной кухней. При этом, еда воспринимается как культурологическая единица, неразрывно связанная с историей, религией, легендами и обычаями региона посещения. Условно, гастротуры можно подразделить на городские и сельские (они же «зеленые»). В первом случае, речь, как правило, идет о посещении цехов по производству и переработке продуктов питания с последующей их дегустацией. «Зеленые» гастротуры ориентированы на экологически чистую продукцию и предполагают, например, сбор дикорастущих ягод в лесу, овощей и фруктов на фермах.*

Отдельное место в гастрономии Ошского региона занимают традиционные ошские и *узгенские чайханы* – «Фархад», «Караван», «Ноокат» и др. Чайные трапезы – это уникальная традиция в культуре многих восточных народов. Чайхана издавна была местом, куда приходили рассказать и послушать последние новости и слухи (когда еще не было газет и телефонов), поиграть с соседями в нарды, провести деловые переговоры, отметить знаменательные события.

Ошский регион обладает большим потенциалом для развития гастрономического туризма, главным образом, в качестве составного элемента туров, ориентированных на культурно-исторический и природно-приключенческие виды туризма. Важно, что успешные практические наработки в этом направлении уже имеются. Так, туристам, посещающим г.Ош, в настоящее время предлагаются *«рисовые» туры* в Узгенский район, включающие поездку на рисовое поле, древнюю рисовую мельницу, участие в приготовлении плова, и, разумеется, его дегустацию.

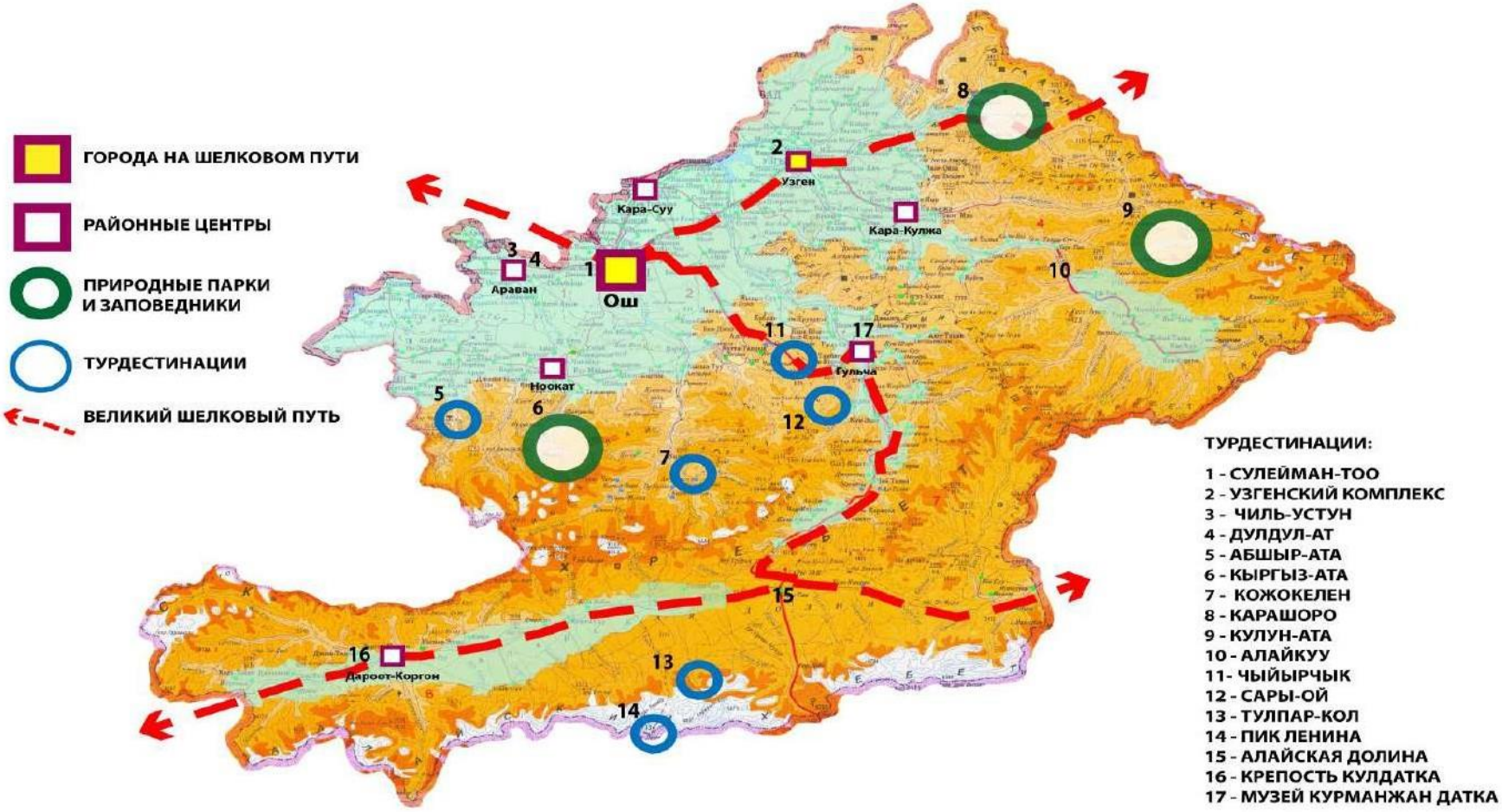
## 1.2. Роль дестинаций в развитии регионального туризма

Одним из важных мероприятий, своего отправной точкой в подготовке данного документа стала встреча консультантов с ведущими туристскими операторами Ошского региона в июне 2022 г. Она прошла в формате фокус-групповой дискуссии. В ходе встречи туроператорам было предложено высказаться об основных проблемах туристского сектора Ошского сектора, определить его сильные и слабые стороны. По итогам состоявшейся дискуссии был составлен SWOT-анализ турсектора региона (см. табл. 1).

На встрече также был поднят вопрос потенциала туристских дестинации: какие из них могут считаться состоявшимися, а чей потенциал еще не до конца раскрыт? Спикеры сошлись во мнении, что наиболее очевидным *критерием оценки потенциала дестинаций является их прибыльность.* К числу прибыльных локаций, то есть приносящих доход на системной основе за счет привлечения заметного количества туристов, туроператоры с уверенностью отнесли лишь 3 дестинации: пик Ленина (Чон-Алай), район озера Тулпар-Коль (Алай и Чон-Алай), долину Кожо-Келен (Кара-Суу). С некоторой натяжкой в этот перечень были включены перевал Чыйырчык (Кара-Суу), водопад Абшыр-Ата (Ноокат), рисовая мельница (Узген), гора Сулайман-Тоо (см. карту 1. Кроме того, информацию об основных туристских дестинациях региона можно найти в приложении 1а).

Как видно, практически все «зарабатывающие» дестинации – это локации сегмента приключенческий туризм, ориентированные в основном на иностранных туристов. Город Ош представлен всего 1 объектом – своей главной достопримечательностью, горой Сулайман-Тоо. По словам туроператоров, это связано с тем, что город недостаточно раскручен в глазах иностранных туристов, путешествующие по Ошскому региону в основном используют его как «перевалочную базу» для ночевки перед следующим этапом тура. Все остальные дестинации, как правило, завлекают спорадических, случайных туристов, либо путешественников, которые едут туда с конкретной целью. По этой причины их следуют скорее отнести к дестинациям с нераскрытым потенциалом.

| Таблица 1. SWOT-анализ туристского сектора Ошского региона | |
|---|---|
| ***Внутренние факторы*** | |
| **STRENGTHS (сильные стороны)** | **WEAKNESSES (слабые стороны)** |
| 1.Впечатляющие **горные ландшафты** (ряд семитысячников, включая легендарный Пик Ленина, великое множество альпийских лугов, высокогорных озер)<br>**2. Широкие, но нераскрытые возможности для развития** разнообразных форм познавательного и приключенческого туризма<br>3. Богатое нематериальное **культурное наследие** (номадизм, городские ремесла, множество спортивных игр)<br>4. **Кулинарное разнообразие** Востока (широко представлены кыргызская, уйгурская, узбекская кухни)<br>5. **Готовый туристский бренд** города Ош – “Osh – Silk Road Provider” | 1.**Слабая узнаваемость бренда** и имиджа региона даже в масштабах страны<br>2. Слаборазвитая инфраструктура<br>a) гостиничный фонд в основном не выше 1-2 звезд<br>**b)** среднее и ниже среднего **качество дорог**<br>c) отсутствие стабильного **питьевого водоснабжения** в большинстве локаций<br>**d)** слабое навигационное сопровождение **(указатели, реклама)**<br>e) низкий уровень доступа к канализации (превалируют **«холодные» туалеты**)<br>f) низкий уровень утилизации ТБО, слабая экологическая образованность<br>3. Низкий институциональный уровень<br>a) **небольшой опыт дифференциации турпродуктов,** ориентированных на наиболее привлекательные сегменты рынка<br>b) **слабая координация** между государственным и частным сектором<br>c) высокая **текучка кадров** в администрациях и дестинациях<br>d) ограниченный потенциал в области практики **социальной ответственности** и сохранения туристских объектов |
| ***Внешние факторы*** | |
| **OPPORTUNITIES (возможности)** | **THREATS (угрозы)** |
| 1**. Выгодное транзитное** географическое **положение**<br>a) близость к основным центрам Ферганской долины (Коканд, Худжанд, Фергана, Наманган, Маргилан)<br>b) является частью **Памирского тракта** (дорога Ош-Хорог)<br>c) растущий интерес и узнаваемость **Великого Шелкового пути**<br>2. **Растущее число энтузиастов** отрасли, специализированных туркомпаний, поддержка доноров<br>3.**Глобальные тренды** в туризме, когда путешественники ищут новые и необычные формы отдыха и развлечений | 1. Общественно-политическая нестабильность<br>a) частая смена политических управленческих команд<br>b**) отсутствие преемственности**, **слабая институциональная память**<br>c) вопросы обеспечения **безопасности туристов**<br>2. Влияние глобальных кризисов (пандемии, финансовые коллапсы и др.)<br>3. **Деградация окружающей системы** (изменение климата, ухудшение экологии) |




**Карта 1. Основные туристские дестинации Ошского региона**

Кроме того, по ходу дискуссии и в результате обмена мнениями с туроператорами был определен перечень основных туристских локаций Ошского региона (см. Карту 1). По оценке туроператоров, всего в регионе имеется порядка 17 туристский дестинаций (локаций), представляющих интерес с точки зрения развития туризма. Вместе с тем, во время встреч в государственных администрациях Ошской области, его районов и г. Ош в мае 2022 г., представителями властей региона было обозначено 20 локаций для туристского продвижения. По итогам сопоставления списка туроператоров и списка региональных властей, а также проведения дополнительных консультаций с КИЦ "Айгине" консультантами для предметного изучения особенностей туристских дестинаций региона было решено сфокусироваться на *14 пилотных дестинаций* (география пилотных дестинаций представлена на Карте 2, а их подробные профили – в приложении 1б).

В целях комплексного изучения этих локаций на основе актуальных стандартов Глобального совета по устойчивому туризму (GSTC)[7] консультантами были разработаны критерии для их оценки. Тематически критерии разделены на 4 блока, а именно по факторам «Управление», «Экономика», «Культура», а также «Экология». Каждый из факторов состоит из 3-17 компонентов. С подробной методологией этого анализа можно ознакомиться в Приложении 1в.

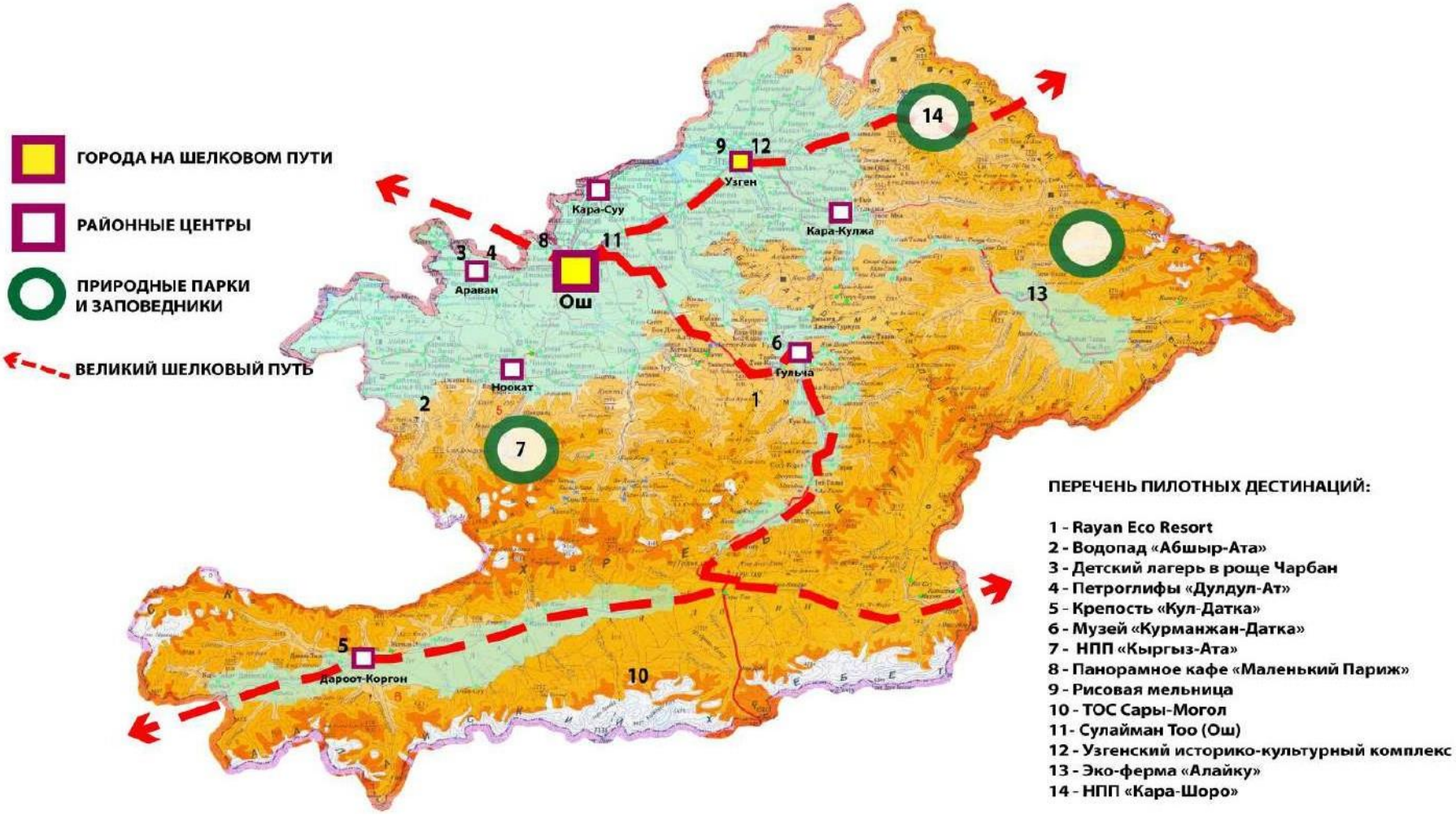
На основе данной методологии консультанты подготовили чек-лист, который стал основным инструментов для оценки дестинаций. На каждой локации состоялись встречи с собственниками/ответственными сотрудниками или представителями местных администраций, на территории которых находятся дестинации. В ходе этих бесед консультанты смогли задать интересующие их вопросы, провести предметное анкетирование и обменяться контактами с собеседниками, а также заполнить чек-листы.

Данные, отраженные в этих чек-листах, легли в основу статистического анализа. В результате этих вычислений был построен Индекс приоритетности по совокупности всех факторов (I), который определил Рейтинг пилотных дестинаций (см. Табл.2).

В частности, из этой таблицы видно, что самый сильный потенциал в настоящее время у Музея им. Курманжан-Датки (Алай), а самый слабый – у Детского лагеря в роще Чарбан (Араван).

Комплексная оценка 14 пилотных дестинаций, помимо определения их рейтинга, позволила также провести сравнительный анализ уровня взаимовлияния отдельных компонентов факторов «Управление», «Экономика», «Культура» и «Экология». Данный анализ, в свою очередь, помог выявить типичные проблемы дестинаций, формируемые внутренней средой их функционирования, а также позволил определить причины их возникновения во внешней среде (см. рис. 1).

[7] GSTC (2019) *Destination Criteria*, [Online]. Available at: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0.pdf




**Карта 2. Пилотные туристские дестинации**

| Таблица 2. Рейтинг пилотных туристских дестинаций | | |
|---|---|---|
| № | Туристские дестинации | I |
| 1. | Музей им. Курманжан-Датки (Алай) | 4,1 |
| 2. | Сулайман-Тоо (Ош) | 3,7 |
| 3. | ТОС Сары-Могол (Алай) | 3,5 |
| 4. | Рисовая мельница (Узген) | 3,4 |
| 5. | Эко-ферма Алайку (Кара-Кулжа) | 3,4 |
| 6. | Водопад "Абшир-Ата" (Ноокат) | 3,0 |
| 7. | Дулдул-Ат (Араван) | 3,0 |
| 8. | Крепость Кул-Датка (Чон Алай) | 2,9 |
| 9. | Узгенский историко-культурный комплекс | 2,9 |
| 10. | Rayan Eco Resort (Алай) | 2,4 |
| 11. | НПП "Кара-Шоро" (Узген) | 2,0 |
| 12. | Панорама "Париж" (Ош) | 1,6 |
| 13. | НПП "Кыргыз-Ата" (Ноокат) | 1,5 |
| 14. | Детский лагерь в роще Чарбан (Араван) | 1,4 |

**Рис. 1. Туристские дестинации во внешней среде**

Результаты проведенного сравнительного анализа нашли отражение в исследовании различных аспектов функционирования туристского сектора Ошского региона, которые приведены дальше по тексту документа.

### 1.3. Место туризма в социально-экономическом развитии

Туризм в Кыргызской Республике является приоритетной отраслью национальной экономики. Об этом, в частности, говорится в долгосрочном стратегическом документе «НСР КР 2018-2040»: *«…туристская индустрия вносит существенный вклад в устойчивое развитие национальной экономики, в обеспечение занятости и рост доходов населения, стимулирует развитие смежных с туризмом отраслей и сфер, приток внутренних и внешних инвестиций».*

***Кыргызская Республика***. Узнаваемость Кыргызстана на мировом туристском рынке как страны, предоставляющей широкие возможности для отдыха и путешествий, растет с каждым годом. По свидетельству «Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма», составляемого аналитической группой Всемирного экономического форума (ВЭФ), в период с 2015 по 2021 гг. Кыргызстан поднялся с 116 на 90 место (см. табл. 3).

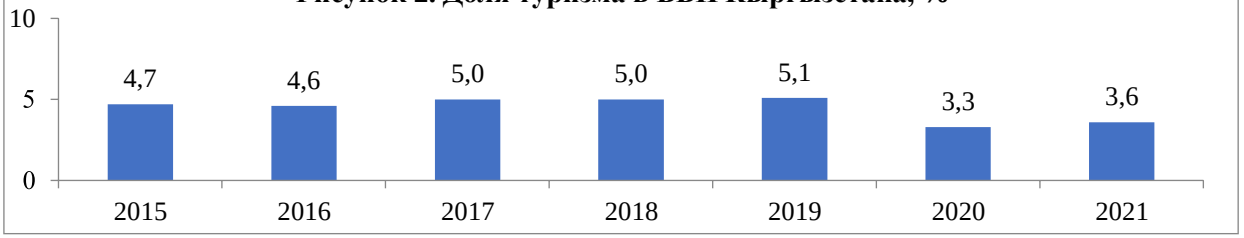
В 2019 г. международное издательство «Lonely Planet» включило республику в список10 лучших стран для путешествий. Кыргызстан занял 5 место в рейтинге, первую тройку которой возглавили Шри-Ланка, Германия и Зимбабве.

**Таблица 3. Место Кыргызстана по Индексу конкурентоспособности в сфере туризма и путешествий от ВЭФ (измеряется каждые два года)**

| Место в рейтинге | 2015 | 2017 | 2019 | 2021 |
|---|---|---|---|---|
| Кыргызстан | 116 | 115 | 110 | 90 |
| Казахстан | 85 | 81 | 80 | 66 |
| Таджикистан | 119 | 107 | 104 | 92 |

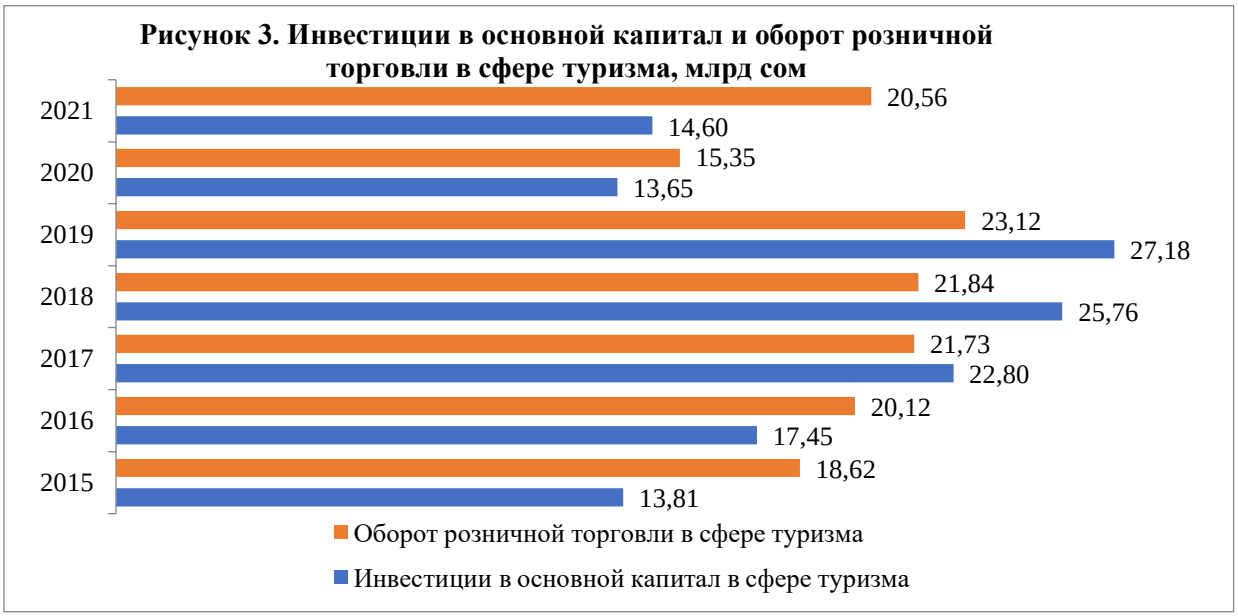
По данным НСК КР, вклад туризма в ВВП республики с 2015 по 2019 гг. постепенно увеличивался – с 4,7% до 5,1%. Такая позитивная динамика позволила Правительству КР в «Программе развития сферы туризма Кыргызской Республики на 2019-2023 гг.», утверждённой Постановлением ПКР от 31 января 2019 г. № 36. сделать оптимистический прогноз и поставить цель по увеличению доли туризма в ВВП до 7% к 2023 г.

**Рисунок 2. Доля туризма в ВВП Кыргызстана, %**




Серьезной помехой на пути достижения этих показателей стала пандемия COVID-2019, из-за которой рассматриваемый индикатор снизился до 3,3% в 2020 г. и немного подрос до уровня в 3,6% по итогам 2021 г. (см. рис.2).

Аналогичным образом COVID-2019 повлиял и на другие индикаторы, характеризующие турсектор. В частности, динамично нараставший с 13,81 млрд сом в 2015 г. до 27,18 млрд сом в 2019 г. поток «Инвестиций в основной капитал в сфере туризма» резко упал до 13,65 млрд сом по итогам 2020 г. и лишь незначительно увеличился до 14,6 млрд сом в 2021 г. Такая же тенденция роста, падения и постепенного восстановления характерна для показателя «Оборот розничной торговли в сфере туризма» (см. рис.3).




Подобная же динамика наблюдалась и в изменении объёма предоставления разных видов туристских услуг на территории страны (см. рис. 4).

По аналогичному сценарию развивалось продвижение экспорта туристских услуг на внешние рынки, который определяется через доходы от приёма иностранных граждан (см. рис. 5).

Таким образом, анализируя данные по рисункам 2-5, можно сделать вывод, что по всем показателям наблюдалась тенденция роста до 2019 г., однако пандемия COVID-2019 привела к резкому снижению этих показателей. Но несмотря на это, после стабилизации

ситуации с коронавирусом можно наблюдать небольшой, но все же рост показателей к концу 2021 г.

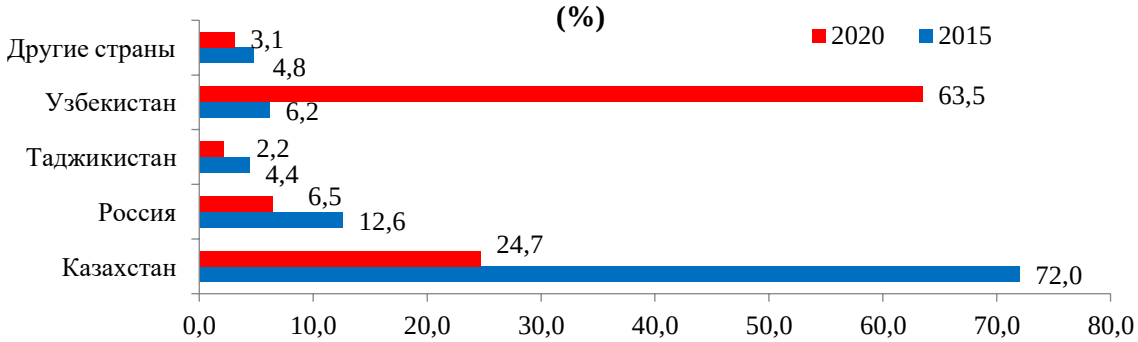
По данным ГПС КР, количество пересечений государственной границы Кыргызской Республики иностранными гражданами неуклонно росло – с 4,7 млн чел. в 2016 г. до 8,7 млн чел. в 2019 г. В 2020 г. этот показатель уменьшился в 4 раза по сравнению с предыдущим годом. В то же время, количество лиц, указавших цель туризма при пересечении границы уменьшилась почти в 25 раз (см. рис. 6).

**Рисунок 6. Количество прибыших иностранных граждан, тыс.чел.**

За рассматриваемый период времени поменялась и географическая структура посещений республики. Если в 2015 г. границу КР пересекали в основном граждане Казахстана (72,0%), то в 2020 г. доминировать по данному показателю стали граждане Узбекистана (63,5%) (см. рис. 7).

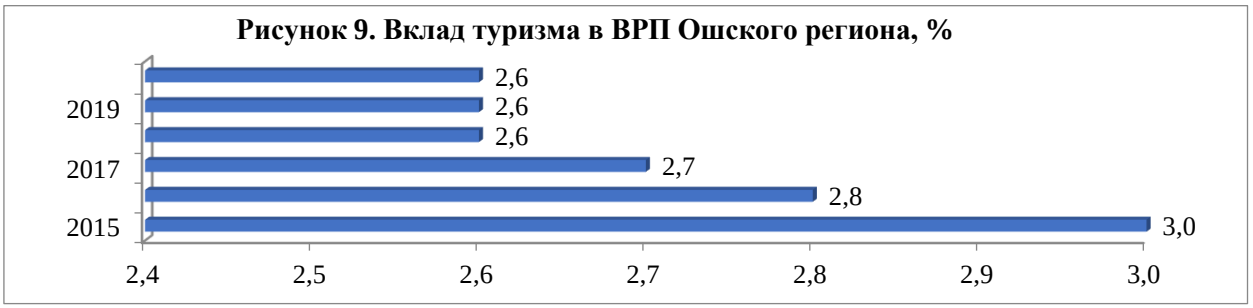
При этом важно учитывать, что в соответствии с определением, формализованном в Законе КР «О туризме», не всякий пересекающий границу иностранный гражданин является туристом. К туристам не относятся те лица, кто занимается оплачиваемой деятельностью в течение срока от 24 часов до 6 месяцев подряд или остаются в КР на ночевку менее одного дня.

**Рисунок 7. Геогафическая структура потоков прибывающих в страну (%)**




Согласно статистическим выкладкам, на экономику **Ошского региона** пандемия COVID-2019 оказало меньшее воздействие, чем на национальную экономику в целом. Так, по данным НСК КР, если ВВП Кыргызстана в 2020 г. по сравнению с 2019 г. упал на 2,8%, то *ВРП Ошского региона* – повысился на 3,6% (см. рис. 8).

При этом *вклад туризма в ВРП Ошского региона* в период с 2018 по 2020 гг. оставался на одном и том же уровне, и составлял 2,6% (см. рис.9).




Однако, пандемия COVID-2019 привела к уменьшению *инвестиций в основной капитал* в сферах деятельности, непосредственно связанных с туризмом. Так, в 2020 г. их объем сократился на 63,2% по сравнению с 2019 г. (см. рис. 10).

Также сократился показатель «*число посетителей*, посетивших предприятия, организации туризма, учреждения отдыха» – с 64 862 человек в 2019 г. до 33 763 человек в 2020 г. Однако, здесь нужно отметить, что данное падение (на 48%) по Ошскому региону оказалось меньшим, чем по всей республике, где его значение уменьшилось на 68% (см. табл. 4).

**Таблица 4. Число посетителей, побывавших на предприятиях туризма, учреждениях отдыха, чел.**

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **Кыргызская Республика** | 706 366 | 627 555 | 72 7759 | 74 9931 | 809 589 | 256 251 |
| **Ошский регион** | 47 662 | 49 021 | 48 946 | 52 610 | 64 862 | 33 763 |

В то же время *инфраструктурное развитие* регионального турсектора идет по нарастающей. В Ошском регионе растет число новых гостиниц, ресторанов, предприятий туризма, количество профильных агентств и туроператоров. Так, по данным НСК КР за 2021 г., общее число зарегистрированных в регионе хозяйствующих субъектов

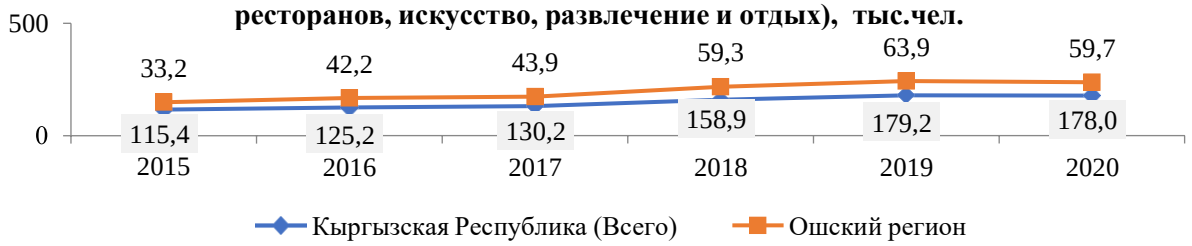
(юридические и физические лица), осуществляющих деятельность в сфере туризма достигло 1 863 единиц, в т.ч.: 165 гостиниц, 62 предприятия туризма и учреждения отдыха, 928 ресторанов, 692 туристских агентств и туроператоров, 13 санаторно-курортных учреждений и 3 природных парка и заповедника (см. табл. 5).

**Таблица 5. Зарегистрированные хозяйствующие субъекты (юридические и физические лица), осуществляющие деятельность в сфере туризма в Ошском регионе, ед.**

| Наименование | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Гостиницы | 129 | 133 | 137 | 145 | 150 | 158 | 165 |
| Предприятия туризма и учреждения отдыха | 40 | 44 | 49 | 55 | 60 | 60 | 62 |
| Рестораны | 706 | 815 | 839 | 860 | 885 | 916 | 928 |
| Туристские агентства и туроператоры | 352 | 401 | 451 | 520 | 582 | 660 | 692 |
| Санаторно-курортные учреждения | 12 | 12 | 12 | 11 | 12 | 12 | 13 |
| Природные парки и заповедники | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| Всего: | 1 242 | 1 408 | 1 491 | 1 594 | 1 692 | 1 809 | 1 863 |

Динамика *занятости населения* Ошского региона в отраслях, связанных с туризмом, в целом коррелирует с изменениями данного показателя на уровне республики (см. рис.11).

**Рисунок 11. Численность занятого населения (деятельность гостиниц и ресторанов, искусство, развлечение и отдых), тыс.чел.**




Вместе с тем регион пока не может похвастаться большим *количеством международных туристов.* В 2015-2021 гг. на Ошскую область приходилось лишь 1,5% от общего количества таких туристов, побывавших в Кыргызстане. Доля г.Ош была несколько выше – через город в среднем проходило около 2,3% от республиканского турпотока. Ведущую долю по данному показателю заняла Иссык-Кульская область со средним значением в 67%.

Довольно блекло выглядят и показатели Ошского региона по *экономической выручки туроператоров.* За рассматриваемый период Ошская область и город Ош имели 0,1% и 1,8% от общенациональной суммы. В то время как, на г.Бишкек в среднем приходилось 71%, а на Иссык-Куль – 25% всех доходов, полученных туристскими операторами в КР.

По данным Фонда развития туризма КР, в указанный период туристы в целом по Кыргызстану *тратили около 70 долл. США в день*. При этом из всех туристов в 2015, 2018 и 2021 гг., остановившихся в гостиницах, санаториях и других организованных организациях, почти 90% находились в стране от 1 до 7 дней.

По информации туроператоров Ошского региона, до 70-80% туристов, посещавших г. Ош, *проживали в нем в среднем до 3 дней,* а в Ошской области и того реже – около 70%

оставались здесь только на 1 ночь. Только около трети туристов (в основном это альпинисты) останавливались в Ошской области на 8-28 дней.

### 1.4. Институциональная поддержка турсектора

Как и везде в мире, туризм в Ошском регионе представляет собой межсекторальную отрасль. В его формировании и модернизации принимают участие как государственные органы, осуществляющие регулятивную и надзорную функции, так и непосредственные акторы отрасли – туристские операторы, а также субъекты малого и среднего предпринимательства. В последние годы все более активную роль в развитии регионального турсектора играет т.н. третий сектор – многочисленные общественные объединения, некоммерческие организации национального и международного толка, оказывающие экспертное, координационное и техническое содействие продвижению отрасли.

#### 1.4.1. Стратегические документы сектора и мониторинг их реализации

Прежде чем перейти к оценке основных отраслевых игроков туристского сектора Ошского региона целесообразно остановиться на его стратегических документах и ориентирах, определяющих развитие туризма в Кыргызской Республике, а также проанализировать действующую систему мониторинга и оценки индикаторов его развития.

Список *стратегических документов,* определяющих долгосрочное и среднесрочное развитие сферы туризма на национальном и региональном уровне показан в таблице 6. Из него следует, что:

- не у всех административных единиц региона есть стратегические документы по развитию туризма;
- горизонты планирования стратегических документов по развитию туризма на региональном и республиканском уровне не совпадают.

**Таблица 6. Список стратегических документов в сфере туризма**

| № | Административно – территориальный уровень | Стратегические документы |
|---|---|---|
| 1. | Кыргызская Республика | НСР КР 2018-2040 |
| | | НПР КР 2021-2026 |
| | | ПРТ 2019-2023 |
| 2. | г.Ош | ПРТ «Ош-провайдер ВШП» |
| 3. | Ошская область | Нет |
| 4. | Алайский район | СРТ до 2027 |
| 5. | Араванский район | нет |
| 6. | Кара-Кулжинский район | нет |
| 7. | Кара-Суйский район | нет |
| 8. | Ноокатский район | СПУР 2018-2023 |
| 9. | Узгенский район | нет |
| 10. | Чон-Алайский район | СПУР 2022-2026 |

Таблица 7, в свою очередь, демонстрирует различные виды *социально-экономических прогнозов* в сфере туризма. Её анализ показывает, что в большинстве случаев стратегические документы использует разные прогнозные показатели, которые зачастую не согласованы между собой с точки зрения точности и сбалансированности их значений.

**Таблица 7. Прогнозы развития в действующих стратегических документах**

| Стратегические документы | Прогнозы развития |
|---|---|
| НСР КР 2018-2040 среднесрочные ориентиры | Ожидается, что за пять лет ежегодный объем международных туристов будет расти на 5%. |
| ПРТ «Ош -провайдер» | Увеличить приток туристов проходящие по Великому Шелковому пути из таких стран: Германия, Франция, Страны Бенилюкса, Страны Скандинавии, Великобритания, Южная Корея, США, Канада, Израиль и СНГ. |
| ПРТ «Ош -провайдер» | Довести количество иностранных туристов в год: 2022 г. – 30 000 чел.; 2023г. – 80 000 чел.; 2024 г. – 200 000 чел. |
| ПРТ «Ош -провайдер» | Обеспечить валовый доход от туризма в год: 2022 г. – 12 млн долл.; 2023 г. – 35 млн долл.; 2024 г. – более 100 млн долл. США. |
| ПРТ «Ош -провайдер» | Увеличить приток туристов проходящие по Великому Шелковому пути из таких стран: Германия, Франция, Страны Бенилюкса, Страны Скандинавии, Великобритания, Южная Корея, США, Канада, Израиль и СНГ. |
| ПРТ «Ош -провайдер» | Довести количество иностранных туристов в год: 2022 г. – 30 000 чел.; 2023 г. – 80 000 чел.; 2024 г. – 200 000 чел. |
| ПРТ «Ош -провайдер» | Обеспечить валовый доход от туризма в год: 2022 г. – 12 млн долл.; 2023 г. – 35 млн долл.; 2024 г. – более 100 млн долл. США. |
| СРТ до 2027 | Ежегодный рост притока туристов на 20% |
| СПУР 2022-2026 | Ожидается, что за пять лет ежегодный объем международных туристов будет расти на 5%. |
| СПУР 2022-2026 | Обеспечить ежегодный рост регионального валового продукта района не менее чем на 1,5%. |
| СПУР 2022-2026 | Создание не менее 50 новых рабочих мест в год. |
| СПУР 2022-2026 | Обеспечение роста не менее 5% в год, в сфере торговли и услуг |
| СПУР 2018-2023 | Ожидается, что за пять лет ежегодный объем международных туристов будет расти на 5%. |
| СПУР 2018-2023 | Обеспечить ежегодный рост регионального валового продукта района не менее чем на 3%. |
| СПУР 2018-2023 | Создание не менее 150 новых рабочих мест в год. |
| СПУР 2018-2023 | Обеспечение роста не менее 5% в год, в сфере торговли и услуг. |

Анализ стратегических документов сферы туризма показывает, что в качестве *приоритета развития* во многих из них выбран кластерный подход, предполагающий создание/интеграцию в рамках отдельной территории целого ряда близких по содержанию и функционалу туристских направлений и дестинаций.

**Таблица 8. Упомянутые в стратегических документах приоритеты развития туризма**

| Стратегические документы | Приоритеты развития туризма |
|---|---|
| НСР КР 2018-2040 долгосрочные ориентиры | Инструментом гармонизации спроса и развития туризма является формирование туристских кластеров, включая новые кластеры зимнего отдыха. Все яснее становится необходимость придания приоритетного значения территориальному аспекту отраслевого развития туризма. Надо решить задачу рациональной кооперации и самоорганизации субъектов развития. |
| НСР КР 2018-2040 среднесрочные ориентиры | Будут созданы несколько геопарков - особые рекреационно-туристские зоны, создаваемые и действующие под эгидой ЮНЕСКО. Это направление одно из самых востребованных среди международных туристов. |
| НСР КР 2018-2040 среднесрочные ориентиры | Будут запущены туристские кластеры, с горнолыжной специализацией на базе города Каракол и историко-культурной - на базе города Ош. |
| НСР КР 2018-2040 среднесрочные ориентиры | *Проект:* Запуск кластера «медицинский туризм». |
| НПР КР 2021-2026 | Развитие туристского сектора будет базироваться на кластерном подходе. Государство сформирует условия для запуска нескольких больших туристских кластеров, с горнолыжной специализацией на базе города Каракол, историко-культурной - на базе города Ош, рекреационной специализацией - на базе города Жалалабат. Также необходимо запустить кластер «медицинский туризм», ориентированный на оказание реабилитационных услуг, основанный на природно- климатических особенностях страны и создании соответствующей инфраструктуры. |

Анализ стратегических и методологических документов по развитию туризма на национальном уровне и в Ошском регионе показывает, что на основе собираемых в настоящее время статистических данных довольно затруднительно принимать системные управленческие решения по устойчивому развитию туризма.

Действующая в республике система сбора и анализа статистических данных в значительной степени опирается на традиционную статистику. Если обобщать, то главными ее показателями являются индикаторы объема туристских потоков, продолжительности пребывания туриста, некоторых аспекты деятельности предприятий туристского сектора. Иными словами, основной упор делается на оценку базовых показателей, собираемых по линии пограничной службы, данных бухгалтерской и статистической отчетности предприятий и т.п. При этом из виду, в силу в том числе и объективных причин, упускаются многие другие туристские индикаторы индустрии. Так, например, проведенное командой полевое исследование основных туристских дестинаций Ошского региона показало, что такие показатели, как доступ к чистой воде, Интернету, наличие гигиенических туалетов, очистных сооружений, внедрение ВИЭ, качество инфраструктуры на туристских объектах остаются за пределами статистического наблюдения.

Анализ стратегических документов сектора и действующей системы статистики позволяет определить следующие основные **проблемы:**

**ПР1.** В Ошском регионе не скоординирован процесс стратегического планирования по развитию туризма, не все программы социально-экономического развития

районов содержат разделы по развитию туризма, большинство местных кенешей не закладывают в планы по управлению пастбищами участки для использования в целях туризма и отдыха граждан.

**ПР2.** Действующая система статистики туризма основывается на оценке базовых индикаторов, чего недостаточно для качественного мониторинга развития сектора и принятия системных управленческих решений.

### 1.4.2. Государственные и муниципальные органы

Уполномоченным **национальным органом** в реализации единой государственной в области туризма является Департамент туризма при Министерстве экономики и коммерции Кыргызской Республики.

Несмотря на долгую историю существования туристского направления в системы органов государственной власти Кыргызстана, в республике нет самостоятельного туристского ведомства. С 2013 г. Департамент туризма был подведомственным подразделением Министерства культуры, информации и туризма КР. В рамках реформы органов исполнительной власти в 2021 г. он был передан в ведение Министерства экономики и финансов КР. Однако в том же году возвращен в структуру Министерства культуры и информации, спорта и молодежной политики КР. В мае 2023 г. Департамент туризма быль вновь передан в ведение Министерства экономики и коммерции КР.

В соответствии с Положением о Департаменте, утвержденным Постановлением Кабинета Министров КР от 15 ноября 2021 г. №251, в число его ключевых функций входит:

- разработка механизмов государственной поддержки туризма;
- формирование положительного имиджа страны на мировом туристском рынке;
- создание благоприятных условий для развития туристской отрасли, оказание методической и консультационной помощи субъектам сферы туризма;
- мониторинг деятельности организаций в сфере туризма;
- ведение Единого реестра объектов и субъектов туристской деятельности.

В соответствии «Программой Правительства КР по развитию сферы туризма на 2019-2023 гг.», утвержденной Постановлением ПКР от 31 января 2019 г. №36, перед органами государственной власти были поставлены следующие основные задачи:

- в целях эффективной реализации государственной политики в сфере туризма и рационального использования государственных объектов санаторно-курортных организаций создать хозяйствующий орган;
- внедрить систему кластерных подходов в туризме;
- с учетом возрастания численности туристов обеспечить рост налоговых поступлений в бюджет;
- разработать перечень и методологию сбора и расчета дополнительных показателей в сфере туризма в соответствие с методиками, применяемыми международными организациями – ЮНВТО и ВСТП;
- внедрить международные стандарты системы классификации средств размещения (гостиницы, мотели, гостевые дома) для придания им статуса в соответствии с современными требованиями;
- разработать действенные областные и районные планы действий по развитию придорожной инфраструктуры: объекты сервисного обслуживания (пункты общественного питания, технического обслуживания, медицинские пункты), знаки и указатели на кыргызском, русском и английском языках;

- обеспечить реабилитацию инфраструктуры очистных сооружений для туристких объектов и маршрутов;
- принять меры по сохранению и популяризации объектов историко-культурного наследия, расположенных в регионах;
- на системной основе проводить исследования по формированию спроса на отечественном рынке туристских услуг, определению для отечественного туристского продукта новых потенциальных мировых рынков и клиентов;
- обеспечить маркетинговое продвижение отечественных туристских продуктов на рынках ближнего и дальнего зарубежья.

В **Ошском регионе** за обеспечение проведения государственной (и местной) политики в области туризма отвечают Полномочное представительство Президента КР в Ошской области, в также муниципальные органы власти. В соответствии с Законом КР «О местной государственной администрации и органах местного самоуправления» от 20 октября 2021 г. № 123, исполнительную власть в районе осуществляет местная государственная администрация. Исполнительным органом местного самоуправления в городе является мэрия, а в айылном аймаке – айыл окмоту.

На практике вопросами туристского развития в административно-территориальных единицах занимается всего один сотрудник, которому это направление дано «в нагрузку» к основной деятельности. Так, например, в Мэрии г.Ош ответственным за осуществление политики в сфере туризма является «Управление внешних связей и аналитики мэрии города Ош». Его штатная численность составляет 12 человек, при этом за развитие туризма отвечает только начальник отдела внешних связей с такими функциями, как:

- подготовка предложений по развитию и совершенствованию туристской отрасли;
- проведение совместной работы с туристскими ассоциациями, международными организациями и фондами над укреплением отношений с зарубежными странами;
- содействие и контроль реализации государственной и местной политики в сфере развития туризма;
- организация финансирования со стороны международных организаций и финансовых институтов для развития сферы туризма.

В целом функционал органов местного самоуправления в части, касающегося туристского развития территорий сводиться к решению следующих вопросов:

- обеспечение экономического развития соответствующей территории, а также привлечение инвестиций и грантов;
- снабжение питьевой водой населения;
- обеспечение работы системы канализации и очистных сооружений в населенных пунктах;
- обеспечение функционирования муниципальных дорог в населенных пунктах;
- благоустройство и озеленение мест общественного пользования;
- обеспечение функционирования парков, спортивных сооружений и мест отдыха, создание условий для организации досуга;
- организация сбора, вывоза и утилизации бытовых отходов.

Помимо этого, в компетенцию мэрий городов и айылных аймаков как органов местного самоуправления также входит осуществление мероприятий по охране памятников истории, архитектуры и культуры.

Анализ функционала и деятельности государственных и местных органов власти выявил следующие основные **проблемы**:

**ПР3.** Постоянные изменения в структуре Департамента туризма приводят к неустойчивой институциональной поддержке туристского сектора со стороны государства.

**ПР4.** За вопросы туризма на всех уровнях исполнительной власти Ошского региона отвечает всего один сотрудник, за которым также закреплены другие вопросы социально-экономического развития.

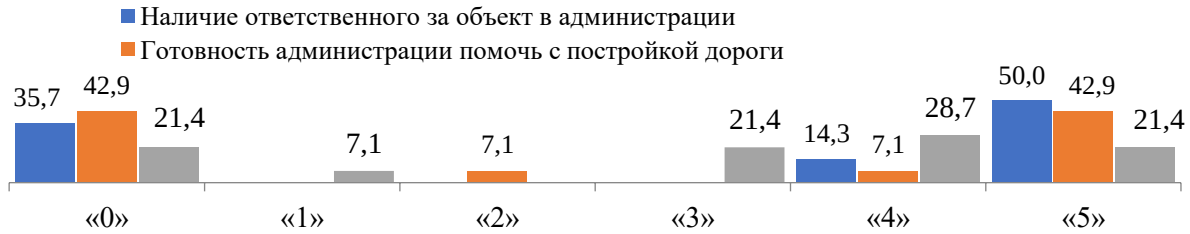
**ПР5.** В системе органов государственной власти по настоящее время не выработано комплексное видение развития турсектора, учитывающее необходимость межсекторального общеэкономического характера продвижения отрасли.

Кроме того, оценка институциональной поддержки туристских дестинаций, проведенная по итогам *полевого исследования*, показала следующее. При соотнесении следующих компонентов из фактора «Управления»:

- ***«Наличие ответственного за объект в администрации» →***
- ***«Готовность администрации помочь с постройкой дороги»;***
- ***«Готовность администрации помочь с подводкой коммуникаций (вода, свет)»***

стало видно (рис.12), что только в случае с 42,9% и 21,4% туристских объектов местные администрации готовы помочь, соответственно, с постройкой дороги и подводкой коммуникаций на уровне «отлично». Во многом на эту готовность влияет наличие у 50% локаций конкретных кураторов в органах местного управления.

**Рисунок 12. Роль ответственного в администрации при строительстве дорог и коммуникаций в туристских локациях, %**




Этот тезис подтверждается тем, что:

- у 35,7% локаций вообще нет конкретных ответственных в местных администрациях;
- 64,3% объектов не получили поддержку местных администрации с постройкой дороги или подводкой коммуникаций.

Данный анализ выявил следующую дополнительную **проблему:**

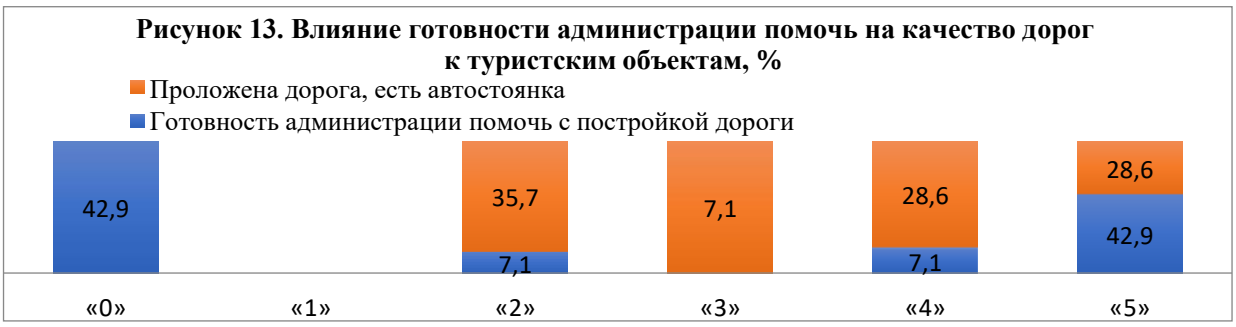
**ПР6.** Не все уполномоченные за развитие туризма организационные единицы в местных администрациях должным образом выполняют роль куратора по поддержке и развитию деятельности субъектов турсектора. Иными словами, отдельные дестинации не имеют административной поддержки с их стороны.

Если углубиться дальше, и сравнить различные компоненты факторов «Управление» и «Экономика»:

***«Готовность администрации помочь с постройкой дороги» (фактор «Управление») →***

***«Проложена автодорога/автостоянка» (фактор «Экономика»)***

становится ясным (рис.13), что помощь локациям с постройкой дороги, оказываемая местными администрациями, была везде разной:




- ни одна из локаций не получила административную помощь, при котором состояние дорог оценивалась бы «плохое состояние»;
- 7,1% локаций имели поддержку с оценкой «состояние ниже среднего»;
- 7,1% локаций - «состояние выше среднего;
- 42,9% локаций - «отличное состояние».

В итоге дорожная инфраструктура к дестинациям в настоящее время выглядит таким образом:

- Ко всем локациям есть дорога. Об этом свидетельствует тот факт, что ни один из рассматриваемых объектов не получил оценку «нет в наличии»;
- При этом, у всех локаций качество дорог различное:
  - Нет локаций, имеющих дорогу с оценкой «плохое состояние;
  - 35,7% имеют дороги, которые оценены как «состояние ниже среднего»;
  - 7,1% - «состояние выше среднего»;
  - 28,6% - «среднее состояние»;
  - 28,6% - «отличное состояние».
- 42,9% туристских объектов не получили никакой административной помощи в строительстве дорог;
- 7,1% дестинаций была оказана поддержка администраций в строительстве дорог на уровне «ниже среднего»;
- 35,7% - имеют дороги, состояние которых «ниже среднего».

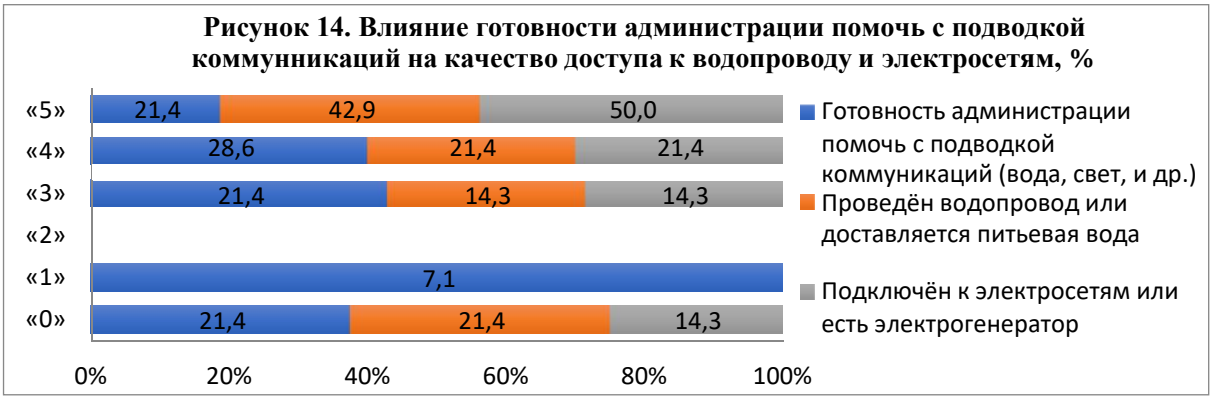
В свою очередь, при соотнесении нижеследующих компонентов факторов «Управление» и «Экономика»:

***«Готовность администрации помочь с подводкой коммуникаций» («Управление») →***

***«Доступ к электросети или электрогенератору» («Экономика) и***
***«Доступ к водопроводу или доставке питьевой воды» («Экономика)***

выясняется (рис. 14), что оказанная администрациями помощь с подводой коммуникаций также была неодинакова:

- ни одна из дестинаций не получила административную помощь, оцениваемую как «состояние ниже среднего»;
- 7,1% дестинаций её получили на уровне оценки «плохое состояние»;
- 21,4% - «среднее состояние»;
- 28,6% - состояние «выше среднего»;
- 21,4% - «отличное состояние».




Как следствие качество коммунальных коммуникаций на локациях также находится в разных состояниях:

- ни одна из локаций не имеет доступа к питьевой воде и электричеству с оценками «плохое состояние» и «состояние ниже среднего»;
- у 14,3% и 21,4% локаций доступ к питьевой воде и электричеству, соответственно, на уровне «среднее состояние» и «состояние выше среднего»;
- 42,9% дестинаций имеют доступ к питьевой и 50% - к электричеству, оценённый как «отличное состояние».
- 21,4% локаций не оказывалась помощь в подводке коммуникаций;
- 21,4% дестинаций не имеют доступа к питьевой воде, а 14,3% дестинаций - к электричеству.

Перекрестный анализ отдельных компонентов факторов «Управление» и «Экономика» позволил определить следующие **проблемы:**

**ПР7.** Не всегда готовность администраций помочь с подводкой коммуникаций и строительством дорог совпадает с реальными планами их осуществления. Это говорит о низком уровне вовлеченности всех заинтересованных сторон в принятии решений об инфраструктурном развитии дестинаций.

**ПР8.** Процесс продвижения туризма имеет в целом слабую институциональную поддержку и не соответствует статусу данной индустрии как приоритетной отрасли экономики.

### 1.4.3. Частный сектор

К числу организации частного сектора, формирующих туристский сектор Ошского региона относятся туристские операторы и агентства, гостиницы и гостевые дома, санаторно-курортные учреждения, а также кафе и рестораны.

По данным НСК КР, число зарегистрированных по Ошскому региону **туристских агентств и операторов** по состоянию на начало 2022 г. составило 807 субъектов (см. рис.15).

В то же время не все из них ведут активную деятельность. Среди заметных на рынке организаций следует отметить:

| № | Наименование | Сайт/Социальные сети |
|---|---|---|
| 1. | Ethno Trip | Ethno_travell |
| 2. | KyrgyzPamirTours | www.kyrgyzpamirtours.com |
| 3. | Destination Osh | www.destinationosh.com |
| 4. | Visit Alay | https://visitalay.com |
| 5. | Osh Travel | ww.oshtravel.com |
| 6. | Munduz Tourist | @munduz_tourist_osh |
| 7. | Sunrise Travel | http://www.sunrise-osh.kg/ |
| 8. | Osh tripsl | |
| 9. | Eco Travel | |
| 10. | Кеттик Ош | |
| 11. | Open world KG | |

Наиболее активную деятельность среди региональных туристских организаций ведут **«Дестинация Ош»** и туристское бюро **«Osh Travel».** Если первая организация представляет собой широкую туристскую платформу, осуществляюую в т.ч. и общественные функции (информацию о ней можно найти в разделе «Деятельность общественных организаций), то вторая – является одной из старейших туристских коммерческих организаций региона, основанной еще в 2006 г.

Туристское бюро «Osh Travel» специализируется на создании турпакетов для путешествующих по линии культурно-познавательного, этнографического, культурно-природоведческого, исследовательского, эзотерического, гастрономического и горного туризма. С 2008 г. при турбюро работает единственный на юге КР экскурсионно-методический отдел. В отделе постоянно работает методист, а гиды и участники тренингов, организуемых на базе отдела, имеют доступ к большому фонду краеведческой литературы. Руководителем бюро является Л.Е.Хасанова – один из видных специалистов по культурному и природному наследию стран Центральной Азии, ведущий гид культурного туризма в Кыргызстане.

По *экспертной оценке,* в настоящее время в деятельности туристских агентств и операторов имеют место следующие основные **проблемы:**

**ПР9.** Деятельность туроператоров не признана в качестве экспортёров услуг и имеет высокое налогообложение. В связи с этим деятельность заметной доли операторов туристского сектора Ошского региона продолжает относится к теневой экономике.

**ПР10.** Действует уведомительный порядок прохождения кыргызско-таджикской границы для граждан третьих стран.

По данным НСК КР, численность **гостиниц и иных средств размещения** по Ошскому региону на 2021 г. составила 168 единиц.

Несмотря на рост общего количества средств размещения, численность размещенных в них лиц не показывает положительной динамики роста. Более того, пандемия COVID-19 привела к резкому спаду количества размещенных в 2020 году.

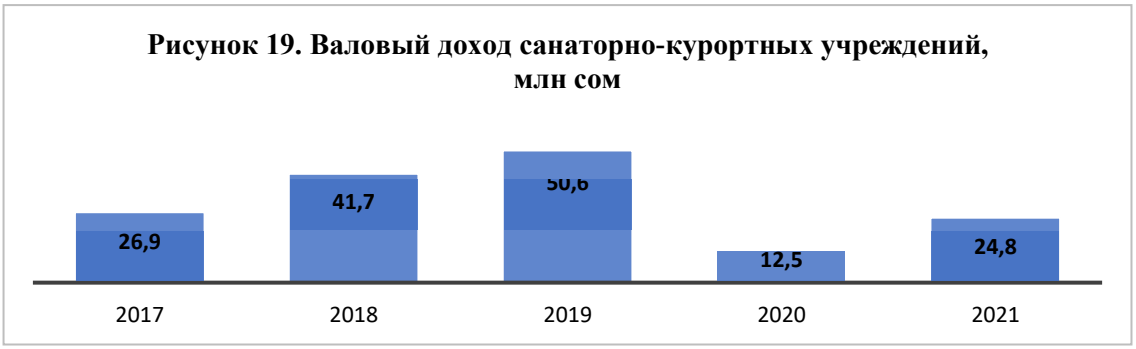
В то же время годом позднее валовый доход средств размещения Ошского региона резко возрос и составила 106,5 млн сомов.

По *экспертной оценке*, в деятельности гостиниц и иных средств размещения Ошского региона имеются следующие основные **проблемы**:

**ПР11.** В большинстве средств размещения региона имеет место посредственное качество обслуживания, обусловленное низким уровнем подготовки персонала и высокой текучестью кадров.

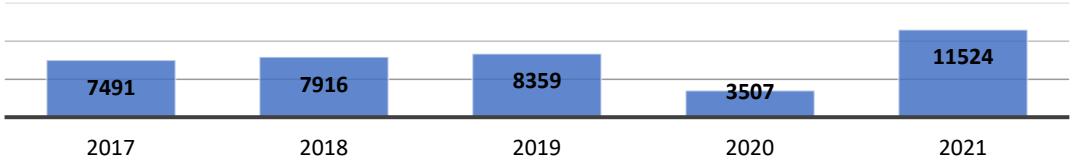
**ПР12.** У многих владельцев средств размещения отсутствует понимание важности маркетингового продвижения дестинаций, в т. ч. посредством современных цифровых инструментов (веб-сайтов, соцсетей, систем бронирования).

В целом по Ошскому региону имеются 13 **санаторно-курортных учреждений.** Доходы этих организаций динамично росли в период до начала пандемии COVID-19.



Несмотря на спад в количестве посещений в пандемийный 2020 год, следующий 2021 год был отмечен резким ростом популярности региональных санаторно-курортных учреждений.

**Рисунок 20. Число посетителей санаторно-курортных учреждений и других специализированных средств размещения, чел.**




По *экспертной оценке,* в деятельности санаторно-курортных учреждений региона имеются следующие основные **проблемы:**

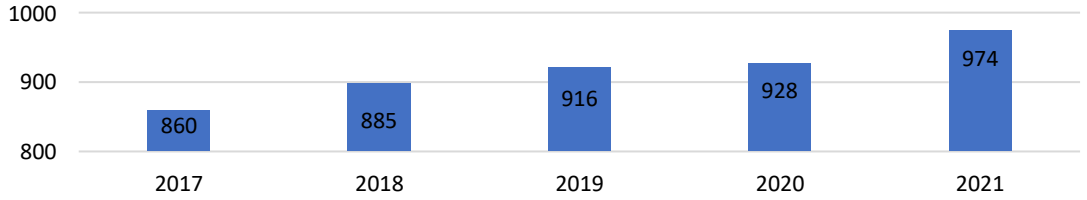
**ПР13.** В большинстве санаторно-курортных учреждений региона наблюдается низкое качество предоставляемых услуг, обусловленное их слабым либо устаревшим материально-техническим оснащением.

**ПР14.** Работа многих санаторно-курортных учреждений носит сезонный характер, что объясняется отсутствием профилизации этих учреждений и слабым внедрением новейших медико-биологических разработок.

**ПР15.** Серьезной помехой, препятствующей устойчивому развитию многих туристских предприятий, особенно в отдаленных горных районах региона, является сезонный характер бизнеса (многие предприятия вынуждены простаивать в зимнее время и в межсезонье).

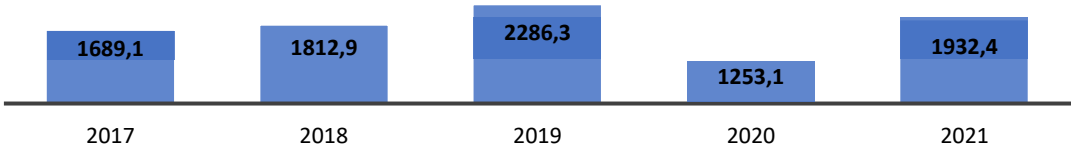
**Организации общественного питания** Ошского региона на протяжении ряда лет показывают поступательный рост. На динамику их численности не повлияла даже пандемия COVID-19.

**Рисунок 21. Динамика численности организаций общественного питания в Ошском регионе, ед.**




Доходы этих организаций имели устойчивую тенденцию роста, однако в 2020 г. они резко упали из-за пандемии, а годом позднее начали восстанавливаться.

**Рисунок 22. Услуги ресторанов, млн сом**



По *экспертной оценке,* для деятельности организаций общественного питания Ошского региона наиболее характерны следующие основные **проблемы:**

**ПР16.** Налицо низкие темпы цифровизации. У большинства точек общественного питания Ошского региона, особенно в малых городах и сельской местности, отсутствуют услуги по доставке еды.

**ПР17.** Имеет место нехватка подготовленных специалистов, прежде всего, сложно найти поваров. При этом многие предприятия не уделяют должного внимания обучению и переподготовке персонала.

### 1.4.4. Деятельность ассоциаций и общественных объединений

Согласно Закона Кыргызской Республики «О туризме» от 25 марта 1999 г., **туристские ассоциации** (объединения) имеют право:

- содействовать развитию рынка туристских услуг и цивилизованных рыночных отношений, становлению современной, конкурентоспособной туристской индустрии, противодействовать монополизму и коррупционным проявлениям в туристской деятельности;
- защищать законные интересы некоммерческих организаций в сфере туризма;
- вносить предложения по изменению нормативных правовых актов, регулирующих сферу туризма в установленном законодательством порядке.

Всего в Кыргызстане функционирует порядка 10 крупных общенациональных ассоциаций, работающих в сфере туризма. В число наиболее крупных из них входят:

- Кыргызская ассоциация туроператоров (КАТО)
- Кыргызская ассоциация туризма, основанного на сообществах (КАТОС)
- Ассоциация гостиничного и ресторанного бизнеса
- Ассоциация туризма Шелкового пути
- Ассоциация курортно-оздоровительных учреждений
- Ассоциация курортов Кыргызской Республики
- Союз пешеходного туризма
- Ассоциация «Клуб HoReCa» (рестораторы и отельеры)
- Ассоциация туризма Кыргызской Республики (выездной туризм)
- Ассоциация горнолыжных баз Кыргызской Республики

Каждая из них занимается развитием отдельных направлений туристской деятельности, в том числе:

- **КАТО** – некоммерческая организация, которая стоит на защите корпоративных интересов своих членов и прав обслуживаемых ими клиентов. КАТО занимается и реализацией конкретных проектов – маркетинговых, образовательных, информационных. Ассоциация на ежегодной основе проводит тренинги по подготовке гидов на новый туристический сезон.
- **КАТОС –** организация, продвигающая принципы туризма, основанного на сообществах. Главной целью работы ассоциации является улучшение условий жизни в отдаленных горных регионах через развитие устойчивых моделей экотуризма с использованием местных природных и рекреационных ресурсов. Имея штаб-квартиру в Бишкеке, КАТОС выступает объединением 15 сообществ в различных регионах Кыргызстана.
- **Ассоциация туризма Шелкового пути** учреждена в 1999 г. в результате объединения 5 крупнейших туроператоров КР. Ассоциация занимается проведением тренингов и

сертификацией гидов, инструкторов, спасателей. С 2005 г. ею издается ежегодный журнал «Туризм Кыргызстана», который посвящен проблемам туристской отрасли КР и путям их решения.

На уровне **Ошского региона** крупнейшим туристским объединением является **Ассоциация туроператоров Шелкового пути**, созданная по инициативе Мэрии г.Ош в апреле 2022 г. В ассоциацию входят 10 туркомпаний Ошского региона, а также 2 компании из Таджикистана и 4 – из Узбекистана. В качестве своей стратегической цели ассоциация ставит вовлечение как можно большего числа туроператоров для привлечения в последующем в регион Ферганской долины международных туристов.

Безусловным флагманом туристского сообщества южного региона Кыргызстана является возглавляемая А.Алиевым **«Дестинация Ош».** Это общественная организация была образована в 2015 г. и объединяет в единую сеть ряд туроператоров, гостиниц, ресторанов и транспортных предприятий Ошского региона. Она специализируется на проведении лингвистических и технических тренингов для работников туристского сектора.

«Дестинация Ош» занимается продвижением туризма по всему южному региону Кыргызстана, оказывая техническую и консультативную помощь недавно созданным «Дестинация Жалалабат» и «Дестинация Баткен». При содействии организации был запущен проект по созданию геопарка “Мадыген” в Баткенской области, а в планах запуск еще одного геопарка в Ошской области (см. параграф 2.4.8.). В 2021 г. «Дестинация Ош» открыла Туристский информационный центр (см. параграф 2.4.9.), оказывающий широкий спектр консультационных и организационных услуг, в т.ч для международных туристов.

Кроме того, «Дестинация Ош» выполняет большой объем работы и является своего рода региональным туристским хабом по мобилизации ресурсов для решения различных проблем турсектора, организации городских и областных туристских фестивалей и ивентов, разработке стратегических документов развития регионального турсектора, информационному и маркетинговому продвижению туристского потенциала и продуктов Ошского региона на республиканском и международных уровнях.

По *экспертной оценке*, в деятельности туристских объединений отмечается следующая основная **проблема:**

**ПР18.** Отмечается низкая корпоративная культура туристских операторов, обусловленная отсутствием понимания важности стратегического планирования и институционального продвижения общественных интересов.

В Ошском регионе действуют два **Совета по развитию туризма**:

- Совет по развитию туризма города Ош при Мэрии г.Ош, сформированный Постановлением Мэрии г. Ош от 25 февраля 2019 г. №34;
- Совет по развитию туризма Ошской области при Полномочном представителе Президента КР в Ошской области, сформированный Распоряжением Полномочного представителя Президента КР в Ошской области от 24 апреля 2019 г. №222-б.

Советы по развитию туризма призваны выступать единой консультационной платформой, объединяющей представителей туристистического сообщества и государственных органов для обмена мнениями и оперативного решения стоящих перед отраслью вопросов. В их составы входят ответственные государственные чиновники, представители университетской и творческой общественности, туристические операторы. Основной задачей Советов является участие и содействие в формировании привлекательного туристского и инвестиционного

имиджа региона через обеспечение эффективной государственной политики по привлечению инвестиций и создания условий для деятельности субъектов туриндустрии региона. Помимо этого, ожидалось, что Советы займется продвижением маркетинговых решений в туризме. Однако, по экспертной оценке, на практике работа Советов, как правило, сводится к решению сугубо бюрократических задач, спускаемых по линии различных министерств и ведомств.

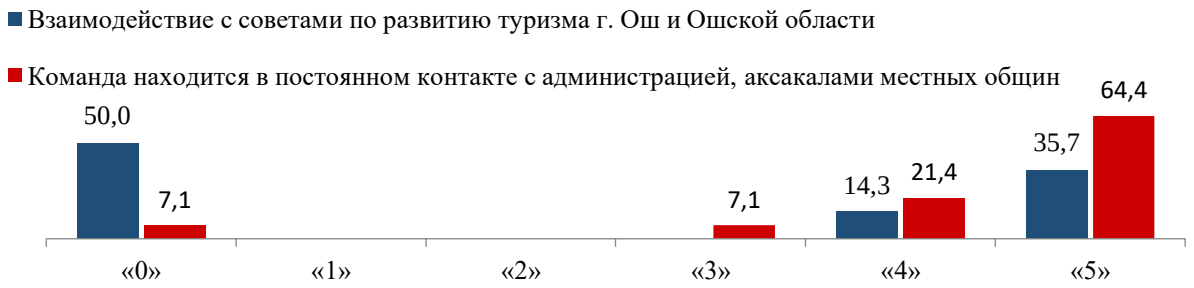
Проведенный по итогам *полевого исследования* сравнительный анализ оценки компонентов фактора «Управление» позволил выявить следующую корреляцию:

***«Взаимодействие с Советами по развитию туризма при мэрии г. Ош и Ошской обладминистрации»*** ↔

***«Команда находится в постоянном контакте с администрацией, аксакалами местных общин».***

Анализ рисунка 23 показывает, что у около 64% рассмотренных объектов имеются отличные контакты с администрациями и аксакалами местных общин, в то время как с Советами по развитию туризма контакты на таком же уровне имеются лишь около 36% объектов. При этом, 50% объектов не имеют никакого взаимодействия с данными общественными площадками.

**Рисунок 23. Деловая культура принятия решений через Советы по развитию туризма и местные администрации, %**




Это говорит о том, что Советы по развитию туризма Ошского региона пока ещё не пользуются достаточным доверием со стороны туристских дестинаций. Поэтому большая часть из них до сих пор решает возникшие вопросы по-старому: напрямую с местными администрациями и аксакалами местных общин.

Работа Советов по развитию туризма при Мэрии г. Ош и при Полпредстве Президента КР в Ошской области слабо скоординирована из-за бюрократических причин, хотя в их составы входят одни и те же представители турбизнеса. Из этого проистекает следующая **проблема**:

**ПР19.** Отсутствуют прозрачные и дебюрократизированные регламенты взаимодействия действующих в регионе Советов по развитию туризма между собой и с субъектами туристской индустрии.

### 1.5. Нормативное правовое регулирование туризма

Законодательство Кыргызской Республики в сфере туризма можно условно разделить на пять тематических групп НПА, прямо или косвенно регулирующих сферу туризма.

*Первая группа* включает в себя НПА, касающиеся организации туристской деятельности и деятельности органов государственной власти в сфере туризма:

- **Законом,** регулирующим сферу туризма, является Закон КР «О туризме» от 25 марта 1999 г. № 34

С момента его принятия внесены три изменения редакционного характера:

  - Законом КР от 21 октября 2003 г. № 218
  - Законом КР от 5 декабря 2013 г. № 211
  - Законом КР от 10 мая 2017 г. № 79

Действующий Закон КР «О туризме» не отвечает современным требованиям регулирования туризма, что затрудняет интеграцию отрасли с бурно растущим мировым рынком. При этом туристская индустрия республики развивается динамичными темпами и признается одной из приоритетных отраслей экономики государства.

- **Положение** «О Департаменте туризма при Министерстве культуры, информации, спорта и молодежной политики Кыргызской Республики», утвержденное Постановлением Кабинета Министров КР от 15 ноября 2021 г. № 251 (по состоянию на апрель 2023 г.)

Департамент является подведомственным подразделением МЭК КР (по состоянию на июнь 2023 г.), обеспечивающим функции по реализации государственной политики в сфере туризма.

- **Постановление** Кабинета Министров КР «О создании открытого акционерного общества "Фонд поддержки развития туризма в Кыргызской Республике» от11 марта 2022 г. № 128

Деятельность ОАО «Фонд поддержки развития туризма в Кыргызской Республике» осуществляется на основании устава открытого акционерного общества. Для комплексного решения проблем в сфере национального туризма Фонду было выделено 1 млрд сом.

*Вторая группа* НПА регулирует порядок привлечения и использования ресурсов в сфере туризма:

- **Земельный кодекс КР** от 2 июня 1999 г. № 45

В целом препятствий для ведения туристской деятельной в нормах Земельного кодекса КР не имеется. Можно брать в аренду земли на общих основаниях на 49 лет, что создает благоприятные условия для долгосрочных инвестиций. Но есть определенные проблемы со сроками пользования пастбищ в иных целях (под цели туризма и отдыха граждан). Эта норма Земельного кодекса связана с Законом «О пастбищах».

- **Лесной кодекс КР** от 8 июля 1999 г. № 66

Согласно статье 48 Лесного кодекса КР, возможно развитие туризма на землях государственного лесного фонда, которые можно брать в аренду на 49 лет. Это положение является залогом долгосрочного развития туризма на лесных землях.

- **Закон КР** «О пастбищах» от 26 января 2009 г. № 30

Закон «О пастбищах» позволяет передавать под иные цели (туризм и отдых граждан) земельные участки пастбищ. Но есть ограничения по срокам – земли предоставляются максимум на 5 лет. Этого времени категорически недостаточно для развития туристского бизнеса, фактически 5 лет уходят только на «раскачку» объекта и наработку клиентуры.

При этом стартовые арендные ставки на эти земли являются довольно высокими и часто неподъемны для желающих развивать турбизнес.

- **Закон КР** «О государственно-частном партнерстве» от 11 августа 2021 г. № 98

Данный закон в полном объеме позволяет вести инвестиционную работу по инфраструктурным проектам в сфере туризма. В новой редакции Закона упрощена процедура инициирования проектов ГЧП. Из-за проблем по инициированию в старой редакции закона было реализовано всего 3 проекта ГЧП.

- **Закон КР «**О местной государственной администрации и органах местного самоуправления» от 20 октября 2021 г. № 123

В компетенцию органов МСУ входят следующие вопросы, которые важны для сферы туризма, но в большинстве своем не решаются из-за недостатка средств местных бюджетов:

- обеспечение экономического развития территорий, привлечение инвестиций и грантов;
- обеспечение функционирования муниципальных дорог в населенных пунктах;
- благоустройство и озеленение мест общественного пользования;
- обеспечение функционирования парков, спортивных сооружений и мест отдыха, создание условий для организации досуга;
- организация сбора, вывоза и утилизации бытовых отходов;
- снабжение питьевой водой населения;
- обеспечение работы систем канализации и очистных сооружений в населенных пунктах;
- организация освещения мест общего пользования.

- **Закон КР** «О возобновляемых источниках энергии» от 30 июня 2022 г. № 49

Закон регулирует все вопросы, связанные с ВИЭ, в т. ч. применение ВИЭ на туристских объектах. Поскольку Закон принят недавно, еще не разработаны механизмы реализации его норм в виде подзаконных актов.

- **Налоговый кодекс КР** от 18 января 2022 г. № 3

Нормы Налогового кодекса КР устанавливают виды налоговых режимов при ведении предпринимательской деятельности. Для сферы туризма они в целом не очень обременительны, за исключением отрасли общепита, где установлено налоговая ставка в 8% с оборота в наиболее часто применяемом предпринимателями налоговом режиме «единый налог», что считается достаточно обременительным.

- **Закон КР** «О Парке креативных индустрий» от 8 августа 2022 г.

Главная цель Закона «О Парке креативных индустрий» – создание правовых основ для функционирования особого режима для предпринимателей, занимающихся креативной деятельностью. Но сам по себе парк – это не физический объект, а специальный налоговый режим. В число креативных видов деятельности входят архитектура, ландшафтный и графический дизайн, изобразительное искусство, медиа искусство, музыка, кино, ремесленничество, индустрия моды и д т.п. Ожидается, что принятие закона будет стимулировать выход этих индустрий из тени. Так как данный Закон принят недавно, пока еще не разработаны механизмы реализации его норм в виде подзаконных актов.

*Третья группа* НПА регулирует вопросы безопасности и экологии, в т. ч. в сфере туризма:

- **Закон КР** «Об охране окружающей среды» от 16 июня 1999 г. № 53

Закон дает следующее определение рекреационным зонам: «это часть пространства окружающей среды, используемая для отдыха и туризма, в том числе зеленые, курортные, лечебно-оздоровительные зоны».

Есть определенные ограничения для ведения туристской деятельности на отдельных природных территориях. Это сделано с целью защиты окружающей среды от негативного воздействия. В целом закон позволяет осуществлять туристскую деятельность в рекреационных зонах.

Также он регулирует вопросы экологической безопасности, охраны и контроля за окружающей средой при ведении хозяйственной деятельности, в т. ч. в сфере туризма.

- **Закон КР** «Об охране и использовании растительного мира» от 20 июня 2001 г. № 53

Закон позволяет пользование растительным миром в рекреационных и туристских целях с соблюдением определенных норм и ограничений.

- **Закон КР «**Об особо охраняемых природных территориях» от 3 мая 2011 г. № 18

Использование особо охраняемых природных территорий в туристских целях подразумевает:

- Особо охраняемые природные территории могут использоваться для развития экологического туризма, привлечения местного населения к формированию туристской инфраструктуры и обеспечения их устойчивого функционирования, а также для ознакомления с природными и историко-культурными достопримечательностями местности.
- В особо охраняемых природных территориях допускается организация и устройство экскурсионных экологических маршрутов, туристских троп и стоянок, размещение объектов туризма, музеев и экспозиций под открытым небом на специально выделенных участках, в зависимости от режима установленной зоны, в порядке, определяемом Правительством Кыргызской Республики.

- **Закон КР «**О биосферных территориях» от 9 июня 1999 г. № 48

Закон позволяет рекреационное пользование, отдых на природе, туризм, тщательно контролируемое и регулируемое в экологически допустимых нормативах

- **Закон КР** «Об основах технического регулирования в Кыргызской Республике» от 22 мая 2004 г. № 67

НПА устанавливает правовые основы в области разработки, принятия, применения и исполнения обязательных требований к продукции, в т. ч. к зданиям и сооружениям, и/или к связанным с требованиями к продукции процессам проектирования (включая изыскания), производства, строительства, монтажа, наладки, хранения, перевозки, реализации, эксплуатации и утилизации.

- **Положение** «О Министерстве природных ресурсов, экологии и технического надзора Кыргызской Республики», утвержденное Постановлению Кабинета Министров КР от 15 ноября 2021 г. № 263

Министерство осуществляет следующие функции в сфере туризма:

- вносит в Кабинет Министров КР предложение о создании, преобразовании и прекращении функционирования особо охраняемых природных территорий;
- определяет перечень перспективных для развития туризма территорий, порядок разработки, обустройства и использования экологических маршрутов и троп.

- **Постановление** ПКР «О Единой системе комплексного мониторинга и прогнозирования чрезвычайных ситуаций в Кыргызской Республике» от 23 октября 2019 г. № 569
- **Постановление** Кабинета Министров КР «О некоторых вопросах Министерства чрезвычайных ситуаций Кыргызской Республики» от 15 ноября 2021 г. № 262

*Четвертая группа* НПА регулирует процедурные вопросы въезда и выезда туристов:

- **Закон КР** «О внешней миграции» от 17 июля 2000 г. № 61
- **Закон КР** «О Государственной границе КР» от 16 мая 2015 г. № 98
- **Закон КР** «О таможенном регулировании» от 24 апреля 2019 г. № 52
- **Закон КР** от 21 июля 2012 г. №121 «О введении безвизового режима для граждан некоторых государств сроком до 60 дней»
- **Постановление** ПКР от 7 февраля 2009 г №87 «Об утверждении Перечня иностранных государств, на граждан которых распространяется упрощенный визовый режим»
- **Постановление** ПКР «Об утверждении Правил установления режима в пунктах пропуска через Государственную границу КР и Перечня видов хозяйственной и иной деятельности в пунктах пропуска через Государственную границу КР» от 14 сентября 2020 г. № 484
- **Постановление** ПКР «Об утверждении Правил пограничного режима и режима пограничной полосы КР» от 4 апреля 2016 г. № 172
- **Постановление** ПКР «О вопросах регистрации иностранных граждан и лиц без гражданства на территории КР» от 19 декабря 2016 г. № 689, дополненный Постановлением ПКР от 12 июля 2023 г. № 349, позволяющим иностранным гражданам зарегистрироваться в КР в режиме онлайн.

В *четвертой группе НПА* есть много прогрессивных норм, облегчающих въезд и выезд туристов в Кыргызстан. Заметных проблем, препятствующих развитию туризма, в этой группе не выявлено.

*Пятая группа* НПА регулирует вопросы органов местного самоуправления, имеющих отношение к сфере туризма:

- **Постановления местных кенешей,** утверждающие годовые и пятилетние планы использования пастбищ, в том числе и участки пастбищ под использование в иных целях, не связанных с выпасом скота (туризм и отдых граждан);
- **Постановления местных кенешей,** утверждающие программы социально-экономического развития, включая развитие туризма на территории органов МСУ.

В Ошском регионе не все программы социально-экономического развития содержат разделы, посвященные туризму. Даже если таковые и имеются, в них нет понимания того, как должен развиваться туризм.

Анализ действующей нормативной правовой среды выявил следующие **проблемы**:

**ПР20.** Нормы Налогового кодекса КР не очень обременительны для турсектора за исключением отрасли общепита, где установлено налоговая ставка 8% с оборота в наиболее часто применяемом предпринимателями налоговом режиме «единый налог», что считается достаточно высокой ставкой налога.

**ПР21.** Закон КР «О туризме» считался прогрессивным для 1999 г., но его нормы отстали от времени.

**ПР22.** Закон КР «О пастбищах» не позволяет передавать под иные цели (туризм и отдых граждан) земельные участки пастбищ более чем на 5 лет, чего недостаточно для устойчивого развития турбизнеса.

**ПР23.** Законы КР «О возобновляемых источниках энергии» и «О Парке креативных индустрий» приняты относительно недавно и еще не до конца разработаны механизмы их реализации.

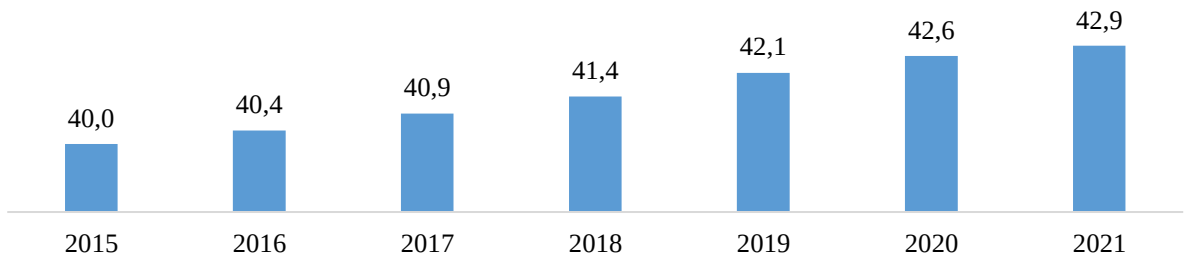
**ПР24.** Закон КР «О местной государственной администрации и органах МСУ» закрепляет за ОМСУ множество важных для развития туризма полномочий, но в большинстве своем они не реализуются на практике из-за недостаточности средств местных бюджетов.

**ПР25.** Действующая нормативная правовая среда недостаточно благоприятна для развития туризма как приоритетной отрасли национальной экономики.

### 1.6. Проблемы развития человеческого капитала

Человеческие ресурсы лежат в основе социально-экономического развития любой страны. Кыргызстан характеризует быстрорастущее население, значительную часть которого составляют люди трудоспособного возраста (см. рис. 24). Залогом успешной модернизации экономики республики является повышение образовательного уровня трудоспособных кыргызстанцев, создание для них достойных условий труда. Сказанное в полной мере относится и к туристской индустрии, развитие которого рассматривается местными властями в качестве одного из локомотивов социально-экономического развития Кыргызской Республики.

**Рисунок 24. Доля трудоспособного населения от общей численность населения КР, %**




Туристские дисциплины в той или иной форме преподаются в 15 вузах и в 21 профессиональном лицее Кыргызстана. В то же время единственным высшим учебным заведением, ведущим подготовку специалистов по широкому профилю дисциплин, является бишкекская Академия Туризма. В учебном заведении готовят бакалавров и магистров по таким направлениям, как «Туризм», «Менеджмент по отраслям», «Гостиничное дело», «Организация обслуживания в гостиницах и туристских комплексах». Кроме того, здесь можно получить образование по специальностям «Международные отношения» и «Английский язык» с акцентом на туриндустрию. Отдельный факультет туризма функционирует в Кыргызско-Турецком университете «Манас» в Бишкеке, готовящая бакалавров по направлениям: «Ресторанное дело», «Гостиничное дело» и «Туризм».

В Ошском регионе обучением специалистов в области туризма с 2009 г. занимается Ошский государственный университет (ОшГУ). На Факультете естествознания, туризма и аграрных технологий ведется подготовка бакалавров и магистров по специальности «туризм».

Кафедра экономической географии, отраслевой экономики и туризма ежегодно выпускает порядка 20 бакалавров и 7-10 магистров. Кроме того, профильной подготовкой специалистов (около 200 студентов) со среднеспециальным образованием занимается входящий в структуру ОшГУ Инновационный колледж STEM.

Заметную роль в подготовке и переподготовке специалистов для турсектора региона играют тренинговые программы. Как правило, они проводятся туроператорами на собственные либо донорские средства международных организаций. Для организации образовательных семинаров, курсов повышения квалификации приглашаются видные специалисты отрасли, преподаватели и просто практики из Бишкека, стран СНГ и дальнего зарубежья. Тематика тренингов носит самый многоплановый характер – от тренировки гидов и этики работы с туристами до технологии установки и обеспечения функционирования юрточных городков. В последние годы все большей востребованностью пользуются курсы, обучающие принципам зеленой экономики, основам сельского развития, экотуризму. На организации и проведении тренингов в Ошском регионе главным образом специализируютсятуркомпании Osh Travel и Open World KG.

В республике существует заметный дефицит кадров для работы в отрасли на всех уровнях. Отмечается недостаток высококвалифицированных специалистов, способных вести вузовускую подготовку специалистов для туристской индустрии. Несмотря на то, что за последние 10-15 лет в Кыргызстане налажена массовая подготовка молодых профильных специалистов, значительная их часть не находят себя в отрасли. В целом по сектору туристские операторы отмечают существенную нехватку гидов и экскурсоводов (33,3%), менеджеров по работе с клиентами, по продажам и маркетингу и агентов по туризму (28,2%), переводчиков (25,6%). В зависимости от туристского направления и сезона эти цифры могут заметно прибавлять.

Другая, не менее серьезная проблема связана с высокой текучестью кадров, что отрицательно сказывается на поддержании институциональной памяти в дестинациях и, в конечном счете, качестве предоставляемых услуг. Наряду с естественными причинами (замужество, переезд в другой город), высокий уровень кадровой текучести объясняется низкой оплатой труда, когда наиболее подготовленные и перспективные профессионалы стараются реализовать себя за пределами Кыргызстана (главным образом, в Турции и странах Юго-Восточной Азии).

По итогам диагностических интервью с экспертами отрасли были выявлены следующие **основные** проблемы:

**ПР26.** В стране все еще существует нехватка квалифицированного профессорско-преподавательского состава в сфере туризма.

**ПР27.** Существует дефицит гидов, экскурсоводов, менеджеров по работе с клиентами, по продажам и маркетингу, агентов по туризму, переводчиков.

**ПР28.** Турсектор Ошского региона страдает высокой текучестью кадров, что плохо сказывается на сохранении институциональной памяти и ведет к ухудшению качества предоставляемых услуг.

**ПР29.** Во всех субсекторах туриндустрии отмечается слабый управленческий уровень,сопровождаемый низкой корпоративной культурой и слабым уровнем профессиональной и языковой подготовки сотрудников.

**ПР30.** Финансовая грамотность предпринимателей (по составлению бизнес-планов, владение информацией о возможностях кредитования бизнеса и фандрайзинге),желающих развивать туристский бизнес, остается на низком уровне.

**ПР31.** Кадровое обеспечение индустрии туризма остается на низком уровне.

Оценка кадровой ситуации в туристских дестинациях, проведенная по итогам *полевого исследования*, показала следующее.

При соотнесении следующих компонентов фактора «Управления»:

- ***“Отношение местного населения к объекту, планам его развития”,***
- ***“Устойчивая управленческая команда”,***
- ***“Стратегический план развития объекта”,***
- ***“Команда сохраняет институциональную память объекта”.***

Становится видно (рис. 25.), что оценку «отлично» за наличие устойчивой управленческой команды имеют 85,7% туристских локаций. Такая же доля среди них сохраняют институциональную память. При этом 64,4% локаций имеют стратегические планы развития. Всё это влияет на то, что к 78,7% туристским объектам и по планам по их развитию/расширению местное население относится адекватно. В то же время, к 14,2% дестинаций и планам их развития местное население относится безразлично (7,1% - «никак», 7,1%- «ниже среднего уровня»), при этом 21,4% объектов не имеют качественных стратегических планов развития.

**Рисунок 25. Влияние потенциала команды туристских объектов на отношения местного населения**

Сравнительный анализ компонентов обозначил следующую **проблему**:

**ПР32.** Во многих туристских дестинациях отсутствуют механизмы обратной связи по учёту мнения населения на их развитие. Важность учёта мнения местного населения в устойчивости работы объектов понимают лишь профессиональные и опытные команды.

### 1.7. Обеспечение безопасности в туризме

Обеспечение безопасности жизни и здоровья туристов является важнейшей составляющей организации туристской деятельности. Оно предусматривает целый комплекс мероприятий в рамках национального законодательства, гарантирующих перемещения туристов по территории страны, их пребывания, сохранность здоровья, жизни и имущества.

В категории «опасность и подверженность» индекса рисков от INFORM Кыргызстан определен в качестве страны «высоко подверженной» как природным, так и антропогенным опасностям[8]. В среднем в год в Кыргызстане происходит 200 стихийных бедствий, от

[8]Joint Research Centre - European Commission (2021). *Subnational INFORM 2021: Central Asia and Caucasus* [Online]. Available at: https://drmkc.jrc.ec.europa.eu/inform-index/INFORM-Subnational-Risk/Central-Asia-Caucasus

которых страдает до 200 000 человек и причиняется ущерб в размере около 35 миллионов долларов США[9]. В республике активно развиваются приключенческие виды туризма, основными из которых являются: альпинизм, пешеходный и горнолыжные виды туризма, отдых на озере Иссык-Куль. Вместе с этим, имеются естественные опасности и риски для туристов, прибывающих в Кыргызстан. Так, например, за летний период 2021 г. по республике утонули 81 человек (53 в 2020 г.). В местах массового пребывания людей произошло 329 пожаров (181 – 2020 г.). На автодорогах КР за лето произошло 65 дорожно-транспортных происшествий, в которых погибли 83 и пострадали 155 человек.

Все это обуславливает необходимость принятия комплексных мер по обеспечению безопасности. В целях укрепления имиджа Кыргызстана как туристо-ориентированной страны в 2018 г. в г. Бишкек заработало отдельное подразделение органов внутренних по работе с туристами – туристская милиция. Ее задачей является обеспечение безопасности туристов, граждан других стран в Кыргызстане, а также консультация по всем вопросам, связанным с безопасностью и законодательством.

С 2019 г. подразделение туристской милиции было образовано при УВД г. Ош. В его состав входит 11 сотрудников, принятых на работу по итогам конкурса. Одним из требований к сотрудникам туристской милиции является знание иностранных языков. Подразделение оснащено 2 внедорожниками для решения оперативных вопросов. Сотрудники туристской милиции осуществляют мониторинг территорий, где чаще всего пребывают иностранные туристы. Налажено взаимодействие с местными туроператорами. С начала функционирования туристской милиции в г.Ош оказано содействие более чем 300 иностранным гражданам по решению таких вопросов, как мелкие грабежи, потеря денег, восстановление документов и сопровождение некоторых туристских групп.

Одной из центральных проблем турсектора Ошского региона является вопрос **подготовки профессиональных гидов.** В настоящее время, любой человек в Кыргызстане может объявить себя гидом или инструктором приключенческого туризма и предложить свои услуги. На практике, как правило, таковыми являются горнолыжники и сноубордисты, научившиеся стоять на лыжах и сноуборде, и альпинисты, «подросшие» до 2 разряда. Недостатка в таких гидах и инструкторах нет. Некоторые провайдеры услуг с удовольствием берут таких «специалистов» на работу, потому что им можно меньше платить, чем квалифицированным специалистам. На рынке труда в приключенческом туризме наблюдается недостаток квалифицированных гидов и дипломированных инструкторов. Во многом это обусловлено отсутствием профессиональных стандартов, охватывающих деятельность гидов и инструкторов, особенно в приключенческом туризме. В частности, в Государственном классификаторе КР «Виды экономической деятельности» как таковая отсутствует категория «гид», практически не охвачены другие туристские специальностей.

Другим сложным вопросом является обеспечение безопасности туристов через **проведение поисково-спасательных операций.** В теории данное направление работы должно входить в функционал государственных органов. И действительно, такие спасательные услуги оказываются МЧС КР. Другое дело, что спасательные формирования этого госоргана оказываются только на простых горных маршрутах и в пределах досягаемости автотранспортом. Такая ситуация объясняется отсутствием у МЧС Кыргызстана высококвалифицированных спасателей для работы горах и дефицитом авиапарка.

[9] Министерство юстиции Кыргызской Республики (2018) *Концепция комплексной защиты населения и территории КР от чрезвычайных ситуаций на 2018-2030 гг.* [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cbd.minjust.gov.kg/act/view/ky-kg/11990/20?cl=ru-ru

В то же время следует отметить, что по инициативе Фонда туризма приняты решения Кабинета Министров КР от 10 июля 2023 г. № 345 и № 344, создающие правовые основания для проведения авиационных специальных работ Министерством обороны КР, включая спасательные мероприятия в сфере туризма и для туристских целей.

Полный комплекс спасательных операций в горных районах республики, в т.ч. в Ошском регионе, способна оказывать только одна независимая некоммерческая организация «Спасения в горах Кыргызстана» – монополист, что удорожает стоимость их услуг. В то же время ее услуги не покрывают все несчастные случаи. Участие компании в спасении туристов зависит от гарантии оплаты, наличия страхового полиса, соответствия программы страхования страховому случаю, а также доступности вертолётов. С подобного рода проблемами сталкиваются и туроператоры, задействованные в спасательных операциях. Кроме того, у частных фирм зачастую отсутствуют спасательные станций в местах массового скопления туристов на горных пиках.

Таким образом, основными **проблемами** в обеспечении безопасности туризма являются нижеследующие вопросы:

**ПР33.** Отсутствие норм и профессиональных стандартов, регулирующих деятельность гидов и инструкторов приключенческого туризма, создает высокий риск возникновения несчастных случаев.

**ПР34.** Возможности оказания спасательных услуги госорганами на сложных горных маршрутах во многом остаются ограниченными из-за отсутствия высококвалифицированных спасателей и дефицита вертолетного парка.

**ПР35.** Спасательные услуги независимых организаций сильно зависят от финансовых и страховых возможностей туристов.

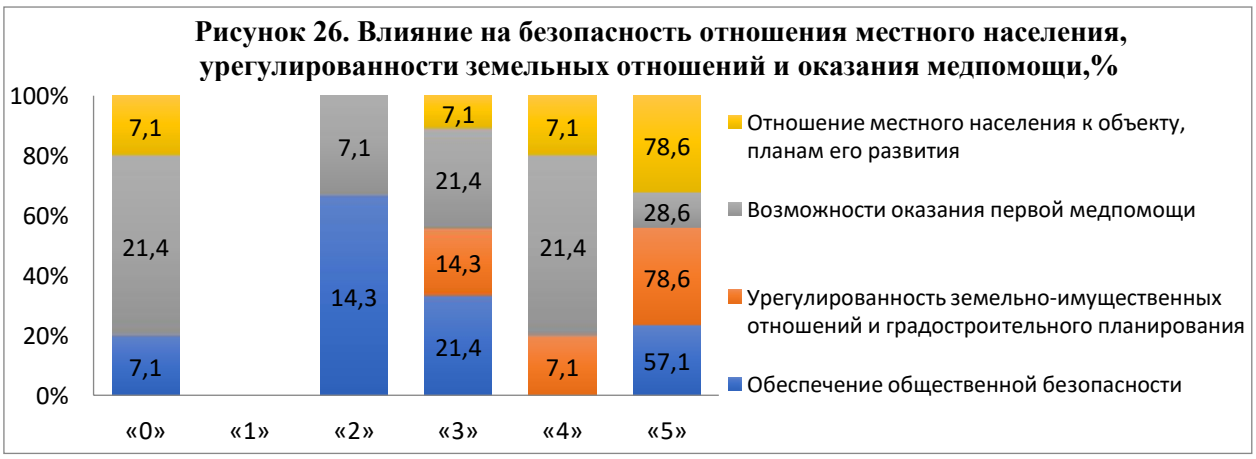
**ПР36.** Оперативные дежурные МЧС могут объясняться только на кыргызском и русском языках, чего недостаточно для обеспечения безопасности иностранных туристов, нет англоязычной странички сайта МЧС.

При соотнесении следующих компонентов фактора «Управления» по итогам *полевого исследования* видно, что большое влияние на безопасность оказывают такие факторы как:

- ***“Обеспечение общественной безопасности”,***
- ***“Отношение местного населения к объекту, планам его развития”, “Урегулированность земельно-имущественных отношений и градостроительногопланирования”,***
- ***“Возможности оказания первой помощи”.***

Анализ показывает (рис. 26), что, к примеру, у 57,1% туристских дестинаций вопросы обеспечения безопасности находится «в отличном состоянии» из-за того, что у 78,6% локаций сложились отличные отношения с местным населением и урегулированы земельные отношения. Значения компонента «Возможности оказания первой помощи» гораздо меньше – только 28,6% туристских дестинаций имеют возможности оказать первую медицинскую помощь на «отличном уровне». У 42,8% объектов, в равной доле, она находится либо на уровне «выше среднего», либо на «среднем уровне».

7,1% туристких локаций не имеют отношений с местным населением, у 21,4% дестинаций ещё не до конца урегулированы земельно-имущественные отношения, 28,5% объектов либо не имеют возможности оказания первой медицинской помощи, либо они оказывается на уровне ниже среднего, 21,4% локаций либо не обеспечены никакой безопасностью, либо она находится на уровне «ниже среднего».




В связи с проведенным анализом, можно выделить следующую **проблему:**

**ПР37.** Отсутствуют нормы и протоколы, направленные на обеспечение безопасности туристов в дестинациях, особенно в приключенческом туризме. Нет четких и обязывающих алгоритмов оказания путешественникам экстренной помощи.

### 1.8. Музейное дело и вопросы историко-культурного наследия

Для целей настоящей Стратегии музейный туризм является разновидностью познавательного туризма, специфика которого заключается в использовании туристского потенциала музеев и территорий, которые к ним прилегают. Музеи являются культурно-образовательными, просветительными и научно-исследовательскими учреждениями, предназначены для изучения, сохранения и использования памятников природы, материальной и духовной культуры, приобщения граждан к достоянию национального и мирового историко- культурного наследия.

Музеи Ошского региона дают возможность туристам познакомиться с репрезентативной частью культуры не только г.Ош и Ошской области, но и всего южного региона Кыргызстана и даже Ферганской долины. Продвижение музейного дела и его интеграция с рынком туристских услуг является важнейшей задачей туристского сектора Ошского региона.

По данным официальных источников, в регионе функционируют 11 музеев, в т.ч. по одному музею республиканского и областного значения, 5 музеев районного и 2 сельского уровня, а также по одному ведомственному и школьному музею. Кроме этого, территория региона располагает иными территориями и памятниками, имеющими архитектурное и археологическое значение и отсылающими к богатому историко-культурному наследию Ошского региона.

К числу наиболее популярных у туристов музейных комплексов Ошского региона следует отнести Национальный историко-археологический музейный комплекс «Сулайман-Тоо» в г.Ош и Государственный историко-культурный музей-заповедник «Өзгөн» в г.Узген. Большую роль в культурной жизни Ошского региона играют Ошский областной музей изобразительных искусств им. Тургунбая Садыкова (г.Ош) и Алайский районный исторический музей им. Курманжан-Датки (с.Гульча, Алайский район). На площадках упомянутых музеев на регулярной основе проводятся различные выставочные, образовательные, культурно-просветительские мероприятия, в т.ч с участием зарубежных музеев и международных партнеров.

В последние годы музеи региона претерпели ряд заметных изменений, которые, по оценке экспертов, в перспективе могут привести к оживлению музейного дела в Ошском регионе:

- В 2021 г. в городе Узген открылся мавзолейный комплекс имени имама Сарахси, который в партнерстве с Узгенским историко-культурным комплексом работает над привлечением паломников из ближнего и дальнего зарубежья (мусульман и изучающих ислам);
- В 2022 г. Государственный историко-культурный музей-заповедник «Узген» был выведен из состава музейного комплекса «Сулайман Тоо» в самостоятельное учреждение культуры. Отмечается, что это будет содействовать развитию этого уникального музейного комплекса.
- Пандемия COVID-19 оказала заметное влияние на развитие музейного дела в регионе. С началом эпидемии ведущие региональные музеи большей частью перешли в онлайн режим. Пандемия по-новому помогла взглянуть на проблемы музеев, а их сотрудники осознали важность освоения и использования информационных технологий.

По итогам *диагностических интервью* с заинтересованными сторонами были выявлены следующие **проблемы**, характеризующие развитие музейного дела в Ошском регионе:

**ПР38.** В Кыргызстане нет специализированных учебных заведений и обучающих программ по подготовке музейных работников и культурных гидов-экскурсоводов, что ведет к низкой туристской привлекательности музеев Ошского региона.

**ПР39.** Имеет место слабая материально-техническая база и инфраструктура музеев, выражающаяся в обветшалой (требуется ремонт помещений, облагораживание прилегающих территорий) и устаревшей (отсутствуют лифты, пандусы и т.п.) инфраструктуре.

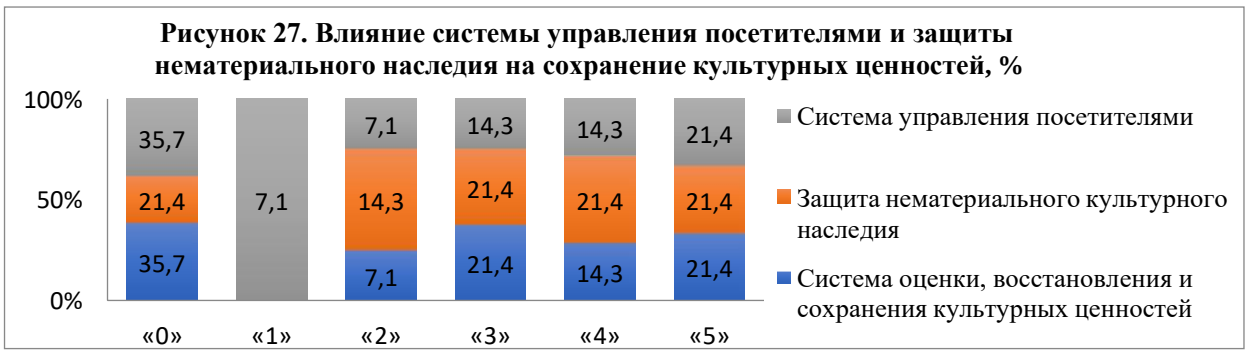
**ПР40.** Маркетинговое продвижение музеев региона оставляет желать лучшего. Музеи слабо работают в социальных сетях, не имеют Интернет-сайтов, нет предлагают информацию на иностранных языках, слабо ориентированы на использование интерактивных подходов (аудио-видео материалы, виртуальные туры), активно не продвигают собственную атрибутику (сувениры, буклеты, брошюры и т.д.).

**ПР41.** У музеев Ошского региона сильно ограничены возможности для саморазвития. Они не могут заниматься коммерческой деятельностью (предоставление в аренду помещений под открытие кофеен, специализированных сувенирных лавок/книжных магазинов), сотрудники музеев не располагают возможностями гибкого рабочего графика.

По итогам *полевого исследования* туристских дестинаций Ошского региона был проведен сравнительный анализ следующих компонентов фактора «Культура»:

- ***«Система оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей»,***
- ***«Защита нематериального культурного наследия»,***
- ***«Система управления посетителями».***

Из рисунка 27 видно, что вопросы защиты нематериального культурного наследия и наличие системы управления коррелируют друг с другом. Так, если 21,4% туристских дестинаций имеют защиту нематериального культурного наследия и систему управления посетителями на уровне «отлично», то также высоко оценивается их система оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей.




Кроме того, анализ показал, что:

- В 35,7% туристских локаций отсутствует система управления посетителями;
- У 21,4% дестинаций нет защиты нематериального культурного наследия;
- И в 35,7% локаций отсутствует система оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей.

Проведенное исследование выявило следующие дополнительные **проблемы** у музеев Ошского региона:

**ПР42.** Во многих региональных музеях не выполняются нормы[10] по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей, что обусловлено слабой подготовкой кадров, а также финансированием сферы культуры по остаточному принципу.

**ПР43.** Во многих дестинациях региона не выполняются нормы защиты нематериального культурного наследия и управления посетителями, что могло бы уменьшить нагрузку на их и без того слабые возможности по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей.

### 1.9. Маркетинговое продвижение туризма

За годы независимости в Кыргызской Республике было принято множество различных программ и стратегии по развитию туризма. Многие из них в той или иной степени содержали элементы маркетинговой деятельности, которые, правда, часто сводились к участию в международных туристских выставках и организации ярмарок в КР. В настоящее время официальным документом, на основе которого развивается кыргызстанский туризм является “Программа Правительства Кыргызской Республики по развитию сферы туризма на 2019-2023 гг.”, утверждённая Постановлением Правительства КР от 31 января 2019 года. Несмотря на охват различных направлений туристкого развития, данная Программа в части маркетингового продвижения фактически повторяет предыдущие аналогичные документы, прежде всего акцентируясь на выставочной деятельности. Важно также отметить, что ни в одном из принятых до сегодняшнего дня республиканских программ развития туризма не были предусматривались меры по маркетинговому продвижению регионов Кыргызстана, включая г.Ош и Ошскую область.

По экспертной оценке, вплоть до последнего времени (до начала постпандемийного восстановления индустрии) госсектор Ошского региона в вопросах продвижения туризма занимал скорее пассивную позицию. Методы и технологии маркетингового продвижения

[10] Инструкция по учету, хранению музейных предметов и музейных коллекций, находящихся в музеях КР, утвержденная приказом МКИТ КР от 15 декабря 2016 г. №617

туризма практически не применялась. Во многом это объясняется тем, что данная тема является новой и малознакомой для региональных госчиновников.

Как результат, Ошский регион сегодня никак не представлен на глобальном туристском рынке. У него нет собственной платформы позиционирования – единого туристского образа, бренда и набора конкурентоспособных продуктов туризма. На мировом рынке мало кто знает о туристских особенностях региона, отличимых, например, от турпродуктов близких к нему в географическом и культурно-историческом отношений стран Центральной Азии. В этом отношении, более успешно продвигают себя Иссык-Кульская, Нарынская, и в меньшей степени, Чуйская области Кыргызстана, которые уже выработали свои маркетинговые образы для работы на мировых рынках туризма.

Более того, туристскими возможностями Ошского региона успешно пользуются столичные туроператоры и компании из близлежащих Узбекистана и Таджикистана. Общеэкономический эффект от их деятельности для Ошского региона минимален, поскольку основные доходы от предоставляемых ими услуг в виде налогов и заработной поступают по месту прописки. Нередко бывают такие случаи, когда приезжающие в регион туристы оказываются полностью снаряженными не только туристским инвентарем, но даже и продуктами питания. Естественно, это существенно минимизирует их траты в регионе.

В настоящее время Ошская регион (его составные части) не имеет собственной программы маркетингового продвижения туризма. Туристский маркетинг ограничивается здесь проведением стихийных фестивалей по кулинарному туризму, эко- и этнотуризму, а также короткими информационными материалами на местных теле- и радиоканалах, СМИ.

У региона нет собственных маркетинговых продуктов для формирования туристского спроса. В сети Интернет можно встретить короткие видео ролики о туристском потенциале г. Ош и отдельных локаций Ошской области, снятые кыргызстанскими блогерами. Эти материалы, как правило, носят ограниченный характер, и зачастую не обладают концептуальной формой, цельным сценарием и стратегией.

Ошский регион не располагает единым, унифицированным туристским порталом, содержащим информацию о рекреационных зонах региона, основных туристских маршрутах и продуктах, об институциональной поддержке, службах спасения, рекомендациях и контактах государственных органов. Туристским продвижением региона занимаются отдельные частные компании и энтузиасты.

Единственным более или менее успешным кейсом в туристском маркетинге региона можно назвать инициативу администрации города Ош, по заказу которой в 2021 г. были разработаны и приняты туристский бренд “Ош – Провайдер Шелкового пути” и стратегия брендинга туризма города. Данный бренд был официально принят и инкорпорирован в программы развития г.Ош. Кроме того, городские власти организовали и провели ряд мероприятий, ивентов по «оживлению» нового городского бренда. Туроператоры региона поучаствовали под ее эгидой на международных выставках в Алмате, Москве, Берлине.

В 2022 г. упомянутый бренд «Ассоциацией туроператоров Великого Шёлкового пути» и ОО «Destination Osh» был предложен к принятию в качестве бренда Ошской области. В настоящее время идет процесс бюрократического согласования вопроса в аппарате Полномочного представительства Президента Кыргызской Республики в Ошской области.

Ожидается, что позиционирование Ошского региона как Провайдера туристских услуг на Великом Шёлковом пути придаст ему конкурентные преимущества в масштабах, по крайне мере, Центральной Азии, как единой организационно-инфраструктурной территории, где можно получить не только качественные туристские услуги, но и яркие впечатления от знакомства с природой и культурой Ошского региона.

В числе других крупных туристских мероприятий, проведенных в регионе в последние годы следует выделить нижеследующие ивенты (см. табл. 9).

**Таблица 9. Список туристских ивентов, проведенных в Ошском регионе**

| № | Наименование мероприятия | Место проведения | Дата |
|---|---|---|---|
| 1 | Фестиваль яка и национальных конных игр | Сары-Могол (Чон-Алай) | июль 2017 г. |
| 2 | Атчабыш фестиваль | Базовый лагерь Пика Ленина | 27 июль 2017 г. |
| 3 | «Ош Фест – 2017» | г.Ош | 19 август 2017 г. |
| 4 | Туристский фестиваль, посвященный к празднику Нооруз | г.Узген | 20-21 марта 2018 г. |
| 5 | Турксой фестиваль | г.Ош | 22 апрель 2018 г. |
| 6 | Этнографический фестиваль | долина Алай-Куу (Кара-Кулжа) | 5 май 2018 г. |
| 7 | Фестиваль Плова | г.Ош | 14 июнь 2019 г. |
| 8 | «Ош Фест – 2019» | г.Ош | 17 август 2019 г. |
| 9 | Международный День Туризма | г.Ош | 26-27 сентября 2021 г. |
| 10 | ТООФЕСТ | Ачык-Таш (Пик Ленина) | 30-31 июля 2022 г. |

Среди других крупных маркетинговых начинаний в регионе, можно отметить программу ПРООН Accelerator Laboratory, разрабатывающую общественную онлайн-платформу. В ней будут размещены туристские 3D карты, описаны достопримечательности, маршруты «self-tourism», благодаря которым туристы могут самостоятельно ознакомиться с туробъектами и сами организовать свои туры. Местные активисты смогут зарегистрироваться на платформе и участвовать в общественной жизни Ошского региона.

По результатам *диагностических интервью* с заинтересованными сторонами были выявлены следующая основная маркетинговая **проблема:**

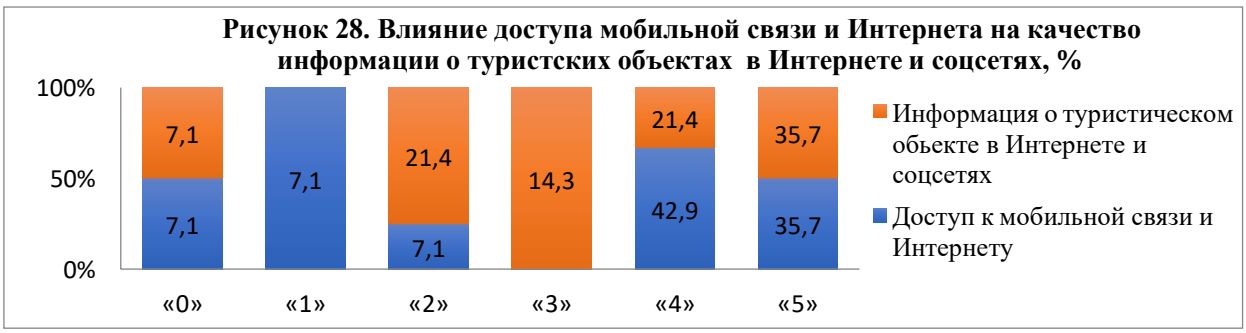
**ПР44.** Ошский регион в настоящее время не обладает устоявшимся позитивным имиджем и узнаваемостью на глобальном туристском рынке. Отсутствует единый маркетинговый пакет по продвижению региона на туристском рынке.

По итогам *полевого исследования* был проведен сравнительный анализ следующих компонентов фактора «Экономика»:

– «***Доступ к мобильной связи и Интернету***»
– «***Информация в социальных сетях***».

Анализ данных компонентов выявил нижеследующую корреляцию:

- Если у 35,7% дестинаций имеется доступ к мобильной связи и Интернету на уровне «отлично», то о них на таком же уровне распространяется информация в соцсетях;
- У 21,3% объектов не имеют необходимого уровня доступа к мобильной связи и Интернету, либо они у них полностью отсутствует;




Таким образом, выявляется следующая **проблема**:

**ПР45.** У отдельных туристских дестинаций региона отсутствует или имеется слабый доступ к мобильной связи и Интернету. Этим в определенной степени объясняется отсутствие о них информации в социальных сетях.

В свою очередь, соотнесение нижеследующих компонентов:

– ***«Информация в Интернете, соцсетях»,***
– ***«Информация об объекте в туристских справочниках» ,***
– ***«Туристский спрос со стороны жителей других регионов КР»,***
– ***«Туристский спрос со стороны иностранцев»***

показывает (см. рис. 29.), что:

- «Отличное» качество информации у 35,7% локаций, размещённое в Интернете, соцсетях и туристских справочниках, обеспечивает хороший спрос как со стороны иностранцев (35,7%), так и со стороны жителей других регионов страны (35,7%);
- Снижение же уровня качества, наоборот, уменьшает туристский спрос;
- У 21,4%% дестинаций нет спроса со стороны иностранцев.

Проведенный анализ позволяет говорит о наличии следующую **проблему**:

**ПР46.** Недостаток туристского спроса на дестинации Ошского региона как среди жителей других регионов страны, так и иностранцев объясняется низким качеством предоставляемой информации или её отсутствием в Интернете, социальных сетях и туристских справочниках, что также говорит об их слабой клиентоориентированности.

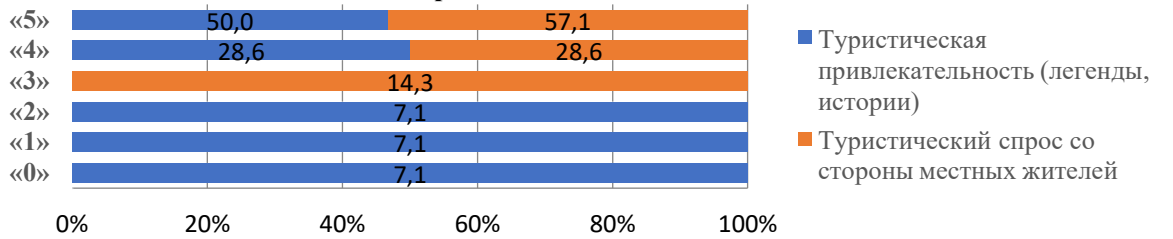
Соотнесение следующих компонентов:

***«Туристская привлекательность (легенды, истории)» →***

***«Туристский спрос со стороны местных жителей».***

показывает (рис. 30), что туристская привлекательность объектов через легенды и истории оказывает наибольшее влияние на спрос в их посещении со стороны местных жителей. В настоящее время 50% дестинаций имеет привлекательность такого рода на уровне «отлично», 28,6% - на уровне «выше среднего» и 21,3% - в равной доле, на уровне «ниже среднего», либо «в плохом состоянии», либо вообще не имеют. Все это говорит о том, что не у всех дестинаций раскручен потенциал привлекательности с точки зрения легенд и историй для привлечения местных жителей.

**Рисунок 30. Влияние легенд и историй об объекте на туристский спрос со стороны местных жителей, %**




Вышеприведенный анализ выявил следующую **проблем**у:

**ПР47.** Туристские дестинации Ошского региона слабо используют легенды и истории для повышения туристского спроса, несмотря на то что буквально весь Кыргызстан усыпан сакральными местами.

### 1.10. Охрана окружающей среды и проблемы «зеленого» перехода

Кыргызстан является развивающейся страной с так называемой «коричневой экономикой», в которой экономический рост в значительной степени зависит от экологически разрушительных форм деятельности, как правило, сосредоточенных в крупных городах. Согласно обобщенному рейтинга Индексу экологической эффективности за 2022 год (EPI), Кыргызская Республика находиться на 126 месте из 180 стран мира, уступая всем своим соседям по Центрально-Азиатскому региону. По другим индикатором рейтинга республика занимает 110 место в части жизнеспособности экосистем, 122 место – по экологическому здоровью, 117 место – по климатической политике[11].

Несмотря на наличие большого количества нормативных правовых документов и стратегических документов, направленных на охрану окружающей среды в целом по республике экологическая ситуации имеет тенденцию к ухудшению. На фоне быстрорастущего населения в республике ухудшаются гидрологические условия, вокруг крупных городов разрастаются свалки, растет количество выбросов вредных веществ в атмосферу, неуклонно повышается среднегодовая температура воздуха. При этом выделяемые на охрану окружающей среды средств не покрывают большей части негативных последствий человеческой деятельности. В 2020 г. на охрану окружающей среды из государственного бюджета было направлено около 590 млн сомов. Основная доля расходов пришлась на ветеринарную диагностику (23,2%), а также на химизацию, защиту и карантин растений, защиту биоразнообразия и охрану ландшафта (по 17,5%). Следует

[11] Wolf, M. J, Emerson, J. W., Esty, D. C., de Sherbinin, A.,Wendling, Z. A., et al. (2022). 2022 Environmental Performance Index. New Haven, CT: Yale Center forEnvironmental Law & Policy. [PDF]. Available at: https://epi.yale.edu/downloads/epi2022report06062022.pdf

отметить, что расходы на охрану окружающей среды, выделяемые из государственного бюджета, в 2020 г. сократились на 37% по сравнению с 2016 годом.

Сказанное в полной мере относится и к **Ошскому региону,** где наиболее сложная экологическая ситуация отмечается в г.Ош. г. Главными проблемными точками здесь является постоянно разрастающаяся сеть моек автомашин, грязные воды которых сливается в арычные сети и реку Ак-Бууру. В городе работает свалочный полигон для бытовых отходов, где происходят с возгорания твердо-бытовых отходов. Ядовитый дым попадает в атмосферу и отравляет всё живое в радиусе нескольких километров. В то же время, по данным Кыргызгидромета, в г. Ош загрязнение воздуха не превышает предельно допустимую концентрацию. Однако, работающие в городе предприятия ежегодно выбрасывают в атмосферу тонны пыли, химических соединений, тяжёлых металлов. Это сажа, диоксид серы, аммиак, оксид углерода, бензпирен, формальдегид, диоксид азота, сероводород и другие вещества. Многие предприятия не оборудованы очистными сооружениями, либо экономят энергию на их неполной загрузке. Кроме ТЭЦ, в каждом микрорайоне города работают котельные, большинство из которых вырабатывают теплоэнергию из мазута и угля в период отопительного сезона (сноября по март). ТЭЦ загрязняют атмосферу выбросами, которые содержат сернистый ангидрид, двуокись серы, оксиды азота, сажу, а также пыль и золу, которые содержат солитяжелых металлов.

По итогам *диагностических интервью* можно выделить следующие экологические **проблемы** Ошского региона:

**ПР48.** В Ошском регионе усугубляются экологические проблемы, вызванные потребительским отношением к природе, когда экономический интерес «перекрывает» выполнение Закона КР «Об охране окружающей среды» от 16 июня 1999 г.

**ПР49.** В регионе отсутствует постоянный мониторинг состояния окружающей среды и имеет место слабое межведомственное взаимодействие по экологическим вопросам, обусловленное в том числе низким уровнем осведомленности сотрудников государственных и муниципальных органов о проблемах окружающей среды.

**ПР50.** Обладая орографически сложной территорией, природа Ошского региона подвержена более сильному антропогенному воздействию и последствиям изменения глобального климата. Прежде всего, это касается таяния ледников Памиро-Алая, эрозии почв и деградации экосистем.

Как было отмечено, для изучения особенностей туристского сектора Ошского региона консультантами проекта было принято решение провести полевое исследование *14 пилотных дестинаций* в 6 районах Ошской области и в городе Ош (см. Карту 2 и Таблицу 10). Результаты этого исследования позволили сделать следующие экологические выводы:

- Площадки дестинаций расположены в зоне постоянного антропогенного давления и воздействия, где присутствуют естественные поверхностные водные источники. Локации расположены на достаточном санитарном расстоянии от жилых массивов и животноводческих ферм. В связи с отсутствием социально значимых объектов (больницы, школы, дошкольные учреждения и т.д.) в непосредственной близости от площадок возможное воздействие шума и/или вибрации не ожидается.
- На основании экологических, социально-экономических и иных последствий намечаемой деятельности, а также прогнозируемых изменений природной и социально-экономической обстановки можно говорить о возможности и целесообразности осуществления проектной деятельности на предполагаемых территориях/объектах.

**Таблица 10. Оценка соответствия дестинации экологическим и социальным стандартам Всемирного Банка[12]**

| № | Наименование дестинации | Предлагаемые оценки экологических и социальных рисков |
|---|---|---|
| 1 | Музей им. Курманжан-Датки (Алай) | Низкий |
| 2 | Сулейман-Тоо (Ош) | Низкий |
| 3 | Сары-Могол (Алай) | Низкий |
| 4 | Рисовая мельница (Узген) | Низкий |
| 5 | Эко-ферма Алайку (Кара-Кулжа) | Низкий |
| 6 | Водопад Абшыр-Ата (Ноокат) | Низкий |
| 7 | Дулдул-Ат (Араван) | Низкий |
| 8 | Крепость Кул-Датка (Чон-Алай) | Низкий |
| 9 | Узгенский историко-культурный комплекс | Низкий |
| 10 | Райан Эко Резорт (Алай) | Существенный |
| 11 | НПП Кара-Шоро (Узген) | Низкий |
| 12 | Панорамное кафе «Париж» (Ош) | Низкий |
| 13 | Кыргыз-Ата НПП (Ноокат) | Существенный |
| 14 | Детский лагерь в роще Чарбак (Араван) | Низкий |

При этом дестинации 10 и 13 входят в число площадок, где проекты могут оказать негативное воздействие на окружающую среду. Их реализация будет происходить в сложной биофизической среде с относительно высокими и разнообразными рисками, которые могут иметь прямое или косвенное потенциальное воздействие на леса, естественные среды обитания, геоморфологию, почвы и воды особо охраняемых природных территорий.

Остальные объекты классифицируются как объекты с низкой вероятностью неблагоприятного воздействия на окружающую среду, где воздействия будут временными и умеренной величины, предсказуемыми и легко смягчаемыми. Ожидается, что социальные воздействия будут типичными для мелких строительных или восстановительных работ, временными по своему характеру и специфическими для конкретной площадки, и их можно будет легко смягчить путем применения передовой практики строительства и соответствующих мер по смягчению последствий строительства. Все социальные риски идентифицируемы и могут быть смягчены.

Кроме того, по итогам *полевого исследования* был проведен сравнительный анализ следующих компонентов фактора «Экология»:

[12] Оценка проводилась в соответствии с требованиями национального природоохранного законодательства и Экологических и социальных стандартов Всемирного Банка (WB ESS). Стандарты устанавливают требования к заемщику по выявлению и оценке экологических и социальных рисков и воздействий, связанных с проектами, поддерживаемыми Банком.

ВБ классифицирует все проекты по одной из четырех классификаций: высокий риск, существенный риск, умеренный риск или низкий риск. При этом учитывается такие моменты, как тип, местоположение, чувствительность и масштаб проекта; характер и масштабы потенциальных экологических и социальных рисков и воздействий; а также способность и готовность заемщика управлять ими.

***«Мониторинг воздействия туризма на окружающую среду» →***

***«Рациональное водопользование»,***

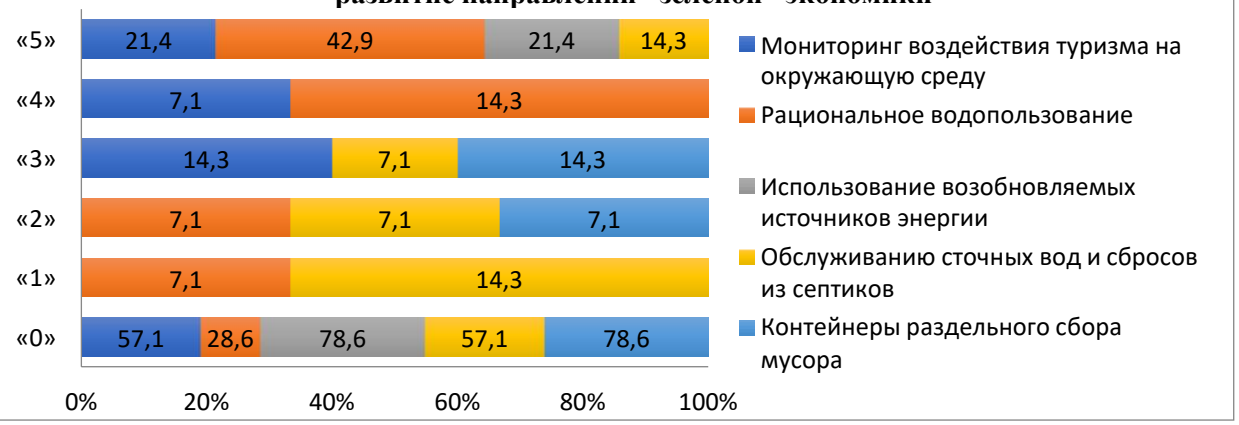
***«Использование возобновляемых источников энергии»,***

***«Обслуживанию сточных вод и сбросов из септиков»,***

***«Контейнеры раздельного сбора мусора».***

Из рис. 31 видно, что в настоящее время 21,4% туристских объектов имеют систему мониторинга воздействия туризма на окружающую среду на уровне «отлично». Это также выражается в том, что 42,9% дестинаций на таком же уровне обеспечивает рациональное водопользование, 21,4% локаций использует возобновляемые источники энергии, а 14,3% объектов применяет септики для обеззараживания сточных вод и сбросов.

**Рисунок 31. Мониторинг воздействия туризма на окружающую среду и развитие направлений "зеленой" экономики**




Вместе с тем, налицо проблемы с раздельным сбором мусора. У 57,1% объектов такая система мониторинга (раздельный сбор мусора) вообще отсутствует.

В итоге, на данный момент 28,6% дестинаций не придерживаются рационального водопользования, 78,6% - не используют возобновляемые источники энергии, 57,1% - не очищают сточные воды и сбросы, 78,6% - не пользуются контейнерами для раздельного сбора мусора.

Кроме того, при соотнесении нижеследующих компонентов фактора «Экономика»:

«***Доступ к туалетам или биотуалетам***» ←

«***Доступ к водопроводу или доставке питьевой воды***»;

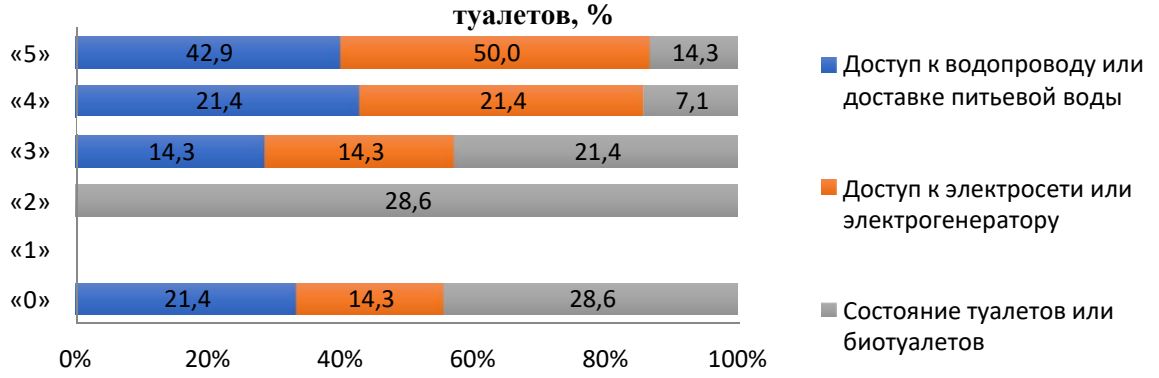
«***Доступ к электросети или электрогенератору***».

выявилась следующая ситуация (см. рис.32):

- Даже «отличное состояние» доступа 42,9% дестинаций к водопроводу и 50% – к электричеству, обеспечивает лишь 14,3% объектов туалетами в «отличном состоянии»;
- Если 14,3% дестинаций имеют «средний уровень» доступа к водопроводу и электричеству, то только 21,4% объектов имеют качество туалетов на «среднем уровне», тогда как у 28,6% дестинаций их качество – ниже «среднего уровня»;
- У 21,4% туристских дестинаций нет доступа к водопроводу и водопроводу;
- У 14.3% локаций нет доступа к электричеству;

- У 28,6% дестинаций нет туалетов вообще.

**Рисунок 32. Влияние доступа к воде и электричеству на состояние туалетов, %**




С учетом вышеизложенного можно дополнительно выделить следующие **проблемы:**

**ПР51.** Действующая система мониторинга воздействия туризма на окружающую среду не охватывает системным экологическим аудитом все туристские дестинации, а также неполностью измеряет все аспекты и индикаторы зелёной экономики.

**ПР52.** Даже при наличии как минимум среднего уровня доступа к водопроводу и электричеству, большая часть туристских локаций Ошского региона не обладает культурой обеспечения туристов современными туалетами.

**ПР53.** В дестинациях имеет место в целом неблагоприятная ситуация с утилизацией бытовых отходов и обслуживанием канализационных стоков.

**ПР54.** К некоторым туристским дестинациям не проложено электричество, и как следствие они вынуждены пользоваться дизельными и бензиновыми генераторами, дополнительно загрязняя окружающую среду.

Кыргызская Республика старается не отставать от глобальных трендов, одним из важнейших которых является **«зеленый» переход** и внедрение **принципов «зеленой» экономики**[13].

За последние 5 лет на этом треке государственными органами Кыргызстана в тесном взаимодействии с гражданским обществом и частным сектором было принято ряд важных мер. В частности, Постановлением Правительства КР от 30 января 2020 г. № 46 был образован Координационный совет по развитию «зеленой» экономики и изменению климата. Целью его создания стало принятие скоординированных решений по выработке и эффективной реализации политики по указанным вопросам на основе согласованных действий исполнительных органов власти, ОМСУ, НПО и международных организаций.

Были разработаны и приняты ряд стратегических документов, регламентирующих вопросы внедрения в Кыргызстане принципов зеленой экономики:

- Концепция «Кыргызстан - страна зеленой экономики», утвержденная Постановлением ЖК КР от 28 июня 2018 г. № 2532-VI;

[13] «Зеленая» экономика — это трактовка концепции устойчивого развития, которая сводит воедино вопросы экономического, социального и экологического развития. Речь идет о создании экономической системы, построенной так, чтобы включать экологические и социальные факторы. Это должно снизить нагрузку на окружающую среду, помочь сохранить и восстановить природные экосистемы, и увеличить природный капитал. Также меры «зеленой» экономики подразумевают снижение неравенства, улучшение качествважизни, условий труда, доступности социальных услуг.

- «Программа развития «зеленой» экономики в Кыргызской Республике на 2019-2023 гг.», утверждена Постановлением ПКР от 14 ноября 2019 г. № 605.

В рамках их реализации были приняты следующие нормативные правовые акты:

- Внесены изменения в Земельный кодекс КР и Закон КР "О пастбищах", дающие правовые основания для освоения 500 тыс. га малопродуктивных пастбищ под многолетние насаждения;
- Закон КР «О возобновляемых источниках энергии» от 30 июня 2022 г. № 49;
- Внесены изменения в Налоговый кодекс КР об освобождении от НДС поставщиков и импортеров энергоэффективного и ресурсосберегающего оборудования и от уплаты 50% налогов на недвижимое имущество, соответствующее стандартам энергоэффективности.

В Ошском регионе ведение экономической деятельности с применением зеленых технологий пока находится на начальном этапе. В то же время турсектор региона может похвастаться целым рядом успешно реализованных проектов по их внедрению, т. ч.:

- Один из флагманских отелей г. Ош «Ош Нуру» на 60% удовлетворил свои потребности в горячем водоснабжении через установку солнечных коллекторов. В этом же отеле установлена солнечная электростанция для обеспечения автономной электроэнергией. Кроме того, сделано энергоэффективное утепление здания отеля и установлены тепловые насосы для равномерной подачи тепла по зданию.
- Многие дестинации Ошского региона (Сары-Ой, Алайкуу, Тулпар-Кул, пер.Талдык и др.) – юрточные лагеря, кемпинги и глэмпинги – вместо дизельных и бензиновых генераторов начали устанавливать солнечные коллекторы и микро-ГЭС.

Заметную роль во внедрении зеленых технологий в Ошском регионе играют международные институты развития. При их техническом содействии и финансовой помощи в регионе реализуется множество разноформатных проектов, в т.ч.:

- Программа GIZ «Зелёная экономика и устойчивое развитие частного сектора в Кыргызстане», направленная на интервенцию «зеленых» мер в сельском хозяйстве и туризме;
- В рамках проекта Хельветас «Бай Алай» реализован комплекс мер по продвижению принципов зеленой экономики в сфере туризма в Алайском и Чон-Алайском районах;
- В рамках проекта ОЭСР «Низкоуглеродные государственные расходы на национальном уровне в Кыргызстане» осуществляется разработка программы зеленых государственных инвестиций» при участии Правительства КР и GREEN Action Task Force. Планируется поставить в г.Ош 17 троллейбусов и 170 автобусов на сжиженном природном газе для замены устаревшего парка. Общий объем инвестиций на пилотном этапе оценивается в 59,36 млн долл., из которых 29,58 млн долл. США будут вложены со стороны государства.

Вместе с тем, проведенные в рамках проекта *диагностические интервью* и *экспертные оценки* показывают, что внедрение принципов «зеленой» экономики в Ошском регионе сталкивается с целым рядом **проблем,** основными из которых являются:

**ПР55.** Внедрение «зеленых» технологий, несмотря на принятие стратегических документов и правовых актов, происходит медленно. В частности,

возобновляемые источников энергии в настоящее время в целом по Кыргызстану не используются даже на 1%[14].

**ПР56.** Заметной помехой на пути внедрения принципов «зеленой» экономики в Ошском регионе является низкая экологическая грамотность населения и информированность государственных органов и представителей турбизнеса о передовых технологиях и финансовых инструментов по их внедрению.

### 1.11. Транспортная инфраструктура Ошского региона

Транспортная система Ошского региона состоит из автомобильного, воздушного и железнодорожного видов транспорта.

**Автомобильный транспорт.** Географическое расположение Ошского региона обусловило создание следующих четырёх *транспортных коридоров,* играющих важную роль в системе международного наземного транспорта и логистики:

1. *Автодорога Бишкек – Ош (667 км)* имеет важнейшее стратегическое значение, обеспечивая транспортную связь между северными и южными регионами Кыргызстана. Дорога представляет собой горную трассу повышенной сложности с регулярным гололедом, лавинами и камнепадами. Перевалы Тоо-Ашуу и Кум-Бел – наиболее сложные участки для передвижения и эксплуатации.

2. В 2014 г. между северными и южными регионами страны началось строительство *альтернативной дороги "Север - Юг" (433 км)*. Дорога будет пролегать по маршруту Балыкчы – Кочкор – Чаек – Арал – Казарман – Жалалабат. Ожидается, что она решит следующие задачи:

- стать альтернативным транспортным коридором между югом и севером страны, минуя приграничные территории;
- способствовать развитию внутренних районов КР, в т.ч. путем улучшения доступа к таким месторождениям, как Сандыкское алюминиевое и Кара-Кечинское угольное месторождения;
- обеспечить более безопасный путь, минуя перевалы Тоо-Ашуу и Ала-Бель.

3. *Ош-Сарыташ-Иркештам (258 км).* Часть этой дороги проходит через известный и популярный среди туристов Памирский Тракт (М41) и обеспечивает транзит между КНР и Узбекистаном (КНР-Иркештам-Ош-Андижан-Ташкент-Самарканд-Бухара).

4. *Памирский тракт (1200 км)* является высокогорной автодорогой, соединяющей гг. Ош, Хорог (Таджикистан) и Душанбе. Памирский тракт проходит вдоль границы с Афганистаном и Китаем и входит в состав трассы М41. Большая часть Памирского тракта проходит по территории Таджикистана (участок Хорог - Душанбе - Западный Памирский тракт), в то время как наибольшее количество перевозок приходится на участок Хорог - Ош (Восточный Памирский тракт). В высокогорных районах и ответвлениях основной трассы дорога грунтовая и в зимнее время не используется из-за опасности схода лавин.

Кроме того, через Ошский регион проходят *внутрирегиональные автомагистрали,* такие как:

- Ош – Узген – Кара-Кулжа –Алайкуу;
- Ош – Кара-Суу – Жалалабат;

[14] Зеленые» инновации в туризме Кыргызстана: выгоды и перспективы (2021) *Тянь-Шанский аналитический центр*. 8 октября [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.auca.kg/ru/tspc_news/4776/

- Ош – Ноокат – Кызыл-Кия – Баткен;
- Ош – Гульча – Сары-Могол – Дароот-Коргон – Карамык.

Для пригородного и междугородного сообщения в г.Ош есть две автостанции:

- «Старый» автовокзал расположен районе центрального рынка и обслуживает маршруты в направлении Алайских гор (Сары-Таш, Сары Могол, Дароот-Коргон, Пик Ленина и т.д.);
- «Новый» автовокзал расположен в северной части города и обслуживает маршруты по трем направлениям:
  - маршруты в западном направлении (Ноокат, Араван, Кызыл-Кия, Баткен, Айдаркен, Кадамжай, Исфана);
  - маршруты в северо-восточном направлении (Кара-Суу, Узген, Кара-Кулжа, Ала-Бука, Токтогул, Сары-Челек, Кербен, Таш-Кумыр, Жалалабат, Арстанбап);
  - маршруты в сторону Андижана (Узбекистан).

По *экспертной оценке,* автомобильный транспорт Ошского региона с точки зрения интересов развития туристского сектора, характеризуют следующие основные **проблемы:**

**ПР57.** Автовокзалы г.Ош находятся в плохом состоянии. Среди их недостатков выделяются плохое качество мощения и дорожного покрытия, отсутствие клиентоориентированной и инклюзивной инфраструктуры (слабая навигация, неработающий туалет, нехватка скамеек и МАФов).

**ПР58.** Средства общественного транспорта (микроавтобусы, автомашины) в большинстве своем не соответствуют международным стандартам по безопасности и экологическим параметрам.

**ПР59.** В городах Ошского региона не урегулированы вопросы организации парковочных пространств. Хаотичная парковка негативно сказывается на городской мобильности и пропускной способности улиц.

**ПР60.** Оставляет желать лучшего качество тротуаров и в целом пешеходной инфраструктуры городов региона.

**ПР61.** Имеет место плохое качество региональных и местных дорог к туристским дестинациям и скудность придорожной инфраструктуры – отсутствие навигации на иностранных языках и точек отдыха (rest points) с комфортными и инклюзивными туалетами, с доступом в Интернет, с зарядными станциями для гаджетов и информационными туристскими стендами.

**Железнодорожная сеть** Ошского региона интегрирована с Узбекской железнодорожной системой и имеет важное значение для крупногабаритных грузовых перевозок на территорию региона, особенно для Ошской городской ТЭЦ. Её общая протяжённость составляет 30 км.

Услуги пассажирских перевозок не осуществляются с 1993 г. из-за высоких материальных и временных издержек от пограничных, таможенных и других проверок на международных железнодорожных маршрутах. В связи с этим возникла идея строительства железной дороги «Север – Юг» по линии Балыкчы – Кочкор – Чаек – Жалал-Абад – Ош, предполагающая формирование внутригосударственной сеть железных дорог. В случае реализации проекта путь из Восточной Азии в страны Ближнего Востока и Южной Европы сократится на 700 км. На более проработанной стадии находится проект строительства железнодорожной линии «Китай – Кыргызстан – Узбекистан», которую планируется реализовать в рамках инициативы «Один пояс – Один путь» (см. Табл. 11).

Реализация проекта приведёт к следующим ожидаемым результатам:

- Сокращение расстояния транспортировки грузов из Китая в Узбекистан и страны региона на 1, 358 км (с 1,831 км до 473 км);
- Сокращение расстояния перевозки грузов из КНР в Европу на 1000 км;
- Повышение конкурентоспособности транспортных маршрутов в регионе за счёт дальнейшего роста и развития мультимодальных перевозок.

| **Таблица 11. Характеристики проекта железнодорожной линии «Китай – Кыргызстан – Узбекистан»** | |
|---|---|
| Протяжённость железнодорожной линии (на территории КР) | 473 км |
| Вид тяги | Тепловозная |
| Уклон пути | до 27% |
| Станции и разъезды | 24 единиц |
| Искусственные сооружения, в том числе:<br>- тоннели (шт/км);<br>- мосты;<br>- путепроводы (шт/км);<br>- водопропускные трубы (шт/км). | 1,421 шт.<br>29 шт.<br>90 шт.<br>6 шт.<br>1,296 шт. |
| Сроки реализации проекта при параллельном проектировании | 8 лет |
| Предварительные затраты на реализацию проекта:<br>- с перевалкой грузов на станции Достук;<br>- с перевалкой грузов на станции Жалалабат. | млн долл. США<br>4,800,0<br>5 180,0 |
| Среднегодовое поступление от перевозок:<br>- вариант станции Достук;<br>- вариант станции Жалалабат. | млн долл. США<br>407,7<br>325,5 |

**Воздушный транспорт.** Международный аэропорт «Ош» - второй по величине и пассажиропотоку аэропорт в Кыргызстане и в настоящее время крупнейший авиахаб Ферганской долины, включающей южный Кыргызстан, северный Таджикистан, а также Ферганскую, Наманганскую и Андижанскую области Узбекистана. Регулярные рейсы из этого аэропорта осуществляются в Бишкек, в десятки крупных городов России (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Самара, Уфа, Астрахань, Сочи, Минводы, Екатеринбург, Челябинск, Кемерово, Нижневартовск, Омск, Тюмень, Сургут, Новосибирск, Красноярск, Иркутск), а также в страны Ближнего Востока (Стамбул, Дубай, Кувейт, Шаржа). Налажены чартерные рейсы в Дели (Индия), Анталью (Турция) и Джидду (Саудовская Аравия).

В 2022 г. Ошский филиал ОАО «Международный аэропорт «Манас» обслужил 2 млн 339 тысяч пассажиров. На внутренних авиалиниях пассажиропоток составил 764 тыс., на международных – 1 млн 575 тыс. пассажиров. По сравнению с 2021 г. этот показатель увеличился на 33.6% и стал рекордным для аэропорта. В совокупности через аэропорт было выполнено 16,6 тыс. рейсов, в т.ч. 6,3 тыс. внутренних и 10.3 тыс. международных.

В 2012 г. в аэропорту началась работа реконструкции и расширению аэровокзального комплекса. Были расширены зоны ожидания и прилёта, автостоянка аэропорта, зона пограничного контроля и взлётно-посадочная полоса (современные характеристика аэропорта приведены в Табл.12).

На данный момент, в аэровокзале общего доступа аэропорта «Ош» имеются:

- терминалы и банкоматы (КИКБ, Демир Банк, Оптима, Росинбанк, Кыргызстан);

- офис ОАО «Бакай Банк» с обменным пунктом;
- 2 пункта питания.

| Таблица 12. Характеристики аэропорта «Ош» | |
|---|---|
| Взлетно-посадочная полоса, размер | 3 212*45 м |
| Взлетно-посадочная полоса, тип покрытия | Асфальтобетон |
| Площадь перрона | 59 200 м2 |
| Классификация ИКАО | 4D |
| Количество рулежных дорожек | 3 |
| Наличие VIP терминала | Да |
| Расстояние до КПП "Достук" | 8 км |
| Расстояние до города Ош | 9 км |
| Наличие и качество трансфера между аэропортом и г.Ош | 2 маршрутки (107,142) и такси |
| Пропускная способность, чел./час | 550-600 |
| Паркинг | Платный 600 машиномест<br>Бесплатный 100 машиномест |
| Вентиляция/Кондиционирование | Есть. Требует улучшения |
| Камеры хранения багажа | Нет |
| Lost & Found (Поиск багажа) | Есть |
| Комната матери и ребенка | Есть |
| Сувенирные лавки | Нет |
| Инклюзивность | Нет телетрапов, амбулифтов |

По *экспертной оценке*, авиатранспорт Ошского региона с точки зрения интересов развития туристского сектора, характеризуют следующие основные **проблемы:**

**ПР62.** Нехватка институционального и инфраструктурного потенциала аэропорта ограничивает привлечение новых, в.ч. европейских авиакомпаний.

**ПР63.** Рейсы по маршруту «Ош-Бишкек» обслуживаются устаревшим парком воздушных судов. Ограниченность выбора авиаперевозчиков и повышенный спрос зачастую приводят к дефициту авиабилетов на маршруте.

**ПР64.** Имеют место перебои в обслуживании авиаперелетов в тяжелых климатических условиях, в особенности во время густого тумана.

**ПР65.** Низкий уровень клиентоориентированности аэропорта: долгая регистрация и паспортный контроль, ограниченная возможность безналичных расчетов, слабая наружная навигация, плохое состояние туалетов и систем кондиционирования аэровокзала, слабые звуковые оповещения.

**ПР66.** Отсутствие камер хранения багажа в случае отмены и задержки рейсов доставляют неудобства для посетителей аэропорта.

**ПР67.** Отсутствие специального паркинга для туристских автобусов на территории аэропорта.

**ПР68.** Аэропорт отстает в вопросах обеспечения инклюзивности, нет лифтов для безопасного и комфортного обслуживания маломобильных посетителей, неспособных самостоятельно произвести посадку и высадку из самолёта.

**ПР69.** Слабо проработаны вопросы комплексного планирования и интегрированного управления инфраструктурой Ошского региона.

# ГЛАВА 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ВИДЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРСЕКТОРА

## 2.1. Систематизация основных проблем развития регионального турсектора

Ситуационный анализ туристского сектора Ошского региона, представленный в Главе 1, определил 69 основных проблем (см. Приложение 2а). Их абсолютное большинство можно отнести к так называемым проблемам-симптомам, то есть побочным эффектам или следствиям от наличия по-настоящему больших структурных вызовов – проблем-первопричин. Анализ выявленных проблем позволяет выделить следующие **проблем-первопричины**:

- **ПР8.** Процесс продвижения туризма имеет в целом слабую институциональную поддержку и не соответствует статусу данной индустрии как приоритетной отрасли экономики.
- **ПР24**. Закон КР «О местной государственной администрации и органах МСУ» закрепляет за ОМСУ множество важных для развития туризма полномочий, но в большинстве своем они не реализуются на практике из-за недостаточности средств местных бюджетов.
- **ПР25**. В целом действующая нормативная правовая среда пока еще недостаточно благоприятна для развития туризма как приоритетной отрасли национальной экономики.
- **ПР31**. Кадровое обеспечение индустрии туризма остается на низком уровне.
- **ПР44.** Ошский регион в настоящее время не обладает устоявшимся позитивным имиджем и узнаваемостью на глобальном туристском рынке. Отсутствует единый маркетинговый пакет по продвижению региона на туристском рынке.

**ПР48.** В Ошском регионе усугубляются экологические проблемы, вызванные потребительским отношением к природе, когда экономический интерес «перекрывает» выполнение Закона КР «Об охране окружающей среды» от 16 июня 1999 г.

- **ПР55.** Внедрение «зеленых» технологий, несмотря на принятие стратегических документов и правовых актов, происходит медленно. В частности, возобновляемые источников энергии в настоящее время в целом по Кыргызстану не используются даже на 1%.
- **ПР69.** Слабо проработаны вопросы комплексного планирования и интегрированного управления инфраструктурой Ошского региона.

При этом каждый из этих проблем-первопричин представляет какое-либо направление: ПР8 – институты, ПР24 – финансы, ПР25 – право, ПР31 – кадры, ПР44 – маркетинг, ПР48 иПР55 – окружающая среда и новые технологии по ее защите, ПР69 – инфраструктуру.

С помощью *метода приоритизации* (описан в приложении 2б) консультантом был выстроен их **рейтинг приоритетности**. После некоторого переформулирования проблем-первопричин и объединения ПР48 и ПР55 в одну проблему они выглядят следующим образом:

| Место | Проблемы | Баллы |
|---|---|---|
| **1.** | Кадровое обеспечение индустрии туризма остается на низком уровне | 2 |
| **2.** | Процесс продвижения туризма имеет в целом слабую институциональную поддержку | 2 |
| **3.** | Действующая нормативная правовая среда недостаточно благоприятна для развития туризма как приоритетной отрасли национальной экономики | 2 |

| | | |
|---|---|---|
| **4.** | Низкий уровень распространенности принципов зеленой экономики, их слабая реализация на практике | 0 |
| **5.** | Ошский регион слабо раскручен в маркетинговом плане | -1 |
| **6.** | Финансирование туристской индустрии региона, несмотря на заявленную приоритетность, продолжает осуществляться по остаточному принципу | -1 |
| **7.** | Слабо проработаны вопросы комплексного планирования и интегрированного управления инфраструктурой Ошского региона | -4 |

Из таблицы видно, что первые места в данном рейтинге занимает три проблемы, связанные с **кадрами (**их дефицит, низкий уровень подготовки, текучесть)**, работой институтов** (их разбалансированность, отсутствие комплексного видения, директивный подход в управлении) **и нормативной правовой средой** (отсутствие гибкости в регулировании, правовые лакуны, устаревший характер отдельных законов). По мнению консультанта, именно эти проблемы и создают главные препятствия на пути устойчивого развития регионального туристского сектора, а их первоочередное урегулирование может способствовать решению остальных проблем.

### 2.2. Определение целевых ориентиров и руководящих принципов

**Видение** будущего туристского сектора Ошского региона формулировалось по принципу: «Чтобы достичь невозможного, надо выйти за пределы возможностей!». Такой активный и прогрессивный подход обеспечивает уверенность в том, что:

- *К 2028 году Ошский регион станет ведущим провайдером туристских услуг Ферганской долины и Памиро-Алайского тракта.*

Катализатором продвижения к этому видению должен стать **слоган:**

- ✓ *Ош аймагы - маданияттын ар түрдүүлүгүн сезиңиз!*
- ✓ *Osh region – feel diverse cultures!*
- ✓ *Ошский регион – ощути разнообразие культур!*

Принимая во внимание тот безусловный факт, что туристская индустрия Ошского региона находится на ранней стадии своего развития даже в сравнении с другими регионами Кыргызстана, а также заметную ограниченность государственных ресурсов для его развития, меры по её поддержке должны быть хорошо продуманными и нацеленными на достижение конкретных результатов. Поэтому на всех этапах его реализации СПУРТ следует исходить из нижеследующих **руководящих принципов:**

❖ *Интегрированный подход к развитию и управлению туриндустрии региона*

Для Ошского региона крайне важно избавиться от не самой привлекательной репутации и развеять распространенное мнение о том, что предлагаемые здесь туристские услуги являются неисключительным и низкокачественными. Турсектор должен развиваться в рамках хорошо скоординированного и комплексного подхода к управлению на основе учета интересов всех участников процесса, тесном взаимодействии между органами государственности власти, местными сообществами, частным и гражданским секторами.

❖ *Устойчивость как сквозной элемент всех аспектов развития туриндустрии*

Согласно ЮНВТО под устойчивым туризмом понимается «туризм, обеспечивающий учет его нынешних и будущих экономических, социальных и экологических последствий при одновременном удовлетворении потребностей сегодняшних туристов, индустрии туризма, окружающей среды и принимающих общин».

Принципы устойчивого развития применимы ко всем направлениям и формам туризма в Ошском регионе. Вопросы использования природных ресурсов и сохранения окружающей среды, технологические преобразования, развитие человеческого капитала, институциональные реформы согласованы друг с другом и стремятся к точке равновесия.

❖ *Ориентация на стандарты креативного, зеленого и цифровизированного туризма*

Зеленая экономика нацелена на повышение благосостояния людей и укрепление социальной справедливости при одновременном снижении рисков для окружающей среды через внедрение современных технологий в земле- и водопользовании, энергетике, транспорте, строительстве и утилизации отходов.

Туризм как индустрия впечатлений ориентирован на свободу предпринимательства, продвижение креативного мышления, благодаря чему создаются нематериальные ценности, обладающие высокой добавленной стоимостью и пользующиеся стабильным глобальным спросом.

Современные цифровые технологии пронизывают все составляющие туриндустрии, делая их доступными и комфортными для пользования неограниченно широким кругом клиентов.

❖ *Туризм как межсекторальная индустрия и основа развития местных сообществ*

Налаживание прямых связей между туризмом, с одной стороны, и отраслями сельского хозяйства, торговли, народными промыслами и ремесленничеством, с другой, имеет высокий мультипликативный потенциал и создаёт цепочки добавленной стоимости с экономическим эффектом для большего числа производителей товаров и услуг Ошского региона.

Поддержка частных инициатив, доведение до местных сообществ понимания туризма как самостоятельного высокодоходного бизнеса и средства развития обеспечивает лучшие экономические результаты для вовлечённых в туриндустрию домохозяйств.

❖ *Развитие человеческого капитала и продвижение принципов инклюзивности*

Вложение в развитие человека является залогом устойчивого развития туриндустрии Ошского региона в интересах всех сторон: туристов как получателей более качественных услуг, бизнесменов как получателей более высокой прибыли, государства как сборщика растущих налогов и сборов.

Повсеместное внедрение и продвижение принципа инклюзивности через участие самых разных людей, включая наименее социально защищенные группы населения, в функционировании туриндустрии, делает общество более справедливым, а проживание в нем – более комфортным и безопасным для всех и каждого.

❖ *Приоритет качества над количеством*

Ориентация на качество и контент посещений, а не на количество посещений. Приоритет качества над количеством снижает риск нагрузки на природные и инфраструктурные ресурсы, чрезмерного потребления и отходов и позволяет избежать затрат на восстановление долгосрочного экологического ущерба, обеспечивает баланс между развитием туристских дестинаций и сохранением социальных, культурных и экологических ценностей туристских территорий Ошского региона.

На финальном этапе разработки СПУРТ, с учетом анализа всех имеющих данных и на основе соответствующей методологии прогнозирования (см. приложение 2в) были рассчитаны следующие **целевые показатели** развития регионального туристского сектора до 2028 года**.** (см. табл. 13):

**Таблица 13. Целевые показатели развития туристского сектора Ошского региона**

| Наименование показателей | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022*[15] | 2023* | 2024* | 2025* | 2026* | 2027* | 2028* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| *Предприятия, организации туризма и учреждения отдыха, единиц* | | | | | | | | | | | | |
| - Ошская область | 12 | 12 | 15 | 9 | 17 | 19 | 22 | 24 | 27 | 31 | 34 | 39 |
| - г. Ош | 24 | 22 | 23 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 29 |
| *Услуги деятельности туристских агентств, млн сомов* | | | | | | | | | | | | |
| - Ошская область | 3,0 | 3,0 | 1,0 | 0,2 | 0,5 | 0,6 | 0,8 | 1,0 | 1,3 | 1,7 | 2,2 | 2,8 |
| - г. Ош | 15,5 | 35,3 | 16,0 | 31,9 | 3,2 | 22 | 30 | 41 | 56 | 76 | 104 | 142 |
| *Услуги гостиниц и других средств краткосрочного проживания, млн сомов* | | | | | | | | | | | | |
| - Ошская область | 15,0 | 15,3 | 17,6 | 7,4 | 12,9 | 14,0 | 15,2 | 16,5 | 17,9 | 19,4 | 21,1 | 22,9 |
| - г. Ош | 115,9 | 111,1 | 120,5 | 64,4 | 80,3 | 82,0 | 83,8 | 85,6 | 87,5 | 89,4 | 91,3 | 93,3 |
| *Численность внутренних туристов, человек* | | | | | | | | | | | | |
| - Ошская область | 13 438 | 24 479 | 31 200 | 21 545 | 19 027 | 29 456 | 45 600 | 70 593 | 109 285 | 169 183 | 261 911 | 405 463 |
| - г. Ош | 28 027 | 23 507 | 26 821 | 11 189 | 87 477 | 30 602 | 34 916 | 39 839 | 45 455 | 51 864 | 59 175 | 67 518 |
| *Численность иностранных туристов, человек* | | | | | | | | | | | | |
| - г. Ош | 4 167 | 4 590 | 6 379 | 951 | 3 510 | 4 372 | 5 446 | 6 784 | 8 450 | 10 526 | 13 112 | 16 332 |
| *Длительность пребывания, в целом по региону, дней* | 4 | 4 | 4 | 4 | 3.2 | 3.5 | 3.8 | 4 | 4.2 | 4.3 | 4.4 | 4.5 |
| *Средние расходы, долл. США* | 50 | 54 | 59 | 65 | 70 | 77 | 86 | 94 | 105 | 111 | 118 | 125 |

[15] Знаком * обозначены прогнозные данные.

В соответствии с видением **главная цель** СПУРТ определяется как:

- *Повышение узнаваемости Ошского региона на мировом туристском рынке посредством продвижения регионального бренда и формирования уникального опыта у туристов от посещения региона*

Дорожной картой к её достижению (в табличной форме все практические задачи представлены в Общем плане мероприятий на 2023-2028 гг. по реализации СПУРТ, см. параграф 2.5.) будет система логических иерархизированных целей, построенная с учётом систематизации выявленных проблем. В формализованном виде ее можно представить в виде нижеследующего «***дерева целей»:***

- **Для повышения качества и эффективности работы с человеческими ресурсами необходимо:**
  - При сотрудничестве с туроператорами, международными организациями и госорганами региона обучить профессиям гидов, поваров и гостиничному делу, прежде всего, жителей отдаленных Алайского, Чон-Алайского и Кара-Кулжинского районов Ошской области.
  - Во взаимодействии с туроператорами и НПО организовать регулярные курсы (как пример, по теме «Туризм как локомотив устойчивого развития экономики») и языковые курсы для сотрудников государственных и районных администраций, менеджеров туркомпаний и т.д.
  - Привлечь/наладить постоянную систему привлечения зарубежных преподавателей в учебные заведения, готовящие по туристским специальностям для обмена опытов и распространения современных международных практик в т.ч на иностранных языках.
  - Разработать комплекс по поощрению лучших работников отрасли на основе организации конкурсов, розыгрыша путевок, ценных призов и т.д.
  - Организовать образовательный процесс (в т.ч. в гибридной форме) по специальности «Музейное дело» на базе факультетов туризма.
  - Организовать постоянно действующие курсы повышения квалификации для музейных сотрудников с использованием международных стандартов.
  - Постепенно внедрять практику оказания консалтинговых услуг в сфере туризма для государственных и муниципальных органов.
  - Обучить местные сообщества навыкам горноспасательных работ по месту фактического проживания.

- **В целях повышения уровня институциональной поддержки регионального турсектора необходимо:**
  - Объединить действующие Советы по развитию туризма при Полномочном представительстве Президента КР Ошской области и при Мэрии г.Ош в Ошский объединенный совет по развитию туризма, ООСРТ, с включением в его состав в представителей региональных экологических, градостроительных и транспортных ассоциаций, а также приданием ему ряда исполнительских функций.
  - Создать территориальные группы (комиссий) по обеспечению безопасности на туристских объектах.
  - Внедрить регламент процесса стратегического планирования по развитию туризма в Ошском регионе с возложением координационных функций на ООСРТ.
  - Провести серию тренингов для представителей турбизнеса и органов МСУ по таким курсам как «Туризм как локомотив экономики», «Корпоративная культура» и т.д.

- НСК КР совместно с местными государственными администрациями внедрить перечень и методологию сбора и расчёта дополнительных показателей в сфере туризма в соответствие с методиками, применяемыми международными организациями - ЮНВТО, Всемирным советом путешествий и туризма (WTTC).

➢ **Для совершенствования нормативной правовой среды в целях устойчивого развития туризма необходимо:**

- Внести изменения в Закон КР «О туризме» с учётом лучших мировых нормотворческих практик в сфере туризма.
- При разработке подзаконных актов к Законам КР «О возобновляемых источниках энергии» и «О Парке креативных индустрий», учесть замечания и предложения заинтересованных сторон в сфере туризма.
- Внести изменения в законы и подзаконные акты по изменению сроков предоставления пастбищ в иных целях (под цели туризма и отдыха граждан) до 49 лет.
- Внести изменения в Налоговый кодекс КР с целью понижения налоговой нагрузки на бизнес. Ставку единого налога для субъекта общественного питания целесообразно снизить с 8 % до:
  1) в гг. Бишкек и Ош:
  а) 6% – в наличной форме; б) 4% – в безналичной форме.
  2) на остальной территории КР:
  а) 5% – в наличной форме. б) 3% – в безналичной форме.
- Внедрить нормы и профессиональные стандарты, регулирующие гидов и инструкторов приключенческого туризма.
- Разработать нормы безопасности для туристов общереспубликанского и частного (объектного) характера с указанием зон ответственности госорганов и туроператоров.
- В годовых планах по управлению пастбищами, утверждённых постановлениями местных кенешей сразу определять участки пастбищ под использование в иных целях (туризм и отдых граждан);
- Расширить туристскую номенклатуру Государственного классификатора КР «Виды экономической деятельности».

➢ **Для популяризации культуры бережного отношения к природе и продвижения принципов зеленой экономики и устойчивого туризма необходимо:**

- Осуществлять перспективное планирование с учётом рекреационной вместимости и пропускного экологического потенциала территорий.
- Проводить системный экологический аудит всех туристских дестинаций.
- Сделать обязательным раздельный сбор и последующий вывоз неорганического мусора через подписание договоров с мусоросборными компаниями, с введением соответствующих штрафных санкций для дестинаций, запустить муниципальные программы по раздельному сбору мусора.
- Регламентировать и внедрить технологию утилизации органического мусора на месте, в т.ч. путем установки мини- очистных сооружений, канализационных стоков, евросептиков, экотуалетов и т.д.
- Через СМИ, ТВ и социальные сети проводить информационные компании о бережном отношении к окружающей среде.
- На всех уровнях содействовать созданию правовых и экономических условий для максимально широкого внедрения и использования ВИЭ и иных ресурсосберегающих технологий. В частности, на муниципальном уровне ввести

мотивационные механизмы предприятиям и частным предпринимателям, внедрившим зеленые технологии.

- Во взаимодействии с НПО и международными организациями организовать регулярные курсы (например, по темам «Основы зеленой экономики», «Экологическая ситуация в Кыргызстане и ЦА», «Устойчивая энергетика и ВИЭ») для работников МГА и ОМСУ, менеджеров турдестинаций и т.д.
- Поощрять посадку лесных массивов у горных склонов и иных засухо- и солеустойчивых культур, замедляющих таяние ледников и способствующих биологическому очищению окружающей. Например, через финансовую поддержку таких проектов как Зеленого Климатического Фонда «Секвестрация углерода посредством климатических инвестиций леса и пастбища в КР (CS-FOR)», реализуемого ФАО.
- Поощрять внедрение биогазовых технологий в аграрный сектор, а также технологий, минимизирующих обработку почвы, сохраняющих ее влажность и органические вещества через льготное кредитование, например, по таким госпрограммам «Финансирование сельского хозяйства».
- Стимулировать население к бережному использованию водно-земельных ресурсов через внедрение технологий капельного и дискретного орошения, дождевания, применения органических удобрений (биогумус, зоогумус, хлорелла, гумат), минимизацию использования агрохимикатов и других вредных веществ через льготное кредитование, например, по таким госпрограммам как «Финансирование сельского хозяйства».

- **Для роста узнаваемости Ошского региона на мировом туристском рынке необходимо внедрить современные инструменты маркетинга:**
  - Внедрить единую программу развития маркетинга в Ошском регионе под эгидой бренда «Osh – Silk Road Provider» (весь комплекс мер предложен в СПУРТ).
  - Создать Туристский портал Ошского региона.
  - Практиковать интегрированные туристские маршруты по региональным локациям на основе кластерного подхода (предложен в СПУРТ).
  - Выдавать разрешительные документы и пропуски в приграничные территории в режиме онлайн.
  - Внедрить международные стандарты качества услуг в сегменте HORECA.
  - Во взаимодействии с туроператорами, НПО проводить регулярные курсы (например, по темам «Туризм как локомотив устойчивого развития экономики», «Чего хочет клиент», «Почему важен маркетинг», «SMM-менеджмент») для работников туркомпаний и субъектов HORECA.
  - Диверсифицировать турпродукты и принять меры по расширению продолжительности туристского счета за счет внедрения форм зимнего, а также осенне-весеннего туризма.
  - На пилотной основе провести маркетинг-ориентированную интерпретацию историко-культурной значимости Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса для повышения интереса среди туристов.
  - Внедрить в работу музеев Ошского региона интерактивный подход при работе с посетителями.
- **В целях создания благоприятных финансово-экономических условий для развития туристского бизнеса необходимо:**
  - Обеспечить финансирование уполномоченного государственного органа в сфере культуры на основе программного бюджетного финансирования, для повышения результативности и эффективности его работы.

- При формировании и распределении местного бюджета органам МСУ ставить приоритет вопросам местного значения, имеющим прямое или косвенное влияние на развитие туризма.
- Провести серию тренингов по повышению финансово-экономической грамотности, составлению бизнес-планов для потенциальных новичков турбизнеса с особым упором на жителей сельских районов, молодежи, женщин.
- Распространить механизмы ГЧП на туристский сектор.

➢ **Важно наладить работу по комплексному развитию инфраструктуры региона с учетом потребностей туристской отрасли. Для этого необходимо:**

- В рамках различных программ, например, проекта АРИС КР и Всемирного Банка «Региональное экономическое развитие», привлечь инвестиции в урбанистическую инфраструктуру (реконструкция Сулайман-Тоо, Узгенского комплекса, общественных пространств гг. Ош и Узген, и др.);
- Разработать областные и районные планы по развитию придорожной инфраструктуры. При их разработке в обязательном порядке привлекать представителей частного и гражданского секторов, в т.ч. из числа активистов туриндустрии. Привлекать частные инвестиции в строительство придорожных кафе, отелей, кемпингов, юрточных лагерей, медпунктов, заправок, СТО и туалетов.
- Довести до логического завершения проект по созданию точек отдыха (rest points) с комфортными условиями - туалеты, электричество, водоснабжение, Интернет, информационные стенды и карты.
- Внедрить системы контроля и управления землепользованием туристских территорий с помощью цифровых технологий, в частности с использованием Геоинформационных систем (ГИС).
- Организовать образовательные программы для сотрудников высшего и среднего звена муниципалитетов и транспортных компаний по курсам «Устойчивая и инклюзивная среда», «Городское планирование», «Основы урбанистики» и т.д
- Обеспечить навигационное сопровождение дестинаций (установки билбордов, указателей проезда на объекты на кыргызском, английском и русском языках).
- Во взаимодействии с райгосадминистрациями стимулировать ОАО «Ошэлектро» к электрификации, а мобильных операторов к расширению охвата мобильной связи в местах расположения туристских дестинаций, в т.ч. в отдаленных горных районах.
- Создать системы платных организованных парковок, стимулировать использование общественного транспорта в крупных городах Ошского региона.
- Приоритизировать пешеходную инфраструктуру. Реконструкция и строительство инклюзивных тротуаров, пешеходных мостов, остановок общественного транспорта, выбор качественных и устойчивых видов мощения, освещение и благоустройство вдоль тротуаров.
- Модернизировать Ошский международный аэропорт со строительством нового пассажирского терминала с мощностью - пассажиропотока 1000-1500 чел/час и интеграцией аэропорта с общественным транспортом г.Ош – созданием мультимодального транспортного комплекса на его базе. Повысить кадровый аэропорта.

### 2.3. Ошский регион в разрезе глобальных и региональных туристских трендов

Мировая туристская отрасль динамично развивалась в течение последних трех десятилетий, став одним из ключевых драйверов глобализации. В значительной степени это было обусловлено увеличением числа представителей среднего класса в развивающихся странах и интенсивным технологическим ростом.

Вспышка и быстрое распространение COVID-19 в начале 2020 г. самым серьезным образом сказались на глобальной туристской индустрии, обвалив валовый продукт сектора в два раза: с 9,2 трлн в 2019 г. до 4,5 трлн долл. США годом позднее. Несмотря на 20%-ный рост в 2021 г. и еще более впечатляющие показатели по итогам 2022 г.(63%-ный рост в годовом исчислении)[16], туристская индустрия пока еще далека от докризисных показателей, когда вклад туризма в мировую экономику составлял около 10%.

По мнению ряда исследователей[17], пандемия COVID-19 вкупе с долгосрочными тенденциями в демографии и технологиях окажет заметное влияние на развитие туристской индустрии, смещая приоритеты путешественников в сторону более близких и безопасных дестинаций, предоставляющих возможности для уединенных (или в малых группах) и персонофицированных форм отдыха и развлечений.

С ростом общего уровня образованности людей меняется фокус интересов путешественников. Туристы ищут уникальные впечатления, все больше ориентированы на взаимодействие с местными жителями с целью познания чего-то нового, погружения в другие культуры, обычаи и кухню.

Все более возрастающую роль в трендах развития индустрии играет молодое поколение, т.н. миллениалы. Туристские интересы этой когорты тесно завязаны на широкое использование современных информационных технологий, Интернета вещей, различных форм шеринг-экономики.

Все большее количество туристов уделяют внимание «углеводородному отпечатку» и экологическим последствиям своих путешествий. Такие люди отдают предпочтение дестинациям с четкой политикой устойчивого развития, процедурами утилизации и циркулярной экономикой.

Обобщая вышесказанное, можно привести оценки аналитиков туристского бизнеса[18], согласно которым в ближайшие годы ***на международном туристском рынке*** будут превалировать следующие основные тенденции:

- Рынок туристских услуг переживает сплошную *цифровизацию*. Онлайн-бронирования становятся общим местом, причем, значительная их часть все чаще является мобильной, т.е. осуществляется через смартфоны. Активно идут процессы *автоматизации* и *внедрения современных технологий* в сферах медицинского обслуживания и обеспечения безопасности туристов. Рука об руки с этим идут

---

[16] UNWTO (2022) *Impact assesment of the COVID-19 outbreak on international tourism.* [Online]. Available at: https://www.unwto.org/impact-assessment-of-the-covid-19-outbreak-on-international-tourism

[17] Abbas J., Mubeen R., Terhemba P., Raza S. and Mamirkulova G. (2021) *Exploring the impact of COVID-19 on tourism: transformational potential and implications for a sustainable recovery of the travel and leisure industry.* Current Research in Behavioral Sciences, Vol. 2. https:// https://doi.org/10.1016/j.crbeha.2021.100033

Rahman MK, Gazi MAI, Bhuiyan MA, Rahaman MA (2021) *Effect of Covid-19 pandemic on tourist travel risk and management perceptions.* PLoS ONE Vol. 16 (9). https://doi.org/10.1371/journal.pone.0256486

[18] Evolve (2021) *2022 Travel Trends Forecast* [Online]. Available at: https://www.prnewswire.com/news-releases/evolves-2022-travel-trends-forecast-travel-returns--but-expectations-have-changed-301401609.html

Amadeus (2021) *Rebuild Travel Survey* [pdf]. Available at: https://amadeus.com/documents/en/pdfs/rebuild-travel-survey-global-report.pdf

процессы *персонализации* предоставляемых услуг, предполагающие максимальную ориентацию на удовлетворение индивидуальных потребностей туристов.

- Все большее число туристов ориентировано на *устойчивое развитие*, под которым, помимо заботы об окружающей среде, экологии, также понимается положительное влияние от туризма на культуру, экономику и в целом людей в местах посещения. Одной из форм таких путешествий является *экотуризм*. Он объединяет тягу людей к новым впечатлениям с непосредственным участием в поддержке и сохранении местных экосистем.
- К числу массовых тенденции следует отнести и *рекреационный туризм*, под которым понимаются путешествия ориентированный на *личностный рост, психологическую трансформацию* людей. Растущей популярностью пользуются всевозможные волонтерские поездки, путешествия, позволяющие пересмотреть рацион питания, заняться новыми вида спорта и т.д. Все большее количество туристов ориентировано на получение знаний о культурах и традициях дальних стран и народов, на знакомство с их кухней *(гастротуризм),* получение аутентичных впечатлений. В связи с расширяющимися возможностями удаленной работы, многие туристы готовы к *длительным путешествиям.*
- Растет значение как *внутреннего туризма,* так и его отдельных форм, например, staycation. Эта тенденция приобрела популярность во время COVID-19 и сохраниться в постпандемийный период. В самом общем виде staycation представляет собой отпуск, проведенный дома, а не за границей и предполагает одно- и двухдневные путешествия в соседние города и местности для знакомства с достопримечательностями и отдых на природе. По аналогичной формуле работает и так называемый bleisure-туризм, совмещающий отдых и деловые поездки.

Очевидно, что упомянутые общемировые тенденции так или иначе будут влиять на развитие туризма как в Кыргызской Республике в целом, так и в Ошском регионе в частности.

Уже сейчас туроператоры отмечают заметный *рост интереса ко внутреннему туризму* в Кыргызстане. И в этом отношении Ошский регион обладает некоторыми преимуществами. Прежде всего, город Ош является «южной» столицей республики. В советское время он был административным центром большой Ошской области, которая тогда включала Ошскую, Жалалабатскую и Баткенскую области. Поэтому Ош, его история, культура и достопримечательности представляют определенный интерес для жителей северных областей и Бишкека. В последние годы, особенно с учетом ковидных ограничений, многие северяне, часто вместе с семьями, отправлялись в автомобильные туры, чтобы поближе познакомится с г. Ош и другими южными городами. Сюда же следует отнести и паломников, заинтересованных в посещении сакральных мест, которыми богат Ошский регион.

Отражением глобального тренда является и активно развивающийся в регионе в последние годы *bleisure-туризм*. В г.Ош и в целом по Ошскому региону реализуется много социально-экономических программ, для участия в работе которых привлекается множество специалистов из Бишкека. О большом количество командируемых в город свидетельствует хотя бы тот факт, что в последнее годы не так просто (особенно в последний момент) купить авиабилеты по маршруту Бишкек-Ош-Бишкек. Прибывающие сюда специалисты, совмещая приятное с полезным, предпочитают разбавлять свои бизнес-поездки с изучением местных достопримечательностей и походами за город, на природу.

Ошский регион пока слабо вписывается в *реакционный туристский тренд.* Иностранные путешественники, заинтересованные в знакомстве с культурой кочевников, номадизмом

или просто психологический перезагрузиться, предпочитают региону север республики, в основном, южный берег Иссык-Куля и Нарынскую область.

В отличие от Иссык-Куля туристские возможности Ошского региона мало известны массовому сегменту туристов не только в странах СНГ и в мире, но даже в самом Кыргызстане. По оценке ведущих туроператоров региона, большая часть прибывающих в регион туристов (60-70%) это туристы из развитых стран Европы и Америки, а также Дальнего Востока. Как правило, такие путешественники покупают пакетные туры, предполагающие посещение локаций на Памирском тракте – горных хребтов и высокогорных озер – с однодневной транзитной остановкой в г.Ош. Многие из них едут, чтобы заняться трекингом и хайкингом, кто-то хочет увидеть красоты Памиро-Алая, познакомится с культурой кочевников или просто получить новые впечатления. К туристам со схожими интересами можно отнести и обеспеченных путешественников из стран СНГ, в основном из России – в последние годы их доля в общем числе туристов росла и в настоящее время занимает порядка 25%. Особняком среди этих категорий туристов стоят альпинисты, посещающие Ошский регион, чтобы взобраться на пик Ленина. Но их пребывание в регионе часто строго регламентировано и имеет единственной целью покорение легендарной горной вершины.

С точки зрения *внедрения цифровых технологий* Ошский регион, как, впрочем, и весь Кыргызстан, пока тоже отстает от ведущих туристских центров Европы, Азии и Африки. В частности, еще не все гостиницы того же г.Ош интегрированы в CRM-системы, посетителям зачастую предлагаются стандартные наборы удобств. Какие-то возможности по предоставлению *индивидуализированных услуг* практикуются только туроператорами, работающими на принципах СВТ и с альпинистами.

Заметное влияние на развитие туризма в Ошском регионе оказывают и, по всей видимости, продолжат в ближайшее время оказывать ***региональные факторы.***

Безусловно главным фактором-феноменом, определившим развитие туристского рынка Кыргызстана в 2022 г., стали резко возросшие после начала *российско-украинской войны* туристский и миграционный потоки из России. Возросший туристский поток объясняется недоступностью (по причине возросшей дороговизны, введения визовых ограничений) для россиян курортов в странах Запада. В этих условиях многие жители России предпочитают проводить свои летние отпуска в Кыргызстане, главным образом на побережье Иссык-Куля. Заметное число любителей активного и экзотического отдыха обратили внимание и на Ошский регион – в частности, по сравнению с 2021 г. здесь возросло количество туристов и альпинистов из России.

Одновременно с этим в республику, начиная с марта 2022 г. стали приезжать тысячи молодых людей, т.н. релокантов, не принявших происходящие в России события. Этот миграционный поток заметно усилился после объявления в РФ 21 сентября 2022 г. частичной мобилизации. В силу географической близости, схожего менталитета, распространенности русского языка и отсутствия визовых требований, Кыргызстан стал для них естественным прибежищем. По данным Министерства цифрового развития КР, только за первую неделю после объявления мобилизации в республику приехало около 3,5 тыс. россиян[19]. По информации Ассоциации туроператоров Шелкового пути, их массовое прибытие привело к резкому росту – на 30-40 % стоимости аренды квартир в

[19] Yusupova D. (2022) 'How the Russian mobilization affected life in Kyrgyzstan' *Kaktusmedia,* 1 October [Online]. Available at: https://kaktus.media/doc/467775_kak_mobilizaciia_v_rf_povliiala_na_jizn_v_kyrgyzstane_istorii_i_mneniia.html (In Russian)

г.Ош, а все гостиницы и гостевые дома города были на несколько недель вперед зарезервированы прибывшими из России.

У экспертов туристского рынка Кыргызстана нет единого мнения относительно того, насколько эти потоки будут устойчивыми и сохраняться ли они в ближайшие годы. Часть специалистов рынка сомневаются, что этот тренд продлится долго. По их оценке, многие релоканты используют Кыргызстан как перевалочную базу для последующего переезда в Европу. Неясно, приедут ли в 2023 г. в Кыргызстан туристы из европейской части России, если закончится война (туристский рынок республики в основном привлекает отдыхающих из сибирских регионов России).

Серьезное влияние на развитие туристской отрасли Ошского региона оказывают отношения Кыргызстана с соседними странами. В последние годы это особенно касается отношений республики с *Узбекистаном и Таджикистаном*. При этом, если взаимоотношения с первым государством развиваются от прохладных к дружественным, то во втором случае динамика скорее обратная.

По оценке Премьер-министра КР А.Жапарова, в 2022 г. Кыргызстан посетило порядка 3 млн узбекистанцев[20]. В свою очередь, данные Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике свидетельствуют, что Кыргызстан является самым популярным туристским направлением в выездном туризме Узбекистана[21]. По оценке ошских туроператоров, несмотря на то что многие узбекистанцы приезжают погостить к своим родственникам, их тоже следует относить к туристам, тем более что они часто совершают совместные туристские поездки в горные районы и сакральные места Ошского региона.

Совершенная иная картина складывается с туристскими потоками из Таджикистана. Начиная с 2021 г., когда между странами обострился пограничный конфликт, иностранные туристы испытывают сложности при пересечении КПП «Бор-Добо» (перевал Кызыл-Арт). После начала конфликта этот пропускной пункт некоторое время оставался полностью закрытым, в т.ч. и для граждан третьих стран. По информации туроператоров, это решение негативным образом сказалось на потоке иностранных туристов. До начала конфликта большое количество путешественников (5 300 чел. в 2019 г.) свободно (без предварительного уведомления) пересекало границу и передвигалось между Ферганским регионом Узбекистана и Горно-Бадахшанским автономным районом Таджикистана по дороге «Ош-Хорог», через Ошскую область. При этом они, как правило, останавливаясь на 2-3 ночи в г. Ош, откуда выезжали в короткие туры в районы оз. Тулпар-Куль, НПП «Кыргыз-Ата» и др. После обращения туроператоров к властям КР вопрос с пересечением границы для иностранных туристов удалось частично решить – в августе 2022 г. их переход разрешили, однако был введен его уведомительный порядок. Необходимо заранее информировать пограничников о переходе границы, процесс согласования которого занимает 3-5 дней. Эти бюрократические процедуры являются серьезной помехой для роста туристкого потока между странами.

[20] ‘Кыргызстан в 2022 году посетили порядка 3 млн туристов из Узбекистана’ (2023) *ИА «Кабар»,* 26 января [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://kabar.kg/news/kyrgyzstan-v-2022-godu-posetili-poriadka-3-mln-turistov-iz-uzbekistana/

[21] ‘State Statistical Committee: Almost half of Uzbeks who went abroad visited Kyrgyzstan’ (2022) *Azattyk,* 24 July [Online]. Available at*:* https://rus.azattyk.org/a/31957261.html (In Russian)

## 2.4. Основные векторы перспективного развития

Знакомство с ключевыми туристскими локациями, системный анализ текущего состояния туристского сектора, а также экспертная оценка его проблем и имеющихся возможностей, позволяют представить основные векторы для устойчивого развития туризма в Ошском регионе.

### 2.4.1. Модель SMG

Рассматривая стратегию развития сектора на ближайшие годы, следует иметь в виду, что традиционная мотивация к пляжному отдыху вдали от дома, так называемый SSS-туризм («Sun - Sea - Sand», «Солнце -Море - Песок»), постепенно идет на спад. Ему на смену приходит туризм с акцентом на LLL, «Lore - Landscape - Leisure», («Знания – Ландшафт - Досуг»). С ростом общего уровня образованности людей меняется фокус интересов путешественников. Туристы ищут уникальные впечатления, все больше ориентированы на взаимодействие с местными жителями с целью познания чего-то нового, погружения в другие культуры, обычаи и кухню.

Поэтому мы предлагаем для Ошского региона **Модель развития туризма SMG**. В ней будет отражаться синергия наследия Великого Шёлкового Пути **(Silk Road)**, возможностей высокогорного ландшафта **(Mountains)** и разнообразия гастрономии Востока **(Gastronomy).**

| **Модель туризма в Ошском регионе – SMG:** | | |
|---|---|---|
| **Silk Road**<br>**Шёлковый Путь** | **Mountains**<br>**Горы** | **Gastronomy**<br>**Гастрономия** |
| Ошский регион расположен на одном из маршрутов Великого Шёлкового пути<br><br>Сочетает в себе элементы кочевой и оседлой культур | Предоставляет широкие возможности для активного и приключенческого туризма, в т. ч.:<br>– альпинизм;<br>– трекинг, хайкинг;<br>– ски-туры и фрирайд;<br>– спелеотуризм;<br>– эко- и геотуризм | Ошский регион отличает разнообразие кулинарных традиций народов Востока.<br><br>Здесь широко представлены кыргызская, уйгурская, узбекская, дунганская кухни |

### 2.4.2. Территориально-кластерный подход к развитию

Принимая во внимание субрегиональные историко-культурные и географические особенности Ошского региона, а также рекомендации по продвижению кластерного подхода к развитию туризма, отраженные в стратегических документах НСР КР 2018-2040 и НПР КР 2021-2026, для устойчивого развития туризма в Ошском регионе с учётом Модели SMG предлагается разделить территорию региона разбить на 5 территориальных туристских кластеров (см. карту 3):

**Кластер № 1 – «ГОРОДА ШЕЛКОВОГО ПУТИ».** Он включает крупные городские населённые пункты Ошского региона с богатым культурно-историческим наследием, изысканной восточной кухней и сохранившимися историко-архитектурными памятниками. Как направление кластер сфокусирован на познавательным туризме.

Безусловной доминантой кластера является ***г. Ош*** как единственный населенный пункт, имеющий международный аэропорт, заметное количество гостиниц, гостевых домов и заведений общепита. К г.Ош применима *так называемая модель узлового города*, когда

туристы проживают в городе и совершают оттуда однодневные поездки в близлежащие локации. Будучи историческим, торгово-экономическим центром южного региона КР, город предлагает стандартный для подобного рода населенных пунктов набор туристских продуктов в сегментах *MICE, гастро, историко-культурного и сакрального туризма.*

Вторым по значимости городом Ошского региона являет г. ***Узген.*** Заметно уступая доминанте по своим туристским ресурсам, он, тем не менее, предоставляет дополнительные возможности для туристов, посещающих регион для знакомства с историей и культурой городов Великого Шелкового пути. В частности, город известен своим архитектурным комплексом 12 в., живописными видами на р.Кара-Дарья и технологией выращивания уникального красного риса девзира. Виды предлагаемых здесь туристских продуктов включают *посещение упомянутого комплекса, древней рисовой мельницы (агро- и гастротуризм), городского базара, мечетей.*

В некоторой степени городом-спутником г.Ош является г. ***Кара-Суу***. После распада СССР город получилось широкую известность во всей ЦА благодаря крупнейшему в Ферганской долине огромному оптово-розничному рынку. Многие туроператоры КР организовывают здесь для иностранных туристов *специальные шоп-туры с восточным колоритом.*

С учётом интересов и потребностей туристов возможна организация 1-2 дневных поездок в национальные парки ***«Кара-Шоро»*** и ***«Кыргыз-Ата»*** для активного (*трекинг, кемпинг, хайкинг*) и пассивного отдыха (*джайлоо-туризм (ночевка в юртах, знакомство с бытом кочевников), агротуризм*).

**Кластер № 2 – «ГОРЫ ПАМИРО-АЛАЯ».** Он охватывает территорию Алайского района после перевала Талдык по дороге Ош-Сары-Таш, весь Чон-Алайский район, а также горную часть Ноокатского района. Как направление кластер сфокусирован на горно-приключенческом туризме. Рассчитан на поездки продолжительностью от 2 дней до2 недель.

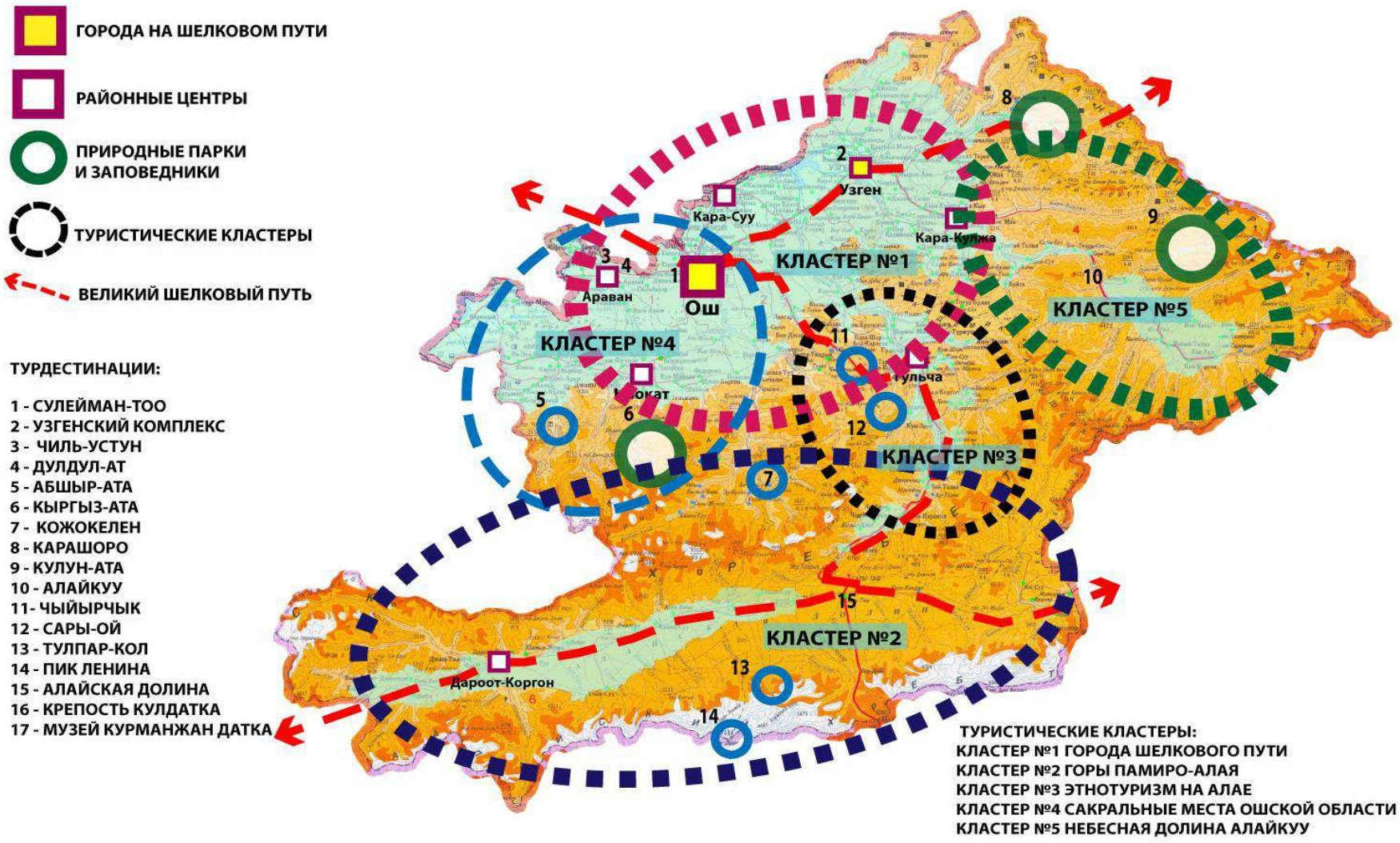
У кластера нет явной доминанты, он формируется вокруг 4 дестинаций (опорных пунктов), в каждом из которых имеются гостевые дома, возможности для организации питания и досуга, административный персонал, включая гидов.

1) ***Базовый лагерь пика Ленина в урочище Ачык-Таш*** на высоте 3 600 над уровнем моря. Располагает всей необходимой инфраструктурой (спальные номера, юрты, медпункт, столовая, бани и т.д.) для организации *альпинистских поездок и высокогорного треккинга.*

2) ***Село Сары-Могол/озеро Тулпар-Куль*** располагает всем необходимым для организации *одно- и многодневных трекинг- и конных туров* по Чон-Алайскому и Алайскому хребтам. Есть возможности для *джайлоо-туризма*, организации *горных-, этно- и як-фестивалей*, а также различных *авто-, вело- и фототуров* для любителей легкого приключенческого туризма (light-adventure).

3) ***Село Кожо-Келен*** удобен в качестве стартовой или транзитной точки для организации *одно- и многодневных треккинг- и конных туров* по долине Кожо-Келен и Алайскому хребту.

4) ***Село Сары-Таш*** располагает примерно теми же возможностями что и дестинации Сары-Могол и Кожо-Келен, а также может служить транзитной точкой для проживания и питания. Кроме того, здесь имеются возможности для организации горнолыжных туров зимой – т.н. *ски-туров и фрирайда.*




**Карта 3. Туристские территориальные кластеры Ошского региона**

**Кластер № 3 – «ЭТНОТУРИЗМ НА АЛАЕ».** Охватывает территорию Кара-Суйского и Алайского районов вдоль автомобильной дороги Ош-Сары-Таш до перевала Талдык.

Несмотря на определенную привязанность к г.Ош (до основных локаций кластера можно добраться на автомобиле за несколько часов), кластер обладает некоторой автономностью, которая выражается в возможности организации многодневных туров с ночевкой в юрточных городках.

Целесообразно сфокусировать кластер на развитии этнотуризма, знакомящем путешественников с культурой и бытом кыргызов. Исторически территория кластера была центром проживания алайских кыргызов и их предводительницы Курманжан-Датки, крупным общественно-политическим деятелем 19 века.

Доминантой кластера является районный центр – ***г.Гульча***, располагающий гостевыми домами, кафе-ресторанами, а также культурной достопримечательностью – музеем имени Курманжан-Датки.

В то же время, центрами развития туризма здесь могут выступать горные долины и ущелья (наиболее известная из них – долина Сары-Ой) вдоль дороги Ош-Сары-Таш, а такжеперевал Чыйырчык.

***В горных долинах*** имеется потенциал для продвижения этнотуризма на базе строительства юрточных городков с расширенной инфраструктурой (банями, спортивными и концертными площадками и т.д.) для организации *туров выходного дня, этнофестивалей, агротуризма*, а также *трекинга/хайкинга, кэмпинга/глэмпинга.*

Отличительной чертой перевала ***Чыйырчык*** (располагается в 40 км от г.Ош, на высоте 2 400 м над уровнем моря) является то, что помимо небольших *юрточных городков*, в зимнее время здесь функционирует *горнолыжная база.*

**Кластер № 4 – «САКРАЛЬНЫЕ МЕСТА ОШСКОЙ ОБЛАСТИ».** Он охватывает территорию Араванского и Ноокатского районов.

Несмотря на то, что на территории кластера расположены два крупных населенных пункта – город Ноокат и поселок Араван – кластер привязан к г.Ош. Это объясняется тем, что до его основных дестинаций можно за несколько часов добраться на автомобиле. Кроме того, упомянутые населенные пункты пока не располагают гостиничным фондом для приема туристов.

Целесообразно сфокусировать кластер на знакомстве туристов с *сакральными достопримечательностями* Ошского региона. Здесь располагаются самые известные в регионе святые места, а именно водопад ***Абшыр-Ата,*** святилище древних коневодов в ***Дулдул-Ат*** и пещера ***Чиль-Устун*** в Араване.

Кроме того, ***Араванский район***, располагающийся на территории Ферганской долины, отличается более жарким климатом и ранним созреванием овощей и фруктов. Здесь развито бахчеводство, много садов, что создает условия для продвижения здесь *агротуризма.*

С учетом интересов и потребностей путешественников возможна организация поездок в национальный парк ***«Кыргыз-Ата»*** и долину ***Кожо-Келен*** для активного отдыха и туризма (*треккинг, кемпинг, джайло-туризм и т.д.*)

**Кластер № 5 – «НЕБЕСНАЯ ДОЛИНА АЛАЙКУУ».** Территориально этот кластер охватывает территорию Кара-Кулжинского района, граничит с Нарынской областью, Алайским районом и КНР.

По оценке региональных туроператоров, долину Алайкуу можно отнести к числу дестинаций с нераскрытым и недооцененным туристским потенциалом. Во многом это объясняется его географической отдаленностью от г.Ош. Для того, чтобы добраться до крайнего населенного пункта, с.Кёк-арт, нужно проехать около 4-5 часов по грунтовой серпантинной дороге. По признанию самих жителей этой удаленной территории, из-за боязни потерять первозданную природу здесь настороженно относятся к «чужакам». Вместе с тем, районные власти готовы содействовать туристскому продвижению этой местности, но с упором на привлечение местных жителей, и в первую очередь, молодежи.

За основу развития данного кластера можно было бы взять модель, используемые в настоящее время в таких дестинациях, как в упомянутом с. Сары-Могол. Доминантой кластера могло бы стать село Сайталаа. Здесь построена и уже несколько лет функционирует инновационная «Экоферма Алайку». Этот частный объект располагает широкими возможностями как для пассивного, так и активного туризма. На территории эко-фермы имеются юрточный городок, гест-хаус в несколько номеров со всеми удобствами, кофейня, кухню и молочный цех.

Кластер мог бы сочетать элементы *экотуризма и этнотуризма*. Его потенциальными туристскими продуктами видится организация *трекинг-, хайкинг- и конных туров, джайлоо туризм, этнофестивалей.* С учетом низкого уровня антропогенного воздействия на местную природу в перспективе здесь можно было бы организовать *гео-парк.*

### 2.4.3. Совершенствование статистики туризма

Анализ стратегических и методологических документов по развитию туризма на национальном уровне и в Ошском регионе (см. параграф 1.4.1) показывает, что на основе собираемых в настоящее время статистических данных довольно затруднительно принимать системные управленческие решения по устойчивому развитию туризма.

Действующая в республике система сбора и анализа статистических данных в значительной степени опирается на традиционную статистику. Если обобщать, то главными ее показателями являются индикаторы объема туристских потоков, продолжительности пребывания туриста, некоторых аспекты деятельности предприятий туристского сектора. Иными словами, основной упор делается на оценку базовых показателей, собираемых по линии пограничной службы, данных бухгалтерской и статистической отчетности предприятий и т.п. При этом из виду, в силу в том числе и объективных причин, упускаются многие другие туристские индикаторы индустрии. Так, например, проведенное командой полевое исследование основных туристских дестинаций Ошского региона показало, что такие показатели, как доступ к чистой воде, Интернету, наличие гигиенических туалетов, очистных сооружений, внедрение ВИЭ, качество инфраструктуры на туристских объектах остаются за пределами статистического наблюдения.

Последние тенденции в развитии глобальной туристской индустрии (поиск устойчивых форм развития, сплошная цифровизация, глубинный анализ туристских предпочтений) требуют существенной трансформации статистики туризма. Все более очевидна необходимость в инновационных методах сбора, обработки и хранения статистических данных, в том числе с использованием возможностей работы с big data. По мнению консультанта, при совершенствовании системы статистики туризма в КР и на региональном уровне важно принять во внимание следующие соображения:

1) Одним из действенных инструментов работы со статданными является *внедрение т.н. Вспомогательного (сателлитного) счета туризма (ВСТ).* Методология составления ВСТ активно разрабатывалась начиная с 1990-х гг. В 2008 г. его доработанная версия

была рекомендована Статистической комиссией ООН для повсеместного внедрения и использования. В Кыргызстане вопрос внедрения ВСТ в систему национальных счетов изучается с начала 2010-х гг. В настоящее время при содействии институтов развития и международных организации этот процесс получил некоторое ускорение.

ВСТ представляет собой логически увязанную систему таблиц, которые позволяют оценить экономическую значимость туризма как со стороны производства, так и со стороны потребления. В основу построения сателлитного счета по туризму заложены идеи осуществления подробного анализа всех аспектов спроса на товары и услуги, связанных с туризмом, отслеживания связи с предложением таких товаров и услуг в рамках экономики, а также установления того, как это предложение сообразуется с другими видами экономической деятельности. Разработка ВСТ позволяет исчислять специфические макроэкономические агрегаты (в частности, добавленную стоимость), обеспечивать международную сопоставимость статистических оценок развития туристской отрасли, а также определять мультипликативный эффект развития индустрии туризма на национальную экономику.

2) В отличие от большинства отраслей экономики, где имеет место однородность выпускаемой продукции, в туризме успех продукта зависит от того, где, когда, и с какой целью его приобретает конечный потребитель. В этой связи важным направлением в развитии статистики туризма является акцент на *изучении поведенческих моделей путешественников.* В частности, данная работа предполагает более активное и многоплановое использование инструмента выборочных исследований.

3) Ввиду многообразности и комплексности туристской индустрии отдельной задачей является *статистический учет «скрытых» туристов.* На региональном уровне измерять показатели туризма намного сложнее, чем на национальном уровне, так как здесь нет границ с пограничными пунктами для контроля передвижений туристов. Опыт стран ЕС, где статистический учет прибытий туристов практически не ведется, показывает, что для сбора статданных успешно используется информация о средствах размещения. Для внедрения данного подхода необходимо провести ряд мероприятий:

- разработать упрощенные формы для сбора информации о характеристиках объектов размещения и их использовании кыргызстанскими и зарубежными посетителями;
- обеспечить полноту сведений обо всех коллективных средствах размещения в виде обновляемого реестра объектов в Ошском регионе;
- проводить целенаправленную информационную кампанию для разъяснения значимости статистики размещения;
- проводить ежемесячный сбор заполненных форм в электронном виде и обеспечить их быструю обработку данных, желательно в течение 1 месяца;
- проводить анализ динамики показателей и сопоставление с показателями предыдущих лет и среднегодовыми показателями;
- обеспечить широкое распространение основных результатов этого учета в объектах размещения, среди компаний и ассоциаций гостиничного и турбизнеса, местных администраций и других заинтересованных организациях.

### 2.4.4. Продвижение принципов «зеленой» экономики

Исследование основных туристских дестинаций Ошского региона выявило ряд системных проблем, препятствующих развитию экологически устойчивых форм туризма. В целом их можно разделить на 3 блока:

1. Неблагоприятная экологическая ситуация с бытовыми отходами и канализационными стоками;
2. Низкий уровень экологического сознания и, как следствие, межведомственного взаимодействия по охране окружающей среды;
3. Деградация горных экосистем, вызванная глобальным изменением климата.

При этом, если последний «общеглобальный» блок вопросов находится в поле зрения международных организаций и институтов развития (в КР реализуется ряд проектов по линии ФАО, Зеленого климатического фонда и т.д.), то первым двух категориям пока уделяется недостаточное внимание.

Между тем, урегулирование или смягчение последствий этих проблем носит во многом прикладной характер и, как показывает мировая практика, может быть успешно реализовано благодаря:

а) нормативному регулированию;
б) мерам финансовой поддержки бизнеса (субсидирование, льготное налогообложение);
в) росту общего уровня осведомленности о проблемах и путях их решения.

В ряду конкретных мероприятий следует отметить:

- Первым шагом в решении экологических проблем на дестинациях должно стать *внедрение системы экологического аудита и разработка схем перспективного планирования территорий* с учётом их рекреационной способности. Это начинание должно быть подкреплено введением государственной/муниципальной регламентации раздельного сбора мусора, предполагающим вывоз ТБО, и требованиями по утилизации органического мусора на месте через установку канализационных систем (водоочистных сооружений, евросептиков, экотуалетов).

  Важным подспорьем в реализации утилизационных мероприятий может стать подключение дестинаций Ошского региона к Деловой сети по управлению отходами «WasteNet.kg» (в нее уже входят практически все популярные в КР организации HoReCa). За небольшую плату сотрудники Сети, имеющей персонал во всех регионах страны, проконсультируют бизнес по организации системы управления отходами, технологиям их повторного использования и переработки. В «WasteNet.kg» можно получить всю необходимую информацию о льготных программах банковского финансирования «зеленых» инициатив, брендировании бизнеса эко-маркировкой и о других полезных контактах.

- В свою очередь, решению вопросов, связанных с экологическим сознанием, может помочь *рост уровня осведомленности населения о проблемах окружающей среды и более активное использование субъектами туристской индустрии энергосберегающих и ресурсоэффективных технологий*.

  Многие туристские дестинации Ошского региона расположены в горной местности, обладающей широкими возможностями для развития ВИЭ. Это прежде всего это касается а) *использования энергии малых рек* (по территории региона протекают водотоки бассейна р.Карадарья), б) *установки солнечных панелей для выработки электричества* и

в) *солнечных коллекторов для горячего водоснабжения* (на регион в среднем приходится 250-270 солнечных дней в году).

На этом фоне кажется удивительным, что многие участники туристского рынка пока плохо осведомлены о принципах и практиках возобновляемой энергетики. Опрос представителей МСП в гостиничном и ресторанном бизнеса КР, проведенный в 2020 г. в рамках проекта ЕС «Повышение энерго- и ресурсоэффективности в туристской отрасли Кыргызстана (ПЭРЭТО)» показал, что лишь порядка 30% респондентов имеют общее представление о практиках и принципах зеленой экономики. Причем, главным образом эти познания касаются давно известных технологий использования энергосберегающих ламп, солнечных водонагревателей и сортировки отходов. Поразительно, но эти показатели, в целом, совпадают с ожиданиями потребителей. Только 35 % из опрошенных в рамках ПЭРЭТО жителей КР ответили, что гостиницам и ресторанам важно быть «зелеными и заботиться об окружающей среде».

Для того, чтобы переломить эту ситуацию проект ПЭРЭТО предлагает и реализует ряд мер, которые с учетом дополнений консультанта можно определить следующим образом (см. также Приложение 2г резолюцию совместного круглого стола проектов ПЭРЭТОи СПУРТ о внедрении устойчивого производства и потребления в туристский сектор Ошского региона):

1) *Продвижение отраслевых обязательств* по продвижению «зеленой» сертификации туристских дестинаций;
2) *Разработка* новых более гибких *механизмов зеленого финансирования*, адаптированных для игроков туристской отрасли;
3) *Наращивание потенциала и технической готовности туристских дестинаций* региона к внедрению энерго- и ресурсосберегающих технологий;
4) *Повышение осведомленности обывателей*, чиновников и представителей туристского бизнеса о вопросах окружающей среды и возможностях зеленой экономики (в т.ч. через проведение регулярных тренингов по темам «Экологическая ситуация в Кыргызстане и ЦА», «Устойчивая развитие и ВИЭ» и т.п.).

### 2.4.5. Меры постпандемийной модернизации сектора

Последние несколько лет были тяжелыми для мировой индустрии туризма. Пандемия COVID-19 сильно ударила по глобальным цепочкам и изменила турпотоки. Эти тенденции не обошли стороной и туристский сектор Кыргызстана, в котором в допандемийные годы создавалось около 5 % ВВП. С началом эпидемии этот показатель снизился до 3,3% по итогам 2020 г. и немного подрос до 3,6% годом позднее.

Для поддержки сферы туризма Правительством КР был принят ряд экономических мер, которые главным образом включали предоставление отсрочек по уплате налогов и льготных кредитов для субъектов туристского предпринимательства. Важным институциональным решением, направленным на диверсификацию возможностей отрасли, стало создание республиканского Фонда поддержки развития туризма с капиталом в 1 млрд сомов. Помимо этого, национальным регулятором туристской отрасли – Департаментом туризма при МЭК КР – были разработаны и начали реализовываться отраслевые программы и проекты по поддержке отдельных видов туризма, способных в перспективе сделать отрасль более устойчивой перед лицом кризисных явлений. В их числе следует отметить:

- *Меры по поддержке внутреннего туризма.* Как и везде в мире, пандемия COVID-19 заставила жителей крупных населенных пунктов по-иному взглянуть на возможности внутреннего туризма. В условиях ограничений на международные перемещения

многие горожане стали проводить свои выходные и отпуска в близлежащих районах, сельской местности, или выезжая в двух- трехдневные семейные автомобильные туры по республике. Например, жители г. Ош массово начали посещать близлежащие юрточные лагеря в Алайском, Ноокатском. Кара-Суйском и Узгенском районах. Для популяризации этого тренда Департаментом туризма сразу после ослабления карантинных ограничений в 2021 г. был объявлен конкурс на звание почётного туриста. Для получения заветного титула всем желающим было предложено посетить 10 главных достопримечательностей республики (включая расположенные в Ошском регионе «Сулайман-Тоо» и Узгенский комплекс) и отправить фотографии с мест на страничку Департамента в Facebook.

- *Диверсификация условий для развития зимнего туризма.* В целях смягчения негативного воздействия пандемии на экономическую устойчивость субъектов зимнего туризма был разработан Плана мероприятий по развитию зимнего туризма в КР. В рамках предложенных в нем мер, многие предприниматели начали брать кредиты на улучшение инфраструктуры своих дестинаций под прием туристов в зимнее время. Так, например, в ущелье Сары-Ой, в Алайском районе Ошской области, стали строиться зимние домики в стиле Barn-house, утепленные для проживания в зимних условиях.
- *«Цифровые кочевники».* Еще одной новеллой, призванной популяризировать круглогодичный туризм в Кыргызстане, стал поддержанный Правительством КР пилотный проект по присвоению иностранным гражданам статуса «Цифрового кочевника». Он позволяет пребывать на территории республики без оформления виз, регистрации по месту пребывания и иных разрешительных документов, а также оформить персональный налоговый идентификатор для упрощения взаимодействия с местными властями. Программа идеально подходит для специалистов IT-сектора, которые могут работать удаленно, находясь в любой точке мире, где есть Интернет.

Вышеперечисленные меры важно продолжить и впредь, беря на вооружение новые подходы и технологии, внедряемые по миру.

В среде экспертов туристкой индустрии есть консенсус, что **технологические инновации** сыграют существенную роль в развитии отрасли в постпандемийные годы. Прежде всего, эти технологии и ноу-хау будут обладать всевозрастающим значением в вопросах контроля рисков для здоровья и обеспечения безопасности туристов во время путешествий. Прочно вошедшее в нашу жизнь понятие социальной дистанции подразумевает *бесконтактный режим* общения с клиентами, при бронировании столиков в ресторане и многих других случаях. Эксперты прогнозируют рост спроса на туристские *мероприятия под открытым небом и на природе*. Многие рестораны уже научились адаптировать как свои помещения (устанавливая открытые террасы разделительные панели, улучшая вентиляцию), так и методы работы, например, *оцифровывая меню* или запуская *новые службы доставки*. Инновации играют в данном процессе ключевую роль.

- ✓ Подобного рода технологии/подходы постепенно начинают внедряться и в Кыргызстане. Например, в городе Каракол Иссык-Кульской области есть отель «Matsunoki» с единственной японской кухней в регионе. Во время COVID-19 внутри ресторана были установлены специальные камеры видеонаблюдения. Через эти камеры владелец ресторана дистанционно общался с посетителями заведения – гости в режиме онлайн получали информацию о том, где находится еда, как ее можно огреть и многое другое. Такая инициатива очень приглянулась зарубежным туристам. Ошские отели и гостевые дома тоже могли бы воспользоваться этим опытом, предварительно оснастив свои заведения подобным оборудованием.

Эпоха после COVID-19 открывает **новые туристские возможности для горных районов,** поскольку, как было отмечено в параграфе 2.1, набирает обороты тренд на посещение менее многолюдных и отдаленных мест. В этой связи представляется важным сделать акцент именно на это направление. Благо у Ошского региона имеются для этого все возможности. Другое дело, что горные районы региона сталкиваются с теми же проблемами на пути развития, что и крупные города региона. При этом в инфраструктурном отношении они еще менее развиты, а их кадровый потенциал заметно ниже. Поэтому на начальном этапе для развития горного туризма нужно сосредоточиться на *ускоренном переходе на цифровые технологии,* под которым прежде всего подразумевается перевод всей информации, интересующей туриста, в электронную форму с размещением в социальных медиа (см. параграф 3.4), а также *повышении уровня осведомленности действующих и будущих субъектов туристского бизнеса* о тенденциях рынка и факторах спроса.

Задача операторов в таких дестинациях состоит в том, как преобразовать модели спроса в туристских продукты и как их грамотно представить в маркетинговом отношении. Стратегия разработки продукта будет зависеть от специфики имеющихся ресурсов: если есть большая привлекательность, можно использовать флагманский подход к продукту («вау-продукт»). С другой стороны, если нет возможности выделить «фокусы притяжения» в дестинации, можно выбрать кластерный продуктовый подход, объединяющий набор элементов для создания товарного предложения и убеждения потенциального посетителя выбрать именно эту дестинацию. С этой целью может быть полезным использование фестивалей и других мероприятий, привлекающих посетителей (см. параграфы 3.2).

Важнейшим элементом успешного продвижения горного туризма является *широкая коллаборация*, предполагающая посещение образовательных мероприятий, консультации с другими участниками рынка и взаимодействие со всеми заинтересованными сторонами, включая местные сообщества, экологические и социальные учреждения, органы власти.

### 2.4.6. Точки роста туризма в городе Ош

Безусловным центром Ошского региона, его жемчужиной является город Ош – один из самых древних и по-настоящему восточных городов Кыргызстана. По одной из экспертных оценок, Ош располагает *тремя локациями*, передающими его неповторимый характер, местами, где наиболее выпукло проявляется его особость, и через которые можно раскрыть туристский потенциал города. В теории их можно было бы объединить в *«ошское туристкое кольцо»,* проложив между ними маршруты для туристов. Этими локациями являются территория вокруг центрального рынка, местность вокруг Сулайман-Тоо и так называемая русская часть города. Все они находятся в центральной части г.Ош.

***

История г. Ош неразрывна связана с его базарами, которые всегда были больше, чем просто территория, где идет оживленная торговля. Они объединяли народы и культуры, традиции и обычаи, кухни и привычки. Речь о старейшем **центральном базаре г.Ош**. К сожалению, эта часть культурного наследия города, его сердце, сегодня теряет свою аутентичность, причем по нескольким направлениям сразу.

Удивительно, имеет место даже проблема этимологии. Во всех туристских справочниках и картах центральный базар с упорством продолжают называть «Жайма- базаром», что можно перевести с кыргызского как «разбросанный, раскинутый рынок». Дело в том, что он никогда в истории так не назывался. Это название появилось только в 1990-е гг. для обозначения новых базарных рядов по ул. Кара-Суйская, где стали торговать одеждой первые челноки. Словосочетание «Жайма-базар» сужает пространство рынка, нивелирует

его богатую историю. Необходимо вернуть ему прежнее название, назвав его просто «базар» или «борбордук (центральный) базар».

Центральный базар состоит из нескольких частей. С точки зрения развития туризма большой интерес представляют его старые кварталы, которые можно условно назвать «старым базаром». Для сохранения этой части рынка следует визуально выделить его от всей остальной части базара, очистить и модернизировать кирпичную арку (она была построена в 1980-ые гг.), которую сегодня практически не видно. По свидетельству аксакалов, за аркой веками торговали специями, сухофруктами, орехами, пряными травами и восточными сладостями. В настоящее время там остались редкие торговцы, ютящиеся за неприглядными лавками. Пока сохраняются старые торговые ряды необходимо провести их реконструкцию и ввести особую защиту этой территории. Даже в советское время базар как-то сохранялся в своем историческом виде, трансформировавшись в рынок. Для его функционирования была придумана сложная система государственно-частных отношений, чтобы торговцы, ремесленники и кузнецы продолжали работать. Сегодня же время от времени звучат инициативы о необходимости переноса базара. Проблему создают контейнерные ряды на противоположной стороне реки Ак-Буура, где торговля раньше не велась. Сейчас рынок разросся, местами представляет не очень презентабельное зрелище, бывают случаи антисанитарии.

Другой проблемой являются исторические здания чайхан на берегу Ак-Бууры. В настоящее время они превращены в швейные цеха и парикмахерские. Имеет смысл восстановить хотя бы часть из них для туристских целей. Город Ош постепенно теряют свою славную чайханскую культуру. О ней немало написано в путеводителях, но по факту настоящих чайхан в городе почти не осталось.

Традиционно большой интерес у туристов вызывают кузнечные ряды, расположенные вдоль берега Ак-Бууры. Без поддержки и внимания со стороны государства эти хранители традиций старого базара постепенно исчезают. Тоже самое можно сказать и о других ремесленниках.

***

Благодаря своему особому расположению город Ош на протяжении веков оставался сосредоточием духовной культуры народов, населявших Ферганскую долину. Центром притяжения паломников была гора **Сулайман-Тоо.** У её подножия сохранились памятники истории и архитектуры, построенные в период с раннего средневековья до двадцатого столетия.

Безусловной доминантой местности является сама гора. В настоящее время из-за заборов почти не видно символических Ворот огня и воды, построенных в 2000-ые годы. Террасы древнего Ошского поселения не содержатся в надлежащем состоянии. Одна из визитных карточек города – расположенный в пещерных гротах музей нуждается в комплексной реконструкции и пересмотре своей экспозиции с акцентом на историю Ошского поселения и Сулайман-Тоо. Другая достопримечательность горы – Дом Бабура также нуждается в реконструкции. Помимо него, на вершине горы есть остатки других исторических объектов, которые нигде не упоминаются. Нет должной работы по сохранению уникальных наскальных рисунков у южного склона горы. У большинства объектов нет информационных стендов, повествующих об их культурно-историческом значении.

Среди других объектов, представляющих интерес для туристов, стоит отметить расположенные в непосредственной близости от Сулайман-Тоо мавзолей Асаф ибн Бурхия, мечети Абдулла-хана II и Мухаммада Юсупа Байходжа оглы, остатки средневековой бани и улицу ремесленников.

Мавзолей расположен у юго-восточного склона горы, он построен в XVIII в. в традициях ферганской архитектурной школы. В исторических хрониках упоминается как мазар. Культ мазаров в исламе стал развиваться с X в., особую роль в этом играли суфии. Нередко вокруг мазаров строились мечети, медресе и караван-сараи. Объект нуждается в комплексной реконструкции.

Остатки средневековой бани (X-XII веков) у северного подножия Сулайман-Тоо были обнаружены в 1984 г. во время строительных работ. Баня находилась рядом с мечетями и медресе, которыми было густо застроено подножие горы. Недалеко от бани протекали два канала – Жупас-Арык и Жаннат-Арык, первый из которых сохранился до наших дней.

Мечеть-рабат Абдулла-хана II является историко-архитектурным памятником XVI в., времен царствования династии Шейбанидов. Она расположена у северного подножия горы и предположительно построена в 1580 г. в расцвет могущества Абдулла-хана II, правителя огромной империи, простиравшейся от Бухары до Оша и от Хорезма до Хорасана. Мечети с приставкой рабат играли роль своеобразных крепостей на границах государства Шейбанидов. Сегодня мечеть-рабат Абдулла-хана II теряет свою уникальную архитектуру из-за современных новоделов. Объект нуждается в защите, изучении и популяризации.

Рядом с этой мечетью начинается старый квартал “шейхов”, который сейчас называется улицей ремесленников. Проблема в том, что ремесленников там в настоящее время практически не осталось – только две семьи, проживающие в квартале, имеют отношение к ремесленничеству. Планы по реконструкции и приданию жизни старому кварталу поднимаются с 1980-г гг., но каких-то существенных подвижек в реконструкции улицы не наблюдается. Восстановление мастерских не под силу большинству ремесленников и требует поддержки со стороны государства или донорского сообщества.

Мечеть Мухаммада Юсупа Байходжа оглы является памятником архитектуры XX в. Она расположена на конце ул. ремесленников, на месте пересечения с ул. Навои. Мечеть представляет собой образец “гузарного” (квартального) культового сооружения, характерного для регионов Ферганской долины. Нуждается в охране со стороны государства.

***

Остается нераскрытым и не используется потенциал так называемой **«русской части» города** Ош. Это квадрат от Ошского кыргызского драмтеатра им. С.Ибраимова в сторону Русской православной церкви Михаила Архангела и от Ак-Бууры до Ошской крепости.

Если исторически Ош формировался как восточный город с хитросплетением улиц, шумных базаров, комплексов мечетей и медресе, то с 1876 г., когда южный регион Кыргызстана вошел в состав Российской империи, к югу от «старого города» (района старого базара) начал строиться «новый город» в русском/европейском архитектурном стиле.

В 1880-е гг. в этой части города был разбит городской парк, построены церковь, почта, казначейство, солдатские казармы и лазарет с аптекой. На протяжении десятилетий парк был центром культурной жизни Ошского уезда. В свою очередь, Ошская крепость была построена в 1919 г. на месте бывших воинских казарм в самом центре «нового города» на пересечении ул. Курманжан Датки и Ломоносова. Крепость была обнесена глинобитными стенами высотой до 3.5 метров и толщиной 1.5 метра. С ней связана история становления советской власти в ошском крае.

В этой части города сохранилось множество старинных домов и построек возрастом до150 лет. Постепенно они разрушаются, на их месте строятся многоэтажные дома, а город теряет заметную часть своего исторического облика.

### 2.4.7. Зимний туризм как фактор обеспечения всесезонности туризма

Б*о*льшую часть территории Ошского региона составляют высокогорные массивы. Многочисленные горные отроги, высокогорные альпийские луга и озера предоставляют прекрасные возможности для развития здесь приключенческого туризма.

В последние десятилетия летние виды (альпинизм, разновидности трекинга и кэмпинга) этого направления туризма получили в Ошском регионе активное развитие. Этого, к сожалению, пока нельзя сказать о зимнем туризме, продвижение которого здесь, в отличие от северных областей Кыргызстана, находится во многом в зачаточном положении и воспринимается скорее как экзотика. По сути, единственной дестинацией Ошского региона, предоставляющей туристские услуги в зимнее время, является высокогорный перевал Чыйырчык (2400 м) в 40 км к югу от г.Ош. С декабря по февраль здесь функционирует небольшая горнолыжная база, ориентированная преимущественно на семейных отдых.

Вместе с тем, территория региона буквально облеплена высокогорными хребтами, идеально подходящими для занятий горнолыжным спортом. Северо-восточная окраина Ошского региона (области) расположена в ответвлениях Тянь-Шаня (Ферганский хребет), а южная и западная – входят с систему Памиро-Алая (Алайский, Чон-Алайский и Туркестанский хребты).

В настоящее время «услугами» этих природных исполинов пользуются лишь редкие любители (обычно хелиски и скимо туров), готовые к экстремальным условиям проживания или имеющие возможность оперативно транспортироваться на большие расстояния. Эти дестинации не рассчитаны на стабильный прием туристов – вблизи от горнолыжных маршрутов практически нет гостевых домиков для ночевки и отдыха.

По оценке специалистов, исследовавших местные горы на предмет развития зимнего туризма, *в Ошском регионе есть несколько локаций, пригодных для развития зимних видов туризма.*

- Прежде всего это планируемый к возведению *горнолыжный комплекс «Памиро – Алай»* (для более подробной информации см. Приложение 3б). База будет располагаться на северном склоне горы Кара-Добо (на перевале Талдык) на высоте 3450 м над уровнем моря. Территориально она будет находиться в 172 км от г.Ош, не доезжая 10 км до поселка, на отдалении в 300 м от трассы Ош-Иркештам (части Памирского тракта М41).

  Территория под горнолыжную базу (до 1000 га) располагает склонами высотой до 4000 м (для старта) и длинной трасс до 2,0-3,0 км при уклонах от 15 до 50 градусов и перепадах высот до 700 м. Эти параметры должны подойти туристам с разной степенью подготовки. По оценке экспертов, здесь имеется возможность проложить трассы с общей протяженностью в 25-35 км, что сделает ее крупнейшей в Центральной Азии.

  Натуральный снежный покров в этой местности держится с середины октября по май. Особенности склонов не предполагают затрат на профилирование рельефа. Помимо строительства канатных дорожек, горнолыжная база должна включать круглогодичный гостиничный комплекс, состоящий из двух купольных сооружений (первая из них уже действует как отель).

  Горнолыжный комплекс имеет хорошие перспективы для *эксплуатации в круглогодичном режиме*, включая весенне-осенний сезон: сюда можно организовывать

одно-двухдневные экскурсии из г.Ош – на обзорную площадку, для занятий конным туризмом, трекингом, параглайдингом, для катания на горных велосипедах.

Наряду с упомянутой горнолыжной базой, рассчитанной на массовый сегмент, Ошский регион также располагает *рядом дестинаций для развития ски-туров* (лыжный поход, включающий подъем, как правило на лошадях или яках, и спуск (фрирайд, бэк-кантри)) *и зимних трекингов.*

Как отмечают специалисты турсектора, с учетом растущей экологической осведомленности населения и хрупкости экосистем высокогорных территорий эти виды зимнего туризма являются приоритетными для продвижения в регионе. Для организации ски-туров не требуется больших затрат на покупку специализированной техники и строительство капитальных сооружений, достаточно небольших инвестиций на приобретение горнолыжного обмундирования и организации небольших гостевых домов для питания и отдыха туристов.

В теории все горные склоны региона, находящиеся на высоте выше 3000 м, сохраняют снежный покров до 7-8 месяцев. По итогам экспертных изысканий, проведенных в 2019 г., для развития ски-туров были рекомендованы следующие основные локации:

- Отдельные *склоны на территории НПП «Кыргыз-Ата».* Национальный парк расположен в 40 км от г.Ош в Ноокатском районе Ошской области и раскинут на северных склонах Алайского хребта, на высотах 2000-2400 м. Отправной точкой для организации туров может служить с.Кара-Койю

- *Северные склоны Чон-Алайского хребта* (в частности, местечко Калта-Тора и с.Ачык-Суу). Склоны для ски-тура располагают высотами до 3800 м. Оптимальным временем для занятий фрирайдом является период с ноября по март. До упомянутых склонов можно добраться за 1-1,5 часа на машине из с.Сары-Могол, который располагает гостевыми домиками, специализирующиеся на приеме иностранных туристов (входят в систему туризма, основанного на сообществах (СВТ) Кыргызстана.

### 2.4.8. Развитие геопарков

Одним из глобальных трендов в туризме, под которым все чаще понимается развитие его устойчивых форм, является продвижение концепции геологического туризма. Движение по созданию геопарков – особых территорий, демонстрирующих геологическую историю Земли – зародилось в 1990-е гг. На качественно новый этап эта работа вышла в 2015 г., когда началось формирование системы Глобальных геопарков ЮНЕСКО.

Особой притягательности статусу Глобальных геопарков ЮНЕСКО придает то обстоятельство, что, помимо охраны геологического наследия, геопарки продвигают устойчивое развитие территорий через развитие ответственного туризма и поддержку местных общин. В свою очередь это способствует раскрытию экономического потенциала территорий и созданию вокруг них инновационных предприятий и новых рабочих мест. Анализ развития подобных парков в Европе и Юго-Восточной Азии показывает, что при правильно расставленных акцентах и проработанных бизнес-моделях геопарки являются новыми точками роста экономики и благосостояния людей, сохраняя и преумножая при этом природное и культурное наследие этих территорий.

В последние годы идея подключения Кыргызстана, страны с богатым геологическим разнообразием, к глобальному движению геопарков получила активную поддержку как среди общественников, так и у государственных структур. Зачинателем этого процесса на юге Кыргызстана стала Баткенская область республики, где по результатам ряда

экспедиций и уникальных геологических находок, был создан геопарк «Мадыген». В настоящее время областными властями и туристским сообществом южного региона Кыргызстана ведется работа по получению им статуса Глобального геологического парка ЮНЕСКО.

По оценке геологов и международных консультантов, сотрудничающих с ЮНЕСКО, Ошский регион (область) также обладает значительными ресурсами георазнообразия для того, чтобы сформировать как минимум один геологический парк.

По инициативе туристских объединений региона (ОО «Дестинация Ош», Ассоциация туроператоров Шелкового пути») и при поддержке национального Департамента туризма в 2022 г. начата масштабная работа по созданию в Ошской области геопарка, способного в перспективе получить общемировой статус. Процесс обретения заветного статуса является многоэтапным мероприятием, предполагающим мобилизацию и широкое сотрудничество общественников, бизнеса, местного населения и административных органов. Претенденты на статус Глобального геопарка ЮНЕСКО должны соответствовать четырем критериям, а именно: а) иметь геологическое наследие международного значения; б) обеспечить активное участие местных сообществ в управлении парком; в) разработать долгосрочный комплексный план устойчивого развития территории парка; г) наладить международное сотрудничество для обмена опытом и лучшими практиками.

Первые шаги в этом направлении уже сделаны.

- В октябре 2022 г. в г.Ош проведен Международный форум «3 GEO» - геонаследие, геотуризм и геосотрудничество для создания геопарков ЮНЕСКО», в работе которого приняли участие ученые и представители турбизнеса из стран ЦА, Европы, России и Китая, а также международные консультанты, занимающиеся проблемами развития геопарков;
- В декабре 2022 г. Полномочным Представительством Президента КР в Ошской области принято постановление о создании «Ошского геопарка» (название парка пока не определено). Согласно нему, в течение 2023 г. необходимо произвести инвентаризацию геологических объектов региона, подготовить стратегию и«дорожную карту» развития геопарка, а также создать ее дирекцию. Кроме того, планируется провести большое количество научно-практических и маркетинговых мероприятий, направленных на продвижение концепции ошского геопарка на всех уровнях;
- В марте 2023 г. ошские туроператоры посетили международную туристскую выставку ITB Berlin, где презентовали концепцию ошского геопарка, а также достигли договоренности о сотрудничестве с германо-польским геопарком ЮНЕСКО Muskauer Faltenbogen и геопарком Reis.

По итогам первичных экспертных оценок, под ошский геопарк предлагается определить территорию на стыке Ноокатского, Кара-Суйского, Алайского и Чон-Алайского районов Ошской области. Географически эта территория относится к месту сочленения Южно-Тянь-Шаньской и Памиро-Алайских горных систем. В ходе международной археологической экспедиции в 2018 г. здесь было найдено несколько тысяч каменных орудий и украшений. При этом самый древний культурный слой, содержавший артефакты, имеет возраст около 23 тыс. лет. Возраст же самих горных отложений относится к палеозойской геологической эре.

### 2.4.9. Создание туристских сервисных центров

Туристский сервисный центр – это сервисная служба, которая предоставляет информацию о местных туристских продуктах, достопримечательностях, исторических ценностях региона, мероприятиях, экскурсионных маршрутах, транспорте, шопинге, развлечениях и другом. Центры могут также продавать билеты на местный общественный транспорт, продавать или бесплатно раздавать туристские материалы – карты, буклеты, краеведческую и историческую литературу и т.п., а также торговать сувенирами, продукцией местных ремесленников, мастеров и художников. Кроме того, они содействуют органам государственной власти в формировании и использования информационных ресурсов о туризме.

В Кыргызстане продвижением концепции туристских сервисных центров в 2000 гг. занимался проект TACIS “Региональное развитие Иссык-Куля”. В рамках проекта на территории Иссык-Кульской области были открыты 3 центра: один в здании Иссык-Кульского государственного университета, один в Тонском районе, и третий на экологическом посту при въезде в г. Балыкчы.

Однако после завершения упомянутого проекта Центр в г. Балыкчы был закрыт. Со временем закрылся и центр в Тонском районе. В настоящее время функционирует только центр в Университете г. Каракол. Причиной их закрытия стало недостаточно эффективное управление. Как представляется консультантам, для продолжения работы туристских сервисных центров их нужно было своевременно передать профессиональным организациям, осуществляющим туристскую деятельность.

В настоящее время в г. Ош функционирует только один туристский центр, управляемый ОО «Дестинация Ош». В управлении у организации был еще один центр, стилизованный в форме традиционной кыргызской юрты, который находился рядом с историческим музеем «Сулайман-Тоо». Однако в отсутствии отопления он мог функционировать только в весенне-летний период. Со временем, из-за трудностей с обслуживанием этот центр был закрыт.

В свою очередь Фонд поддержки развития туризма КР заявлял, что планирует построить 68 точек т.н. рест пойнтов (rest points), эдаких прототипов упомянутых центров. Во всех рест пойнтах будут предусмотрены душевые и туалет, в том числе специально оборудованный для ЛОВЗ, намазкана, небольшая кофейня, киоск и точки для подключения зарядки электроавтомобилей. Работать рест пойнты могут круглогодично. Для отопления и горячего водоснабжения в них поставят солнечные коллекторы, а в местах, где нет систем канализации, построят автономные очистные сооружения.

По информации Фонд поддержки развития туризма КР, организация прорабатывает возможность строительства в Ошском регионе 11 рест пойнтов на следующих локациях:

| № | Административно-территориальная единица Ошского региона | Локации рест поинтов |
|---|---|---|
| 1. | Город Ош | территория у международного аэропорта |
| 2. | | на парковке возле музея «Сулайман-Тоо» |
| 3. | | возле мэрии г.Ош |
| 4. | | в парке им. Алишера Навои |
| 5. | Кара-Суйский район | контрольно-пропускной пункт (КПП) «Достук» на границе с Узбекистаном, поблизости от г.Ош |
| 6. | Узгенский район | возле Узгенского комплекса (г.Узген) |

| | | |
|---|---|---|
| 7. | Алайский район | в центре с.Гульча |
| 8. | | Уч-Добонский айылный аймак, на территории Лесного фонда КР |
| 9. | | КПП «Иркештам» (с.Эркеч-Там) (граница с КНР) |
| 10. | | КПП «Бор-Добо» (пер. Кызыл-Арт, граница с РТ с юга) |
| 11. | Ноокатский район | Бел-Орукский айылный аймак, по дороге в Баткенскую область |

После завершения строительства их планируют передать в оперативное управление компании Global Operating. Эта компания уже обслуживала заправочные станции «Газпром», оснастив их кофейнями и магазинами, где можно купить товары первой необходимости. Многие автолюбители предпочитают заправляться на этих АЗС именно благодаря этим кофейням.

В рамках проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» рассматривается возможность первоочередной постройки в Ошском регионе 3 туристских сервисных центров. Речь идет о следующих участках: 1) поворот на трассе Ош-Баткен в сторону НПП «Кыргыз-Ата» (Зулпуевский айылный аймак, Ноокатский район), 2 на перевале Чыйырчык (Кара-Суйский район), 3) на трассе Ош-Эркештам у с.Сары-Таш (Алайский район).

В центрах, предлагаемых к строительству в рамках проекта АРИС, можно было бы применить опыт работы подобных центров в Японии, а именно: сдавать в аренду традиционные национальные одежды, продавать билеты на авиа, железнодорожный и автомобильный транспорт, принимать на хранение багаж, предоставлять услуги местных переводчиков и гидов.

Управляемый ОО “Дестинация Ош” туристский центр (он находится в здании Мэрии г. Ош) для поддержания финансовой устойчивости пользуется схожими практиками, а именно организует туры по Ошскому региону, сдает в аренду туристам велосипеды и горное снаряжение в виде палаток, специальной одежды и альпинистских снаряжений.

# ГЛАВА 3. КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО РАЗВИТИЮ ТУРСЕКТОРА

## 3.1. Программа приоритетных инвестиций

Как было отмечено, для предметного изучения особенностей туристских локаций Ошского региона было решено сфокусироваться на 14 пилотных дестинациях. Анализ этих дестинаций, помимо структурных вызовов, связанных с кадрами, нормотворчеством, институтами, маркетингом и др. выявил также общие для многих из них инфраструктурные и около инфраструктурные проблемы, а именно:

- Отсутствие концепции и целостного развития территорий дестинаций и соответственно, низкая привлекательность среди иностранных туристов;
- На многих локациях имеет место хаотичная торговля, которая портит их общий вид и препятствует рациональному и эффективному использованию территорий;
- Отсутствие канализации, качественных туалетов и рукомойников;
- Отсутствие четкой и понятной навигации для автомобилистов и пешеходов;
- Много визуального мусора, отсутствие мусорных баков и урн, а также отсутствие систематического сбора и вывоза твердых бытовых отходов;
- Хаотичная застройка, нет единого архитектурного стиля, что зачастую портит природно-архитектурный ансамбль объекта.

По мнению команды консультантов, для рационализации использования этих дестинаций, придания им туристской привлекательности и коммерчески устойчивой базы для дальнейшего функционирования, требуется ряд инфраструктурных улучшений. В этой связи по согласованию с Координационной рабочей группы, созданной в рамках проекта (состав группы представлен в Приложении 1г), а также по итогам фокус-групповых дискуссий с туроператорами Ошского региона было отобрано 12 объектов для включения в Программу приоритетных инвестиции СПУРТ (см. Информацию об инвестиционных проектах, Приложение 3б).

В то же время институциональное совершенствование туристского сектора Ошского региона нуждается в реализации как минимум 3 инвестиционных проектов (т.н. «мягких» инвестиций), направленных на актуализацию законодательства КР в соответствии с современными глобальными стандартами и национальными потребностями туристской отрасли, а также проведение обширных образовательных мероприятий среди основных акторов (менеджмент и сотрудники турбизнеса, региональные чиновники) туристской индустрии Ошского региона.

Исходя из анализа проблем на этих локациях, были определены первоначальные виды и объемы работ и мер для улучшения функционирования этих объектов. Предварительно вычитанный объем инвестиционных потребностей для реализации этих работ и мер (проектов) оценивается в 277,3 млн сомов, в т.ч. 224 млн сомов (53,5 млн – собственные средства) для реализации проектов «твердых» инвестиций и 53,3 млн сомов – для проектов «мягких» инвестиций. Кроме того, в предварительном ключе были определены предполагаемые источники финансирования этих проектов (см. параграф 3.1.3)

### 3.1.1. «Банк инвестиционных проектов»

| | Название проекта | Краткое описание | Сроки реализации | Инициатор/ разработчик проекта | Место нахождения, географический охват | Соответствие СПУРТ и региональным стратегиям и программам |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **I** | **Проекты «твердых» инвестиций** | | | | | |
| 1. | **Строительство горнолыжного комплекса «Памиро-Алай»** | Территория под горнолыжную базу (до 1000 га) располагается на северном склоне горы Кара-Добо на высоте 3450 м над уровнем моря в 172 км от г.Ош, на перевале Талдык). Территория располагает склонами высотой от 3400 до 4000 м и длинной трасс до 2,5-3 км.<br>В рамках реализации проекта планируется:<br>• Завершение возведения круглогодичного гостиничного комплекса (3 звезды);<br>• Строительство 2-х бугельных подъемников (первая очередь);<br>• Организация сноу-тюбинговой трассы (катание на ватрушках);<br>• Приобретение спецтехники (ратрак, снегоходы);<br>• Приобретение автоматической метеостанции и оборудование метеоплощадки;<br>• Организация лавинной безопасности;<br>• Организация кафе быстрого питания для прибывших для «отдыха выходного дня». | Краткосрочный проект сроком до 3-х лет.<br><br>Проект будет реализован в течение 24 месяцев (лето-осень 2025 г.). | Акматов Абдирасул Жамшитович | Алайский район | Данный проект относится к Кластерам №3 и №4 «ЭТНОТУРИЗМ НА АЛАЕ». И «ГОРЫ ПАМИРО-АЛАЯ».<br>Его реализация будет содействовать развитию горно-туристской инфраструктуры Алайского и Чон-Алайского районов Ошской области.<br>Будут созданы около сотни новых рабочих мест для молодежи, женщин, сельских работников, творческой интеллигенции региона, вырастет общий уровень благосостояния местных жителей.<br>Проект коррелирует с целями Стратегии социально-экономического развития Ошской области на 2021-2026 гг. |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | • Приобретение лыжных и тюбинговых комплотов для предоставления услуг проката. | | | | |
| 2. | **Возрождение старинной технологии переработки риса на рисорушке (акжуваз)** | Данный объект расположен в южной окрестности г.Узген.<br>Рисорушка самодельная, из металло-деревяной конструкции, работает на основе водяной мельницы. Вся система шелушения риса является старинной технологией переработки рисовой продукции.<br>Рядом с ней расположены рисовые поля, где выращивают традиционный узгенский сорт рис «девзира». Кроме того, сам город богат на чайханы и ашханы, где подается т.н. узгенский плов из упомянутого сорта риса.<br>Проект будет направлен на реновацию объекта и комплексное благоустройство близлежащей территории. | Краткосрочный проект сроком до 3-х лет | Кимсанов Азизбек Усманжанович | Узгенский район, Дон-Булакский айылный аймак, с. Рыбхоз | Данный проект относится к Кластеру №1 «ГОРОДА ШЕЛКОВОГО ПУТИ» в соответствии со СПУРТ.<br>Проект также соответствует Программе развития зеленой экономики в КР на 2019-2023 гг., где предусмотрены:<br>-повышение обеспеченности населения экологически чистым продовольствием через устойчивое управление ресурсами и развитие ресурсосберегающего, органического и климатоустойчивого сельского хозяйства;<br>-создание базовых инструментов по стимулированию перехода к устойчивому туризму для повышения уровня жизни местного населения. |
| 3. | **Реконструкция местности вокруг водопада «Абшыр-Ата»** | Водопад Абшыр-Ата расположен в одноименной долине в 75 км от г.Ош. Водопад считается уникальным гидрогеологическим объектом, известным своим 15-метровым водопадом, который вытекает бурным потоком из небольшой карстовой пещеры, расположенной прямо в скале.<br>Проект будет направлен на комплексное благоустройство и | Проект будет реализован в течение 6 месяцев. | Имаралиев Адилбек Токтосунович | Ноокатский райой, Кулатовский айылный аймак, с. Абшир-Сай | Данный проект относится к Кластеру № 4 «САКРАЛЬНЫЕ МЕСТА ОШСКОЙ ОБЛАСТИ». Его реализация будет содействовать развитию инфраструктуры Ноокатского района, поспособствует повышению уровня жизни населения через привлечение в индустрию оказания туристских |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | улучшение инфраструктуры дестинации. | | | | услуг большего количества местных жителей. |
| 4. | **Реконструкция исторической местности «Дулдул-Ат»** | Село Араван, которое находится в 21 км от г.Ош, известно своими древними наскальными рисунками, запечатлевшими знаменитых «небесных коней» эпохи Даваньского царства. В настоящее время данная местность имеет репутацию сакрального комплекса, включающего, помимо, наскальных рисунков, мечеть, могилы, ручей, камень жертвоприношения и др.<br>Проект будет направлен на комплексное благоустройство и улучшение инфраструктуры дестинации. | Среднесрочный проект сроком от 3 до 5 лет | Маткаримов Нурбек Толонбекович, Обдунов Омурзак Абдиламитович | Араванский райой, Алля Анаровский айильный аймак, с. Араван | Данный проект относится к Кластеру № 4 «САКРАЛЬНЫЕ МЕСТА ОШСКОЙ ОБЛАСТИ». Его реализация будет содействовать развитию туристской инфраструктуры Араванского района, поспособствует повышению уровня жизни населения через привлечение в индустрию оказания туристских услуг большего числа местных жителей. |
| 5. | **Возрождение улицы ремесленников в городе Ош** | Город Ош известен своими старинными улочками (махаллями) вокруг горы Сулайман-Тоо, объекта Всемирного наследия ЮНЕСКО. Среди них – т.н. Улица ремесленников.<br>Проект будет направлен на комплексное благоустройство и улучшение инфраструктуры дестинации, а именно придание архитектуре домов исторического «туркестанского» облика, положить брусчатку открыть ремесленные мастерские, восстановить старые водоприемные устройства – чарпалаки | Долгосрочный проект сроком свыше 5 лет | Батиров Равшанбек Батирович | г. Ош, ул. Кол онорчулор | Данный проект относится к Кластеру №1 «ГОРОДА ШЕЛКОВОГО ПУТИ».<br>Его реализация коррелирует с целями, поставленными в Социально-экономической программе развития города Ош на 2022-2025 гг. «Келечекке татыктуу шаар». |
| 6. | **Организация деятельности центра** | Данный проект предполагает строительство универсального центра отдыха для взрослых и детей. | 1 год на запуск проекта и | Мамажунусова Гулмира Арановна | Ошская область, Ноокатский | Реализация данного проекта позволит развитию инфраструктуру Исановского |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | **отдыха «Кожоке» в Ноокатском районе** | Проектом предусматривается создание инфраструктуры центра отдыха, с набором квалифицированного персонала и общей вместимостью до 40 человек.<br>Инфраструктура центра отдыха будет включать в себя столовую, бассейн, тренажерный зал, танцплощадку, игровую площадку для детского отдыха. | далее рассчитан на долгосрочную перспективу | | район, АО Исанов, с.Кожоке, | айылного аймака. Проект коррелирует со Стратегией социально-экономического развития Ошской области на 2021-2026 гг. и относится к Кластерам №4 СПУРТ. |
| 7. | **Организация зоны отдыха «Кут-Ордо» в горной местности Сары-Ой** | Проект представляет собой организацию туристского пакета в указанной местности. Для этого требуется комплексное благоустройство территории дестинации, включая мощение троп, установку 3 юрт и организацию базовых условий для кумысолечения и производства местной кисломолочной продукции (кумыс, курут, творог, сметана и др.). | Среднесрочный проект сроком от 3 до 5 лет | Сайиткулова Канышай Жалалидиновна | Алайский район, Гульчинский айылный аймак, местность Сары-Ой | Данный проект относится к Кластеру №3«ЭТНОТУРИЗМ НА АЛАЕ».<br>Его реализация будет содействовать развитию горно-туристской инфраструктуры Алайского района, в частности, джайлоо-туризма с предложение услуг кумысолечения, конного туризма, национальных гастрономических туров. Проект коррелирует с целями Стратегии социально-экономического развития Ошской области на 2021-2026 гг. |
| 8. | **Развитие эко- и этнотуризма в высокогорной зоне Сары-Могол** | Сары-Могол – высокогорное село в Алайской долине. Живописное горное озеро Тулпар-Кель расположено в 25 км, а базовый лагерь пика Ленина – в 27 км от него. В селе действует этнографический музей, сохранены старые жилищные дома с глинными покрытиями (без крыши). Село имеет большой потенциал для развития этнографического туризма.<br>Проект будет направлен на | Долгосрочный проект сроком свыше 5 лет | Ташбеков Абдилла Умарович | Алайский район, село Сары-Могол, улица Мугалимдер, 37 | Данный проект относится к Кластеру №2 «ГОРЫ ПАМИРО-АЛАЯ».<br>Его реализация будет содействовать комплексному развитию высокогорного селения и продвижению туризма, основанного на сообществах. Проект коррелирует с целями Стратегии социально-экономического |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | расширение туристской инфраструктуры Сары-Могола с усилением его этнокомпоненты. | | | | развития Ошской области на 2021-2026 гг. |
| 9. | **Развитие исторического и экологического туризма в Алайской высокогорной долине** | Село Дороот-Коргон находится в высокогорной Алайской долине и известно исторической крепостью “Кул-Датка” времен Кокандского ханства.<br>Проект будет направлен на расширение туристской инфраструктуры Дароот-Коргона с усилением его историческо-культурной компоненты. | Долгосрочный проект сроком свыше 5 лет | Нышанова Кайырма Кыдыршаевна | Чон-Алайский район, Чон-Алайский айылный аймак, с.Дороот-Коргон | Данный проект относится к Кластерам №2 «ГОРЫ ПАМИРО-АЛАЯ». Реализация проекта даст импульс комплексному развитию всего Чон-Алайского района.<br>Проект коррелирует со Стратегией социально-экономического развития Ошской области на 2021-2026 гг. |
| 10. | **Развитие геотуризма в месности “Кожокелен” в Кара-Сууйском районе** | Туристская месность Кожокелен расположена в горной зоне – в южной части Кара-Сууйского района. Через перевал Джиптик из Кожокелена можно попасть в Алайскую долину.<br>Проект представляет собой организацию туристского пакета с акцентов на эко и геотуризм в указанной местности. Для этого требуется строительство юрточного городка, предоставляющего широкий ассортимент туристских услуг, от организации конных туров до кумысолечения. | Среднесрочный проект сроком от 3 до 5 лет | Айдаров Маматжакып Койбагарович | Кара-Сууйский район, Папанский айылный аймак, участок Кожокелен | Данный проект относится к Кластерам №2 «ГОРЫ ПАМИРО-АЛАЯ».<br>Проект позволит решению ряда социально-экономических проблем в горных зонах Кара-Сууйского района, поспособствует улучшению местной инфраструктуры и повышению уровня жизни местного населения. |
| 11. | **Развитие музейного дела и сохранение историко-культурного наследия г.Ош**<br>**(Благоустройство территории «Сулайман-Тоо»)** | Гора Сулайман-Тоо с 1975 г. является геологическим заказником. Гора образована из известняка, поэтому отличается множеством пещер и гротов. Имеются наскальные рисунки, имеющие историко-археологическое значение. Объекты горы представляют интерес с точки зрения паломничества | Долгосрочный проект сроком свыше 5 лет | Ибайдуллаев Хайрулло | г.Ош, ул.Гапара Айтиева, 26 | Данный проект относится к Кластеру №1.<br>Его реализация коррелирует с целями, поставленными в Социально-экономической программе развития города Ош на 2022-2025 гг. «Келечекке татыктуу шаар» и Стратегии |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | и рекреации.<br>Проект будет направлен на комплексное благоустройство и улучшение инфраструктуры дестинации. | | | | социально-экономического развития Ошской области на 2021-2026 гг. |
| 12. | **Развитие музейного дела и сохранение историко-культурного наследия г.Узген**<br>**(Благоустройство территории Узгенского комплекса)** | Узгенские мавзолеи эпохи Караханидов – архитектурный памятник тюркской династии Караханидов, время постройки которых относится к 11-12 вв. Комплекс включает в себя три усыпальницы и минарет.<br>Проект будет направлен на комплексное благоустройство и улучшение инфраструктуры дестинации. | Долгосрочный проект сроком свыше 5 лет | Абдыракманов Султанбек Арстанбекович | г. Узген, ул. Ленина, 126 | Данный проект относится к Кластеру №1. Его реализация позволит сохранить историко-культурное наследие г.Узген и создать более комфортные условия для привлечения туристов. |
| **II** | **Проекты «мягких» инвестиций** | | | | | |
| 1. | **Обзор и совершенствование законодательства сферы развития туризма Кыргызстана**<br>**(Законодательный проект СПУРТ)** | Проект будет направлен на детальный обзор и анализ законодательства в области развития туризма, а также разработку и внесение требуемых изменений и дополнений в НПА (требуются внести изменения в следующие НПА: *кодексы “Налоговый кодекс”, “Земельный кодекс”, законы “О туризме”, “О пастбищах”, «О возобновляемых источниках энергии», «О Парке креативных индустрий», подзаконные акты, НПА органов МСУ и др.)* | Проект сроком 1 год | Данный проект можно реализовать через привлечение консалтинговой компании или группы экспертов, в рамках проектов программы государственных инвестиций (ПГИ) или других международных организаций | г.Бишкек | В Общем плане мероприятий на 2023-2028 гг. по реализации СПУРТ (см. Параграф 3.5.) определен ряд проблем, связанных с законодательством. |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 2. | **Развитие профессионально-кадрового потенциала туристского сектора Ошского региона/Республики (Образовательный проект СПУРТ)** | Проект будет направлен на разработку и реализацию различных образовательных программ, направленных на повышение квалификации и получение базовых знаний у сотрудников туристских дестинаций, государственных служащих Ошского региона по таким темам «Туризм как локомотив экономики», «Основы зеленой экономики и устойчивое развитие в туризме», «Корпоративная этика и культура обслуживания», «Устойчивая и инклюзивная среда», «Цифровой менеджмент и SMM услуги» и т.д. | Проект сроком 4 года | Данный проект можно реализовать через привлечение консалтинговой компании или группы экспертов, в рамках проектов ПГИ или других международных организаций | г.Бишкек/ г.Ош | Практически в каждом блоке Общего плана мероприятий на 2023-2028 гг. по реализации СПУРТ предлагаются мероприятия, связанные с проведением соответствующих образовательных мероприятий. |
| 3. | **Развитие потенциала музеев Ошского региона (Музейный проект СПУРТ)** | Проект будет направлен на модернизацию методов работы музеев Ошского региона с посетителями и будет состоять из трех компонентов:<br>○ Компонент «Развитие человеческого капитала» (повышение квалификации сотрудников).<br>○ Компонент «Расширение социального капитала» (нетворкинг);<br>○ Компонент «Развитие интерактивного подхода». (Включение интерактивных методов работы). | Проект сроком 4 года | Данный проект можно реализовать через привлечение консалтинговой компании или группы экспертов, в рамках проектов ПГИ или других международных организаций | г.Ош | В блоках КАДРЫ и ФИНАНСЫ Общего плана мероприятий на 2023-2028 гг. по реализации СПУРТ определены основные проблемы музеев Ошского региона. |

### 3.1.2. Ранжирование «твердых» инвестпроектов

Приоритетные инвестиционные проекты были ранжированы в соответствии с Методологией их приоритизации (см. приложение 3а).

| Название проекта | Эффективность (рентабельность) проекта | | Вклад в экономическое развитие региона | | Соответствие целям и задачам СПУРТ | | Результативность и дальнейшая устойчивость | | Итоговая оценка | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 40% | | 30% | | 15% | | 15% | | Общий балл | Место |
| | Рейтинг (%) | Балл | Рейтинг (%) | Балл | Рейтинг (%) | Балл | Рейтинг (%) | Балл | | |
| Строительство горнолыжного комплекса «Памиро-Алай» | 95 | 38 | 95 | 29 | 95 | 14 | 95 | 14,25 | 95,25 | **1** |
| Реконструкция местности вокруг водопада «Абшыр-Ата» | 80 | 32 | 90 | 27 | 90 | 13,5 | 85 | 12,75 | 85,3 | **7** |
| Возрождение старинной технологии переработки риса на рисорушке (акжуваз) - Рисовая мельница | 90 | 36 | 90 | 27 | 95 | 14,25 | 90 | 13,5 | 90,8 | **3** |
| Возрождение улицы ремесленников в Оше | 80 | 32 | 95 | 29 | 95 | 14 | 95 | 14,25 | 89,0 | **5** |
| Организация деятельности центра отдыха «Кожоке» в Ноокатском районе | 85 | 34 | 80 | 24 | 75 | 11,25 | 80 | 12 | 81,3 | **11** |
| Реконструкция исторической местности “Дулдул-Ат» | 80 | 32 | 85 | 25,5 | 90 | 13,5 | 85 | 12,75 | 83,8 | **8** |
| Организация зоны отдыха «Кут-Ордо» в горной местности Сары-Ой | 85 | 34 | 80 | 24 | 85 | 12,8 | 75 | 11,3 | 82,0 | **10** |
| Развитие эко- и этнотуризма в высокогорной зоне Сары-Могол | 90 | 36 | 85 | 25,5 | 90 | 13,5 | 80 | 12 | 87,0 | **6** |
| Развитие исторического и экологического туризма в Алайской высокогорной долине | 80 | 32 | 85 | 25,5 | 90 | 13,5 | 85 | 12,75 | 83,8 | **8** |
| Развитие геотуризма в месности “Кожокелен” в Кара-Сууйском районе | 80 | 32 | 80 | 24 | 90 | 13,5 | 85 | 12,75 | 82,3 | **9** |
| Благоустройство территории «Сулайман-Тоо» в г.Ош | 90 | 36 | 95 | 29 | 90 | 13,5 | 95 | 14,25 | 92,75 | **2** |
| Благоустройство территории Узгенского комплекса | 85 | 34 | 95 | 29 | 90 | 13,5 | 95 | 14,25 | 90,75 | **4** |

### 3.1.3. Предварительные бюджеты проектов

| № | Название проекта | Общая сумма инвестиций, KGS (или USD) | Собственный вклад заявителя | Запрашиваемая сумма финансирования | Эффективность (рентабельность) проекта | Источник финансирования[22] |
|---|---|---|---|---|---|---|
| **I** | **Проекты «твердых» инвестиций** | | | | | |
| 1. | Строительство горнолыжного комплекса «Памиро-Алай» | 68 млн сомов | 50 млн сомов | 18 млн сомов | 30% | Кыргызско-российский фонд развития, Кыргызско-узбекский фонд развития, ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» |
| 2. | Возрождение старинной технологии переработки риса на рисорушке (акжуваз) | 0,7 млн сомов | 0,1 млн сомов | 0,6 млн сомов | 20% | Кыргызско-российский фонд развития, Кыргызско-узбекский фонд развития, ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» |
| 3. | Реконструкция местности вокруг водопада «Абшыр-Ата» | 4,5 млн сомов | 0,5 млн сомов | 4,0 млн сомов | 15% | Кыргызско-российский фонд развития, Кыргызско-узбекский фонд развития, ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие», Частные инвестиции (проект ГЧП) |
| 4. | Реконструкция исторической местности “Дулдул-Ат» | 3,5 млн сомов | 0,3 млн сомов | 3,2 млн сомов | 15% | Кыргызско-узбекский фонд развития, Частные инвестиции (проект ГЧП) |
| 5. | Возрождение улицы ремесленников в городе Ош | 104,4 млн сомов | 0,4 млн сомов | 104 млн сомов | 15-17% | Кыргызско-узбекский фонд развития, ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие», частные инвестиции (проект ГЧП) |
| 6. | Организация деятельности центра отдыха «Кожоке» в Ноокатском районе | 6,6 млн сомов | 0,6 млн сомов | 6,0 млн сомов | 15% | Частные инвестиции, ДосКредоБанк, Айыл банк, РСК банк Кыргызско-узбекский фонд развития, |
| 7. | Организация зоны отдыха «Кут-Ордо» в горной местности Сары-Ой | 1,1 млн сомов | 0,1 млн сомов | 1,0 млн сомов | 20% | Частные инвестиции (проект ГЧП), ДосКредоБанк, Айыл банк, РСК банк, ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» |
| 8. | Развитие эко- и этнотуризма в высокогорной зоне Сары-Могол | 3,4 млн сомов | 0,4 млн сомов | 3,0 млн сомов | 25-30% | Частные инвестиции (Проект ГЧП), ДосКредоБанк, Айыл банк, РСК банк, ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» |

[22] Все эти фонды и проекты финансируют отрасль туризма. Перечисленные банки выдают льготные кредиты на туризм и «зеленые» технологии.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 9. | Развитие исторического и экологического туризма в Алайской высокогорной долине | 2,4 млн сомов | 0,4 млн сомов | 2,0 млн сомов | 15-20% | Кыргызско-российский фонд развития, Кыргызско-узбекский фонд развития, Частные инвестиции (Проект ГЧП), ДосКредоБанк, Айыл банк, РСК банк ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» |
| 10. | Развитие геотуризма в месности “Кожокелен” в Кара-Сууйском районе | 1,4 млн сомов | 0,3 млн сомов | 1,1 млн сомов | 15% | Кыргызско-российский фонд развития, Кыргызско-узбекский фонд развития, ДосКредоБанк, Айыл банк, РСК банк, ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» |
| 11. | Благоустройство территории «Сулайман-Тоо» в г.Ош | 12,2 млн сомов | 0,2 млн сомов | 12 млн сомов | 15-17% | ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» Частные инвестиции (проект ГЧП) |
| 12. | Благоустройство территории Узгенского археологически-архитектурного комплекса | 15,8 млн сомов | 0,2 млн сомов | 15,6 млн сомов | 15% | ПМГ проекта АРИС «Региональное экономическое развитие» Частные инвестиции (проект ГЧП) |
| | **ВСЕГО:** | **224 млн сомов** | **53,5 млн сомов** | **170,5 млн сомов** | | |
| **II.** | **Проекты «мягких» инвестиций** | | | | | |
| 1. | Обзор и совершенствование законодательства в сфере развития туризма в КР | 4,3 млн сомов | | 4,3 млн сомов | | Международные финансовые институты (АБР, ВБ, ЕБРР и др.) |
| 2. | Развитие профессионально-кадрового потенциала туристской отрасли Ошского регионаРеспублики | 25,8 млн сомов | | 25,8 млн сомов | | Международные финансовые институты (АБР, ВБ, ЕБРР и др.) |
| 3. | Развитие потенциала музеев Ошского региона | 23,2 млн сомов | | 23,2 млн сомов | | Международные финансовые институты (АБР, ВБ, ЕБРР и др.) |
| | **ВСЕГО:** | **53,3 млн сомов** | | **53,3 млн сомов** | | |
| | **ИТОГО ПО ВСЕМ ПРОЕКТАМ:** | **277,3 млн сомов** | **53,5 млн сомов** | **223,8 млн сомов** | | |

## 3.2. Маркетинговая стратегия для турсектора Ошского региона

В стратегическом отношении **ключевой целью** новой маркетинговой политики Ошского региона является формирование на базе возможностей региона самодостаточной туристской дестинации, занимающей устойчивую нишу в системе глобальных и региональных (центральноазиатских и национальных) туристских потоков через создание конкурентоспособного туристского образа и продуктов Ошского региона.

Для достижения этой цели требуются:

- определение потенциальных целевых рынков и среднестатистического туриста, готового приехать в регион;
- разработка яркой брендинговой платформы для позиционирования Ошского региона;
- поэтапное программирование основных маркетинговых мероприятий, необходимых для продвижения Ошского региона (см. параграф 2.3.2);
- выявление основных коммуникационных каналов для проведения информационных кампаний;
- определение мер по институциональной поддержке новой маркетинговой политики.

### 3.2.1. Контуры новой маркетинговой политики

В Главе 1 были подробно расписаны особенности туристского потенциала региона и определены *ключевые направления развития регионального турсектора,* обладающие сравнительным преимуществом по привлечению внутренних и международных туристов. В Главе 2 консультантами проекта была предложена концептуальная Модель развития туризма в Ошского регионе, обозначенная аббревиатурой SMG, отражающая синергию наследия Великого Шёлкового Пути (Silk Road), возможностей высокогорного ландшафта (Mountains) и разнообразия гастрономии Востока (Gastronomy).

По мнению консультанта, предлагаемая модель позиционирования хорошо соотносится с глобальными тенденциями в развитии туризма. Как было отмечено в Главе 2 (параграф 2.1.), с ростом общего уровня образованности людей меняется фокус интересов путешественников. Туристы ищут уникальные впечатления, все больше ориентированы на взаимодействие с местными жителями с целью познания чего-то нового, погружения в другие культуры, обычаи и кухню. Наряду с этим, на передний план выходят тренды на *персонализацию, иммерсивность, интерактивность, партисипативность и широкую цифровизацию* туристской индустрии. По нашему мнению, Ошский регион обладает неплохими потенциальными возможностями для того, чтобы оказаться на гребне этих мировых тенденций.

Для лучшего понимания идущих в туристской индустрии процессов остановимся на отдельных видах туризма и соотнесем их с возможностями Ошского региона.

Отношение к *приключенческому туризму* заметно изменились в последнее десятилетие. Это теперь не всегда альпинизм и экстремальные приключения, а скорее – более «легкие» формы путешествий – трейл-туризм (хайкинг, трекинг, велотуры и т.п), предполагающие также изучение местной флоры и фауну, знакомство и общение с местными жителями, их культурой и бытом. Ошский регион с его Алайским и Заалайским хребтами, многочисленными ущельями и долинами предоставляет хорошие возможности для развития этого типа туризма. В регионе много как хорошо известных, так и немаркированных троп, которые можно использовать для пеших и конных вело- походов и прогулок. Многие из этих туров также включают проживание в юрте, общение с местными жителями, дегустацию традиционных блюд и лакомств.

Трудно переоценить значение еды, особенно когда речь заходит об активном отдыхе. И речь здесь идет не только об удобных и оригинальных городских ресторанах, но и об организации соответствующего питания в сельской местности, отдаленных районах. На этом фоне все более популярным становиться *гастрономический туризм,* в основе которого лежит знакомство с местными традициями, культурой и бытом жителей через их кухню. Особый интерес у туристов вызывают новые рецепты, редкие ингредиентам, интерактив (например, кулинарным мастер-классам) и совместное приготовление местных блюд. Ошский регион по праву считается «гастрономической меккой» Кыргызстана. Многообразие проживающих здесь народов, их жизненных философий сформировализдесь богатую кулинарную традицию, которой не могут похвастаться не только другие области КР, но и ближайшие конкуренты по Центрально-Азиатскому региону.

*Познавательный туризм.* Как было отмечено выше, одними из главных трендов в развитии туризма являются интерактивность и иммерсивность. Путешественники все больше хотят не просто лицезреть шоу и представления, но и сами в них участвовать, делать что-то интерактивное. Будь это традиционная музыка, катание на лошадях или знакомство ремеслами, важно вовлекать путешественников в этот процесс и позволять им «попробовать самим». Тем более что это дает прекрасную возможность почувствовать сопричастность к миру Великого Шелкового пути и Востока.

*Туризм в поисках аутентичности.* К числу массовых тенденции в Ситуационном анализе был отнесен и рекреационный туризм, под которым понимаются путешествия ориентированный на личностный рост, психологическую трансформацию людей. Растущей популярностью пользуются всевозможные волонтерские поездки, путешествия, позволяющие пересмотреть рацион питания, заняться новыми вида спорта и т.д. В поисках таких форм туризма, путешественники ищут аутентичные впечатления, которые позволяют абстрагироваться от жизни в большем городе, ежедневной рутины. Интересны места, которые кажутся неизведанными, экзотическими, где нет толп туристов с фотоаппаратами, где можно почувствовать гармонию с природой. На наш взгляд, Ошский регион, как в исторических городах, так и горной местности, располагает возможностями удовлетворить потребности таких путешественников.

- Вместе с тем важно понимать, что международный турист, если он не профессиональный этнограф, рассчитывает получать во время этих путешествий хотя бы *минимальный набор услуг, комфорта*, таких как электричество, Интернет, теплый туалет, горячая вода и качественная еда. Решение этих вопросов зависит от финансовых и инфраструктурных возможностей, а также уровня профессиональной подготовленности принимающей стороны.
- Другая группа вопросов, непосредственно связанная с маркетинговым продвижением, заключается в том, что для международного туриста также важно ощущать некоторую *структурированность и композиционность* туристского продукта. На наш взгляд, брендирование туристского продукта, его смысловое, событийное наполнение могут быть в этом весьма полезны.

***

С учетом вышеизложенного можно определить **целевые рынки для привлечения иностранных туристов**. Анализ туристского потенциала региона, приведенный в Главе 1, показал, что большая часть прибывающих в Ошский регион туристов (60-70%) это граждане развитых стран Европы и Америки, а также стран Дальнего Востока. Как правило, такие путешественники покупают пакетные туры, предполагающие посещение локаций на Памирском тракте – горных хребтов и высокогорных озер – с однодневной транзитной остановкой в г.Ош. Многие из них едут, чтобы заняться трекингом и хайкингом, кто-то

хочет увидеть красоты Памиро-Алая, познакомится с культурой кочевников или просто получить новые впечатления. К туристам со схожими интересами можно отнести и обеспеченных путешественников из стран СНГ, в основном из России – в последние годы их доля в общем числе туристов росла и в настоящее время занимает порядка 25%. Вышеприведенная оценка структуры туристского потока в регион в целом коррелируют с данными НСК КР[23] по основным странам прибытия иностранных граждан в Кыргызстан до начала и в первый год пандемии COVID-19.

**Таблица 14. Численность прибытий иностранных граждан из стран СНГ (тыс. чел.)**

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|---|
| Азербайджан | 8,5 | 9,8 | 8,6 | 7,2 | 1,6 |
| Армения | 1,9 | 1,4 | 1,1 | 1,2 | 0,2 |
| Беларусь | 4,9 | 4,9 | 5,1 | 5,1 | 2,4 |
| Казахстан | 2 769,1 | 2 778,5 | 2 690,8 | 2 915,6 | 553,7 |
| Молдова | 3,3 | 2,7 | 2,8 | 2,9 | 0,8 |
| Россия | 467,9 | 493,3 | 507,9 | 546,7 | 147,0 |
| Таджикистан | 262,9 | 388,2 | 182,5 | 181,4 | 50,3 |
| Туркменистан | 8,5 | 0,7 | 1,3 | 1,3 | 0,2 |
| Узбекистан | 374,4 | 721,2 | 3 363,7 | 4 662,3 | 1 425,3 |
| Украина | 8,4 | 7,9 | 7,2 | 7,8 | 2,4 |

**Таблица 15. Численность прибытий иностранных граждан из иных стран (тыс. чел.)**

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---|---|---|---|---|
| Австралия | 2,3 | 2,4 | 2,7 | 3,3 | 0,3 |
| Австрия | 1,4 | 1,5 | 1,6 | 2,3 | 0,2 |
| Германия | 11,3 | 10,3 | 22,7 | 24,9 | 2,4 |
| Грузия | 5,4 | 6,7 | 6,5 | 6,8 | 1,6 |
| Израиль | 2,9 | 3,4 | 4,7 | 3,8 | 0,1 |
| Индия | 10,3 | 19,6 | 26,0 | 20,1 | 2,5 |
| Иран | 1,3 | 1,9 | 2,2 | 2,2 | 0,4 |
| Италия | 4,1 | 3,1 | 3,8 | 4,3 | 0,5 |
| Китай | 50,2 | 41,3 | 36,0 | 38,4 | 3,8 |
| Корея | 10,4 | 13,8 | 14,4 | 16,1 | 2,1 |
| Сингапур | 0,5 | 0,5 | 0,8 | 1,0 | 0,0 |
| ОАЭ | 0,7 | 1,6 | 4,9 | 4,5 | 0,3 |
| Пакистан | 1,3 | 2,0 | 3,2 | 9,4 | 6,9 |
| Польша | 2,6 | 3,4 | 4,5 | 4,6 | 0,2 |
| Великобритания | 8,1 | 6,5 | 7,5 | 8,1 | 1,1 |
| США | 10,9 | 14,0 | 16,1 | 17,0 | 2,8 |
| Турция | 61,8 | 66,1 | 69,3 | 65,2 | 27,6 |
| Франция | 6,1 | 7,5 | 8,1 | 9,3 | 0,7 |
| Швейцария | 2,7 | 2,9 | 3,3 | 3,2 | 0,3 |

[23] National Statistical Committee of the Kyrgyz Republic (2022). Tourism in Kyrgyzstan 2016-2020 [Online]. Available at: http://www.stat.kg/ru/publications/sbornik-turizm-v-kyrgyzstane/

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Швеция | 1,0 | 1,4 | 1,4 | 1,4 | 0,2 |
| Чехия | 1,6 | 2,0 | 2,1 | 2,2 | 0,1 |
| Япония | 3,4 | 3,5 | 4,3 | 5,1 | 0,3 |

Как видно из таблиц 14 и 15, из стран СНГ большего всего Кыргызстан посещают граждане Узбекистана, Казахстана, России и Таджикистана. Из стран дальнего зарубежья Кыргызстан больше всего посещали путешественники из Китая, Германия, Франции, Индии, Кореи и США.

С учетом вышеприведенных статистических выкладок и туристского профиля Ошского региона, наиболее перспективными целевыми рынками для импорта туристов, являются следующие регионы и страны.

**Таблица 16. Целевые рынки для привлечения иностранных туристов в Ошский регион**

| РЕГИОНЫ МИРА | ОСНОВНЫЕ СТРАНЫ | НАПРАВЛЕНИЯ |
|---|---|---|
| **Западная Европа** | 1. Германия<br>2. Франция<br>3. Швейцария<br>4. Нидерланды<br>5. Великобритания | • Эко и этно-туризм<br>• Вело и мото туры<br>• Трекинг, хайкинг<br>• Конные туры<br>• Гастротуризм<br>• Альпинизм<br>• Познавательный туризм |
| **Центральная Европа** | 1. Польша<br>2. Чехия | |
| **Северная Америка** | 1. США<br>2. Канада | |
| **Ближний Восток** | 1. Саудовская Аравия<br>2. Турция<br>3. ОАЭ | • Конные туры<br>• Хайкинг<br>• Охотничьи туры<br>• Познавательный туризм |
| **Юго-восточная и Южная Азия** | 1. Китай<br>2. Индия<br>3. Южная Корея<br>4. Пакистан<br>5. Япония | • Конные туры.<br>• Фото туры.<br>• Треккинг, хайкинг<br>• Эко и этно-туризм |
| **СНГ/Постсоветское пространство** | 1. Россия<br>2. Украина<br>3. Азербайджан<br>4. Грузия | • Познавательный туризм<br>• Гастротуризм<br>• Конные туры.<br>• Хайкинг<br>• Альпинизм |
| **Центральная Азия** | 1. Узбекистан.<br>2. Казахстан<br>3. Таджикистан | • Сакральный туризм<br>• Познавательный туризм<br>• Гастротуризм<br>• Конные туры |
| **Другие регионы** | 1. Австралия<br>2. Новая Зеландия<br>3. Бразилия<br>4. Аргентина | • Эко-этно туризм<br>• Гастротуризм<br>• Конные туры<br>• Вело туры<br>• Треккинг<br>• Альпинизм |

***

Одной из целей данной стратегии является привлечение в Ошский регион большего путешественников, готовых проводить здесь время и оставлять деньги. Для это необходимо определиться с **среднестатистическим портретом туриста.**

Исходя из бесед с региональными туристскими операторами, можно говорить, что Ошский регион посещают совершенно разные категории туристов. Это и туристы, приезжающие на машинах вместе с семьями и друзьями из Бишкека, и растущие в последние годы потоки туристов из Ферганской долины Узбекистана (часто совмещают приезд к ошским родственникам с поездками по региону). Стабильным спросом регион пользуется со стороны путешественников из стран Европы и Америки, в основном это молодежь и люди среднего возраста. Имеют также место одиночные и групповые (в компаниях) посещения региона в основном молодыми туристами из стран СНГ, главным образом, из России и Казахстана. В отдельные группы туристов следует отнести альпинистов (Европа, Северная Америка, СНГ), а также небольшое количество обеспеченных туристов со всего мира, которые приезжают покататься на горных лыжах (фрирайд, хели-ски и т.п.) или поохотиться на высокогорных животных.

С учетом пока ограниченных возможностей Ошского региона в плане качества туристских услуг (их совершенствование процесс долгий и комплексный) и инфраструктуры (требует значительных затрат и рассчитано на среднесрочный период), полагаем целесообразным сосредоточится на времени пребывания туристов в Ошском регионе. Иными словами, турсектор должен зарабатывать не на ежедневных расходах туристов, а на увеличении времени, которые они здесь проводят. Основной упор при этом предлагается сделать на следующих сегментах.

*Туры для групповых туристов.* Эта категория туристов, как правило, представляет собой путешественников различных возрастов (взрослые) в количестве 10-20 человек, которые приезжают в регион на 2-3 дней организованными туроператорами группами из определенной страны (например, турки, поляки, французы). Эти туристы нуждаются в стандартном наборе туристских услуг: надежный транспорт, комфортное размещение (гостиничный дом, присопособленная юрта), трехразовое качественное (европейское, вегетарианская и местная кухни), оборудованный туалет, горячая вода, электричество и Интернет. Кроме того, их важно обеспечить группой подготовленных гидов, знающих регион, язык, географию местности, умеющих оказывать медицинскую помощь, умеющих обращаться с лошадьми и т.д.

- В целях организации большего количества таких туров целесообразно рассмотреть возможность приглашения к сотрудничеству туроператоров из Бишкека и стран Центральной Азии, и пригласить их с ознакомительной поездкой в Ошский регион. Эти поездки продемонстрируют, что местные поставщики туристских услуг (например, СВТ) являются надежными партнерами и обладают достаточным потенциалом для работы с международными туристами. Одним из наиболее действенных механизмов по налаживанию сотрудничества с туроператорами являются международные туристские выставки (см. параграф 3.2.4).

*Индивидуальные и малые групповые туристы, ориентированный на легкий приключенческий туризм.* Этих путешественников интересуют активный отдых и/или уединение с природой на срок 7-14 дней. Как правило, они заинтересованы в общении с местными жителями, знакомстве с их культурой, бытом и кухней. Им нужен «местный» опыт, но им также требуется упомянутые выше удобства. Их средний возраст – от 30 лет для самостоятельных путешественников и от 50 до 70 лет для малых групповых туров. Эта

категория туристов имеет более высокий бюджет и готова заплатить премию, если того потребуют обстоятельства.

*Традиционные туристы.* Эта разнородная категория туристов, как правило, экономит на бюджете и неохотно тратит деньги на гидов и организованные туры. В то же время эти путешественники играют важную роль в цикле развития туризма, поскольку часто выступает в качестве «первопроходцев» туристского направления/продукта, тем самым помогая туристским компаниям определить популярные направления, а другим категориям туристов – открыть для себя новые дестинации. Это особенно важно с учетом распространенности социальных медиа, где многие путешественники делятся фотографиями и рассказами об увиденном.

***

В целях проведения скоординированной политики по вопросам маркетингового сопровождения туристской индустрии Ошского региона команда консультантов считает целесообразным **создать единый координационный орган** в масштабах всего региона. Поскольку областные и районные государственные администрации Кыргызской Республики не вправе иметь в соответствии с национальным законодательством отдельные маркетинговые подразделения, предлагается реализовать данную инициативу следующим образом (см. также рис. 33).

1. Установить, что ведением маркетинговой политики в сфере туризма занимается Объединенный Совет по развитию туризма Ошского региона (предложение об объединении действующих Советов по туризму при ППП КР в Ошской области и Мэрии г.Ош в Объединенный Совет Ошского региона содержится в Плане мероприятий СПУРТ);
2. Создать при Объединенном Совете постоянно действующий “Комитет по координации туристской маркетинговой деятельности”;
3. Включить в данный Комитет ключевых туристских операторов региона и представителей региональных и районных администрации, ответственных за развитие туризма, общим количеством до 7 человек;
4. Председателем Комитета назначить представителя туристского бизнеса из числа ведущих туристских операторов региона, например, из “Destination OSH” или “Ассоциации туристских операторов Великого Шёлкового пути”;
5. Возложить на Комитет и его членов ведение и координацию общерегиональной маркетинговой политики в сфере туризма.

**Рисунок 33. Схема предлагаемой модели управления маркетинговой деятельностью региона**

***

**Концепция туристского бренда Ошского региона** должна представлять собой цельный образ и передавать емкий месседж о туристкой индустрии региона и его составных частях. При маркетинговом продвижении туризма на областном, республиканском, международном уровнях, а также при проведении туристских мероприятий национального и международного значения Ошский регион должен выступать под единым туристским брендом ***мета-брендом "Ош – Провайдер Шелкового пути".*** При проведении туристских мероприятий или рекламной активности районного значения каждый район может выступать под своим туристским брендом или общерегиональным мета-брендом.

**Рисунок 34. Туристский бренд "Ош – провайдер Шелкового пути"**

Таким образом, на глобальном уровне будет формироваться единый туристский образ Ошского района как провайдера туристских услуг на Великом Шелковом пути. При этом у потенциальных стейкхолдеров (туристы, туроператоры, смежные организации) будет сформирована четкая картина и представление о туристическом образе и продуктах Ошского региона.

В свою очередь, **туристские мероприятия (ивенты)** должны быть главными инструментами привлечения туристов в Ошский регион. Как показывает мировая практика, при отсутствии ярко выраженных туристских доминант мирового значения как Пирамиды Египта или Великая Китайская стена, презентация красивых природных ландшафтов в качестве туристского объекта не является достаточным. Глобального туриста, особенно из развитых стран мира, интересует не только красивая или историческая местность, а в большей степени активность/мероприятия в/вокруг этой локальности. В качестве таковых могут выступить фестивали, выставки, туры и другие туристские мероприятия, обеспечивающие зрелище, а значит и впечатления. Именно впечатления являются тем, что заставляет человека совершать путешествия.

Разрабатывая данную архитектуру брендинга туризма Ошского региона, консультанты проекта исходят из необходимости простоты восприятия и прикладной эффективности. Иными словами, предлагаемые образ и концепция брендинга должны быть легко применимы рядовыми стейкхолдерами при формировании собственного туристского бренда или же продвижении общерегионального мета-бренда.

В связи с этим предлагается следующая концептуальная связка: **“Туристский бренд - туристский ивент”.** Под эти понимается, что под каждый разработанный бренд (форму позиционирования отдельного района Ошского региона) разрабатывается комплекс соответствующих туристских мероприятий.

В конечном счете, у каждого района/составной части Ошского региона будет свой туристский бренд, на основе которого будет строиться его уникальный образ. Это позволит району позиционировать себя на национальном/мировом туристском рынке. В то же время наполнение бренда соответствующими ивентами позволит раскрыть туристский потенциал района, и, как следствие, положительно скажется на его экономическом развитии.

Таким образом, туристский бренд региона будет выступать **маркетинговым образом**, дающим ответ на вопрос “*Что такое Ошский регион*?”. Он должно выделять регион от ближайших конкурентов по Центральной Азии, многие из которых сегодня не имеют собственных региональных брендов. Реализация данной стратегии позволит Ошскому региону получить такое преимущество. По сути, будет создан прецедент, когда отдельный регион Центральной Азии выходит на международный рынок туризма с собственным туристским брендом.

Туристские ивенты выступают своего рода **туристскими продуктами региона**, которыми Ошский регион будет привлекать туристов, отвечая на вопрос “*Зачем ехать в Ошский регион?*”. Сами туристские объекты и дестинации Ошского региона в отдельности недостаточно привлекательны для многих международных туристов, но в совокупности, благодаря пакетному предложению, выступая под единым брендом, они могут завлечь в регион новых туристов.

### 3.2.2. Многоуровневость брендинга и кластерный подход к организации ивентов

Как уже было отмечено, командой проекта принято решение рассматривать Ошскую область и город Ош вместе, введя для целей настоящего исследования термин «Ошский регион».

Составная часть региона – Ошская область состоит из 7 районов, каждый из которых обладает своими туристскими преимуществами и характерными отличиями. Вместе с тем, определенной туристской узнаваемостью на глобальным рынке, во многом благодаря пику Ленина, обладает только Чон-Алайский район. Остальные 6 районов Ошской области до сих не смогли сформировать какой-либо позитивный туристский имидж даже на внутреннем рынке Кыргызстана.

С учетом целей настоящего исследования и логики интегрированного позиционирования Ошского региона и его составных частей рекомендуется развивать туристский бренд районов Ошской области под эгидой и в рамках стиля мета-бренда Ошского региона – “Провайдер Шелкового пути”. Кроме того, за основу предлагается взять принцип “Один объект – один бренд”, иными словами, сформировать бренд вокруг конкретной наиболее известной туристской дестинации. Это существенно сэкономит финансовые и временные ресурсы местных стейкхолдеров при построении привлекательного туристского образа районов, минимизировав риски распыления ограниченных ресурсов.

По итогам нескольких раундов фокус-групповых дискуссий с региональным туроператорами в 2022 г., а также консультаций с представителями ППП КР в Ошской области и Мэрии г. Ош, для построения ассоциативного туристского образа каждого из составных частей Ошского региона консультантами проекта было отобрано 9 дестинаций (более подробно с этими локациями можно ознакомиться в параграфе 3.3.):

1. Узгенский район №1 (город) – рисовая мельница как элемент кулинарии;
2. Узгенский район №2 (природа) – национальный парк “Кара-Шоро”;
3. Кара-Кулжинский район – долина “Алайкуу”;
4. Ноокатский район – водопад Абшыр-Ата;
5. Араванский район – петроглифы “Дулдул-Ата”;
6. Чон-Алайский район – пик Ленина;
7. Алайский район – ущелье Сары-Ой;
8. Кара-Суйский район – большой приграничный вещевой рынок;
9. Город Ош – исторический базар.

Данные туристские локаций были отобраны по следующим критериям:

- наличие туристского потенциала – историко-культурные, природно-климатические, духовно-сакральные особенности, сильные стороны;
- наличие инфраструктурных объектов – дороги, электричество, близость населённых пунктов, туалеты, общественный транспорт;
- желание местных государственных органов и туроператоров развивать данные туристские дестинации.

Для визуальной передачи туристского образа каждого из составных частей Ошского региона были разработаны логотипы районов, оформленные в едином фирменном стиле (см. рис. 35).

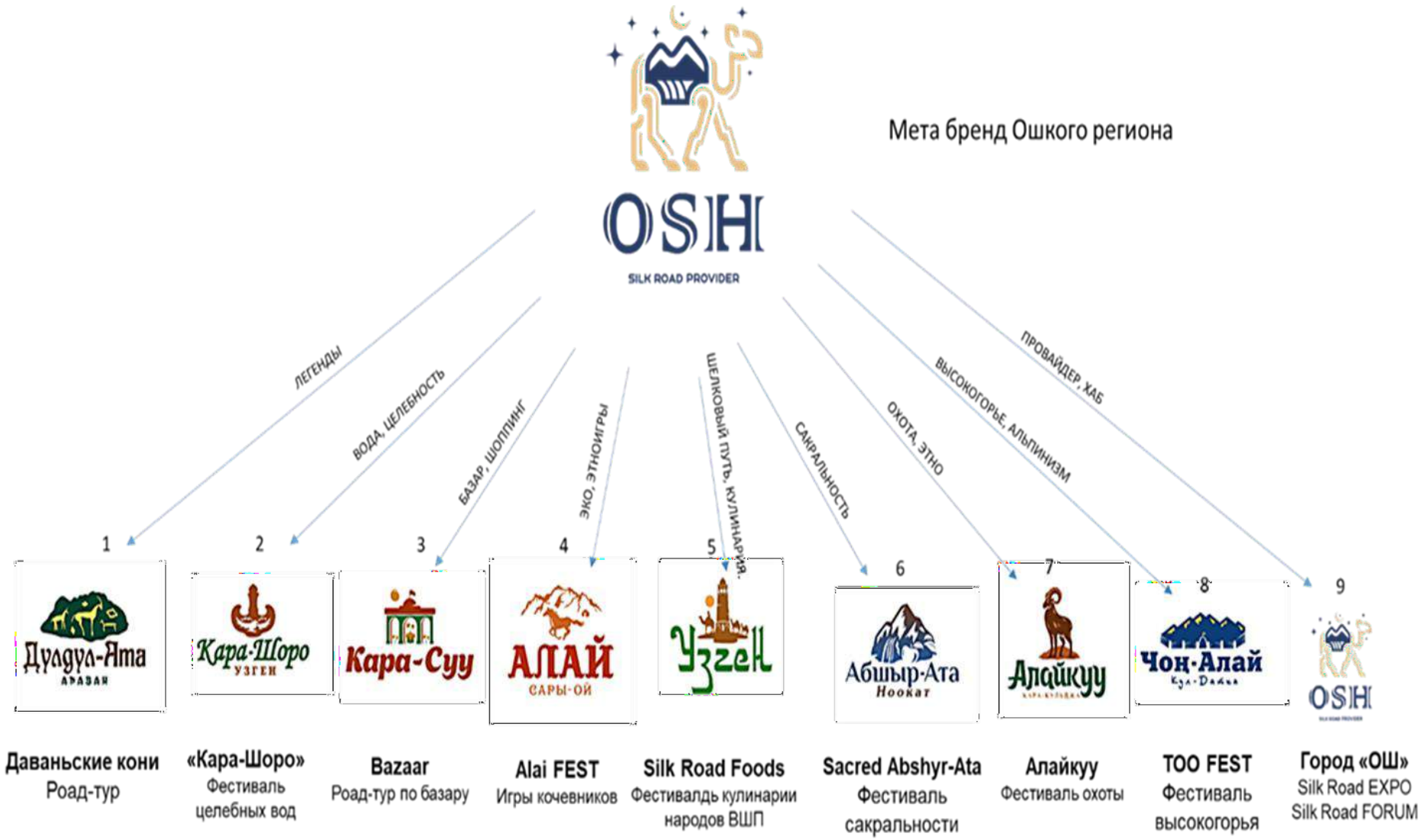



**Рисунок 35. Бренды составных частей Ошского региона, объединенные мета-брендом “Ош – провайдер Шелкового пути”**

С целью оживления общерегионального мета-бренда и популяризации туристских брендов составных частей Ошского региона имеет смысл наполнить новый брендинг региона событийным содержанием. Для этого предлагается проводить **ежегодный комплексный фестиваль под эгидой и зонтичным названием SILK ROAD FEST**в качестве мета-ивента Ошского региона (см.рис.37; более подробной информацией, включая программными результатами можно ознакомиться в параграфе 3.2.3).

**SILK ROAD FEST** – это фестиваль стран, имеющих отношение к Великому Шелковому пути. Фестиваль репрезентирует культурные особенности проживающих вдоль этого исторического трансконтинентального маршрута народов: история, религия, искусство, герои, символы, традиции и быт, национальные виды спорта. Его проведение послужит катализатором межкультурного диалога, согласия и добрососедства на обширном Евроазиатском континенте.

Цели и задачи фестиваля:

1. Продвижение туристского бренда Ошского региона на национальном, региональном и международных туристских рынках;
2. Привлечение в Ошский регион новых туристов и туроператоров;
3. Предоставление миру новых возможности глубже познакомиться с культурой стран Великого Шелковой пути через Ошский регион;
4. Туристическая и культурная консолидация стран Великого Шелковой пути посредствомединого межрегионального фестиваля.

“SILK ROAD FEST” состоит из нескольких ивентов, которые будут проводиться в каждом из составных частей Ошского региона.

**Таблица 17. Календарь ивентов SILK ROAD FEST**

| № | Локация | Название | Описание | Даты |
|---|---|---|---|---|
| ГОРОДА ШЕЛКОВОГО ПУТИ | | | | |
| 1 | Город Ош<br>1. ППП КР в Ошской бласти<br>2. Мэрия г. Ош | **a) SILK ROAD EXPO**<br>**b) SILK ROAD FORUM**<br>**c) Osh FEST** | a) Туристская выставка народов<br>b) Международный туристский форум<br>c) Международный туристский фестиваль | Весна/Лето |
| 2 | Город Узген | **SILK ROAD FOODS** | Фестиваль кухонь народов Великого Шелкового пути. | |
| 3 | Кара-Суйский район | **Роад-тур “Bazaar”** | Тур по приграничному базару г. Кара-Суу. | |
| НОМАДИКА | | | | |
| 4 | Кара-Кулжинский район | **«Алайкуу”** | Фестиваль охоты | Лето |
| 5 | Алайский район | **“Алай FEST”** | Фестиваль номадизма (игры кочевников) | |
| ВЫСОКОГОРНОСТЬ | | | | |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| 6 | Чон-Алайский район | **“Too FEST”** | Фестиваль высокогорья | Лето |
| ЦЕЛЕБНОСТЬ | | | | |
| 7 | Узгенский район | **«Кара-Шоро»** | Фестиваль воды в национальном парке “Кара-Шоро”. | Лето |
| САКРАЛЬНОСТЬ | | | | |
| 8 | Ноокатский район | **“Абшыр-Ата”** | Духовно-сакральный фестиваль | Осень |
| 9 | Араванский район | **Сакральный роад-тур “Небесные кони”** | Тур по легендарным местам Аравана – комплексу “Дулдул-Ат” и пещере “Чиль-Үстүн”. | |

***

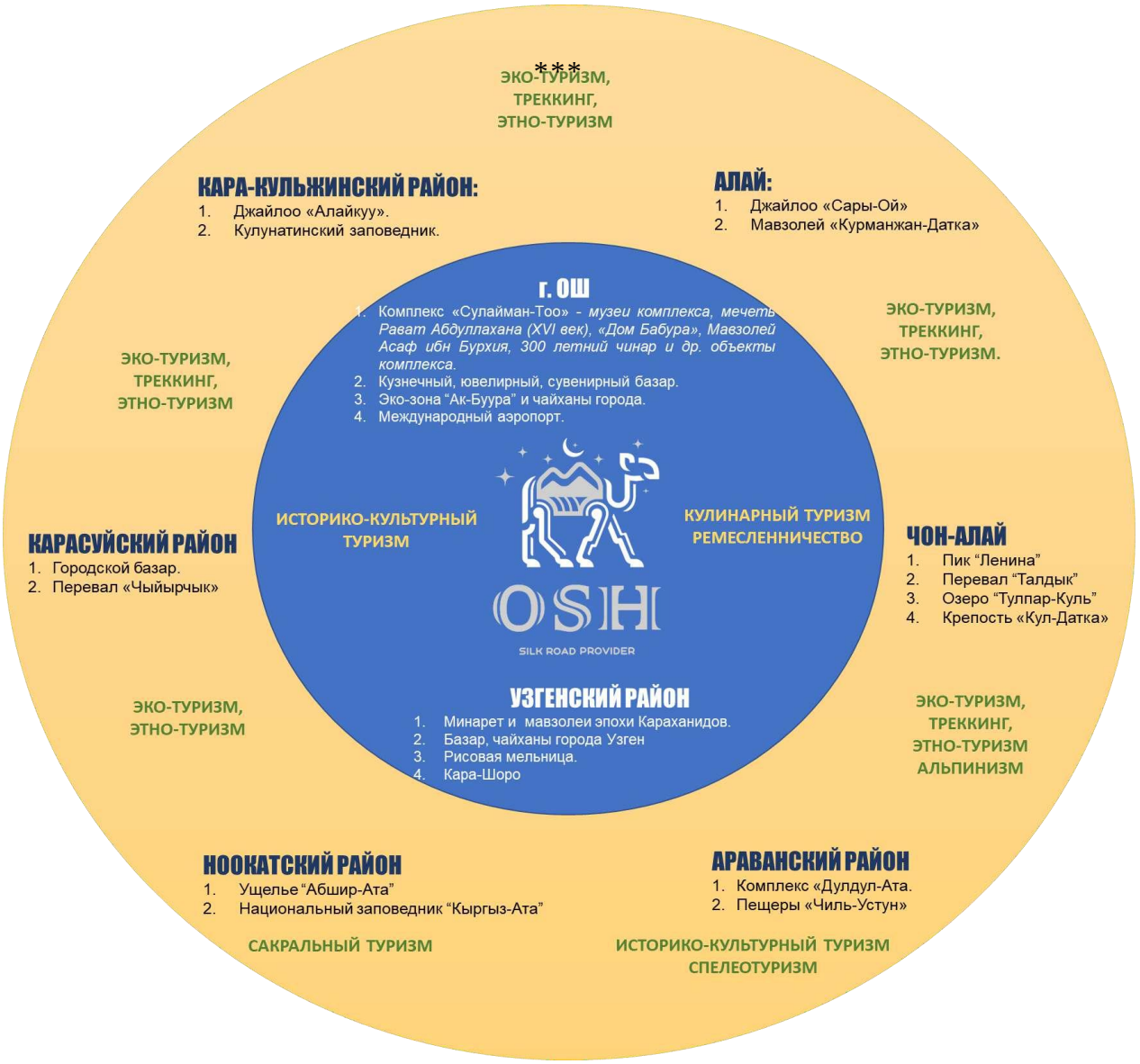



**Рисунок 36. Мета-бренд Ошского региона и его наполнение**

**Рисунок 37. Мета-ивент Ошского региона и его наполнение**

***

В Главе 2 консультантами проекта была предложена концептуальная «Модель развития туризма в Ошского регионе», обозначенная аббревиатурой SMG, отражающая синергию наследия Великого Шёлкового Пути (Silk Road), возможностей высокогорного ландшафта (Mountains) и разнообразия гастрономии Востока (Gastronomy). С учетом этой модели в целях устойчивого развития туризма предлагалось разделить территорию Ошского региона на 5 территориальных туристских кластеров

Принимая во внимание субрегиональные историко-культурные и географические особенности Ошского региона, предлагается задействовать данный подход и в разработке стратегии маркетингового продвижения региона.

Согласно нашей классификации, **КЛАСТЕР «ГОРОДА ШЕЛКОВОГО ПУТИ»** включает крупные городские населённые пункты региона с богатым культурно-историческим наследием, изысканной восточной кухней и сохранившимися историко-архитектурными памятниками. Как направление кластер сфокусирован на познавательным туризме.

Безусловной доминантой кластера является **город Ош** как единственный населенный пункт, имеющий международный аэропорт, заметное количество гостиниц, гостевых домов и заведений общепита.

**Рисунок 38. Туристский бренд г.Ош**

*Туристский образ* – **ПРОВАЙДЕР ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ**

*На логотипе бренда отражены:*

a) Верблюд – главный элемент каравана и символ Великого Шелкового пути;
b) Гора Сулайман-Тоо в г.Ош;
c) Река Ак-Буура, протекающая через г.Ош;
d) Ночное небо – полумесяц и звезды.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда:*

a) Великий Шелковый Путь;
b) Культура Востока;
c) Базар;
d) Гастротуризм.

*Базовая идея маркетинга города Ош:*

Город Ош необходимо продвигать в качестве *главного логистического узла Ферганской долины на маршруте исторического Великого Шелкового пути.* Это подкрепляется наличием крупнейшим аэропортом в Ферганской долине международного значения, статусом города республиканского значения, неплохим ассортиментом отелей и гостиниц, высокой концентрацией туристских операторов.

*Туристские мероприятия (ивенты) под бренд города Ош:*

1) **SILK ROAD EXPO -** культурно-экспозиционная выставка и информационное представление туризма Ошского региона через культуры народов Великого Шелкового пути, ее особенностей и разнообразия, а также товаров и услуг, созданных на основе этнокультурных ценностей. Тематические направления выставки:

- ✓ Этнотуризм. Туристские услуги, оказываемые на основе этнокульутры;
- ✓ Этнотовары народного потребления, созданные на основе традиций и быта стран и народов Великого Шелковой пути;
- ✓ Этномода;
- ✓ Этнокино. Показ художественных и документальных фильмов, основанных на истории, традициях и быта стран и народов Великого Шелковой пути.

2) **SILK ROAD FORUM** - международный туристский форум стран и народов Великого Шелкового пути. Цели форума:

a) Создать в Ошском регионе международную туристскую диалоговую площадку для обсуждения насущных вопросов регионального туризма.
b) Сформировать для Ошского региона устойчивый образ Провайдера Шелкового пути.

Участники форума:

a) Туроператоры из государств, расположенных на историческом Великом Шелковом пути;
b) Эксперты сферы туризма стран Центральной Азии и мира;
c) Почетные гости – послы и представители государств Центральной Азии, Южной Азии, Ближнего и Дальнего Востока, научная общественность, компании и международные организации.

3) **OSH FEST** - ежегодный театрализованный фестиваль, призванный демонстрировать историко-культурные особенности города Ош и возможности местных туристских дестинаций.

*Ожидаемые результаты от проведения SILK ROAD EXPO, SILK ROAD FORUM и OSH FEST*[24]**:**

a) Формирование для Ошского региона устойчивого реноме одного из главных акторов туристского рынка Центрального Азии по тематике Великого Шелкового пути;
b) Туриндустрия Ошского региона и Кыргызская Республика смогут получить доступ к новейшим глобальным туристским трендам и технологиям;
c) Увеличение туристского потока в Ошский регион.

Вторым по значимости городом Ошского региона являет **Узген.** Заметно уступая доминанте в лице города Ош по своим туристским ресурсам, он, тем не менее, предоставляет дополнительные возможности для туристов, посещающих регион для знакомства с историей и культурой городов Великого Шелкового пути. В частности, город известен своим архитектурным комплексом 12 в., живописными видами на р.Кара-Дарья и технологией выращивания риса уникального сорта “девзира” (красно-бурого цвета). Виды предлагаемых здесь туристских продуктов включают посещение упомянутого комплекса, древней рисовой мельницы (агро- и гастротуризм), городского базара, мечетей.

**Рисунок 39. Туристский бренд г.Узген**

*Туристский образ* – **ДРЕВНИЙ УЗГЕН**

[24] С предварительным бюджетом организации экспо и форума можно ознакомиться в приложении 3г.

*На логотипе бренда отражены:*

a) Главная туристская достопримечательность Узгенского района и города Узген – Минарет XII века эпохи Караханидов;
b) Караван – как символ Великого Шелкового пути;
c) Ночное полнолуние и звезды – элементы от мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда:*

a) Великий Шелковый путь;
b) Древняя культура Востока;
c) Базар;
d) Рисовая мельница;
e) Гастротуризм.

*Базовая идея маркетинга города Узген:*

При продвижении города Узген необходимо делать ставку на *историческую старину, древние базары и гастрономию.* Наличие историко-культурных памятников и объектов древних государств, восточный базар с минаретами и широко известный в Ферганской долине узгенский рис передают вкупе восприятие *древнего восточного города.*

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд города Узген:*

**SILK ROAD FOODS –** кулинарный фестиваль народов Великого Шелкового пути. Узген с древности славится своим рисом «Девзира», прекрасно подходящим для приготовления плова. Этническое многообразие и близость к городу Ош делает Узген идеальным местом для проведения кулинарного фестиваля.

Программа кулинарного фестиваля:

- ✓ Плов фест. Изготовление и презентация разновидностей плова;
- ✓ Шоу-программа с кулинарными конкурсами, Samsa party;
- ✓ Кулинарные мастер-классы от чайхан;
- ✓ Чайная церемония «ОШ чай»;
- ✓ Аттракционы для детей;
- ✓ Ежедневная концертная программа.

Требования к участникам:

- ✓ Брендированность павильона собственным и региональным мета-брендом;
- ✓ Шоу-представление кулинарного бренда-продукта;
- ✓ Санитарные нормы – кулинарные перчатки, чистота павильона и т.д.

В непосредственной близости от г.Ош расположен город **Кара-Суу**. После распада СССР город получилось широкую известность во всей Центральной Азии благодаря своему огромному вещевому рынку. Многие туроператоры КР организовывают здесь для иностранных туристов специальные шоп-туры с восточным колоритом.

**Рисунок 40. Туристский бренд Кара-Суйского района**

*Туристский образ* – **МНОГОЛИКИЙ КАРА-СУУ**

*В логотипе бренда отражены:*

a) Главные ворота центрального рынка города Кара-Суу;
b) Хлопок – одна из главных агрокультур Кара-Суйского района;
c) Ночное полнолуние и звезды – элементы мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда Кара-Суу:*

a) Многообразие культур;
b) Микс кочевой и оседлой культуры;
c) Разнообразие гастрономии;
d) Хлопковая культура.

*Базовая идея маркетинга Кара-Суйского района:*

Кара-Суйский район имеет наибольший вес в экономике Ошской области по сравнению с другими районами. В районном центре имеется крупнейший в Ферганской долине оптово-розничный рынок. Пограничное положение города и базара (на границе с Узбекистаном) обусловило глубокое культурное взаимопроникновение кыргызов, узбеков, таджиков, дунган, корейцев и уйгур, издревле ведших в этих краях совместную торговлю. В связи с эти Кара-Суйский район необходимо продвигать как *многоликий торговый район,* сочетающий в себя все элементы культур разных народов современного Кыргызстана и ЦА.

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд Кара-Суйского района:*

**ROAD-TOUR "BAZAAR"** – **с**пециализированный тур по базару Кара-Суйского района может стать главным туристским продуктом района, предоставляющим путешественникам прекрасную возможность соприкоснуться с элементами восточной торговой культурой.

Предлагаемая программа тура:

1. Посещение торговых рядов – вещевые, продуктовые, промышленные;
2. Демонстрация процесса приграничной торговли;
3. Кулинарный тур по чайханам базара, сочетающим кыргызскую, узбекскую, уйгурскую кухни.

С учётом интересов и потребностей туристов, заинтересованных в пребывании в рамках территории кластера "Города Шелкового Пути", возможно некоторое "разбавление" программы туристов организацией 1-2 дневных поездок в **национальный парк «Кара-Шоро» в Узгенском районе** для активного (треккинг, кемпинг, хайкинг) и пассивного отдыха (джайлоо-туризм (ночевка в юртах, знакомство с бытом кочевников), агротуризм).

**Рисунок 41. Туристский бренд Кара-Шоро**

*Туристский образ* – **ЦЕЛЕБНЫЙ КАРА-ШОРО**

*В логотипе бренда отражены:*

a) Символ воды – кыргызский национальный сосуд “Көөкөр”;
b) Горы, леса и река Кара-Шоро;
c) Звезды - элементы от мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда “Кара-Шоро”:*

a) Уникальный минеральный источник;
b) Горная фауна;
c) Легенды.

*Базовая идея маркетинга Кара-Шоро:*

Национальный парк «Кара-Шоро» известен своими минеральными водами, обладающими целебными свойствами. *Лечебная вода* – главный элемент, вокруг которого должна строиться маркетинговая кампания НПП “Кара-Шоро”. Благодаря уникальным свойствам подземных источников “Кара-Шоро” выгодно отличается от других национальных парков КР. Как представляется, грамотное сочетание лечебного туризма с экологическим туризмом могло бы обеспечить ощутимый приток туристов в этот национальный парк.

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд национального парка “Кара-Шоро”:*

Несмотря на обилие водных ресурсов, в Кыргызстане не проводится фестивалей, посвященных воде. Консультанты проекта предлагают целесообразным рекомендовать властям и общественности Узгенского района задуматься о проведении в национальном парке “Кара-Шоро” ежегодный летний **ФЕСТИВАЛЬ ВОДЫ “КАРА-ШОРО”.** Для этого есть все необходимые ресурсы – река Кара-Шоро, жаркий климат, красивый горно-лесистый ландшафт и целебные минеральные источники.

В программу фестиваля могли бы быть включены:

1. Презентация диетологами, гастроэнтерологи целебных свойств воды “Кара-Шоро”;
2. Увеселительный конкурс по массовому обливанию как знак дружбы и всепрощения;
3. Конный тур по национальному парку “Кара-Шоро”;
4. Презентация культуры кыргызов– мастер-классы по кухне, войлоку, конным снаряжениям и т.д.;
5. Вечерний этноконцерт.

**КЛАСТЕР «ГОРЫ ПАМИРО-АЛАЯ»** охватывает территорию Алайского районов после перевала Талдык по дороге Ош-Сары-Таш, весь Чон-Алайский район, а также горную часть Ноокатского района. Как направление кластер сфокусирован на горно-приключенческом туризме. Предлагается строить туристский образ и бренд кластера вокруг особенностей Чон-Алайского района Ошской области, целиком входящего в зону охвата кластера.

**Рисунок 42. Туристский бренд Чоң-Алая**

*Туристский образ* – **ВЕЛИЧЕСТВЕННЫЙ ЧОҢ-АЛАЙ**

*В логотипе бренда отражены:*

a) Пики и ледники Заалайского (Чон-Алайского) хребта;
b) Альпинист;
c) Крепость“Кул-Датка” как главная историческая достопримечательность Чон-Алайского района;
d) Звезды – элементы от мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда Чоң-Алая:*
a) Альпинизм;
b) Трекинг.

*Базовая идея маркетинга Чон-Алайского района:*

Величественные пики «семитясячники» и альпинизм – это главные стратегические преимущества Чоң-Алайского района. Благодаря горным вершинам, имеющим всемирную известность и неугасающий интерес у альпинизма Чон-Алайский район должен ассоциироваться *высокогорным ландшафтом и первоклассным альпинизмом.*

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд Чон-Алайского района:*

**Фестиваль высокогорья «ТОО FEST»** - это возможность прикоснуться к жизни на высокогорье. Цель фестиваля - показать культуру и быт жителей высокогорья, издревле проживающих на высоте более 3000 метров.

Предварительная программа:

- ✓ Демонстрация быта и культуры жителей высокогорья;
- ✓ Мастер-классы по альпинизму;
- ✓ Катание на яках/лошадях, национальные игры;
- ✓ Фудкорт высокогорной кухни;
- ✓ Мастер-классы по изготовлению кымыза;
- ✓ Open-air с музыкальным сопровождением, йога на рассвете;
- ✓ Ярмарка национальных ручных изделий;
- ✓ Трекинг между и через Заайлайский и Алайский хребтами, к озеру Тулпар-Куль.

**КЛАСТЕР «ЭТНОТУРИЗМ НА АЛАЕ»** охватывает территорию Кара-Суйского и Алайского районов вдоль автомобильной дороги Ош-Сары-Таш до перевала Талдык. Исторически территория кластера была центром проживания алайских кыргызов и их предводительницы Курманжан-Датки, крупным общественно-политическим деятелем19 века. В связи с эти целесообразно сфокусировать кластер на развитии этнотуризма, знакомящем путешественников с культурой и бытом кыргызов.

Доминантой кластера является районный центр – с.Гульча, располагающий гостевыми домами, кафе-ресторанами, а также культурной достопримечательностью – музеем имени Курманжан-Датки. В то же время центрами развития туризма здесь могут выступать горные долины и ущелья (наиболее известная из них – **ущелье Сары-Ой**) вдоль дороги Ош-Сары-Таш, а также перевал Чыйырчык.

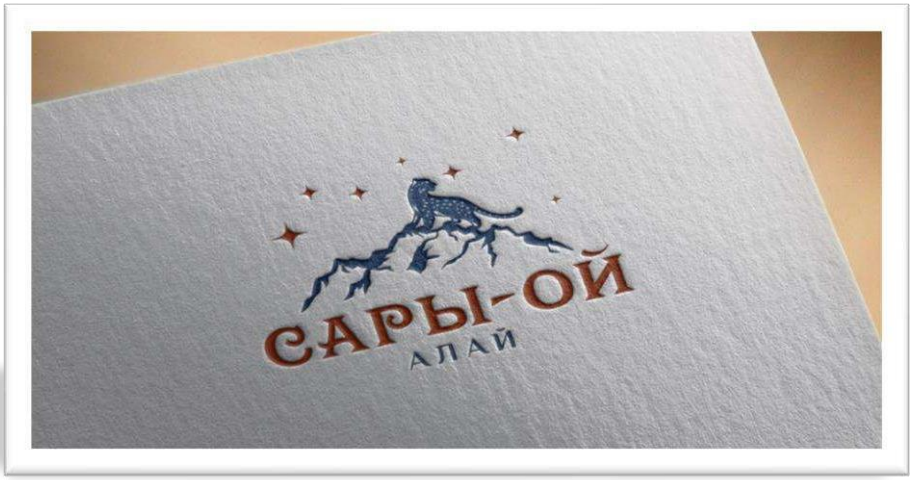



**Рисунок 43. Предлагаемый туристский бренд Алая с фокусом на ущелье Сары-Ой**

*Туристский образ* – **ЭПИЧЕСКИЙ АЛАЙ**

*В логотипе бренда отражены:*

a) Ущелье “Сары-Ой” как одна из главных туристских дестинации Алайского района;
b) Илбирс как один из тотемов кыргызского народа, ассоциирующийся с Курманжан Датка;
c) Звезды – элементы от мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда Алая:*

a) Живая природа;
b) Отдых на природе;
c) Этнокульутра;
d) Кочевая горная культура;
e) Трекинг, хайкинг.

*Базовая идея маркетинга Алайского района:*

Алайский район известен прежде всего своей кочевой этникой и историческими деятелями Курманжан Даткой и Алымбеком Даткой**,** оставившими эпохальный след в истории кыргызского народа. Благодатные пастбища и среднегорье способствовали развитию у жителей этого региона кочевой культуры, отличавшейся от культуры других районов Ферганской долине. Таким образом, кочевая этника является главным преимуществом для развития туризма в Алайском районе. Иными словами, здесь речь прежде всего идет о развитии туризма, сочетающего этно- и эко- компоненты. Соответственно, при маркетинговом продвижении района акцент должен быть поставлен *на образе номадизма на Великом Шелковом пути.*

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд Алайского района:*

**«ALAY FEST» -** фестиваль номадизма и игр кочевников. Место – ущелье «Сары-Ой». Фестиваль кочевой культуры и этники кыргызского народа.

✓ Игры кочевников - демонстрация национальных видов спорта и состязаний по национальным видам спорта (см. дальше);
✓ Демонстрация сборки юрты;
✓ Мастер-классы по изготовлению национальной кухни;
✓ Фольклорный концерт от местных мастеров искусства.

Виды кыргызских национальных игр, предлагаемых к проведению на «ALAY FEST»:

***Эр эңиш*** *– традиционная кыргызская борьба всадников. Эта дисциплина была порождена военными нуждами и служила военным целям. Залогом победы в эр эңиш являются как умения и сила всадника, так и его лошади.*
*В схватке соревнуются двое борцов, раздетых до пояса, на них должен быть «кушак» (пояс), платок, брюки из крепкого материала, сапоги, в руке должна быть камча. Для того, чтобы одержать победу, борцу необходимо стащить соперника с лошади, чтобы тот коснулся земли любой частью тела.*

***Көк бөрү*** *– древняя популярная конная-спортивная игра среди кыргызов и других народов Азии. В простонародье игру называют «улак тартыш» (перетягивание козла или козлодрание). Көк бөрү – это симбиоз скачек и игры. По правилам көк бөрү в одной команде участвует 12 всадников и 12 лошадей, но одновременно в игру вступают только по четыре игрока от каждой команды. Игровое время – три периода по двадцать минут. Цель игры – овладевать тушей козла и максимальное количество раз забрасывать её в тайказан соперника.*

*В* ***тогуз коргооле****, кыргызской версии манкала, целью игрока является приобретение как можно большего количества коргоолов. Слово «тогуз» переводится как «девять». В игре у каждого игрока имеется по девять лунок, в каждой из которых находится по девять коргоолов. В кыргызском языке «коргоол» означает «овечьи катышки». В игре использовались драгоценные камушки, похожие по внешнему виду и размеру на овечьи катышки. Значение игры для кочевых тюркских народов, в том числе и кыргызов, заключается в том, что воинственный народ в мирное время играл в тогуз коргоол и развивал свои способности военно-стратегического мышления.*

***Ат-чабыш.****Состав команд – 3 человек: 2 жокея и 1 тренер. Возраст участников должен быть не менее 14 лет. На скачках могут участвовать иноходцы возрастом не менее 3 лет и любых пород. Скачки проходят на разные дистанции.*

***Күрөш*** *- национальная борьба на поясах. Состав команды – 4 человека: 2 спортсмена, 2 тренера. Состязания проходят*

***Ордо*** *– одна из самых распространенных игр кыргызов, дошедших с древних времен до современности. Само слово «ордо» означает «ханская ставка, ханский дворец». Игра воспроизводит бой за захват ставки. Ордо представлял собой некую военную карту, с помощью которой воины обучались тому, как можно победить врага. Нарисованный на земле круг означал территорию государства, и соперниками вырабатывался план сражения. Выбивание хана означало свержение с трона правителя. В основе игры также лежит умение ведения правильной внутренней политики, что характерно соблюдением осторожности будучи уже внутри круга, т.е. у власти.*

**КЛАСТЕР «САКРАЛЬНЫЕ МЕСТА ОШСКОЙ ОБЛАСТИ»** охватывает территорию Араванского и Ноокатского районов Ошской области и сфокусирован кластер на знакомстве туристов с сакральными достопримечательностями Ошского региона. Здесь располагаются самые известные в регионе святые места, а именно **водопад «Абшыр-Ата»** в Ноокатском районе, а также **святилище древних коневодов «Дулдул-Ат»** и **пещера «Чиль-Устун»** в Араванском районе.

**Абшыр-Ата -** уникальный каскадный водопад, вытекающий прямо из камня; является устьем подземной реки и своим образованием обязан карстовым явлениям. Вблизи водопада имеются мазары и наскальные рисунки даваньской эпохи. Дестинация находится в Ноокатском районе к юго-западу от Оша.

**Рисунок 44. Туристский бренд Ноокатского района с фокусом на водопад Абшыр-Ата**

*Туристский образ –* **САКРАЛЬНЫЙ НООКАТ**

*В логотипе бренда отражены:*

a) Водопад “Абшыр-Ата” как главная туристская и сакральная дестинация района;
b) Звезды – элементы от мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда Ноокатского района:*

a) Мазары;
b) Легенды Абшыр-Аты;
c) Культовые места съёмок фильмов;
d) Знаменитые ноокатские яблоки.

*Базовая идея маркетинга Ноокатского района:*

*Сакральность* должна быть главным месседжем при продвижении района. История “Абшыр-Аты” окутана древними легендами о целебных свойствах воды, вытекающей из водопада, о духовной силе пещеры суфиев, откуда мусульмане начинали хадж в Мекку.

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд Ноокатского района:*

**ДУХОВНЫЙ ФЕСТИВАЛЬ «АБШЫР-АТА»** имеет целью увеличение потока туристов из стран Центральной Азии и Мусульманского Востока, верующих в сакральное знание. Время проведения – лето. Программа ивента могла бы включать следующие мероприятия:

- ✓ Тур по сакральным местам ущелья;
- ✓ Презентации, знакомство с древними обрядами и традициями;
- ✓ Спортивно-оздоровительная программа – гимнастика, дыхательные упражнения;
- ✓ Обряды благословений (бата), очищения ауры по древним ритуалам;

- ✓ Различные практики, индивидуальная консультация специалистов по народной медицине и духовности;
- ✓ Базар эзотерической и сувенирной продукции;
- ✓ Базар национальной кухни и напитков;
- ✓ Фольклорный концерт.

Местность **Дулдул-Ат** – это уникальный историко-сакральный комплекс в с.Араван, имеющий свою необычную историю, тесно переплетенную с историей древнего Даваньского царства.

**Рисунок 45. Туристский бренд Араванского района с фокусом урочище Дулдул-Ат**

*Туристский образ* – **ЛЕГЕНДАРНЫЙ АРАВАН**

*В логотипе бренда отражены:*

a) Петроглифы небесных коней “Дулдул-Ат”;
b) Звезды – элементы от мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда Араванского района:*

a) Мазары;
b) Легенды;
c) Древние царства;
d) Внеземные существа.

*Базовая идея маркетинга Араванского района:*

*Легендарность* является главным конкурентными преимуществом района, Легенды о ферганских небесных конях, аргамаках, отличавшихся необычайной выносливостью, а также «потением кровью» столетиями будоражили правителей империй древности и становились причинами кровопролитных военных походов. Наскальные рисунки этих коней в комплексе “Дулдул-Ат” остаются одним из наиболее ярких наследий древнего Даваньского царства, существовавшего в ЦА с 3 в до н.э до 5 века нашей эры. В то же время расположенная недалеко от этого места пещера Чиль-Устун хранит в себе немало природных таинств, окружена многочисленными легендами, и пользуется популярностью у региональных спелеологов. В связи с этим при маркетинговом продвижении туризма в Араванском районе, на наш взгляд, целесообразно акцентироваться на легендах, связанные с ферганскими небесными конями и Даваньским царством, подкрепляя складывающийся образ легендами, связанными с пещерой Чиль-Устун.

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд Араванского района:*

**САКРАЛЬНЫЙ РОУД-ТУР “НЕБЕСНЫЕ КОНИ”** должен стать одним из главных туристских мероприятий Араванского района. Для привлечения интереса путешествующих рекомендуется зонировать участок вокруг петроглифов – территорию расположенной у петрогрифов мечети, частного дома, источника, мазаров необходимо объединить в один туристский комплекс “Дулдул-Ат”.

В законченном виде должен будет иметь следующие туристские объекты:

- ✓ Уникальные петроглифы ферганских небесных коней;
- ✓ Мечеть с элементами среднеазиатской архитектуры;
- ✓ Мазар для ритуального очищения, благословения, просьбах о защите и т.д.;
- ✓ Усадьба в этностиле 19-20 вв, где можно совершать ритуалы, познакомиться с бытом городским кыргызов в досоветскую эпоху, проводить соответствующие мастер-классы;
- ✓ Сакральная гора “Дулдул-Ат”, по которому можно совершить “сакральные” трекинги и увидеть прилегающие территории.

Саркальный роуд-тур можно совместить с сакральным фестивалем “Абшыр-Ата”. Туристы после фестиваля Абшыр-Аты могут посетить сакральный комплекс “Дүлдүл-Ат”.

Территориально **КЛАСТЕР «НЕБЕСНАЯ ДОЛИНА АЛАЙКУУ»** охватывает территорию Кара-Кулжинского района, граничит с Нарынской областью, Алайским районом и Китаем. Его потенциальными туристскими продуктами видится организация треккинг-, хайкинг- и конных туров, джайлоо туризм, этнофестивалей. С учетом низкого уровня антропогенного воздействия на местную природу в перспективе здесь можно было бы организовать геопарк.

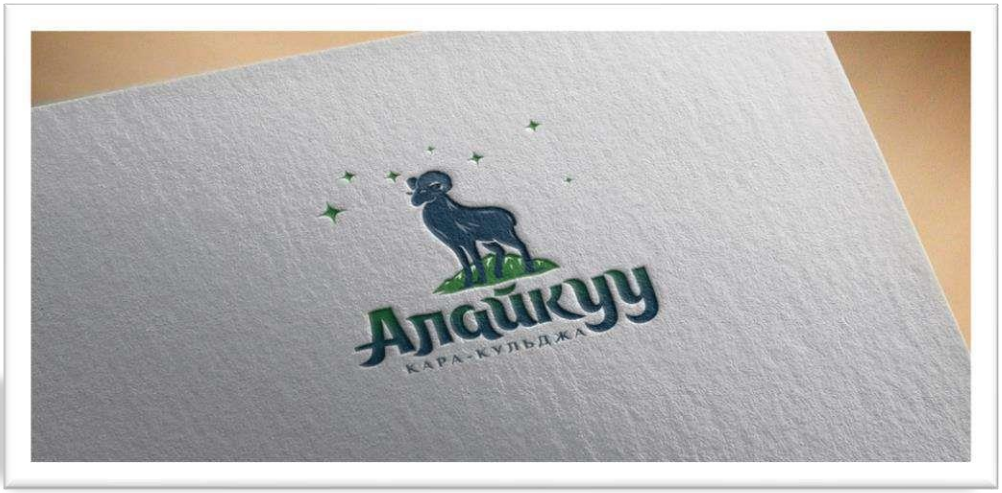



**Рисунок 46. Туристский бренд Кара-Кулжинского района**

*Туристский образ* – **НЕБЕСНЫЙ АЛАЙКУУ**

*В логотипе бренда отражены:*

a) Горный баран (Кара-Кулжа) – главный символ Кара-Кулжинского района;
b) Звезды – элементы от мета-бренда Ошского региона.

*Ассоциативные компоненты туристского бренда:*

a) Джайлоо;
b) Этника;
c) Этноспортивная охота;
d) Хайкинг;
e) Трекинг.

*Базовая идея маркетинга Кара-Кулжинского района:*

Кара-Кулжинский район, благодаря высокогорной долине “Алайкуу” и символу высокорья – горному барану кулжа, необходимо продвигать как *территорию, граничащую с небесами.* В связи с этим концепт *Небесности* является главным месседжемм при маркетинговом продвижении района.

*Туристское мероприятие (ивент) под бренд Кара-Кулжинского района:*

Издревле у жителей высокогорных долин основным видом деятельности была охота. Охота была одним из главных видов пропитания жителей высокогорья. В Алайкуу охотились на горных баранов, горных козлов, косуль и других млекопитающих. Согласно эпосу «Манас» в местности Алайкуу часто охотились визири Манаса во главе с мудрым Бакаем. В связи с этим основным туристским мероприятием здесь может стать проведение **ФЕСТИВАЛЯ ОХОТЫ “АЛАЙКУУ”,** который можно проводить совместно с федерацией охотничьих игр “Салбуруун”.

**Салбуруун** - комплексные охотничьи игры с ловчими птицами и собаками. Включает соколиную охоту, охоту с беркутами, стрельбу из лука, конную стрельбу из лука, охоту с тайганом.

Программа фестиваля может включать:

- ✓ Охотничьи состязания с хищными птицами;
- ✓ Охотничьи состязания с охотничьими собаками;
- ✓ Выставка хищных птиц и собак;
- ✓ Выставка охотничьих принадлежностей;
- ✓ Национальные игры с участием туристов;
- ✓ Фольклорная программа;
- ✓ Строительство юрты на скорость.

Программа охотничьего состязания включает следующие состязания:

➢ ***Упражнение «Чырга».*** *Здесь каждый охотник запускает своего беркута внаправлении муляжа, сделанного из шкуры лисицы, которого наездник на скакутянет за собой. Согласно требованиям, беркут должен долететь до муляжа, двигающегося на средней скорости, и схватить его. Оцениваются время и скорость полета птицы. Посредством этого упражнения определяется уровень тренировки беркута. Согласно правилам, охотник может запускать своего беркута лишь раз.*

➢ ***Упражнение «Үндөк».*** *В этом состязании беркута усаживают на расстоянии 200 метров. По сигналу судьи охотник начинает звать своего беркута, держа в руках приманку. Здесь оценивается время прилета беркута к руке хозяина. Каждому участнику разрешается призывать своего беркута один раз, стоя на земле или верхом на коне.*

➢ ***Далба*** *— это полет сокола на вабило. В данном виде соревнований оценивается скорость полета сокола посредством запуска на вабило. Вабило изготавливается изперьев куропатки, фазана и голубя, взятых с хвоста и крыльев. Согласно правилам, судьи отмечают, сколько раз сокол прилетел и имитировал нападение на вабило. Победитель определяется посредством наибольшего количества очков.*

➢ ***Тайган жарыш*** *— это собачьи бега среди породы борзых собак. Команда состоит из четырех человек — один руководитель и три владельца собак. Резвость собаки определяется скоростью ее бега на расстояние 350 метров. Собаки гонятся за муляжом из лисьей или заячьей шкуры, с которым наездник скачет со скоростью 60-65 км\час, либо муляж тянет специальный механизм. Среди каждой породы борзых проводятся отдельные забеги.*

***

Таким образом, **архитектура маркетинга Ошского региона** будет строится следующим образом:

**Рисунок 47. Архитектура маркетинга Ошского региона**

*1 уровень.* **Туристские дестинации** формируют туристские кластеры, близкие по тематике, потенциалу и условиям.

*2 уровень.* **Туристские кластеры** определяют туристские направления и маршруты.

*3 уровень.* **Туристские направления** формируют туристские ивенты по своим тематикам.

*4 уровень.* **Туристские ивенты** усиливают и укрепляют туристский бренд Ошского региона.

*5 уровень.* Сформирован **туристский бренд** Ошского региона.

### 3.2.3. Программа маркетинговых мероприятий на 2023-2028 гг.

| МЕРОПРИЯТИЕ | ВЕСНА | ЛЕТО | ОСЕНЬ | ЗИМА | РЕЗУЛЬТАТ |
|---|---|---|---|---|---|
| **2023 ГОД -ЭТАП “ПРЕЗЕНТАЦИЯ”** | | | | | |
| **Презентация Маркетинговой программы туризма Ошского региона на 2023-2028 гг.** | Май.<br>г. Ош | | | | 1. Официальная презентация Программы.<br>2. Передача программы местным властям Ошского региона.<br>3. Официальное объявление о запуске Программы. |
| **SILK ROAD FORUM** | | | 17 сентября<br>День туризма | | 1. Международная презентация туристского потенциала, программы, бренда, ивентов Ошского региона.<br>2. Международный месседж с официальным приглашением туристов к участию на туристских фестивалях Ошской области – “SILK ROAD FEST».<br>3. Заключение договоров, меморандумов сотрудничества между туроператорами Кыргызской Республики и зарубежья, международных организаций и соответствующими ведомствами Правительтства КР. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Подготовка к участию на международных туристских выставках 2024 г.** | Совместно с Департаментом туризма при МЭК КР и Фондом развития туризма КР.<br><br>Включение мероприятий в программы и бюджеты Департамента туризма, Фонда развития туризма КР, в местные бюджеты области и районов. | | | | 1. Включение мероприятий в бюджет районов и города Ош.<br>2. Включение мероприятий в Программы мероприятий и бюджеты Департамента туризма, Фонда развития туризма КР на 2024 г. и последующие года.<br>3. Привлечение потенциальных спонсоров и международных организаций для участия на туристских мероприятиях Ошского региона. |
| **Подготовка к проведению туристских ивентов Ошского региона на 2024 г.** | | | | | |
| **Экспозиционные выставки** | | | | Выставки по видам искусств – художники, ремесленники, ювелиры, писатели, скульпторы. | 1. Заполнение зимнего периода различными выставочно-экспозиционными мероприятиями.<br>2. Поддержка и развитие через туризм различных видов искусства и народного творчества Ошского региона. |
| **2024 ГОД – ЭТАП “STARTUP”** | | | | | |
| **Участие в Республиканских туристских выставках с отдельным павильоном туризма Ошской региона** | Международная туристская выставка-ярмарка “Issyk-Kul ITF”. Чолпон-Ата, Кыргызстан. | | | | 1. Реклама туристского бренда и ивентов Ошского региона и районов.<br>2. Заключение договоров сотрудничества с туроператорами КР и Центральной Азии. |
| **Участие в Международных туристских выставках в рамках павильона КР** | 1. Международная выставка «KITF», Алматы, Казахстан. | | | | 1. Реклама туристского бренда и ивентов Ошского региона.<br>2. Заключение договоров сотрудничества с туроператорами |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2. Торговая выставка ITB Berlin. | | | | Центральной Азии, Европы и мира. |
| **SILK ROAD FORUM**<br>**SILK ROAD EXPO** | 21 марта (Нооруз)<br>Город Ош | | | | 1. Формирование нового туристского вектора на пути Великом Шелковом пути в лице Ошского региона, через собственную международную экспертную площадку.<br>2. Формирование и закрепление бренда Ошского региона “Провайдер Шелкового Пути” на международном уровне через презентацию (выставку) вселенной Великого Шелкового Пути<br>3. Привлечение туристов на масштабные, аутентичные туристские ивенты Ошского региона, связанные с Великим Шелковым путем и этникой кыргызского народа и Востока в целом.<br>4. Презентация и раскрытие туристского потенциала каждого района с привлечением потока туристов как с внутреннего рынка, так и со внешнего рынков. |
| **SILK ROAD FOODS** | 21 марта (Нооруз)<br>Город “Узген” | | | | |
| **Роад-тур по базару “Bazaar”** | 21 марта (Нооруз)<br>Город Кара-Суу | | Ко Дню туризма<br>Город Кара-Суу | | |
| **Osh FEST** | | Ош | | | |
| **Фестиваль номадизма “Алай FEST”** | | Алай | | | |
| **Фестиваль высокорья “Too FEST”** | | Чон-Алай | | | |
| **Фестиваль воды «Кара-Шоро»** | | Кара-Шоро | | | |
| **Фестиваль охоты “Алайкуу”** | | Кара-Кулжа | | | |
| **Духовный фестиваль “Абшыр-Ата”** | | | Ноокат | | |
| **Сакральный роад-тур “Небесные кони”** | | | Араван | | |
| **Участие в V Всемирных Играх Кочевников в Республике Казахстан** | | Совместно с Департаментом туризма при МЭК КР | | | Участие спортсменов, ремесленников и членов делегации от КР с логотипами, роликами, раздаточными рекламными материалами Ошского региона. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **Экспозиционные выставки** | | | | Выставки по видам искусств – художники, ремесленники, ювелиры, писатели, скульпторы. | 1. Заполнение зимнего периода различными выставочно-экспозиционными мероприятиями.<br>2. Поддержка и развитие через туризм различных видов искусства и народного творчества Ошского региона. |
| **2025 – 2028 ГОДЫ – ЭТАП “РАЗВИТИЕ”** | | | | | |
| **Участие в Международных туристских выставках в рамках павильона КР** | 1. Международная выставка «KITF», Алматы, Казахстан.<br>2. MITT, Москва.<br>3. Торговая выставка ITB Berlin.<br>4. Другие туристские выставки зарубежья. | | | | 1. Увеличение доли туризма в экономике Ошского региона.<br>2. Привлечение новых зарубежних туроператоров к сотрудничеству с туристским сектором Ошского региона.<br>3. Повышение притока туристов из целевых стран дальнего зарубежья.<br>4. Повышение узнаваемости туристкого бренда и продуктов Ошского региона.<br>5. Формирование для Ошского региона образа одного из глобальных туристских дестинаций на Великого Шелкового пути.<br>6. Увеличение притока туристов в каждый район Ошского региона |
| **Проведение мероприятий в рамках SILK ROAD FEST** | | | | | |

### 3.2.4. Рекомендации по участию в международных выставках

В туристской отрасли выставки выступают одним из наиболее эффективных средств маркетинговых коммуникаций, поскольку в них одновременно участвуют множество акторов индустрии. Участие в выставках предоставляет широкую гамму маркетинговых инструментов, позволяющих заявить о себе, о своем продукте и способах вывода этого продукта на международные туристские рынки.

В мире ежегодно проводится большое количество выставочных мероприятий, так или иначе связанных с туризмом. Это могут быть как выставки, направленные на продвижение определенного регионального турпродукта («Курорты и туризм» в Сочи, «Ярмарка путевок» в Анапе), так и выставки для въездных туроператоров, которые проводятся по месту нахождения основного потребителя (FITUR (Мадрид); BIT (Милан) и др.

Особо выделяются международные туристские биржи и ярмарки. Это выставочные мероприятия, на которых, наряду с рекламой туризма, проводится активная работа по налаживанию контактов и заключению сделок между производителями туристских услуг (гостиницами, транспортными предприятиями) и их продавцами (туристскими фирмами). Крупнейшими международными туристскими биржами считаются ITB (Берлин, выставочная площадь – 85 тыс. кв. м), WTM (Лондон – около 5 тыс. экспонентов) и др.

Каждая выставка является своеобразным срезом вполне конкретной рыночной ситуации, дает возможность не только осуществлять поиск соответствующих рынков, но и участвовать в выходе на них наиболее эффективным образом.

Ценность участия в выставках заключается в том, что они позволяют:

- достичь углубленного понимания рыночной ситуации, не ориентируясь на затратный сбор различных данных;
- определить новые тенденции в развитии рынка, выявить образовавшиеся ниши и сосредоточить внимание на изучении тех сегментов, которые представляются самыми перспективными.

***

Для наиболее эффективной презентации Ошского региона (бренд, туристские продукты) на выставочных площадках рекомендуется исходить из следующего:

1. Важно участвовать в выставках «единым фронтом», т.е. важно презентовать весь туристский потенциал региона (дестинации, ремесленники, туроператоры, Совет по развитию туризма и др.). Отдельное участие одних только туроператоров Ошского региона, как показывает практика, не дает желаемого результата.

2. Вносится предложение в Департамент туризма при МЭК КР и в Фонд поддержки развития туризма КР о резервировании в бюджете данных ведомств средств для организации отдельного туристского стенда Ошского региона под эгидой Кыргызской Республики и брендом Ошского региона.

3. Государственным и районным администрациям Ошского региона рекомендуется делегировать собственных представителей для участия в выставках.

4. Функцию организации и координации участия в международных туристских выставках рекомендуется возложить на предлагаемый к созданию единый Совет по развитию туризм Ошского региона, а точнее на его маркетинговый комитет.

**Международные туристские выставки,**
**рекомендуемые для участия представителями Ошского региона для презентации новой туристской маркетинговой политики региона**

| № | Название | Краткое описание | Период проведения |
|---|---|---|---|
| **МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК** | | | |
| **1** | **“ITB”.**<br>**Международная туристская биржа.**<br>Федеративная Республика Германия. Берлин. | • Проводится в Берлине с 1966 г. ежегодно в марте в течение 7 дней. Один день отводится только профессиональным участникам, в остальные дни биржа открыта для всех желающих.<br>• В ней участвуют представители более 150 государств – это министерства и ведомства, национальные и региональные туристские организации, гостиницы и гостиничные сети, авиа- и круизные компании, структуры систембронирования, страховые компании, специализированные издательства, радио- и телекомпании.<br>• В период работы биржи организуются конференции, симпозиумы, приемы по вопросам развития туризма, аккредитуются журналисты для широкого освещения работы биржи в средствах массовой информации. | Март-апрель |
| **2** | **“WORLD TRAVEL MARKET”**<br>**Всемирный рынок путешествий.**<br>Великобритания. Лондон | • World Travel Market проводится с 1980 г.<br>• Собирает вместе свыше 50тысяч профессионалов из более 150 стран мира. Выгодная возможность менее известным странам заявить о себе.<br>• “World Travel Market” в Лондоне отличается тем, что здесь подписывают крупные контракты. | Ноябрь-декабрь |
| **АЗИАТСКИЙ РЫНОК** | | | |
| **3** | **"JATA EXPO”.**<br>**Международная туристская выставка** | • Международная туристская выставка "JATA EXPO” - это мероприятие, оказывающее | Сентябрь |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Япония. Токио. | определяющее влияние на развитие туриндустрии стран Юго-восточной Азии,<br>• В выставке принимают участие национальные туристские организации и предприятия из более чем 100 стран мира.<br>• Премия Japan Tourism Awards отмечает выдающиеся проекты и инициативы в области путешествий и туризма, осуществляемые государственными органами, бизнес-организациями как внутри страны, так и за рубежом. | |
| **4** | **Arabian Travel Market (ATM).**<br><br>**Международная выставка туризма и путешествий.**<br><br>ОАЭ. Дубаи. | • В выставке ATM на площади свыше 22000 кв. м участвует около 2500 экспонентов из 80 стран мира, в том числе 60 национальных туристских организаций из стран Европы, Ближнего Востока, Африки и Юго-Восточной Азии.<br>• Посещает выставку около 30000 специалистов из 135 стран.<br>• Arabian Travel Market (ATM) в 2017 году привлекла 40000 профессионалов индустрии, здесь было заключено соглашений на US$2.5 млрд. В выставке приняли участие более 2500 компаний, занявших 12 павильонов Dubai World Trade Centre, что сделало ATM крупнейшей в истории. Arabian Travel Market является идеальной платформой для новых инициатив и проектов, услуг и предложений | Май |
| **РЫНОК СНГ** | | | |
| **5** | **“MITT”. Путешествия и туризм.**<br>**Московская международная выставка.**<br><br>Российская Федерация. Москва. | • Проводится начиная с 1994 г. и является одним из центральных событий туристской индустрии России и стран СНГ.<br>• Более 1 000 экспонентов выставки представляют более чем 100 стран мира и 52 регионов России из всех | Март |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | сегментов туристской индустрии. | |
| 6 | **SITT / ТурСиб**<br>**Международная выставка.**<br>Российская Федерация. Новосибирск. | • **SITT** ключевое событие в профессиональной жизни туристского сообществаСибири.<br>• Ежегодно участникамивыставки становятся около двухсот туристских организаций, санаториев и отелей России, СНГ, страндальнего зарубежья.<br>• Выставка **SITT** проводится с 1989 года, и является хорошо зарекомендовавшей себя площадкой для продвижения туристских услуг в сибирских регионах России. | Апрель-май |
| **ЦЕНТРАЛЬНО-АЗИАТСКИЙ РЫНОК** | | | |
| 7 | **“KITF”**<br>**Туризм и Путешествия.**<br>Республика Казахстан. Алматы. | • Казахстанская международная выставка KITF проводится с 2001 года.<br>• Выставка является самой крупной профессиональной площадкой по туризму в ЦА и главным событием туротрасли страны.<br>• Лучшая B2B площадка для туроператоров ЦА - подписание меморандумов, соглашений, программ межрегионального и приграничного сотрудничества между странами, а также республиканские совещания, пленарные заседания, роуд-шоу, семинары, презентации и другие отраслевые мероприятия, демонстрируют эффективность выставки для рынка туриндустрии ЦА.<br>• За 20 лет проведения в выставке приняли участие компании и организации из 63 стран мира. Именно здесь международные и локальные компании оценивают потребность рынка и интерес потребителя, изучают конкурентную среду, находят новые инструменты повышения прибыли, выстраивают | Март-апрель |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | стратегию дальнейшей работы по ЦА. | |
| **8** | **TITF**<br>**Ташкентская Международная Туристская Ярмарка – «Туризм на Шелковом пути».**<br><br>Республика Узбекистан. | • Ташкентская международная туристская ярмарка «Туризм на Шёлковом пути» — крупнейшее событие в туристском пространстве Узбекистана и ЦА.<br>• Ярмарка проводится с 1995 года при официальной поддержке Всемирной Туристкой Организации ООН (ЮНВТО).<br>• Ежегодно в выставке собираются профессионалы туристского бизнеса стран Азии, СНГ и ЦА. | Ноябрь-декабрь |
| **ВНУТРЕННИЙ РЫНОК КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ** | | | |
| **9** | **«Issyk-Kul ITF» Международная туристская выставка.**<br><br>Кыргызская Республика. Чолпон-Ата. | • Issyk-Kul ITF – это ежегодное место встречи международных туристских компаний, туроператоров, представителей госструктур по развитию туризма, авиакомпаний, гостиниц, перевозчиков и медиа сектора КР и стран ЦА.<br>• Цель выставки - установление деловых связей между туроператорами, продвижение и пропаганда местных достопримечательностей, туристских продуктов, знакомства граждан услугами этно-эко-туризма и другие.<br>• В рамках Issyk-Kul ITF традиционно проходит презентационно-культурная программа:<br>✓ *торжественная концертная программа и церемония награждения;*<br>✓ *мастер-классы,*<br>✓ *этно-игры;*<br>✓ *выставка картин, выставка музейных экспонатов;*<br>✓ *выставка изделий ремесленников.* | Май |

### 3.3. План коммерциализации отдельных туристских дестинаций

В целях коммерциализации туристского сектора Ошского региона по итогам обсуждений в фокус-групповых дискуссиях, встреч с экспертами и анализа текущей ситуации было выбрано 7 дестинаций, чей потенциал в настоящее время незаслуженно мало раскручен при том, что эти локации отражают всю полноту природно-географического и культурно-исторического многообразия региона.

**Абшыр-Ата** - уникальный каскадный водопад, вытекающий прямо из камня, является устьем подземной реки и своим образованием обязан карстовым явлениям. Вблизи водопада имеются мазары и наскальные рисунки даваньской эпохи. Дестинация находится в Ноокатском районе к юго-западу от г.Ош.

**Алай** как дестинация, несмотря на близость к г.Ош и наличие хорошей трассы, также не особо раскручен. Чаще всего внутренних туристов привлекает перевал Чыйырчык на границе Кара-Суйского и Алайского районов, международные туристы используют Алайский район как транзит по пути в Чон-Алайский район. Алайский район в целом имеет нераскрученный этнографический потенциал.

**Алайкуу** - одна из самых отдаленных дестинаций в Кара-Кулжинском районе. Алайкуу имеет нераскрытый и недооцененный туристский потенциал. Уникальная дестинация с необычной природой, интересной историей и самым вкусным кумысом.

**Дулдул-Ат, Чил-Устун** - дестинации в Араванском районе. Они имеют общие исторические корни с местностью Абшыр-Ата в Ноокате и Сулайман-Тоо в Оше. Пещерный комплекс Чил-Устун с уникальными карстовыми пещерными лабиринтами известен в основном любителям-спелеологам. Местность Дулдул-Ат менее раскручена, несмотря на свою древнюю, необычную историю, тесно связанную с Даваньским ханством. Дулдул-Ат уникальный исторический памятник, не имеющий аналогов.

**Кара-Шоро** - минеральный источник в Узгенском районе, имеет нераскрученный потенциал в отличие от такого же источника в соседней Жалал-Абадской области. Хотя в советское время здесь было производство бутилированной воды из этого источника. Дестинация находится на территории одноимённого государственного природного парка у подножия Ферганского хребта.

**Рисовая мельница в Узгене** -необычная дестинация с богатой гастрономической историей, связанной со знаменитым узгенским рисом сорта “девзира”.

**Старый базар в г.Ош** - старый квартал действующего центрального рынка города. Для Оша базары всегда были больше, чем просто территория, где идёт оживлённая торговля. Возрождение Старого базара положительно скажется на развитии туристского потенциала Ошского региона.

| АБШЫР-АТА | |
|---|---|
| **Кластер №4. “Сакральные места Ошской области”** | Кластер охватывает три локации в Ошском регионе: Сулайман-Тоо в Оше, водопад Абшыр-Ата в Ноокатском районе и местность Дулдул-Ат с пещерой Чил-Устун в Араванском районе. Объекты объединены в один кластер из-за своей близости друг к другу и общего сакрального статуса. Два объекта из кластера расположены к западу от города Ош, что позволяет объединить их в один узел, привлекающий туристов.<br><br>Локации на карте объединены в треугольник. Старт у Ворот Огня у западного склона Сулайман-Тоо в Оше. Дальше маршрут пролегает к местности Дулдул-Ат и пещере Чил-Устун в Араванском районе. Оттуда к водопаду Абшыр-Ата в Ноокатском районе. Финиш у Ворот Воды у северного склона Сулайман-Тоо в Оше. |

| | |
|---|---|
| | У всех трех объектов богатая история, тесно связанная с ранним средневековьем и даже библейскими временами. Они могут заинтересовать любителей истории, интересующихся историей религий и сакральных мест, также паломников.<br>Абшыр-Ата, каскадный водопад (вода вытекает из полутораметрового отверстия двумя каскадами по 15 и 12 метров) и обрывается в основном русле реки Абшыр-Сай, протекающей по дну каньона. Водопад является устьем подземной реки и своим образованием обязан карстовым явлениям. Вода в водопаде слабо минерализована (в основном кальций и магний). В окрестностях водопада находится источник Котур-Булак. В 1975 году Абшыр-Ата был объявлен геологическим заказником.<br>Река Абшыр-Сай (не путать с водопадом Абшыр-Ата), а прошлом приток реки Кара-Дарья, начинается у северного склона Кичи-Алайского хребта. Длина 62 км, основной источник – талые снеговые и дождевые воды, протекает по дну каньона, где у самой кромки ущелья в него впадает водопад Абшыр-Ата.<br>В нескольких километрах к югу от села Көк-Жар или 20 км к югу от водопада Абшыр-Ата на отдельной скале имеются наскальные рисунки, которые исследователи обозначали как Абшыр-Сайские наскальные рисунки. На скале имеются рисунки коней, сходных по стилю с рисунками даваньских лошадей в Араванском и других местностях Ноокатского района. Они отличаются только мелкими размерами. |
| **Существующее положение на туристском рынке** | Абшыр-Ата популярный среди кыргызстанцев уникальный природный объект, привлекающий внимание своим необычным водопадом и мазарами. Но в отличие от Арстанбапа (Арсланбоба) Абшыр-Ата не был раскручен в советский период. В советский период недалеко от водопада располагался пионерский лагерь, имелась летняя чайхана. Абшыр-Ата имела тогда больше сакральности, чем сейчас.<br>Абшыр-Ата имеет нераскрученный туристский потенциал. Сегодня Абшыр-Ата хаотично развивается только в двух форматах как необычный водопад и сакральное место. Вся территория перед водопадом (речь идёт про неширокую дорогу в узком каньоне) густо застроена уродливыми палатками, металлическими юртами застроены даже скалы у водопада и напротив, что уродует общий обзор водопада и ущелья. В советское время и постсоветское торговля разрешалась только у чайханы, территория у водопада была свободной от торговли. Машины останавливались у чайханы, сейчас прямо у водопада. Такой хаос и беспорядок вряд ли заинтересует туристов как внутреннего, так и внешнего.<br>Абшыр-Ата не имеет постоянного транспортного сообщения. Регулярных туров тоже нет. Туристские поездки в Абшыр-Ата носят неорганизованный характер. Туристы и паломники самоорганизуются. Немало приезжих их Узбекистана.<br>В ущелье Абшыр-Ата несколько сакральных мест. Помимо самого водопада, есть Сырдуу-Таш, Шыпаа-Булак (вероятно всего раньше именовался Котур-Булак) и огромная пещера. На пригорке до водопада есть мазар, который связывают со святым пророком Идирисом.<br>Инфраструктура в Абшыр-Ате требует вложений и ремонта. Многие сооружения носят хаотичный характер. Водопад и водоем загорожены. Не продумана система вывоза мусора, туалетов. Дорога неасфальтированная. Нет парковки. |
| **Анализ сегодняшней конкурентной ситуации** | Абшыр-Ата уникальный природный объект с уникальным водопадом и мазарами. Местные турфирмы особой заинтересованности в организации специализированных туров не проявляют.<br>По контенту (сакральности истории) объект не имеет конкурентов, потому что объединяет уникальный природный памятник водопад (вытекающий неизвестно откуда) и мазары с библейскими историями. В целом весь Кыргызстан испещрён местами, которые отсылают нас к раннехристианской истории, когда часть восточных христиан была вынуждена покинуть Ближний Восток и Малую Азию в поисках защиты и безопасности. Вполне можно допустить, что легенды вокруг мазаров и эти истории могут иметь общие корни. Другие ближайшие водопады к городу Ошу находятся на приличном расстоянии. Но они не имеют богатой истории с сакральными элементами. |
| **Описание нового продукта** | Водопад Абшыр-Ата необходимо четко обозначить на баннерах со всеми локациями и расстоянием. Важно обновить информацию на Google Map, Yandex Map, 2GIS. |

| | |
|---|---|
| | Абшыр-Ата – это ворота к живописной долине Кичи-Алайского хребта. Можно предлагать новые пешеходные туры, начиная с водопада и дальше по каньону в сторону хребта.<br><br>Абшыр-Ата имеет огромное значение для жителей Ферганской долины, его мазары давно пользуются заслуженной славой и историей. Можно развивать паломнический, познавательный, историко-культурный, религиозный туризм.<br><br>Абшыр-Ата и каньон были местом съемок знаменитых советских вестернов “истерны”. Здесь свои фильмы снимали Геннадий Базаров, Толомуш Океев. В 1971 году здесь снимали часть натурных съемок фильма “Поклонись огню”, посвященной первой женщине-председательнице колхоза Уркуя Салиевой. Для любителей кино и приключенческого туризма можно организовать специализированные туры.<br><br>Пещера у водопада часто была объектом съемок, к примеру в фильме “Поклонись огню”, то есть можно по мотивам этих фильмов устраивать приключенческие туры, с походами по памятным местам, к ремесленникам, кто делает ножи, различные приключенские фестивали и мероприятия по меткости метания ножей и так далее.<br><br>Абшыр-Сай может развивать пешеходный туризм (хайкинг), приключенческий, паломнический. Это направление будет привлекательно для семейных и групповых туров, можно организовать конные туры. |
| **Увеличение доходности** | Необходимо постоянное транспортное сообщение. Развитие местности как привлекательного туристского объекта с особой сакральной историей. Доходность увеличится, если это будет организованный туризм. На примере биосферного заповедника «Сары-Челек» можно увидеть к чему приводит неорганизованный, беспорядочный туризм. За счёт постоянной и регулярной организации туризма можно увеличить доходность. Необходимо определить хозяев парковки, места для приготовления еды, аренды площадей. В советское время там была чайхана, которая гармонировала с природным ландшафтом. Для тех, кто совершает паломничество также необходимо место для совершения необходимых обрядов. |
| **Вовлечение женщин** | В регионах есть активные женские группы, в частности Женский банк мира, который вовлекает женщин в активную деятельность в регионах, необходимо их вовлечь, чтобы трудоустроить женщин, вовлечь их в туристскую сферу.<br><br>В Ноокате, как в селе Чолок (Чуйская область) есть своя традиция приготовления жупка, эта традиция отличается от других, можно наладить изготовление жупки и курута.<br><br>Можно открыть центр Жупка по-ноокатски и курута (напиток, который делают в Ноокате, перетёртое сүзмө с обжаренной мукой, в таком вариант курут готовят только в Ноокате и в некоторых районах Баткенской области, в Алайском районе эзме курут готовят из крупных курутов с добавлением горячей воды, то есть немного другая технология) |
| **Вовлечение молодёжи** | Молодёжь можно вовлечь в организацию туров через общественные молодёжные организации, которые начали практиковать треккинг туры в Ноокате |

| **АЛАЙ** | |
|---|---|
| **Кластер №3 «Этнотуризм на Алае»** | Кластер охватывает территории Алайского и Кара-суйского районов, вдоль Памирского тракта (Ош-Сары-Таш до перевала Талдык). Несмотря на транспортную близость к городу Ош кластер обладает некоторой автономностью, которая выражается в возможности организации многодневных туров с ночёвкой в юрточных городках.<br><br>Важно сфокусировать кластер на развитии этнографического туризма, который знакомит туристов с бытом, традициями горных кочевников. Исторически территория кластера была центром проживания алайских кыргызов, которые контролировали огромные по площади земли, включая предгорную часть Ферганской долины. Самыми известными лидерами алайских кыргызов являются Алымбек датка и его супруга Курманжан датка. |

| | |
|---|---|
| | Алайский район самый близкий по расстоянию к городу Ош горный регион с богатой историей, флорой и фауной, имеющий огромный туристский потенциал. В отличие от Чоң-Алая и Алайкуу Алайская долина ближе к Ошу, имеет постоянное безопасное транспортное сообщение, также все условия для развития туризма в любом формате и направлении. В особенности для проведения этнофестивалей и других массовых мероприятий. |
| **Существующее положение на туристском рынке** | Доминантной кластера является районный центр село Гулча, располагающий сетью гостевых домов, кафе-ресторанов, а также музеем, посвящённой деятельности «алайской царицы» Курманжан датки.<br><br>Алайская долина популярный среди туристов маршрут. Но чаще всего туристы ограничиваются посещением перевала Чыйырчык и долины Сары-Ой. Перевал Чыйырчык популярное среди ошан место отдыха в зимнее время. Перевал имеет большой потенциал в развитии массового зимнего туризма, который может привлечь и туристов из других стран, в частности из Узбекистана.<br><br>Весь Алайский регион имеет все возможности для развития туризма. |
| **Анализ сегодняшней конкурентной ситуации** | Центром притяжения туристов являются две локации долина Сары-Ой вдоль Памирского тракта (на отрезке Ош-Сары-Таш) и перевал Чыйырчык. В горных долинах имеется потенциал для продвижения этнографического туризма на базе строительства юрточных городков с расширенной инфраструктурой для организации туров выходного дня, этнографических фестивалей, фестивалей агротуризма, треккинга, хайкинга, кэмпинга, глэмпинга.<br><br>На перевале Чыйырчык (в 40 км к югу от Оша) на высоте 2400 метров над уровнем моря помимо летних юрточных городов с наступлением зимы функционирует горнолыжная база с минимальными удобствами.<br><br>Это единственная локация, которая развивается и зимой. Это единственная локация для развития массового зимнего туризма в Ошской области. Она имеет большой потенциал в отличие от локации на западной окраине Оша в сторону Папанского водохранилища. Перевал Чыйырчык расположен на высоте 2400 метров, что позволяет развивать качественно зимние виды отдыха.<br><br>В летнее время перевал естественная площадка для проведения этнофестивалей и других массовых мероприятий. Перевал это естественные ворота в Алайскую высокогорную долину и начало Памиро-Алайских гор. |
| **Описание нового продукта** | На перевале Чыйырчык можно организовать регулярные зимние и летние фестивали туризма, ориентированные на синтез оседлой и горной кочевой культуры. Перевал Чыйырчык можно обозначать как ворота в Ферганскую долину в горах Памиро-Алая. Можно установить там соответствующие указатели с названием городов и стран с указанием расстояний. Это место будет нулевым километром Памиро-Алая.<br><br>Нужен регулярный этнофестиваль летом с демонстрацией культуры горных кочевников Памиро-Алая, юрточный городок с городом ремесленников, функционирующий зимой и летом. Старый город-крепость на перевале с площадками для кэмпинга, парковки.<br><br>Регулярный музыкальный фестиваль музыки и культуры горных кочевников под открытом небом. Например, #AlayTengriMusic #AlayNomadMusic.<br><br>В продвижении необходимо акцентировать, что речь идет о продукте и культуре горных кочевников, которые отличаются от быта, традиций и истории степных кочевников. |
| **Увеличение доходности** | Алайский регион имеет хороший потенциал для развития всех форматов туризма. Но из-за слабой инфраструктуры, отсутствия условий, рекламы, стратегии развития туризма и планирования не развивается в полной мере. Алайский регион имеет потенциал как для внутреннего и внешнего туризма. Его выгодное расположение вдоль международной трассы Памирский тракт отличает его от других локаций. |
| **Вовлечение женщин** | Женщины, девушки могут быть вовлечены в IT продвижение туристского продукта, в ремесленничество, в производство национальных молочных продуктов и кухни горных кочевников, развитие и поддержка ремесленничества. |

| | |
|---|---|
| **Вовлечение молодёжи** | Молодёжь можно вовлекать в развитие авторских локальных туров и гидов. |

| АЛАЙКУУ | |
|---|---|
| **Кластер №5 “Небесная долина Алайкуу”** | Территориально класстер охватывает территорию Кара-Кулжинского и Алайского районов Ошской области. По оценке региональных туроператоров, долина Алайкуу относится к дестинациям с нераскрытым и недооцененным туристским потенциалом. Во многом это объясняется его географической отдаленностью от города Ош.<br><br>Алайкуу или котловина Алайкуу расположена между Ферганским и Алайкууским хребтами на высоте 2500-3000 метров над уровнем моря. В долине протекают реки Көк-Арт, Сабажарды, Кайынды, Терек и Чычырканак, ледники общей площадью 57.7 кв м; озера Кулун и Кайынды. Алайкуу живет за счет овцеводства, яководства и коневодства. Алайкуу славится своим знаменитым кумысом, который сильно отличается по вкусу от кумыса из других регионов.<br><br>В Алайкуу ведёт единственная автодорога Кара-Кулжа — Көк-Арт. По этой дороге в древности проходила одна из ветвей Шелкового пути. Дальше через Алайкуу по горным тропам в Кашгар. В местности Үнкүр выше Ак-Бейита находится древнеуйгурский письменный памятник, также есть легенды об охоте в здешних местах визирей Манаса во главе с Бакаем. |
| **Существующее положение на туристском рынке** | Алайкуу славится своими молочными продуктами и другими натуральными продуктами экологичного производства. Бренд «Алайкуу» в Ошской области стал синонимом качественного продукта. В Бишкеке этот бренд практически не знаком, хотя продукция под таким брендом есть в местных гипермаркетах.<br><br>Местные фирмы под брендом «Алайкуу» предлагают национальные напитки по рецептам, распространённым на юге страны. В долине регулярно проводился этнофестиваль кымыза «АлайкууФест», в последний раз такой фестиваль в селе Сай-Талаа проводился в 2019 году.<br><br>Представленность в социальных медиа нулевая и сезонная, зависит от ивентов. Последнее обновление было в 2019 году, когда в последний раз проводился фестиваль кымыза. |
| **Анализ сегодняшней конкурентной ситуации** | За основу развития этого кластера можно взять модель, используемое в дестинации Сары-Могол. Доминантой кластера может стать село Сай-Талаа, где функционирует инновационная экоферма “Алайкуу”, общей площадью 2 га на высоте 2100 метров над уровнем моря. На территории комплекса имеется гостевой дом с номерным фондом, где могут разместиться до 20 человек, также 4 юрты, включая одну юрты в виде коворкинг офиса. Гостевой дом имеет все необходимые удобства виде отопления, электричества, канализации и горячей воды. На экоферме имеется мини-молочный цех, где для клиентов производятся национальные напитки.<br><br>Для развития экофермы можно использовать опыт экофермы “Рейна-Кенч” в Иссык-Кульской области. |
| **Описание нового продукта** | Кластер может сочетать элементы экологического туризма и этнографического туризма. Его потенциальными туристскими продуктами видится организация треккинг, хайкинг и конных туров, жайлоо туризм, этнофестивалей. С учетом низкого уровня антропогенного воздействия на природу в перспективе можно организовать геологический парк.<br><br>Вместо экофестиваля “АлайкууФест” предлагаем организовать тематические туры. Массовые экофестивали не рекомендуем там проводить в целях сохранения уникальных природных условий. Важно разработать регулярные ивенты круглый год. Фестиваль “АлайкууФест” рекомендуем проводить в другой локации. |
| **Увеличение доходности** | Бренд “Алайкуу” нераскручен в национальном масштабе. Бренд “Алайкуу” зачастую находится в тени более крупного бренда “Алай” из-за схожести названий и локаций. Алайкуу имеет свою уникальность, которую важно раскрывать. Небесная долина Алайкуу может стать местом качественного отдыха, полностью ориентированного на |

| | |
|---|---|
| | экологию, начиная с организации тура, контентом и питанием. Важно, чтобы все было продумано до мелочей с точки зрения “зеленой экономики” помимо брендирования. Такой вид отдыха может заинтересовать состоятельных туристов из соседнего Узбекистана, любителей экотуризма из Европы и других стран. |
| **Вовлечение женщин** | Женщины, девушки могут быть вовлечены в IT продвижение туристского продукта, в ремесленничество, в производство национальных молочных продуктов и кухни горных кочевников. |
| **Вовлечение молодёжи** | Молодёжь можно вовлекать в развитие авторских локальных туров и гидов. |

| **ДУЛДУЛ-АТ** | |
|---|---|
| **Кластер №4. “Сакральные места Ошской области”** | Местность Дулдул-Ат расположена в 27 км к западу от города Ош, на восточной части районного центра Араван, находится на территории сельской управы Анаров. Комплекс включает в себя мавзолей, чилдекана и родник.<br><br>Сам памятник представляет собой каменную гряду, скалу, на некоторых поверхностях которого высечены наскальные изображения горных козлов, лошади и диких животных. Также у подножья основной части скалы расположен: источник и погребения почитаемое как могила святого Дулдул-Ат и мечеть.<br><br>На высоте около 15-16 м от подошвы скалы, точечным сколом нанесены достаточно распространены рисунки горных козлов, оленя, людей и других. Среди них резко выделяются большие изображения двух пар лошадей, вероятнее всего, жеребцов и кобылиц. Их фигуры переданы очень изящно и четко. Контуры лошадей выцарапаны на камне почти в натуральную величину и закрашены охристым веществом, за тысячелетия не потерявшим яркого цвета.<br><br>Также целый комплекс изображений даваньских коней имеется в местности Айрымач-Тоо (или Сүрөт-Таш) в 8 км к северо-западу от Оша. Даваньские кони, несмотря на типичность образа, стилистически сильно отличаются от других изображений. Они выполнены с большим мастерством и точным знанием особенностей животных: с красивыми формами тела, длинными стройными ногами, с сильным крупом. И особое отличие их - маленькая изящная голова на длинной изогнутой шее.<br><br>Уникальный исторический памятник, не имеющий аналогов, постепенно превратился в почитаемое святое место, которое стали называть Дулдул-Ата, добавляя лишнюю букву. По легенде так звали легендарного коня Хазрета Али, места почитания которого разбросаны по всей Ферганской долине. К примеру, другое такое почитаемое место находится в Кадамжае. Там у дороги на берегу реки Шахимардан находится целый комплекс, посвященный Хазрету Али.<br><br>Другой загадочный культ связан с глубокой расщелиной, расположенной в нескольких метрах справа от наскальных рисунков «небесных коней». Внутри между огромными базальтовыми валунами на круглой площадке увидеть каменный артефакт, который отдаленно напоминает культ лингам древних арийцев, так называли в древности символ божественной производящей силы.<br><br>Пещеры Чил-Устун - карстовые пещеры в северо-западной части Ошской области, располагающиеся близ в 3 км к востоку от Аравана, на высоте 1 100 метров. Пещера состоит из трех разных по размеру залов, соединенных между собой коридорами. Общая длина пещеры составляет 400 метров. Залы пещеры имеют довольно большую площадь и усеяны многочисленными сталактитами и сталагмитами, возраст которых по некоторым оценкам составляет до 350 миллионов лет. |
| **Существующее положение на туристском рынке** | Местность Дулдул-Ат находится в таком же положении как водопад Абшыр-Ата. Местность застраивается, идёт хаотичное посещение, которое может нанести вред уникальному историческому памятнику на открытом воздухе.<br><br>Вокруг культов, на сегодня чья подлинная история бесследно утраченных, идёт процесс создания новых легенд и историй. Действует небольшая мечеть, имеющая связь с Хазретом Али. Культовые места, связанные с его именем немало в Ферганской |

| | |
|---|---|
| | долине. Можно подготовить отдельный паломнический тур по местам, имеющим отношение к Хазрету Али.<br>В пещере Чил-Устун идёт несанкционированный свободный доступ всех желающих. Специализированные фирмы из Бишкека организуют специальные туры в пещеру. |
| **Анализ сегодняшней конкурентной ситуации** | Местность Дулдул-Ат и пещера Чил-Устун нуждаются в нашей защите и популяризации для развития специфического направления в туризме. Это могут быть паломнический туризм, для любителей истории и для любителей этнографического туризма.<br>При местности действует мечеть, которая активно посещается. Местные жители проводят различные обряды. Но сама история памятника постепенно теряется. Мало кто, упоминает государство “Давань”. Историки и археологи поднимают вопрос сохранности уникального исторического памятника. |
| **Описание нового продукта** | Дулдул-Ат, Чил-Устун необходимо четко обозначить на баннерах со всемилокациями и расстоянием. Важно обновить информацию на Google Map, Yandex Map,2GIS.<br><br>Предложить туристам туры с другими локациями, связанными с культом Хазрета Али в Ферганской долине. Открыт в Араване центр этнокухни “Дулдул-Ат”, где на открытом месте готовили разные виды шашлыка и плова. Араван традиционно славится в регионе своими шашлыками и пловом из местного риса. Араван также родина южного инжира, который в изобилии растет в местных садах. Паломнический, историко-культурный туризм можно связать с гастрономическим.<br>В советское время Араван традиционно представляли “хлопковым краем”, добавляя в логотипы цветок хлопчатника. Предлагаем активно продвигать культ даваньских коней. |
| **Увеличение доходности** | Необходимо разработать виртуальный тур всех наскальных изображений, чтобы облегчить их просмотр в формате специального приложения или интернет-ресурса с полным описанием и аудиогида.<br>В советское время и сейчас на базарах Аравана продают конфеты местного производства, в том числе халву. Можно предложить конфеты в форме лошадей, коней и жеребят. Такие конфеты могут стать брендом Аравана. В советское время в Арстанбапе на местном базаре продавали яркие местные конфеты, выполненные в форме надписи «Арсланбоб». Они пользовались большим успехом у покупателей. Многие покупали их в качестве сувениров. Из сушёного инжира и хурмы, которые в изобилии растут в Араване можно наладить производство наборов в форме лошадей, коней.<br>Араван на юге страны чётко отождествляется со вкусной кухней, можно соединить паломнический туризм с кухней, открыв в центре Аравана огромный этнографический гастрономический центр как в Ташкенте (типа центр плова). |
| **Вовлечение женщин** | Женщин можно вовлечь в приготовление конфет в форме лошадей, коней и жеребят. Изучить опыт других локаций и стран, где готовят такие сладости. Для увеличения доходности необходимо изготавливать только фигурки лошадей и коней с описанием, логотипом, разработанным для Аравана. |
| **Вовлечение молодёжи** | Молодёжь можно вовлекать в развитие авторских локальных туров и гидов. |

| **КАРА-ШОРО** | |
|---|---|
| **Кластер №1 “Города Шёлкового пути”** | Кластер охватывает три города Ош, Кара-Суу и Узген, объединённых общей торговой историей на Шёлковом пути. Кластер включает крупные городские населённые пункты Ошского региона с богатым культурно-историческим наследием, яркой насыщенной восточной кухней и сохранившимися историко-архитектурными памятниками. Кластер сфокусирован на познавательный туризм. |

| | |
|---|---|
| | Месторождение углекислых вод «Кара-Шоро» расположено в 80 км к востоку от районного центра Узген в центре локальной одноимённой долины. Открыто в 1945 году. Воды Кара-Шоро по составу относятся к углекислым хлоридно-гидрокарбонатным натриевым с минерализацией 2.4-3.1 г\л и углекислым хлоридно-гидрокарбонатным натриевым с минерализацией от 5.3 (скважина №5) до 15 г\л. Вода из скважины №5 использовалась в качестве лечебно-столовой воды, в советское время и непродолжительное время разливалось в бутылки.<br><br>Минеральное месторождение находится на территории одноимённого государственного природного парка. Организован в соответствии с постановлением Правительства Кыргызской Республики от 2 августа 1996 года № 353. Общая площадь национального парка составляет 8450 га, из них лесные земли 823,2 га и нелесные земли 7626,8 га, основная часть территории занята пастбищами.<br><br>Природный парк расположен на стыке Тянь-Шаня и Памиро-Алая. По центру парка протекает река Кара-Шоро, текущая в западном направлении и имеющая многочисленные притоки. Наиболее значительными из притоков являются Качыралы, Кара-Булак, Балам-Калды, Чон-Кулубек, Чон-Туйба, Чытты.<br><br>В рекреационной зоне национального парка организован юрточный городок для туристов с обслуживанием. Используются также углекислые минеральные воды месторождения Кара-Шоро, которые на этом участке выходят двумя родниками. Местные жители в неорганизованной форме продают минеральную воду на местных базарах, разливая её в пластиковую посуду. |
| **Существующее положение на туристском рынке** | Кара-Шоро пользуется популярностью среди местного населения. На местных базарах идёт торговля минеральной водой, самостоятельно разлитой в бутылки. На территории парка преимущественно в летнее время проводятся пикники. В этой же зоне находится туристский центр «Салам-Алик». В советское время на этой территории находились два пионерских лагеря и туристская база для активного и пассивного отдыха. |
| **Анализ сегодняшней конкурентной ситуации** | Кара-Шоро имеет скрытый потенциал, можно развивать медицинский, оздоровительный туризм с использованием активного и пассивного отдыха. Буквально в получасе езды от удушливой жары долины турист попадает в прохладу предгорных и горных долин. В данный момент местность используется исключительно как место для пикников, необходимо расширить брендирование местности. |
| **Описание нового продукта** | Можно организовать сбор и продажу лекарственных трав; открыть чайную, где продавали бы чай из лекарственных трав, к чаю местные сладости.<br><br>Большая часть туристского продукта может быть ориентирована на народную медицину. Также с учётом интересов и потребностей туриста возможна организация одно-двухдневных туров в национальные парки “Кара-Шоро” для активного (треккинг, кемпинг, хайкинг) и пассивного отдыха (жайлоо-туризм, ночёвка в юртах, знакомство с бытом горных кочевников, агротуризм). |
| **Увеличение доходности** | Доходность можно увеличить за счёт ориентированности туристского потока на народную медицину, минеральные источники. В радиусе 100 км от Оша нет других источников минеральной воды, имеющей большую минерализацию и медицинские показатели, подтверждённые институтом курортологии. Кара-Шоро имеет потенциал центра медицинского туризма в Ошской области. |
| **Вовлечение женщин** | Женщины могут быть вовлечены в ремесленничество, сбор и продажу лекарственных трав. |
| **Вовлечение молодёжи** | Молодёжь можно вовлекать в развитие авторских локальных туров и гидов. |

| **РИСОВАЯ МЕЛЬНИЦА В Г.УЗГЕН** | |
|---|---|
| **Кластер №1 “Города Шёлкового пути”** | Узгенский рис – гастрономический бренд, знакомый многим. Но в последние годы под натиском «ташкентского лазера» в местных чайханах идёт постепенное сокращение потребление узгенского риса. Вместе с распространением, так |

| | |
|---|---|
| | называемого “ташкентского плова” сокращаются посевы реликтового узгенского риса. На грани исчезновения знаменитый плов из узгенского риса, а за ним местные чайханы.<br><br>Весь Узген можно рассматривать как единый кластер узгенского риса, в который можно включить старую рисовую мельницу, старый базар в центре Узгена, местная чайхана.<br><br>Узгенский рис девзира. Название сорта переводится с фарси как «чудесное зерно». «Зира» – это зерно, зёрнышко, крупинка. Слово «дев» или «див» обозначало духов, как злых, так и добрых (наподобие леших, русалок в славянской мифологии). С распространением ислама слово приобрело негативную окраску и стало обозначать исключительно злобных духов.<br><br>Завезли «девзиру» переселенцы из Китая, но в самой Поднебесной этот сорт не выращивают уже много времени. Когда-то рис «девзира» называли «Розовый жемчуг Востока». Его отличительной особенностью является характерная темная полоска, идущая вдоль всей рисинки, которая остается на ней в течение и после готовки, а также является свидетельством подлинности риса. За особый сладковатый вкус этот рис считался праздничным. В Иране при династии Саманидов специальным шахским указом плов из бурого риса разрешалось варить лишь по особым случаям. |
| **Существующее положение на туристском рынке** | Рисовая мельница на улице Ором - старинная деревянная мельница, где по древней технологии обрабатывают красновато-бурый реликтовый узгенский рис. Популярная локация среди местных туристских фирм и гидов. Часто входит как дополнение к туру по городу Ош. Как самостоятельная локация не рассматривается, не связи с пловом, чайханой и базаром. Нет практики организации постоянных туров, нет условий для принятия туристов, нет информации, нет фото и видео. Несмотря на относительную раскрученность практически отсутствуют фото и видео. |
| **Анализ сегодняшней конкурентной ситуации** | Такой уникальной рисовой мельницы больше нет. Объект сам по себе уникален и интересен. Конкурентов у него нет. Мельница нуждается в дополнительной туристской рекламе. |
| **Описание нового продукта** | Необходима съемка нескольких видео материалов на нескольких языках; раскрывающие историю и уникальность мельницы. Материалы должны быть загружены в интернет. Для этого нужен специальный сайт, посвященный узгенскому рису, где будет информация и про мельницу. Важно, чтобы владельцы понимали, что мельница старинная и нуждается в защите и сохранности.<br><br>Осенью можно организовать фестиваль сбора риса и приготовления плова. Поощрять выращивание реликтового узгенского риса. Загрузить в Google Map, Yandex Map, 2GIS местные чайханы, которые славятся приготовлением плова из местных сортов узгенского риса. Поощрять исследования по истории узгенского риса (плова), чтобы обосновать происхождение местных сортов риса. |
| **Увеличение доходности** | Поддержка выращивания, продажи и употребление местных сортов риса на фоне экспансии “иностранных” сортов риса стимулирует местные хозяйства. Нужна планомерная поддержка на всех этапах от выращивания риса до приготовления плова. В интернете полно фото\видео приготовления плова из других сортов риса. Но нет мультимедийных материалов по плову из узгенского риса. |
| **Вовлечение женщин** | Женщины, девушки могут быть вовлечены в IT продвижение туристского продукта. |
| **Вовлечение молодёжи** | Молодёжь можно вовлекать в развитие авторских локальных туров и гидов. |

| СТАРЫЙ БАЗАР Г.ОШ | |
|---|---|
| **Кластер №1 “Города Шёлкового пути”** | Для Оша базары всегда были больше, чем просто территория, где идёт оживлённая торговля. Они выполняли роль своеобразных HUB, соединяя и объединяя народы и страны, культуры и языки, кухни и привычки, традиции и обычаи. Особенно ярко это проявляется в гастрономических предпочтениях ошан и оформлении дворов и домов, где наиболее ярко видишь сплетение культур и традиций.<br><br>В этой связи особая роль должна отводится возрождению Старого базара в центре действующего рынка. |
| **Существующее положение на туристском рынке** | Сегодня центральный базар сильно разросся, в особенности после 2010 года. В нашем проекте мы говорим о старой части базара, где раньше торговали рисом, орехами, специями, где ремесленный ряд. Туристов привлекает история старого базара, не современные контейнерные торговые ряды. Ош привлекателен для туристов в трёх локациях старый базар, Сулайман-Тоо и кухня. Если с Сулайман-Тоо и кухней ситуация обстоит более или менее положительно, то со старым базаром ситуация в плачевном состоянии. Из-за бурной хаотичной застройки базар потерял свою туристскую привлекательность, вместе с ним исчезают ремесла, ремесленники и продавцы национальных товаров. |
| **Анализ сегодняшней конкурентной ситуации** | Ош немыслим без старого базара, который является его сердцем. Сколько существует город, столько же лет старому базару. За эти годы он не менял своей локации. Поэтому инициативы по переносу старого базара только ускорят его гибель. В этой связи легче объявить мораторий на его расширение, перенести контейнерные рынки, расчистить набережную вдоль базара, чтобы возвродить старый базар в прежней локации в узкой расщелине на берегу реки Ак-Буура с левой стороны. |
| **Описание нового продукта** | Возрождение старых кварталов базара, начиная с арки (там сейчас продают лепешки), включая ремесленные ряды. Речь идет о возрождении старых кварталов Ошского базара, которые могут привлечь туристов, стимулировать развитие малого и среднего бизнеса, сделать базар более привлекательным и понятным для посещения. На месте торгового центра Тимур-палван можно открыть Центр майда манты по примеру Центра плова в Ташкенте. Это знаковое место, потому что в старое время именно там и напротив женщины торговали майда манты, которые вместе с пловом стали гастрономическим брендом Оша.<br><br>На месте старой надписи “Миру мир” можно установить баннер с локациями и историей базара. В возрождении старой части базара важно учитывать стилистику, архитектуру старого базара по архивным фото и кинокадрам, которые есть в архиве в общем доступе.<br><br>Таким образом возрождаемая часть старого базара будет состоят из бывшего центрального входа (там кирпичные ворота из силикатного кирпича) до бывшего караван-сарая, оттуда до ремесленных рядов. Возрождение не требует капитального строительства, необходимо убрать лишние контейнеры, расчистить входы, отремонтировать старые торговые площади, разрешить торговлю только продуктов питания, сухофруктов, специй как было до 2010 года. |
| **Увеличение доходности** | Доходность увеличиться даже за счет туристов, реконструкция и сохранение старого базара никак не отразится на общей доходности базара, так как не затрагивает его деятельность. За исключением демонтажа лишних контейнеров. Строительство Центра майда манты только стимулирует развитие малого и среднего бизнеса. Возрождение старых кварталов на базаре стимулирует развитие забытых и исчезающих ремесел. |
| **Вовлечение женщин** | Женщины могут быть вовлечены в ремесленничество. Центр майда манты по традиции может стать гастрономическим центром, где задействованы женщины и их семьи. |
| **Вовлечение молодёжи** | Молодёжь можно вовлекать в развитие авторских локальных туров и гидов. |

### 3.4. Рекомендации турбизнесу по коммуникационной политике

В целях устойчивого развития туристской отрасли Ошской региона консультантом проекта разработаны рекомендации для коммуникационных кампаний, которые, к примеру, могут быть востребованы при организации региональных туристских ивентов. В целях систематизации рекомендаций целесообразно разделить информационно-коммуникационные ресурсы на несколько сегментов.

Одним из наиболее эффективных классических каналов для проведения коммуникационных кампаний являются **Интернет-сайты туристской направленности.** В кыргызском сегменте всемирной сети крайне мало качественных туристских сайтов, в которых бы отражалось многообразие страны. Сайты большинства туристских компаний не имеют регулярного обновления; многие тексты дублируются, и не созданы для завлечения туристов. В качестве иллюстрационного материала в них нередко используются фотографии неместной природы, такие случаи становятся предметом критики и троллинга среди пользователей социальных медиа. На сайтах отсутствует возможность обратной связи; контактная информация является не актуальной. Многие такие сайты не имеют англоязычной версии.

Страницы, аккаунты, группы, каналы в социальных медиа, имеющие отношение к подобным туристским сайтам и компаниям, слабо администрируются, не обновляются, не имеют четкой редакционной политики. В большинстве таких ресурсов, за редким исключением нескольких групп, администрируемых профессионалами отрасли, публикуется информация, не имеющая никакого отношения к туриндустрии.

Для привлечения аудитории и расширения бизнеса рекомендовали бы туроператорам и владельцам дестинаций использовать такие площадки, как https://incredibleosh.kg/. В них содержится много полезной информации, посвященной истории, культуре, кухне отдельных локаций. Такие ресурсы способствуют привлечению туристов через свой уникальный контент, которого нет на многих туристских сайтах. Взаимодействие с авторами подобных сайтов создает широкий простор для новых проектов и начинаний.

Всю большую популярность в продвижении туристских дестинаций получает **деятельность блогеров.** Это могут топовые авторы, ориентированные на продвижение туристского контента, к примеру, российский блогер И.Варламов (его канал в YouTube насчитывает более 4 млн подписчиков), кыргызстанский travel блогер Медер Мырзаев. Кроме того, имеет смысл присмотреться к food блогерам, специализирующимся на уличной еде в разных странах, национальной кухне. В зависимости от бюджета, целей и масштаба ивентов можно привлекать блогеров разного типа и уровня. Travel и food блогеры играют важную роль в популяризации дестинаций, сегодня они конкурируют с большими медиа. В КР растет популярность travel блоггинга как отдельного направления в туристском секторе.

При организации ивентов, особенно таких крупны, как SILK ROAD EXPO, SILK ROAD FORUM, SILK ROAD FOODS, рекомендовали бы наряду с социальными медиа использовать возможности **традиционных средств массовой информации,** освещающих события национального масштаба или проявляющих отдельный интерес к освещению туристских событий. Такими ресурсами могут быть телерадиокомпании и онлайн издания (в КР печатные издания не популярны, они составляют малый сегмент медиа рынка, в т.ч. глянцевые издания туристской направленности). Важным шагом в этом направлении может стать налаживание сотрудничества с Национальной телерадиокомпанией, региональными телерадиокомпаниями в г. Ош. Это поможет расширить взаимодействие между стейкхолдерами и привлечь больше внимания к мероприятиям.

При организации видеосъемок рекомендуем воспользоваться возможностями региональных телерадиокомпаний, которые могут стать информационными партнерами мероприятий. Журналисты, видеооператоры могут принять участие в организации съемок, монтаже и размещении. Такое сотрудничество на региональном уровне поможет решить многие технические и финансовые вопросы. Медиа продукция может быть продублирована на каналах, страницах и в группах региональных традиционных медиа. Рекомендуем наладить сотрудничество с редакторами и журналистами, привлекать их к совместной работе, начиная с ранних стадий организации ивентов.

Road tour “Bazaar”, фестивали охоты в Алайкуу, горного кочевничества в Сары-Ой, воды в Кара-Шоро, Too Fest в Чон-Алае, духовной культуры в Абшыр-Ата и Дул-дул-Ат являются ивентами специфической туристской направленности. Они могут быть интересны и привлечь внимание любителей, энтузиастов, туристских операторов, блогеров и обычных путешественников. Для упомянутых ивентов консультант рекомендовали бы использовать возможности **социальных медиа**, мессенджеров и специализированных информационных ресурсов, в том числе блогеров.

***

Полагаем целесообразным отдельно остановиться на социальных медиа. Они подразделяются на несколько видов, каждый из которых может по-своему быть полезным для акторов туристского сектора.

a) В первую группу входят *коммуникационные социальные медиа***,** которые объединяют пользователей для общения, это могут форумы с отзывами. К примеру, Facebook, Одноклассники.
b) Вторая группа – *наполняемые социальные медиа,* в которые нужно загружать информацию, а в дальнейшем – постоянно редактировать. Самая распространенная платформа Wikipedia, которая несмотря на определенный скепсис к ее содержанию, пользуется популярностью для поиска информации по локациям.

c) Третья группа – *социальные платформы*, где происходит обмен любым типом информации, чаще видео, фото, аудио и реже текстами. К примеру, YouTube, Tik-Tok, Instagram, Flickr.

Организуя практическую работу с социальными медиа, рекомендовали исходить из следующих соображений:

Во-первых, перед выбором социального медиа для коммуникационной кампании необходимо ответить на несколько вопросов: *для кого, зачем мы это делаем; почему и как мы это делаем; когда делаем.* Большое значение имеет формат, язык, дизайн и цвет. Не стоит отказываться от использования игровых элементов, особенно когда речь идёт про турсектор, где важна изюминка, подача и формат. Даже самая уникальная дестинация нуждается в яркой, запоминающей и эффективной коммуникационной кампании. Есть несколько важных признаков, которые делают социальные медиа эффективной площадкой для коммуникационных кампаний, а именно:

- *Открытость***.** Пользователи социальных медиа открыто делятся личной информацией, возрастом, фотографиями, полом. Такая информация может помочь наладить таргетированную рекламу.
- *Коммуникация*. Социальные медиа помогают выстроить коммуникацию, наладить обратную связь; пользователи объединяются в группы и чаты по интересам; подписываться на других пользователей и страницы, могут коммунициировать и даже вместе реализовывать совместные проекты.
- *Свободное распространение.* Контент в социальных медиа доступен для свободного расрпостранения, отсутствует система предварительного согласования и редактирования в отличие от традиционных медиа.
- *Репутация.* Это уникальная возможность выстраивать свою репутацию с помощью аудитории, привлекая больше подписчиков и читателей.
- *Свободное использование.* Простая регистрация и удобная система администрирования. Возможности социальных медиа позволяют вести совместное администрирование с разными уровнями ответственности. Советуем максимально использовать возможности, которые предоставляют социальные площадки.

В частности, Meta позволяет через один аккаунт администрировать, настраивать и управлять контентом в Facebook, Instagram и WhatsApp. Такие же возможности при работе с различными ассоциированными приложения предоставляет Google, например, с тем же пользовании сверхпопулярным YouTube. Также рекомендовали бы использовать для регистрации и администрирования социальных медиа электронную почту, а не номера мобильных телефонов. При этом важно включать двухфакторную идентификацию, использовать менеджеры паролей.

Во-вторых, при осуществлении выбора социального медиа, посоветовали сделать максимальный упор на *использовании возможностей следующих площадок:*

- *YouTube* – самый популярный видеохостинг в Интернете. Видеохостинг очень популярен среди travel и food блогеров. Каналы этих блогеров пользуются такой же, а то и большей популярностью, как и каналы крупных туркомпаний.
- *Vimeo* – это своего рода альтернатива YouTube, видеохостинг с более качественным контентом. Он очень популярен среди англоязычной аудитории.
- *Tik Tok* – динамично развивающая платформа с короткими видео.
- *Instagram* – популярное социальное медиа с интересным мультимедийным контентом. В Кыргызстане за последние несколько лет появились успешные инста блогеры, известные также как “авторы цифрового контента”, которые специализируются на туристской тематике. Почти все они производят качественный мультимедийный контент на базе собственного оборудования, в т.ч. осуществляют съемку дронами.

- *Flickr* – популярная среди фотографов площадка для создания, распространения и архивирования контента. Во время съёмки ивентов не весь контент публикуется в Facebook, Instagram или на сайтах. Flickr позволяет создавать объемные альбомы, т.е. архивировать контент. Платформа очень популярна среди англоязычной аудитории.

Для более эффективного использования возможностей социальных медиа рекомендовали бы проведение тренингов в формате специально разработанной для тур сектора программы, разделенной по направлениям. Анализ действующих страниц, каналов, пабликов и групп туристской направленности в кыргызском сегменте социальных медиа демонстрирует необходимость такого обучения.

При этом важно понимать, что большое значение для развития туристской индустрии имеют доверие аудитории, положительные отзывы клиентов, моментальное реагирование на негативные отзывы, точные адреса локаций с актуальными обозначениями и фотографиями. Важно уже на начальных этапах коммуникационной кампании уточнить, *перепроверить все локации на популярных сервисах*, предоставляющих картографические услуги.

- ✓ *Foursquare* – геолокационная социальная площадка, позволяющая пользователям оставлять комментарии и отмечать локации, которые им понравились.
- ✓ *2 GIS* – виртуальные карты с конкретными обозначениями, бесплатна для пользователей. Платформа активно сотрудничает с акторами туристского сектора.
- ✓ *Яндекс.Карты* – поисковая, информационная картографическая служба Яндекс. Популярна среди пользователей из России, Казахстана во многом из-за службы Яндекс такси.
- ✓ *Google Maps Go* – новое приложение с поддержкой навигации, представляющее собой облегченную версию стандартных Google Карт, популярна среди англоязычной аудитории.
- ✓ Сюда же можно отнести и *TripAdvisor* – социальная площадка для путешественников, туристов, где они оставляют свои отзывы, впечатления о поездках, помимо этого там есть информация по турам, рекомендации по туристским объектам и отелям.

Ну и в-третьих, всегда важно учитывать, что продвижение в социальных медиа имеет свой *специфику и специализированный инструментарий.* Среди очевидных плюсов работы с социальными медиа – это их меньшая затратность в части финансов, возможность таргетировать рекламу и самостоятельно управлять рекламной кампанией без посредников.

Прежде всего, это *таргетированная реклама.* Она включает в себя видео контент и баннерную рекламу. Ее самые главные плюсы - быстрый эффект, маленькие затраты и возможность настраиваться на конкретную аудиторию. Таргетированную рекламу легко настроить. На социальных платформах ограничения действуют только в отношении политических рекламных кампаний и информационных кампаний, финансируемых государственными организациями. Хорошие возможности для работы с таргетированной рекламой предоставляет, например, Google Ads. Кроме того, в Кыргызстане есть отдельные компании, предоставляющие специализированные услуги по таргетированной рекламе.

Ко второй группе инструментов следует отнести *Social media marketing (SMM), то* есть ведение страниц, каналов, групп и пабликов. Также это предполагает проведение различных коллабораций с партнерскими ресурсами, организацию конкурсов, ивентов в онлайн и оффлайн форматах, рекламные посты с акциями и конкретными предложениями, взаимодействие с пользователями, работу с ключевыми словами, в том числе с хэштегами.

В приведенной ниже таблице даны ссылки на информационные ресурсы, в том числе в социальных медиа и мессенджерах, которые могут быть полезны при организации коммуникационных кампаний акторами туристского сектора Ошского региона.

| Ивент | Социальные медиа[25] | Youtube-каналы[26] | Блогеры-инфлюенсеры[27] | Различные сайты[28] | Традицион-ные медиа[29] |
|---|---|---|---|---|---|
| SILK ROAD EXPO | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://t.me/tourizmkg<br>Группа по развитию туризма в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР;<br>https://www.facebook.com/groups/tourstocentralasia/ Tours to Central Asia from Uzbekistan. | https://www.youtube.com/@kyrgyztourism2614/featured канал компании “Kyrgyz Tourism, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше;<br>https://www.youtube.com/@AdvTravTrade/about Международная торговая ассоциация приключенческого туризма. | https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/7 ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://tourkg.com/ travel блог про Кыргызстан. | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР;<br>https://tourism.gov.kg/ Департамент туризма при МЭК КР;<br>https://www.oshcity.kg/index.php/ru/ мэрия Оша;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://silkroadexplore.com/ru/about турфирма из Кыргызстана;<br>https://www.helvetas.org/ru/kyrgyzstan независимая организация из Швейцарии, поддерживающая развитие туризма в сообществах. | https://www.akchabar.kg/ ведущее частное бизнес онлайн медиа в КР;<br>https://kaktus.media/ популярное частное онлайн медиа, по сезонам делают подборки для отдыха и туризма;<br>https://www.ktrk.kg/kg<br>национальная телерадиокомпания;<br>https://economist.kg/ частное онлайн медиа на финансово-экономические темы. |

[25] В разделе “Социальные медиа” объединены все социальные медиа (сети), мессенджеры, ссылка на туристские страницы, аккаунты, группы, паблики, каналы.
[26] YouTube каналы по туризму выделены в отдельную графу из-за привлекательности видеоконтента для туристской отрасли.
[27] В разделе “Блогеры” приведены ссылки на travel, food блогеров и других популярных инфлюенсеров (“лидеров мнений”).
[28] В разделе “Различные сайты” показаны ссылки на сайты, связанные с туризмом, а также на ресурсы культурной, культурно-исторической, краеведческой тематики.
[29] В разделе “СМИ” приведены ссылки на традиционные медиа, специализирующихся на освещении туризма.

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| SILK ROAD FORUM | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://t.me/tourizmkg<br>Группа по развитию туризма в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР;<br>https://www.facebook.com/groups/tourstocentralasia/ Tours to Central Asia from Uzbekistan. | https://www.youtube.com/@kyrgyztourism2614/featured канал компании “Kyrgyz Tourism, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше;<br>https://www.youtube.com/@AdvTravTrade/about Международная торговая ассоциация приключенческого туризма. | https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/ ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://tourkg.com/ travel блог про Кыргызстан. | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР;<br>https://tourism.gov.kg/ Департамент туризма при МЭК КР;<br>https://www.oshcity.kg/index.php/ru/ мэрия Оша;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://silkroadexplore.com/ru/about турфирма из Кыргызстана;<br>https://www.helvetas.org/ru/kyrgyzstan независимая организация из Швейцарии, поддерживающая развитие туризма в сообществах. | https://www.akchabar.kg/ ведущее бизнес онлайн медиа в КР;<br>https://kaktus.media/ популярное частное онлайн медиа, по сезонам делают подборки для отдыха и туризма;<br>https://www.ktrk.kg/kg национальная телерадиокомпания;<br>https://www.ktrk.kg/kg частное онлайн медиа на финансово-экономические темы. |
| | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://t.me/tourizmkg<br>Группа по развитию туризма в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане; | https://www.youtube.com/@kyrgyztourism2614/featured канал компании “Kyrgyz Tourism, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://www.youtube.com/channel/UCh6eek | https://www.youtube.com/@elenakukele/featured казахстанский travel cooking channel;<br>https://www.youtube.com/@TKACHOV российский food блогер, специализация уличная еда в разных частях мира;<br>https://www.instagram.com/adilet_nogoibaev_/ food блогер, YouTube канал Kyrgyzstan online; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР;<br>https://tourism.gov.kg/ Департамент туризма при МЭК КР;<br>https://www.oshcity.kg/index.php/ru/ мэрия Оша;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая | https://www.akchabar.kg/ ведущее частное бизнес онлайн медиа в КР;<br>https://kaktus.media/ популярное частное онлайн медиа, по сезонам делают подборки для отдыха и туризма;<br>https://kloop.kg/ частное онлайн медиа, |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **SILK ROAD FOODS** | https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР;<br>https://www.facebook.com/groups/tourstocentralasia/ Tours to Central Asia from Uzbekistan. | DBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше. | https://www.instagram.com/meder.myrzaev/ автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном;<br>https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/ ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.instagram.com/1.1studio/ продюсерский центр 1.1. Studio сотрудничает с блогерами;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://tourkg.com/ travel блог про Кыргызстан. | популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://silkroadexplore.com/ru/about турфирма из Кыргызстана;<br>https://www.helvetas.org/ru/kyrgyzstan независимая организация из Швейцарии, поддерживающая развитие туризма в сообществах. | мультимедийные лонгриды;<br>https://www.ktrk.kg/kg национальная телерадиокомпания;<br>https://economist.kg/ частное онлайн медиа на финансово-экономические темы. |
| **ROAD-TOUR BAZAAR** | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/341490619353204 группа по развитию туризма в Центральной Азии;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media | https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше. | https://www.backpackadventures.org/about-ellis/ голландский антрополог, культурный блогер;<br>https://www.youtube.com/@TrueStoryTravel российский travel блогер;<br>https://www.youtube.com/@larabulina российский travel блогер Лариса Булина;<br>https://www.youtube.com/@elenakukele/featured казахстанский travel cooking channel;<br>https://www.youtube.com/@TKACHOV<br>российский food блогер, специализация уличная еда в разных частях мира; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд развития туризма в КР;<br>https://too.kg/ информативный туристский путеводитель по КР;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в регионе;<br>https://kyrgyzstan-tourism.com/ ресурс компании “Kyrgyz Tourism” на англ., | https://kaktus.media/ популярное частное онлайн медиа, по сезонам делают подборки для отдыха и туризма;<br>https://kloop.kg/ частное онлайн медиа, особенность мультимедийные лонгриды;<br>https://t-media.kg/ ведущая частная телекомпания в Оше. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Группа посвященная деятельности гидов в КР. | | https://www.instagram.com/adilet_nogoibaev_/<br>food блогер, YouTube канал Kyrgyzstan online;<br>https://www.instagram.com/meder.myrzaev/ автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://www.instagram.com/1.1studio/ продюсерский центр 1.1. Studio сотрудничает с блогерами. | продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://bestofosh.com/sightseeing-osh/ туристский ресурс на англ.яз., авторские туры по Ошу;<br>https://cbtkyrgyzstan.kg/cbt-osh/ ресурс КАТОС;<br>https://destinationosh.com/en/ ресурс местной туркомпании. | |
| | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/341490619353204 группа по развитию туризма в Центральной Азии;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media Группа посвященная деятельности гидов в КР; | https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше;<br>https://www.youtube.com/@kyrgyzfriends ресурс Проекта по развитию культуры и туризма Шёлкового пути совместно с KOICA для продвижения туризма в сёлах; | https://www.journalofnomads.com/ бельгийский travel блогер, любительница пеших прогулок;<br>https://www.backpackadventures.org/about-ellis/ голландский антрополог, культурный блогер;<br>https://www.youtube.com/@ptuxermann Антон Птушкин украинский travel блогер, профессиональная фото\видео съёмка, дрон;<br>https://www.youtube.com/@TrueStoryTravel российский travel блогер;<br>https://www.youtube.com/@larabulina российский travel блогер Лариса Булина; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд развития туризма в КР;<br>https://too.kg/туристский путеводитель по Кыргызстану;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://kyrgyzstan-tourism.com/ ресурс туристской компании “Kyrgyz Tourism” на английском языке, | https://kloop.kg/частное онлайн медиа, особенность мультимедийные лонгриды;<br>https://t-media.kg/ ведущая частная телекомпания в Оше. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ФЕСТИВАЛЬ ОХОТЫ «АЛАЙКУУ»** | https://www.facebook.com/groups/tourstocentralasia/ Tours to Central Asia from Uzbekistan. | https://www.youtube.com/@AdvTravTrade/about Международная торговая ассоциация приключенческого туризма;<br>https://www.youtube.com/@kyrgyztourism2614/featured канал компании “Kyrgyz Tourism, продвигающий культурный и приключенческий туризм. | https://www.instagram.com/azaakmatov26/ со-учредитель @kettik.kg, @kettik.osh, графический дизайнер;<br>https://www.instagram.com/meder.myrzaev/ автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном;<br>https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/ ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.instagram.com/tynchtykmr/ автор цифрового контента, travel блогер, организатор туров;<br>https://www.instagram.com/ataeva_aiperi_/ инста блогерка;<br>https://www.instagram.com/attokurovnm/ видеоблогер, traveller, организатор туров;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента; https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://www.facebook.com/profile.php?id=100005150855922<br>Элина Магалимова, кыргызский travel блогер, профессиональный фотограф;<br>https://www.facebook.com/tourist.kg/about организатор туров “Tourist.kg” Давран Осмонкулов. | продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://cbtkyrgyzstan.kg/cbt-osh/ ресурс Кыргызской ассоциации туризма в сообществах;<br>https://destinationosh.com/en/ ресурс местной туркомпании. | |
| | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме; | https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTH | https://www.journalofnomads.com/ бельгийский travel блогер, любительница пеших прогулок; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР; | https://kaktus.media/ популярное частное онлайн медиа, по |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **A L A Y F E S T** | https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/341490619353204 группа по развитию туризма в Центральной Азии;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР;<br>https://www.facebook.com/groups/tourstocentralasia/ Tours to Central Asia from Uzbekistan. | А кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше;<br>https://www.youtube.com/@elenakukele/featured казахстанский travel cooking channel;<br>https://www.youtube.com/@kyrgyzfriends ресурс Проекта по развитию культуры и туризма Шёлкового пути совместно с KOICA для продвижения туризма в сёлах.<br>https://www.youtube.com/@AdvTravTrade/about Международная торговая ассоциация приключенческого туризма;<br>https://www.youtube.com/@kyrgyztourism2614/featured канал компании “Kyrgyz Tourism, продвигающий культурный и приключенческий туризм. | https://www.backpackadventures.org/about-ellis/ голландский антрополог, культурный блогер;<br>https://www.youtube.com/@ptuxermann украинский travel блогер, профессиональная фото\видео съёмка, дрон;<br>https://www.youtube.com/@larabulina российский travel блогер Лариса Булина;<br>https://www.instagram.com/azaakmatov26/ со-учредитель @kettik.kg, @kettik.osh, графический дизайнер;<br>https://www.instagram.com/meder.myrzaev/ автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном;<br>https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/ ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.instagram.com/tynchtykmr/ автор цифрового контента, travel блогер, организатор туров;<br>https://www.instagram.com/ataeva_aiperi_/ инста блогерка;<br>https://www.instagram.com/attokurovnm/ видеоблогер, traveller, организатор туров;<br>https://www.facebook.com/profile.php?id=100005150855922<br>Элина Магалимова, кыргызский travel блогер, профессиональный фотограф; | https://too.kg/туристский путеводитель по Кыргызстану;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://kyrgyzstan-tourism.com/ ресурс туристской компании “Kyrgyz Tourism” на английском языке, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://cbtkyrgyzstan.kg/cbt-osh/ ресурс Кыргызской ассоциации туризма в сообществах;<br>https://destinationosh.com/en/ - ресурс местной туркомпаниии. | сезонам делают подборки для отдыха и туризма;<br>https://kloop.kg/частное онлайн медиа, особенность мультимедийные лонгриды;<br>https://t-media.kg/ ведущая частная телекомпания в Оше. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://www.facebook.com/tourist.kg/about организатор туров “Tourist.kg” Давран Осмонкулов;<br>https://www.instagram.com/1.1studio/ продюсерский центр 1.1. Studio сотрудничает с блогерами. | | |
| **TOO FEST** | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/341490619353204 группа по развитию туризма в Центральной Азии;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР;<br>https://www.facebook.com/groups/tourstocentralasia/ Tours to Central Asia from Uzbekistan. | https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше;<br>https://www.youtube.com/@kyrgyzfriends ресурс Проекта по развитию культуры и туризма Шёлкового пути совместно с KOICA для продвижения туризма в сёлах.<br>https://www.youtube.com/@AdvTravTrade/about Международная торговая ассоциация приключенческого туризма; | https://www.journalofnomads.com/ бельгийский travel блогер, любительница пеших прогулок;<br>https://www.backpackadventures.org/about-ellis/ голландский антрополог, культурный блогер;<br>https://www.youtube.com/@ptuxermann украинский travel блогер, профессиональная фото\видео съёмка, дрон;<br>https://www.youtube.com/@larabulina российский travel блогер Лариса Булина;<br>https://www.youtube.com/@elenakukele/featured казахстанский travel cooking channel;<br>https://www.instagram.com/azaakmatov26/ со-учредитель @kettik.kg, @kettik.osh, графический дизайнер;<br>https://www.instagram.com/meder.myrzaev/автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР;<br>https://too.kg/туристский путеводитель по Кыргызстану;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://kyrgyzstan-tourism.com/ ресурс туристской компании “Kyrgyz Tourism” на английском языке, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://bestofosh.com/sightseeing-osh/ресурс на английском | https://kloop.kg/частное онлайн медиа, особенность мультимедийные лонгриды;<br>https://t-media.kg/ведущая частная телекомпания в Оше. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | https://www.youtube.com/@kyrgyztourism2614/featured канал компании “Kyrgyz Tourism, продвигающий культурный и приключенческий туризм. | https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/ ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.instagram.com/tynchtykmr/ автор цифрового контента, travel блогер, организатор туров;<br>https://www.instagram.com/ataeva_aiperi_/ инста блогерка;<br>https://www.instagram.com/attokurovnm/видеоблогер, traveller, организатор туров;<br>https://www.facebook.com/profile.php?id=100005150855922<br>Элина Магалимова, кыргызский travel блогер, профессиональный фотограф;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://www.facebook.com/tourist.kg/about организатор туров “Tourist.kg” Давран Осмонкулов;<br>https://www.instagram.com/1.1studio/ продюсерский центр 1.1. Studio, сотрудничает с блогерами. | языке, авторские туры по Ошу;<br>https://cbtkyrgyzstan.kg/cbt-osh/ ресурс КАТОС;<br>https://destinationosh.com/en/<br>ресурс местной туркомпании. | |
| | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию | https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, | https://www.journalofnomads.com/ бельгийский travel блогер, любительница пеших прогулок;<br>https://www.backpackadventures.org/about-ellis/ голландский антрополог, культурный блогер; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР;<br>https://too.kg/туристский путеводитель по Кыргызстану; | https://t-media.kg/ ведущая частная телекомпания в Оше. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Д У Х О В Н Ы Й Ф Е С Т И В А Л Ь « А Б Ш Ы Р - А Т А » | туристских дестинаций в Кыргызстане;<br>https://www.facebook.com/groups/341490619353204 группа по развитию туризма в Центральной Азии;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР;<br>https://www.facebook.com/groups/tourstocentralasia/ Tours to Central Asia from Uzbekistan. | истории, туризму в Оше;<br>https://www.youtube.com/@kyrgyzfriends ресурс Проекта по развитию культуры и туризма Шёлкового пути совместно с KOICA для продвижения туризма в сёлах. | https://www.youtube.com/@larabulina российский travel блогер Лариса Булина;<br>https://www.instagram.com/azaakmatov26/ со-учредитель @kettik.kg, @kettik.osh, графический дизайнер;<br>https://www.instagram.com/meder.myrzaev/ автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном;<br>https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/ ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.facebook.com/profile.php?id=100005150855922<br>Элина Магалимова, кыргызский travel блогер, профессиональный фотограф;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://www.instagram.com/tynchtykmr/ автор цифрового контента, travel блогер, организатор туров. | https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://kyrgyzstan-tourism.com/ ресурс туристской компании “Kyrgyz Tourism” на английском языке, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://bestofosh.com/sightseeing-osh/ ресурс на английском языке, авторские туры по Ошу;<br>https://cbtkyrgyzstan.kg/cbt-osh/ ресурс КАТОС;<br>https://destinationosh.com/en/<br>ресурс местной туркомпании;<br>https://aigine.kg/ Культурно-исследовательский центр Айгине. | |
| | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в телеграме;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане; | https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше; | https://www.journalofnomads.com/ бельгийский travel блогер, любительница пеших прогулок;<br>https://www.backpackadventures.org/about-ellis/ голландский антрополог, культурный блогер; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР;<br>https://too.kg/ туристский путеводитель по Кыргызстану; | https://kloop.kg/ частное онлайн медиа, особенность мультимедийные лонгриды;<br>https://t-media.kg/ ведущая частная телекомпания в Оше. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| САКРАЛЬНЫЙ РОУД-ТУР «НЕБЕСНЫЕ КОНИ» | https://www.facebook.com/groups/341490619353204 группа по развитию туризма в Центральной Азии;<br>https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР. | https://www.youtube.com/@kyrgyzfriends ресурс Проекта по развитию культуры и туризма Шёлкового пути совместно с KOICA для продвижения туризма в сёлах. | https://www.youtube.com/@larabulina российский travel блогер Лариса Булина;<br>https://www.instagram.com/azaakmatov26/ со-учредитель @kettik.kg, @kettik.osh, графический дизайнер;<br>https://www.instagram.com/meder.myrzaev/автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном;<br>https://www.instagram.com/gladkov_nikolai/ ведущий мобилограф, профессиональная фото\видео съемка, популярный travel блогер;<br>https://www.facebook.com/profile.php?id=100005150855922<br>Элина Магалимова, кыргызский travel блогер, профессиональный фотограф;<br>https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://t.me/ourosh телеграмм канал “Мой Ош” (есть в FaceBook & Instagram), авторы цифрового контента;<br>https://www.instagram.com/tynchtykmr/ автор цифрового контента, travel блогер, организатор туров. | https://incredibleosh.kg/ историко-культурная платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://kyrgyzstan-tourism.com/ ресурс туристской компании “Kyrgyz Tourism” на английском языке, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://bestofosh.com/sightseeing-osh/ ресурс на английском языке, авторские туры по Ошу;<br>https://destinationosh.com/en/<br>ресурс местной туркомпании;<br>https://cbtkyrgyzstan.kg/cbt-osh/ ресурс КАТОС;<br>https://aigine.kg/ Культурно-исследовательский центр Айгине. | |
| | https://t.me/pazl_ashar_group Группа “Пазл” ашар туризм в Телеграмме;<br>https://www.facebook.com/groups/1239536232730473 Группа по развитию туристских дестинаций в Кыргызстане; | https://www.youtube.com/channel/UCh6eekDBLkonaqWtj_npTHA кыргызстанский канал посвященный культуре, кухне, истории, туризму в Оше; | https://www.youtube.com/@larabulina российский travel блогер Лариса Булина;<br>https://www.instagram.com/meder.myrzaev/ автор цифрового контента, traveller\nature explorer, съёмка дроном; | https://www.fundtourism.com/ru Фонд поддержки развития туризма в КР;<br>https://too.kg/туристский путеводитель по КР;<br>https://incredibleosh.kg/ историко-культурная | https://t-media.kg/ ведущая частная телекомпания в Оше;<br>https://www.ktrk.kg/kg<br>национальная телерадиокомпания |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| ФЕСТИВАЛЬ ВОДЫ «КАРА-ШОРО» | https://www.facebook.com/groups/341490619353204 группа по развитию туризма в Центральной Азии; https://www.facebook.com/groups/kyrgyzstanguides/media<br>Группа посвященная деятельности гидов в КР. | https://www.youtube.com/@kyrgyzfriends ресурс Проекта по развитию культуры и туризма Шёлкового пути совместно с KOICA для продвижения туризма в сёлах.<br>https://www.youtube.com/@kyrgyztourism2614/featured канал компании “Kyrgyz Tourism, продвигающий культурный и приключенческий туризм. | https://www.facebook.com/kana1517/about кыргызский видеограф,автор цифрового контента;<br>https://www.instagram.com/1.1studio/ продюсерский центр 1.1. Studio сотрудничает с блогерами. | платформа, продвигающая популярный туризм, арт-активизм, популяризацию дестинаций в Ошском регионе;<br>https://kyrgyzstan-tourism.com/ ресурс туристской компании “Kyrgyz Tourism” на англ. языке, продвигающий культурный и приключенческий туризм;<br>https://bestofosh.com/sightseeing-osh/ ресурс на английском языке, авторские туры по Ошу;<br>https://cbtkyrgyzstan.kg/cbt-osh/ ресурс КАТОС;<br>https://destinationosh.com/en/ - ресурс местной туркомпании;<br>https://aigine.kg/ Культурно-исследовательский центр Айгине. | |

### 3.5. Общий план мероприятий на 2023-2028 гг. по реализации СПУРТ

| № проблем | Основные мероприятия | Ответственные стороны от государственных и местных органов власти | Соисполнители со стороны частного и гражданского секторов | Сроки | Ожидаемые результаты |
|---|---|---|---|---|---|
| ***ВИДЕНИЕ:***<br>**К 2028 ГОДУ ОШСКИЙ РЕГИОН СТАНЕТ ВЕДУЩИМ ПРОВАЙДЕРОМ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ ФЕРГАНСКОЙ ДОЛИНЫ И ПАМИРО-АЛАЙСКОГО ТРАКТА**<br>***ГЛАВНАЯ ЦЕЛЬ:***<br>**ПОВЫШЕНИЕ УЗНАВАЕМОСТИ ОШСКОГО РЕГИОНА НА МИРОВОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ ПОСРЕДСТВОМ ПРОДВИЖЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО БРЕНДА И ФОРМИРОВАНИЯ УНИКАЛЬНОГО ОПЫТА У ТУРИСТОВ ОТ ПОСЕЩЕНИЯ РЕГИОНА**<br>**Индикаторы:**<br>**1.** Вклад туризма в ВРП Ошского региона (Ответственный: НСК КР);<br>**2.** Уровень занятости в сфере туризма Ошского региона (Ответственный: НСК КР). | | | | |
| **Проблема-первопричина 1.** ***КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ*** *ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА ОСТАЕТСЯ НА НИЗКОМ УРОВНЕ* | | | | | |
| **Стратегическая задача 1.** *ПОВЫСИТЬ КАЧЕСТВО И ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ С ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ*<br>**Индикаторы:**<br>1. Число обученных в рамках образовательного проекта СПУРТ (Ответственный: ООСРТ);<br>2. Число прошедших стажировку в рамках музейного проекта СПУРТ (Ответственный: ООСРТ). | | | | | |
| | Проводить анализ потребностей в обучении кадров для туристского сектора Ошского региона | Департамент туризма | ООСРТ | Ежегодно | Подготовлен отчет о потребностях в кадрах и преподавательского состава |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Организовать формирование резерва квалифицированных кадров в туристском секторе Ошского региона | Департамент туризма | ООСРТ | Ежегодно | Сформирована база квалифицированных кадров |
| | Организовать систему подготовки и переподготовки сотрудников туристского сектора Ошского региона по изучению иностранных языков | Департамент туризма | ООСРТ | Ежегодно | Расширен спектр туристских услуг на иностранных языках |
| **ПР27** | Подготавливать гидов-проводников для горных районов Ошского региона с учетом выявленных потребностей в рамках **образовательного проекта СПУРТ** | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области | ООСРТ Бишкекская академия туризма ОшГУ | Ежегодно | Повышен потенциал гидов-проводников в Ошском регионе |
| **ПР42**<br>**ПР43** | Подготавливать гидов-экскурсоводов и других музейных сотрудников с учетом выявленных потребностей в рамках **музейного проекта СПУРТ** для Ошского региона | МКИСМП КР ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | ООСРТ Бишкекская академия туризма ОшГУ | Ежегодно | Повышен потенциал экскурсоводов и других музейных сотрудников региона, в т.ч. на базе онлайн курсов по музейному делу и музейному менеджменту |
| **ПР17** | Подготавливать сотрудников кулинарного бизнеса для туристского сектора Ошского региона с учетом выявленных потребностей в рамках **образовательного проекта СПУРТ** | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | ООСРТ ОшГУ КТУ «Манас» | Ежегодно | Повышен потенциал сотрудников кулинарного бизнеса в туристском секторе Ошского региона |
| **ПР11**<br>**ПР12**<br>**ПР16**<br>**ПР27**<br>**ПР32**<br>**ПР36** | Подготавливать менеджеров по туризму со знанием иностранных языков для Ошского региона с учетом выявленных потребностей в рамках **образовательного проекта СПУРТ** | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | ООСРТ Бишкекская академия туризма ОшГУ | Ежегодно | Повышен потенциал менеджеров по продажам, маркетингу и гостиничному делу в Ошском регионе |
| **ПР26** | Внедрить комплекс мотивационных мер для усиления потенциала преподавательского состава в туристском секторе в рамках **образовательного проекта СПУРТ** | Департамент туризма Фонд туризма | ООСРТ | до 2025 года | Минимизирован дефицит |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | преподавательского состава. |
| **ПР37**<br>**ПР34**<br>**ПР35**<br>**ПР36** | Внести предложения по совместному с ООСРТ усилению потенциала службы спасения МЧС КР в Ошском регионе на пилотной основе, в т.ч. подготовке горноспасателей в отдаленных районах региона | Департамент туризма<br>МЧС КР | ООСРТ | до 2024 года | Спасательные услуги оказываются в т.ч. на иностранных языках. Повышен технический потенциал службы спасения КР. |
| **ПР38**<br>**ПР42**<br>**ПР43** | Организовать образовательный процесс, в том числе в гибридной форме по специальности «Музейное дело» на базе факультетов туризма вузов КР | МКИСМП КР<br>ППП КР Ошской области<br>Мэрия г.Ош | ООСРТ<br>Бишкекская академия туризма<br>ОшГУ<br>КТУ «Манас» | до 2025 года | Запущены учебные программы по музейному делу на факультетах туризма в вузах КР |
| **ПР28** | При создании Единого туристского портала Ошского региона сформировать на пилотной основе цифровой архив документов и знаний по туризму | Департамент туризма<br>МЦР КР<br>Фонд туризма | ООСРТ<br>Туристские ассоциации КР (в т.ч. КАТО, КАТОС)<br>ИЦ «Токтом» | до 2025 года | Запущена постоянно обновляемая электронная база, позволяющая сохранять институциональную память. |

**Проблема-первопричина 2.** *ПРОЦЕСС ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИЗМА ИМЕЕТ В ЦЕЛОМ СЛАБУЮ* ***ИНСТИТУЦИОНАЛЬНУЮ ПОДДЕРЖКУ***

**Стратегическая задача 2**. *ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ ТУРИНДУСТРИИ, СФОКУСИРОВАВШИСЬ НА ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА УСЛУГ*

**Индикаторы:**

1. Индекс доверия населения к ППП КР в Ошской области и Мэрии г.Ош (Ответственный: НСК КР);
2. Число жалоб в туристском секторе на ППП КР в Ошской области и Мэрию г.Ош (Ответственные: ППП КР в Ошской области и Мэрия г.Ош);
3. Объем доходов от деятельности санаторно-курортных учреждений (Ответственный: НСК КР);
4. Валовый доход гостиниц и аналогичных средств размещения (Ответственный: НСК КР);

| 5. Число решеных вопросов через создаваемый ООСРТ по проблемам туристского сектора в Ошском регионе (Ответственный: ООСРТ). | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Внедрить практическое применение национальных стандартов предоставления туристских услуг | Департамент туризма | ООСРТ | до 2025 года | Повышено качество предоставления туристских услуг |
| **ПР19**<br>**ПР49** | Объединить Советы по развитию туризма при ППП КР Ошской области и Мэрии г.Ош в единый Совет (ООСРТ) с включением в его состав в том числе представителей региональных экологических, градостроительных и транспортных ассоциаций | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | ООСРТ | до 2024 года | Создан Ошский объединенный совет по развитию туризма с широкими координационными функциями в сфере туризма |
| **ПР4**<br>**ПР5**<br>**ПР6**<br>**ПР7** | Внести предложения по передаче ООСРТ отдельных функций в сфере туризма по итогам проведенной диагностики работы ППП КР в Ошской области и Мэрии г.Ош | Департамент туризма<br>МЭК КР<br>ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | Туристские ассоциации КР<br><br>Экспертное сообщество | до 2024 года | 1. Внедрено процессное управление, позволяющее оценивать работу ППП КР в Ошской области, Мэрии г.Ош и ООСРТ как единой команды;<br>2. Внедрены функциональные требования по работе ППП КР, МГА, ОМСУ Ошской области и Мэрии г.Ош в сфере туризма;<br>3. Усилен потенциал ППП КР, МГА, ОМСУ Ошской области и Мэрии г.Ош по развитию туризма. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР32** | Проводить социологические опросы по учёту мнения населения в сфере туризма в Ошском регионе с приглашением профессиональных социологических компаний | Департамент туризма<br>Фонд туризма | ООСРТ | на регулярной основе | Периодически формируются отчеты по обратной связи с населением, публикуемые на создаваемом Туристском портале Ошского региона |
| **ПР37** | Создать территориальные комиссии по обеспечению безопасности на туристских объектах | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области<br>Мэрия г.Ош | ООСРТ | до 2025 года | Созданы территориальные комиссии по обеспечению безопасности на туристских объектах. |
| **ПР41** | Для определения возможностей по ведению коммерческой деятельности государственных музеев Ошского региона на пилотной основе провести диагностику работы Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса | МКИСМП КР<br>Мэрия г.Ош<br>Мэрия г.Узген | ООСРТ | до 2024 года | Сформирован реестр платных услуг Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса |
| **ПР42**<br>**ПР43** | На пилотной основе внедрить нормы по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей в музеях Сулайман-Тоо и Узгенский комплекс | МКИСМП КР | ООСРТ | до 2024 года | Утвержден НПА МКИСМП КР по внедрению норм по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей. |
| **ПР1** | Внедрить регламент процесса стратегического планирования по развитию туризма в Ошском регионе с возложением координационных функций на ООСРТ.<br>Провести серию тренингов для представителей турбизнеса и органов МСУ по таким курсам как «Туризм как локомотив экономики». В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках СПУРТ **образовательного проекта** | Департамент туризма<br>Фонд туризма<br>ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области<br>Мэрия г.Ош | ООСРТ<br>Туристские ассоциации КР<br>Образователь-ные НПО<br>ОшГУ<br>Региональные ассоциации | до 2024 года | В Положении о работе ООСРТ функции по координации стратегического планирования туристского сектора переданы в ООСРТ.<br>Заметное количество региональных |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | молодежи, женщин, ЛОВЗ | | управленцев среднего звена (5-10%) и представителей турбизнеса получили представление о туриндустрии, ее роли в развитии в экономики. |
| **ПР2 ПР51** | Внедрить систему мониторинга и оценки реализации СПУРТ в том числе на базе методологии сбора и расчёта показателей в соответствии с методиками, применяемыми ЮНВТО и Всемирным советом путешествий и туризма (ВСТП) | Департамент туризма НСК КР ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | ООСРТ<br><br>Ассоциация туроператоров Шелкового пути | до 2026 года | Повышено качество собираемых статистических данных, позволяющих улучшить управление изменениями в реализации СПУРТ в том числе по вопросам зеленой экономики |
| | Утвердить форматы отчетности для регулярного сбора информации и данных о реализации СПУРТ (в т.ч. с учетом Сателлитного счета по туризму). | Департамент туризма ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | ООСРТ | до 2026 года | Сформирован единый стандарт сбора информации и данных |
| **Проблема-первопричина 3.** *ДЕЙСТВУЮЩАЯ* ***НОРМАТИВНАЯ ПРАВОВАЯ СРЕДА*** *НЕДОСТАТОЧНО БЛАГОПРИЯТНА ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА КАК ПРИОРИТЕТНОЙ ОТРАСЛИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ* | | | | | |
| **Стратегическая задача 3.** *УСОВЕРШЕНСТВОВАТЬ НОРМАТИВНУЮ ПРАВОВУЮ СРЕДУ В ЦЕЛЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА*<br>**Индикаторы:**<br>1. Число внесённых проектов НПА, затрагивающих туристский сектор (Ответственный: Департамент туризма);<br>2. Число принятых проектов НПА, затрагивающих туристский сектор (Ответственный: Департамент туризма). | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР22** | Внести изменения в Типовое положение «О порядке предоставления права пользования пастбищными ресурсами в иных целях, не связанных с выпасом скота» для увеличения срока передачи земель пастбищ под цели туризма и отдыха граждан до 49 лет по итогам проработки вопроса в рамках **законодательного проекта СПУРТ.**<br>В годовых планах по управлению пастбищами, утверждённых постановлениями местных кенешей сразу определять участки пастбищ под использование в целях туризма. | Департамент туризма<br>МСХ КР<br>МПРЭТН<br>ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области | Туристские ассоциации КР, экспертное сообщество | до 2024 года | Созданы долгосрочные условия для ведения бизнеса в туристском секторе. |
| **ПР21** | Внести изменения в Закон «О туризме» для обеспечения современного развития туризма. В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках СПУРТ **законодательного проекта** | Департамент туризма<br>МЦР КР<br>МПРЭТН КР<br>МЧС КР<br>НСК КР<br>ГСРНФР при КМКР | Туристские ассоциации КР | до 2025 года | Закон «О туризме» гармонизирован с законодательством о страховании, о статистике, о ЧС, об охране природы;<br>В Закон «О туризме» внедрен современный понятийный аппарат. |
| **ПР37** | Разработать нормы безопасности для туристов общереспубликанского и частного (объектного) характера с указанием зон ответственности госорганов и туроператоров. В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках СПУРТ **законодательного проекта.** | МЧС КР<br>МЗ КР<br>ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области<br>Мэрия г.Ош | Туристские ассоциации КР<br>(в т.ч .КАТО, КАТОС)<br>Экспертное сообщество | 2024 | В новой редакции Закона «О туризме» отрегулированы нормы, направленные на обеспечение безопасности туристов. |
| **ПР33** | Внедрить нормы и профессиональные стандарты, регулирующие работу гидов и инструкторов приключенческого туризма в рамках **законодательного проекта СПУРТ.**<br>Расширить туристскую номенклатуру Государственного классификатора КР «Виды экономической деятельности». | Департамент туризма<br>МЧС КР | ООСРТ<br>Федерация альпинизма и спортивного лазания КР | до 2026 года | Снижен риск возникновения несчастных случаев.<br>Расширена номенклатура видов туристской деятельности |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР9**<br>**ПР20** | Внести изменения в Налоговый кодекс КР с целью понижения налоговой нагрузки на бизнес.<br>Ставку единого налога для субъекта общественного питания целесообразно снизить с 8 % до:<br>1) в гг. Бишкек и Ош:<br>а) 6% – в наличной форме; б) 4% – в безналичной форме.<br>2) на остальной территории КР:<br>а) 5% – в наличной форме. б) 3% – в безналичной форме. | Департамент туризма<br>МЭК КР<br>ГНС КР | ООСРТ<br>Туристские ассоциации КР<br>Ассоциация HORECA | до 2024 года | Принятие изменений привело к выходу многих бизнесов из тени и увеличило собираемость налогов. |
| **ПР23** | Разработать соответствующие подзаконные акты для Законов КР «О возобновляемых источниках энергии» и «О Парке креативных индустрий». | Департамент туризма<br>МЦР КР<br>МПРЭТН КР<br>МЭК КР | Туристские ассоциации КР<br>Зеленый альянс Кыргызстана | до 2026 года | Внедрены механизмы реализации законов. |
| **Проблема-первопричина 4.** *НИЗКИЙ УРОВЕНЬ РАСПРОСТРАНЕННОСТИ* ***ПРИНЦИПОВ ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКИ****,*<br>*ИХ СЛАБАЯ РЕАЛИЗАЦИЯ НА ПРАКТИКЕ* | | | | | |
| **Стратегическая задача 4.** *ПОПУЛЯРИЗИРОВАТЬ КУЛЬТУРУ БЕРЕЖНОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ ЧЕРЕЗ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРИНЦИПОВ ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКИ И УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА*<br>**Индикаторы:**<br>1. Степень исполнения стратегических документов по зеленой экономике в разрезе Ошского региона (Ответственный: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, ООСРТ);<br>2. Уровень внедрения ВИЭ, включая биогазовые установки (%) в Ошском регионе (Ответственные: ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош, ООСРТ);<br>3. Общая площадь лесных массивов в Ошском регионе (Ответственные: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, МПРЭТН, ООСРТ);<br>4. Уровень осведомленности населения Ошского региона о бережном отношении к природе (итоги социального опроса) (Ответственный: Зеленый альянс Кыргызстана); | | | | | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 5. Число мусорных контейнерных площадок в Ошском регионе (Ответственные: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, МПРЭТН, ООСРТ);<br>6. Число мусорных контейнерных площадок с раздельным сбором мусора в Ошском регионе (Ответственный: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, МПРЭТН, ООСРТ);<br>7. Число предприятий по переработке ТБО в Ошском регионе (Ответственные: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, МПРЭТН, ООСРТ);<br>8. Число туристских дестинаций в Ошском регионе (Ответственные: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, НСК КР);<br>9. Число дестинаций, внедривших технологию утилизации органического мусора (Ответственные: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, МПРЭТН, ООСРТ);<br>10. Площадь рекультивированных земель в Ошском регионе (Ответственные: ППП КР в Ошской области, МГА и ОМСУ, МСХ КР). | | | | | |
| **ПР48**<br>**ПР49**<br>**ПР54**<br>**ПР55**<br>**ПР56** | На законодательном уровне закрепить необходимость перспективного планирования с учётом рекреационной вместимости и пропускного экологического потенциала территорий дестинаций. В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках СПУРТ **законодательного проекта** | Департамент туризма МПРЭТН КР ППП КР, МГА И ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | Природоохранные НПО<br><br>Ассоциации женщин, молодежи, сельских жителей региона<br><br>Деловая сеть WasteNet.KG<br><br>Зеленый альянс Кыргызстана<br><br>Проект ПЭРЭТО<br><br>Региональное телевидение | до 2026 года | На законодательном уровне закреплены экологические нормы для туристских объектов и дестинаций. |
| | На всех уровнях содействовать созданию правовых и экономических условий для максимально широкого внедрения и использования ВИЭ и иных ресурсосберегающих технологий. В частности, на муниципальном уровне ввести мотивационные механизмы предприятиям и частным предпринимателям, внедрившим зеленые технологии.<br>Во взаимодействии с НПО и международными организациями организовать регулярные курсы (например, по темам «Основы зеленой экономики», «Экологическая ситуация в Кыргызстане и ЦА», «Устойчивая энергетика и ВИЭ») для работников МГА и ОМСУ, менеджеров турдестинаций и т.д. В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках СПУРТ **образовательного проекта.** | МПРЭТН КР МЭК КР ППП КР, МГА И ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | | | Увеличено число туристских объектов и субъектов внедряющих энерго и ресурсоэффективные технологии.<br>Повышен потенциал работников МГА и органов МСУ, менеджеров туристских дестинаций в сфере охраны окружающей среды |
| | Через СМИ, ТВ и социальные сети проводить информационные компании о бережном отношении к окружающей среде. | МПРЭТН КР | | | Все слои населения проинформированы о |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | ППП КР, МГА И ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | | | правильном отношении к окружающей среде и соблюдают эти правила. |
| **ПР53** | Сделать обязательным раздельный сбор и последующий вывоз неорганического мусора через подписание договоров с мусоросборными компаниями, с введением соответствующих штрафных санкций для дестинаций, запустить муниципальные программы по раздельному сбору мусора. | Департамент туризма МПРЭТН КР<br>ППП КР, МГА И ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | | | ТБО раздельно сортируется и сдаются переработчикам отходов. |
| **ПР52** | Регламентировать и внедрить технологию утилизации органического мусора на месте, в т.ч. путем установки мини-очистных сооружений, канализационных стоков, евросептиков, экотуалетов и т.д. | | | | Органические отходы утилизируются путем переработки с применением современных зеленых технологий. |
| **ПР49**<br>**ПР51** | Проводить системный экологический аудит всех туристских дестинаций | Департамент туризма МПРЭТН КР | ООСРТ Т Природо-охранные НПО Зеленый альянс Кыргызстана | на регулярной основе | Внедрена система мониторинга и оценки воздействия туризма на окружающую среду |
| **ПР50** | Поощрять посадку лесных массивов у горных склонов и иных засухо- и солеустойчивых культур, замедляющих таяние ледников и способствующих биологическому очищению окружающей. Например, через финансовую поддержку таких проектов как Зеленого Климатического Фонда «Секвестрация углерода посредством климатических инвестиций леса и пастбища в КР (CS-FOR)», реализуемого ФАО. | Департамент туризма МПРЭТН КР<br><br>МСХ КР (Лесная служба)<br><br>ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | Зеленый альянс Кыргызстана природо-охранные НПО<br><br>Международные организации (в т.ч. ВБ, ФАО, Зеленый климатический фонд, GIZ и др. | на регулярной основе | Увеличено площадь земель засаженных засухо- и солеустойчивых культур |
| | Поощрять внедрение биогазовых технологий в аграрный сектор, а также технологий, минимизирующих обработку почвы, сохраняющих ее влажность и органические вещества через льготное кредитование, например, по таким госпрограммам «Финансирование сельского хозяйства». | | | | Снижена нагрузка на окружающую среду |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | Стимулировать население к бережному использованию водно-земельных ресурсов через внедрение технологий капельного и дискретного орошения, дождевания, применения органических удобрений (биогумус, зоогумус, хлорелла, гумат), минимизацию использования агрохимикатов и других вредных веществ через льготное кредитование, например, по таким госпрограммам как «Финансирование сельского хозяйства». | | | | Местное население использует химические средства защиты растений и минеральные удобрения только в крайних случаях (саранча и другие массовые вредители). |
| **Проблема-первопричина 5.** *ОШСКИЙ РЕГИОН СЛАБО РАСКРУЧЕН В* ***МАРКЕТИНГОВОМ ПЛАНЕ*** | | | | | |
| **Стратегическая задача 5**. *СПОСОБСТВОВАТЬ РОСТУ УЗНАВАЕМОСТИ РЕГИОНА НА МИРОВОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ*<br>**Индикаторы:**<br>1. Место Кыргызской Республики по Индексу конкурентоспособности в сфере туризма и путешествий от ВЭФ (Ответственный: Департамент туризма);<br>2. Место Кыргызстана в Рейтинге гостеприимных стран мира от ВЭФ (Ответственный: Департамент туризма);<br>3. Место Кыргызстана в Индексе безопасности, измеряемом Институтом экономики и мира (Ответственный: Департамент туризма);<br>4. Количество несчастных случаев в приключенческом туризме Ошского региона (Ответственные: ООСРТ);<br>5. Число иностранных туристов, посетивших Ошский регион (Ответственный: НСК КР, ГКНБ);<br>6. Число внутренних туристов, посетивших Ошский регион (Ответственный: НСК КР);<br>7. Объем оказанных туристских услуг (Ответственный: НСК КР);<br>8. Продолжительность пребывания туристов (Ответственный: НСК КР);<br>9. Число посещений Туристского портала Ошского региона (после его создания) (Ответственный: ООСРТ). | | | | | |
| **ПР44** | Внести на утверждение проект **Маркетинговой стратегии Ошского региона до 2028 года,** подготовленного в рамках СПУРТ | Департамент туризма ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош | ООСРТ | до 2024 года | Повышен позитивный туристский имидж и узнаваемость Ошского региона |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР46** | Создать Туристский портал Ошского региона | Департамент туризма МЧС КР ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош | ООСРТ Дестинация Ош | до 2024 года | Реализован системный цифровой подход к предоставлению информации о туристских возможностях региона |
| **ПР12 ПР47** | Внедрить международные стандарты качества сервисных услуг в сегменте HORECA<br>Во взаимодействии с туроператорами, НПО и международными организациями проводить регулярные курсы (как пример, по теме «Туризм как локомотив устойчивого развития экономики», «Чего хочет клиент», «Почему важен маркетинг», «SMM-менеджмент») для работников туркомпаний и субъектов HORECA. В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках СПУРТ **образовательного проекта**. | Департамент туризма МЭК КР | ООСРТ Дестинация Ош Туристские и HORECA ассоциации | до 2025 года | Повешены качество и уровень сервиса в сегменте HORECA. Повышено общее понимание значимости маркетингового продвижения туризма, получены новые знания для практической работы по разработке маркетинга и брендинга отдельных дестинаций |
| **ПР16** | Через создаваемый Туристский портал Ошского региона предоставлять информацию о перечне субъектов бизнеса, осуществляющих доставку продуктов и товаров | Департамент туризма ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош | ООСРТ Дестинация Ош | на регулярной основе | Расширен спектр услуг по доставке продуктов и товаров |
| **ПР40** | На предложенном к созданию Туристском портале Ошского региона предоставлять информацию о музейных объектах Ошского региона | Департамент туризма МКИСМП КР | ООСРТ Дестинация Ош | на регулярной основе | Повышено качество информации о музеях |
| **ПР36** | Интегрировать информационные материалы по вопросам безопасности туристов на Туристском портале Ошского региона с официальным сайтом МЧС Кыргызстана | Департамент туризма МЧС КР ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош | ООСРТ | на регулярной основе | Осуществлен доступ туристов к информации о безопасности |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР47** | На пилотной основе провести маркетинг-ориентированную интерпретацию историко-культурной значимости Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса для повышения интереса среди туристов | МКИСМП КР | ООСРТ<br>Ош Тревел | до 2025 года | Повышена туристская привлекательность пилотных объектов |
| **Проблема-первопричина 6. *ФИНАНСИРОВАНИЕ* *ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ РЕГИОНА, НЕСМОТРЯ НА ЗАЯВЛЕННУЮ ПРИОРИТЕТНОСТЬ, ПРОДОЛЖАЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬСЯ ПО ОСТАТОЧНОМУ ПРИНЦИПУ*** | | | | | |
| **Стратегическая задача 6**. *НЕОБХОДИМО СОЗДАТЬ БЛАГОПРИЯТНЫЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА*<br>**Индикаторы:**<br>1. Объем инвестиций в основной капитал и оборот розничной торговли в сфере туризма (Ответственный: НСК КР);<br>2. Объем выделенных средств на развитие туризма из Республиканского бюджета (Ответственный: НСК КР);<br>3. Экспорт услуг (доходы от приема иностранных граждан) (Ответственный: НСК КР). | | | | | |
| **ПР24**<br>**ПР13**<br>**ПР14** | При формировании и распределении местного бюджета органам МСУ ставить приоритет вопросам местного значения, имеющих прямое или косвенное влияние на развитие туризма на их административной территории<br>Распространить механизмы государственно-частного партнерства (ГЧП) на туристский сектор | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области<br>МЭК КР | ООСРТ | на регулярной основе | Увеличена доля расходов на туризм в местном бюджете. Механизмы ГЧП распространены на сектор. |
| **ПР39**<br>**ПР42** | Внести предложения по финансированию уполномоченного государственного органа в сфере культуры на основе программного бюджетирования для повышения результативности и эффективности его работы | МКИСМП КР<br>МФ КР | Ассоциации в сфере культуры | до 2025 года | Обеспечено финансирование сферы культуры на уровне 3% от общих расходов бюджета, согласно Закона КР «О культуре» от 7 апреля 2009 г. №119 |
| **ПР29**<br>**ПР30**<br>**ПР14** | Провести кампанию по информированию представителей туриндустрии региона о возможностях кредитования бизнеса и фандрайзингу. | Департамент туризма<br>Фонд туризма | ООСРТ<br>Ассоциации | до 2025 года | Улучшена финансовая грамотность предпринимателей в |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР15**<br>**ПР11** | Провести серию тренингов по повышению финансово-экономической грамотности, корпоративной культуре, составлению бизнес-планов для потенциальных новичков турбизнеса с особым упором на жителей сельских районов, молодежи, женщин. В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках СПУРТ **образовательного проекта** | ППП КР, МГА и МСУ в Ошской области<br>Мэрия г.Ош, | сельхозпроиз-водителей, молодежные, женские организации региона<br>Бизнес-ассоциация ЖИА | | туристском секторе и смежных отраслях. |
| **Проблема-первопричина 7.** *СЛАБО ПРОРАБОТАНЫ ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ И ИНТЕГРИРОВАННОГО* ***УПРАВЛЕНИЯ ИНФРАСТРУКТУРОЙ*** *ОШСКОГО РЕГИОНА* | | | | | |
| **Стратегическая задача 7**. *НАЛАДИТЬ РАБОТУ ПО КОМПЛЕКСНОМУ РАЗВИТИЮ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЕГИОНА С УЧЕТОМ ПОТРЕБНОСТЕЙ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ*<br>**Индикаторы:**<br>1. Пассажиропоток аэропорта г.Ош (Ответственный: НСК КР);<br>2. Протяженность новых дорог к туристским дестинациям Ошского региона (Ответственный: НСК КР);<br>3. Число точек отдыха (rest points) в Ошском регионе (Ответственный: НСК КР);<br>4. Число зарегистрированных хозяйствующих субъектов в сфере туризма в Ошском регионе (Ответственный: НСК КР);<br>5. Число электрифицированных хозяйствующих субъектов в сфере туризма в Ошском регионе (Ответственный: НСК КР);<br>6. Площадь охвата мобильной связью и интернетом в Ошском регионе (Ответственный: НСК КР). | | | | | |
| **ПР57** | Внести предложения по повышению привлекательности автовокзалов г.Ош для улучшения качества мощения и дорожного покрытия, навигации, комфортности туалетов, а также увеличения количества скамеек, урн, лестниц и других функциональных малых архитектурных форм | Мэрия г.Ош<br>МТК КР | ООСРТ | до 2024 года | Улучшено состояние автовокзалов г.Ош и его точек сервисного обслуживания |
| **ПР59** | Внести предложения в проект детальной планировки г.Ош по упорядочению парковок на городских улицах | Мэрия г.Ош | ООСРТ | до 2024 года | Увеличена городская мобильность |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР60** | Внести предложения в проект детальной планировки городов Ошского региона по улучшению пешеходной и вело инфраструктуры<br>В качестве одного из инструментов использовать возможности **проекта АРИС КР «Региональное экономическое развитие»**, предусматривающий модернизацию общественных пространств и парков в гг.Ош и Узген | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош АРИС | ООСРТ | до 2024 года | Повышено качество тротуаров и созданы велодорожки |
| **ПР61** | Довести до логического завершения проект с устройством точек отдыха (rest-points) вдоль основных туристских маршрутов, с привлечением частных инвестиций в ее дальнейшее содержание, а также расширение за счет новых кафе, мотелей, кемпингов, юрточных лагерей, медпунктов, заправок, станций технического обслуживания, вулканизации, магазинов и туалетов.<br>В рамках **инфраструктурных проектов СПУРТ** улучшить навигационное сопровождение туристских дестинаций | Департамент туризма<br>Фонд туризма | ООСРТ | до 2026 года | Созданы точки отдыха (rest-points) вдоль основных туристских маршрутов, интегрированные с другими объектами придорожной инфраструктуры.<br>Внедрена навигация на иностранных языках. |
| **ПР58** | Совместно с финансовыми институтами внедрять практику лизинга и иных стимулирующих финансовых мер для обновления парка техники транспортных компаний и перевозчиков | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | Финансовые институты | на регулярной основе | Обновлены средства общественного транспорта, они соответствуют стандартам по безопасности и экологии |
| **ПР62**<br>**ПР63**<br>**ПР64**<br>**ПР65**<br>**ПР66**<br>**ПР67**<br>**ПР68** | Рекомендовать провести комплексную модернизацию аэропорта г.Ош, которая должна включать, но не ограничиваться:<br>- строительством нового пассажирского терминала с мощностью<br>- пассажиропотока 1000-1500 чел/час;<br>- приведением инфраструктуры аэровокзала в соответствие со стандартами инклюзивности и комфорта пассажиров;<br>- интеграцией аэропорта с общественным транспортом г.Ош, созданием мультимодального транспортного комплекса на его базе. | Департамент туризма<br>ФУГИ при МЭК КР<br><br>ППП КР в Ошской области Мэрия г.Ош | ООСРТ<br>ОАО «Международный аэропорт Манас» | до 2025 года | Созданы привлекательные инвестиционные условия для авиакомпаний по увеличению количества и географии международных рейсов. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **ПР7**<br>**ПР13**<br>**ПР39**<br>**ПР59**<br>**ПР60**<br>**ПР68** | При разработке Планов мероприятий по развитию дорожной и транспортной инфраструктуры в обязательном порядке привлекать представителей частного и гражданского секторов, в т.ч. из числа активистов туриндустрии.<br>Организовать образовательные программы для сотрудников высшего и среднего звена муниципалитетов и транспортных компаний по курсам «Устойчивая и инклюзивная среда», «Городское планирование», «Основы урбанистики» и т.д. В качестве одного из инструментов предлагается реализация предлагаемого в рамках **образовательного проекта СПУРТ** | Департамент туризма<br><br>МТК КР | ООСРТ<br>Ассоциации транспортников и урбанистов КР | до 2024 года | Сокращены издержки в процессе принятия решений.<br>Улучшена качество транспортного планирования и эксплуатация дорожной инфраструктуры.<br>Созданы условия для сохранения институциональной памяти на всех уровнях. |
| **ПР39** | На пилотной основе улучшить материально-техническую базу и инфраструктуру Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса<br>В рамках различных программ, например, **проекта АРИС КР «Региональное экономическое развитие»,** привлечь инвестиции в урбанистическую инфраструктуру регионального турсектора | МКИСМП КР ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош АРИС | ООСРТ Туристские ассоциации КР | до 2025 года | Созданы комфортные инклюзивные условия для посещения музеев и других общественных пространств |
| **ПР54**<br>**ПР45** | Во взаимодействии с райгосадминистрациями стимулировать ОАО «Ошэлектро» к электрификации, а мобильных операторов к расширению охвата мобильной связи в местах расположения туристских дестинаций, в т.ч. в отдаленных горных районах. | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | ООСРТ мобильные операторы «Кыргыз-телеком» «Ошэлектро» | до 2024 года | Проведена электрификация и расширен охват мобильной связи в местах расположения туристских дестинаций, в т.ч. в отдаленных горных районах. |

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение 1а. Основные туристские дестинации Ошского региона

Термин «туристская дестинация» был введен Н. Лейпером в середине 1980-х гг. Сейчас под ним понимают географическую территорию с определенными границами, которая может привлекать достаточно широкий круг туристов и удовлетворять их интересы.

Изучение регионального туристского потенциала, многочисленные беседы с представителями местных властей и ведущими туроператорами позволили определить *следующий список основных туристских дестинаций* Ошского региона.

***Культурно-исторические достопримечательности:***

**Сулайман-Тоо (г. Ош).** Это одна из важнейших культурных достопримечательностей Кыргызстана и первый государственный объект страны, внесённый в список Всемирного наследия ЮНЕСКО Сулейман-Тоо («гора Сулаймана») или Тахти-Сулайман («престол Сулаймана», т. е. библейского царя Соломона) расположена прямо в центре города. Сама гора, протянувшаяся почти на километр, сложена из известняка и имеет пять вершин, высочайшая из которых возвышается на высоту в 150 метров над городом. Из-за геологических особенностей в ней насчитывается большое количество пещер и гротов.

По данным историков, уже с X века к этой неприметной на первый взгляд скалистой возвышенности тянулись паломники со всей Азии, поскольку считалось, что именно здесь пророк Сулайман обращался к Богу, а на камнях остались отпечатки его лба и колен. Позже над этим святым для каждого мусульманина местом Мухаммад Захириддин Бабур (1483 - 1530), правнук Тимура и основатель династии Великих Моголов, построил небольшую худжру (келью) с михрабом, на месте которой в наши дни возвышаются однокамерная белокаменная мечеть – воссозданный по архивным источникам «домик Бабура».

**Национальный историко-археологический музейный комплекс «Сулайман-Тоо»** был создан в 1949 г. Центральное здание располагается у подножия одноименной горы. В нем хранится более 33 тыс. экспонатов, относящихся к истории, археологии, искусству, природе южного Кыргызстана. Пожалуй, наиболее популярной частью этого музейного комплекса является часть музея, открытая в конце 1970-х гг. на южном склоне одной из вершин горы. Первый этаж этого музея состоит из расширенных карстовых пещер, а верхний – из естественной пещеры. Артефакты, собранные в музее, связаны со множеством религиозных культов, существовавших в Центральной Азии с древнейших времен: от анимизма и шаманизма до мировых религий.

**Мавзолей Асаф ибн Бурхия**, расположенный у юго-восточного подножия Сулейман-Тоо, является местом мусульманского паломничества. Он был построен в XVIII веке в традициях ферганской архитектурной школы. Это прямоугольное портально-купольное сооружение, находящееся в государственной собственности, размером 7,3 на 9,6 м. Углы здания, как принято в исламской архитектуре, ориентированы по сторонам света. Купол диаметром 4,4 м зиждется на восьмигранном барабане. Внутреннее помещение имеет восьмигранную форму с длиной сторон от 2,11 до 2,23 м. Особая красота выделяет портально-купольную нишу мавзолея. Верхняя часть портала завершается зубцами в форме стилизованного трилистника. По его краям установлены декоративные колонны. Вся входная ниша украшена сложным ганчевым декором. В 1999-2000-х гг. в рамках празднования 3000-летия г. Ош купол мавзолея был частично реставрирован. В 2013 г.

начата работа по реставрации верхней части мавзолея, окон купола, восстановлению первоначального дизайна фасада и внутреннего декора.

**Мечеть Рават Абдуллахана** также расположена у юго-восточного подножия Сулейман-Тоо. Мечеть была построена в половине XVI века в период достижения наибольшего могущества Абдуллаханом II (1534-1598) из династии Шейбанидов, когда в результате завоевательных походов ему удалось объединить под своей властью не только Маверанарх (междуречье Амударьи и Сырдарьи), но также Балх, Хорезм, Хорасан, часть Ферганской долины, в том числе и г. Ош.

**Ошский центральный базар** раскинут на один километр вдоль берегов реки Ак-Буура. Этот рынок существует на одном месте уже более 2000 лет, еще со времен, когда через г.Ош проходила ферганская ветка Великого Шелкового Пути. Несмотря на царящий здесь хаос, базар, выполняющий функцию центрального городского рынка, пользуется огромной популярностью у туристов благодаря своему неповторимому восточному колориту, доступным ценам и широкому выбору разнообразной продукции – от продуктов питания и одежды до редких сувениров и самобытных ювелирных изделий и, даже, живой скотины.

**Государственный историко-культурный музей-заповедник «Өзгөн» (г.Узген)**. Данный государственный объект состоит из нескольких выдающихся памятников среднеазиатского зодчества: Узгенского минарета и группы из трёх мавзолеев, построенных в разное время, но представляющие из себя единый архитектурный ансамбль. Постройки относятся к XI-XII векам нашей эры. Это эпоха правления Караханидов, западной столицей которых являлся город Узген. Постройки Караханидского периода имеют ярко выраженные отличительные признаки: в качестве наружного оформления используются разнообразные узоры из кирпича и ганчи, без использования глазури и цветных вставок.

Узгенский минарет возвышается сегодня на 27 м над уровнем земли. Однако первоначальная высота минарета была практически в 2 раза выше – многочисленные землетрясения обрушили верхнюю часть башни. Уже в советское время минарет был отреставрирован и для сохранности сооружения к нему была пристроена исторически аутентичная смотровая площадка с окнами, откуда открывается панорамный вид на Узген. Основание минарета выполнено в виде восьмиугольника, на одной из сторон которого находится вход в башню, с крутой винтовой лестницей. С минарета веками призывались на молитву верующие. Кроме того, он был неплохим ориентиром для путников и купцов, проходящим по этим местностям.

Узгенский комплекс мавзолеев состоит из трёх отдельных мавзолеев, разнящихся годом постройки и стилем оформления. Названы они согласно своему расположению Южным, Средним и Северным мавзолеем. Самым большим и примечательным является Средний мавзолей, обладающий интересной особенностью. Это единственный караханидский мавзолей, имеющий сразу два портала. Доподлинное назначение среднего, самого первого мавзолея по сей день неизвестно. Одни учёные склоняются к тому, что в нем покоится один из ханов Караханидской династии. Другие же настаивают на том, что он имел религиозное значение. Два других мавзолея таких разночтений не вызывают. Северный мавзолей является местом захоронения Джалиля ад-Дин аль-Хусейн Хасан ибн Али, правителя Караханидов. Южный мавзолей построен значительно позже других и имя похороненного в нем человека неизвестно.

Все строения комплекса серьезно пострадали от времени и были отреставрированы в своём оригинальном виде в советский период.

**Рисовая мельница (г. Узген).** Эта частная рисовая мельница на улице Ором представляет собой старую деревянную мельницу, оборудованную для обработки красного риса по старинным технологиям. Туристам, посещающим Узгенский район, сначала предлагается посетить рисовые поля недалеко от города, где они знакомятся с технологией выращивания риса. После этого туристов везут на мельницу, где гид рассказывает посетителям о процессе переработки сырого риса в готовый продукт. На первом этапе рыс-сырец подвергается сушке, после чего пропускается через молотильный агрегат, работающий благодаря кинетической энергии водяной мельницы, а на финальном этапе проходит дополнительную чистку. Экскурсия на мельницу завершается посещением ашханы, где туристы воочию наблюдают над процессом приготовления плова из настоящего узгенского риса и участвует в трапезе изысканного яства.

**Алайский районный исторический музей им. Курманжан-Датки (Алайский район).** Этот государственный музей был открыт по случаю празднования 180-летия Курманжан Датки в 1990 г. в с. Гульча – административном центре Алайского района, и представляет собой двухэтажное здание с богатой экспозиционной коллекцией предметов жизни и быта, общественно-политической деятельности «Алайской царицы»[30] и ее супруга Алымбека Датки[31]. В музее также представлены экспозиции, отражающие особенности жизни и быта кыргызского народа в XIX веке.

**Петроглифы «Дулдул-Ат» (Араванский район).** Этот государственный памятник представляет собой каменную гряду, скалу, на некоторых поверхностях которых на высоте 15-16 м высечены наскальные изображения людей, горных козлов, оленей, лошадей и диких животных. Древние люди изобразили здесь небесных коней. Среди них резко выделяются большие изображения двух пар лошадей, вероятнее всего, жеребцов и кобылиц. Их фигуры переданы художественно изящно – контуры выцарапаны на камне почти в натуральную величину и закрашены охристым веществом, за тысячелетия не потерявшим яркого цвета. Особенности стиля и техники этих изображений позволили А.Н. Бернштаму связать их с легендой о высокопородных небесных лошадях "тяньма", разводившихся в древнем царстве Давань, существовавшем в Ферганской долине.

Вместе с мавзолеем, чилдеканой (ритуальный домик) и родником Дулдул-Ат формирует единый сакральный комплекс. Сюда приезжают бездетные семьи, незамужние девушки и женщины, холостяки, больные и те, которые собираются в дальнюю поездку.

**Крепость Кул-Датка (Чон Алай).** Это исторический государственный объект, находится в селе Дароот-Коргон Чон-Алайского района Ошской области – примерно в 300 км к юго-западу от г. Ош. Крепость была построена в 1820-21 гг. Кокандским ханством в оборонительных целях и названа в честь одного из военачальников того времени. Позже использовалась как фортификационное сооружение при противостоянии с войсками Российской империи.

---

30 Курманжан Датка - кыргызский государственный и военный деятель, предводительница и правительница алайских кыргызов с 1832 по 1876 гг. Также известна как «Алайская царица», «Королева Юга» и «Мать нации». Имела звание Датка (царица) в Кокандском ханстве и Бухарском эмирате.

31 Алымбек Датка - крупный кокандский политический деятель XIX века, сохранявший активность на протяжении трёх с половиной десятилетий. Был правителем Андижанского вилайета, в период управления которым перенёс свою ставку в г.Ош, что существенно повысило статус города, а также и визирем Кокандского ханства. В последние годы перешел в оппозицию к кокандским ханам и стал организатором крупного восстания, которое он устроил в 1860 г., будучи обвинённым перед ханом в отказе сражения с русскими. В 1862 г. был убит дворцовыми заговорщиками Кокандского ханства. Его супруга Курманджан Датка после его смерти стала правительницей южных кыргызских кланов.

Эта четырехугольное строение с бастионами по углам сложена из сырцового кирпича. На территории крепости располагалась резиденция местных ильбеков – кокандских наместников, купцов и торговцев, прибывавших их столицы ханства.

### *Природно-туристские и рекреационные дестинации:*

**Пик Ленина (7 134.3 м)** - один из самых известных и наиболее часто посещаемых семитысячников Памира (около 3-5 тысяч альпинистов ежегодно). Входит в систему Чон-Алайского (Заалайского) хребта, который образует границу между Кыргызстаном и Таджикистаном. В 2006 г. по решению Правительства Таджикистана горе дали новое имя в честь Абу Али ибн Сины (Авиценны), однако в Кыргызстане горная вершина сохраняет прежнее название.

Несмотря на то, что классический маршрут со стороны Кыргызстана (Чон-Алайский район) технически прост, восхождение на пик Ленина относится к классу высотного альпинизма и требует от восходителей крепкого физического здоровья, соответствующего снаряжения и периода постепенной акклиматизации. У подножия вершины, в одноименном урочище на высоте 3 600 м, открыт базовый лагерь Ачык-Таш со всей необходимой альпинистской инфраструктурой.

Пик Ленина – не единственная горная вершина региона. На территории Ошской области насчитывается более 1,5 тыс. ледников общей площадью 1546,3 км$^2$. Наиболее крупные из них как раз расположены на северных склонах Чон-Алайского хребта. Помимо альпинистов, Чон-Алайский и Алайский хребет ежегодно привлекают множество ценителей активного отдыха – хайкинга, трекинга.

Настоящей меккой для любителей горных фото-туров является **перевал Талдык** на Алайском хребте, расположенный в 160 км к югу от г. Ош на высоте 3 615 м. Перевал Талдык является своеобразными воротами одной из самых высокогорных и красивых дорог мира — Памирского тракта.

Одним из ведущих операторов по оказанию туристких услуг в Алайском и Чон-Алайском районах является **ТОС «Сары-Могол»**, расположенный в одноименном поселке в 220 км от г.Ош. ТОС «Сары-Могол» был основан в 2007 г. при поддержке HELVETAS как неправительственная коммерческая организация. Компания специализируется на предоставлении гостиничных услуг, организации конных и велосипедных туров, трекинге и хайкинге, а также проведении различных этнофестивалей и национальных спортивных состязаний для туристов, посещающих озеро Тулпар-Кул.

ТОС «Сары-Могол» входит в структуру «Кыргызской ассоциация туризма, основанного на сообществах (КАТОС) «Hospitalitiy Kyrgyzstan». Целью данной Ассоциации является улучшение условий жизни в отдалённых горных регионах через развитие устойчивой модели экотуризма.

**Долина «Кожо-Келен» (Кара-Суйский район)** расположена в 95 км к юго-западу от г.Ош, вдоль реки Джиптык, у подножия Алайского хребта. Крутые скалы, сложенные из огромных каменных глыб, густые еловые леса, зеленые луга, дивные водопады и гроты вызывает настоящий восторг у посетителей здешних мест. В долине обитают барсуки, дикие кабаны, архары; на лугах пасутся яки. Кожо-Келен находится в окружении Красных скал, куда можно совершить конную или пешую прогулку.

**Перевал Чыйырчык (Кара-Суйский район)**, расположенный в 40 км к югу от г. Ош на Памирском тракте является одним из самых привлекательных туристских дестинаций для жителей города и близлежащих районов. Летом здесь работают многочисленные кафе, где подают кымыз и различные кыргызские национальные блюда. В зимний период перевал используется как горнолыжная база – люди катаются здесь на лыжах и популярных в Кыргызстане тюбингах — автомобильных баллонах от большегрузных автомобилей. На базе установлена канатная дорога.

**Водопад «Абшыр-Ата» (Ноокатский район).** Ущелье Абшыр-Ата в первую очередь известно своим 15-метровым водопадом, который вытекает бурным потоком из небольшой карстовой пещеры, расположенной прямо в скале. Сам водопад и ущелье, в котором он располагается, являются одними из самых посещаемых достопримечательностей Ошской области. Данный государственный объект находится в 70 км от г.Ош.

Издревле этот водопад считался сакральным местом из-за его необычности — на территории Кыргызстана практически не встречаются водопады, вытекающие прямо из скал. Сам водопад располагается в красивой долине реки Абшыр-Сай, которая находится на высоте от 1500 до 2500 м. Помимо самого водопада в этом ущелье ещё очень много интересного. Например, несколько сакральных мест:

- *Сырдуу-Таш (Загадочный камень)*, где люди бросают семь камешек и загадывают семь желаний, и верят в то, что они сбудутся;
- *Шыпаа-Булак (Целебный источник*)**,** вода которого обладает лечебными свойствами;
- *Ункур (Пещера*)**,** здесь люди читают Коран, поскольку считается, что в ней есть потайные пути, ведущие в Мекку.

Также в долине Абшир-Сай можно увидеть наскальные рисунки, которые расположены достаточно далеко от водопада: в 5 и 20 километрах.

**Долина Алайку (Кара-Кулжинский район**) расположена на восточной окраине Кара-Кулжинского района. Кроме больших возможностей для развития эко- и этнотуризма, долина примечательна наличием инновационной **«Эко-фермы Алайку».** Этот частный объект располагает широкими возможностями как для пассивного, так и активного туризма. На территории эко-фермы имеются юрточный городок, гест-хаус в несколько номеров со всеми удобствами, кофейню, кухню и молочный цех. На крыше главного здания эко-фермы установлены солнечные коллекторы, имеется биогазовая установка, что вкупе позволяет вырабатывать большую часть расходуемой электроэнергии за счет использования возобновляемых источников энергии. Своего рода изюминкой эко-фермы является небольшой молокоперерабатывающий цех, где туристов знакомят с технологиями переработки молока и угощают свежими молочными продуктами.

**Национальный природный парк «Кыргыз-Ата» (Ноокатский район).** НПП «Кыргыз-Ата» - обширный природный комплекс государственного значения, располагающийся в Ошской области, в 40 км южнее г. Ош на северном склоне Алайского хребта. Территория парка богата на различные достопримечательности. Большую часть национального парка составляет ботанический заказник, созданный для сохранения арчовых лесов, горных тюльпанов и шафрана. Горы Алайского хребта относятся к горной системе Памира и сложены из разноцветных пород мрамора. «Кыргыз-Ата» включает в себя несколько ущелий, среди которых наиболее живописны урочища Карагой, Калдай и Мазар. Наибольшей популярностью у посетителей парка пользуется ущелье Карагой. Каждые выходные сюда приезжает отдыхающие из г. Ош и других районов Ошской области.

Широко известны Ноокатские горные рисунки, располагающиеся в каньоне Араван-Данги, пробитым р.Араван-Сай. На отвесных стенах каньона, высота которых достигает 500 м, можно увидеть изображения животных, а также различные знаки, оставленные первобытными людьми. Помимо прочего, на территории парка располагаются несколько минеральных источников, самые известные из которых Туя-Моюн и Эски-Ноокат.

**Национальный природный парк «Кара-Шоро» (Узгенский район).** Территория это государственного природного парка составляет порядка 8 500 га. Это место известно многочисленными источниками минеральных вод, привлекающими преимущественно жителей близлежащих районов. Природный парк расположен на стыке горных систем Тянь-Шаня и Памиро-Алая. По центру парка протекает река Кара-Шоро, текущая в западном направлении и имеющая многочисленные притоки: Качыралы, Кара-Булак, Балам-Калды, Чон-Кулубек, Чон-Туйба, Чытты.

**Ущелье Сары-Ой (Алайский район).** Это расположенное в 80 км от г. Ош ущелье предоставляет прекрасные возможности для развития этно-туризма. Одним из наиболее удачных инвестиционных проектов, реализованных в ущелье, является **Rayan Eco Resort.** Этот частный проект, осуществляемый в настоящее время при инвестиционной поддержке программы «Accelerate Prosperity», позиционирует себя как этно-отель для загородного отдыха. Согласно планам создателей, локация будет состоять из двух частей: юрточного городка и коттеджного посёлка. Первая часть в составе 8 юрт со всеми удобствами уже обустроена и принимает гостей в летнее время. При достройке коттеджной части, рассчитанной на многодневный и круглогодичный отдых, этно-отель будет представлять собой многофункциональный комплекс, включающий спортивную площадку, спа-комплекс, баню, зону барбекю и конференц-зал. На объекте проведены водоснабжение и канализация, построена малая гидроэлектростанция. Дестинация активно пользуется услугами местных жителей, создаёт для них рабочие места.

К числу активно развивающихся дестинаций Ошского региона относится **Aral Resort.** Расположенный в с.Булолу Алайского района этот центр туристского досуга предоставляет возможности для организации мероприятий активного отдыха.

**Пещера «Чиль-Устун» (Араванский район)** представляет собой систему карстовых пещер в одноименном горном массиве недалеко от поселка Араван. Пещера имеет протяженность 380 м и состоит из трех просторных залов, соединенных узкими коридорами. В пещере водятся летучие мыши, ее залы усеяны многочисленными сталактитами и сталагмитами, возраст которых, по некоторым оценкам, составляет до 350 млн лет. Весной после обильных осадков часть пещерных залов заполняется водой. Пещера известна людям с давних времен, о чем свидетельствуют арабские письмена, оставленные в более древние времена на ее стенах. Для того, чтобы попасть в нее необходимо иметь легкое альпинистское снаряжение. Как туристский объект, пещера представляет интересен с точки зрения развития здесь спелео- и научного туризма.

В непосредственной близости от пещеры находится **роща «Чарбан».** В советское время здесь был построен комплекс зданий для рекреационного отдыха, в т.ч. детский лагерь, который в настоящее время принимает лишь небольшое количество (до 100 человек) детей. Территория лагеря находится на балансе профсоюзного объединения Араванского района, располагает открытыми бассейнами и возможностями для активного отдыха. В связи с отсутствием в Араванском районе достойных отелей, местные власти и энтузиасты ищут частных инвесторов для постройки гостиничных номеров, ориентированных на туристов, посещающих пещеру.

## Приложение 1б. Профили пилотных туристских дестинаций

| Дестинация | СУЛАЙМАН-ТОО |
|---|---|
| Расположение | город Ош |
| Вид дестинации | Историко-культурный - Петроглифы, музей и сакральное место |
| Сезонность | круглогодичный |
| Высота над уровнем моря | 1115 м |
| Генплан территории | Есть |
| Озеленение | Есть (Абрикос, Чынар, Карагач, кустарники) |
| Доступность автотранспорта | Есть |
| Доступность велотранспорта | Есть |
| Автопарковка | Есть |
| Велопарковка | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Каменное покрытие, асфальт и брусчатка разных типов |
| Освещение | Частично |
| Водоснабжение | Частично |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Частично, в ограниченном количестве |
| Урны/Мусорные баки | Частично, в ограниченном количестве |
| Навесы | Нет |
| Зоны для отдыха | Частично, в ограниченном количестве |
| WC | Есть, в плохом состоянии. Не соответствуют стандартам |
| Навигация (указатели) | Есть, в плохом состоянии |
| Информационный стенд | Есть, в плохом состоянии |
| Визуальный мусор | Есть |
| Форма собственности | Государственная (Минкультуры) |
| Наличие сущ-х туров | Есть |
| Состояние объекта (Выводы) | Инфраструктура в плачевном состоянии. Непонятная и неудобная навигация, сухостой, плохое состояние туалетов, неудобные лестницы, много мусора, отсутствие единого дизайн-кода. Территория комплекса слабо интегрирована с городской средой и не использует свой туристский потенциал в полной мере.<br>Музей требует капитального ремонта и обновления. переосмысления контента.<br>Не завершена разработка проекта охранной зоны объектов культурного наследия г.Ош с режимом градостроительного регулирования, что ограничивает и замедляет инфраструктурные изменения на территории буферной зоны Сулейман-Тоо. |
| Рекомендации | Улучшить уличную навигацию к и внутри объекта, организовать интерактивные информационные стенды, автомобильную и велосипедную парковки, улучшить мощение, сделать его безопасным, улучшить освещение территории, поставить качественные и антивандальные МАФы. |

| | |
|---|---|
| | Завершить разработку проекта охранной зоны объектов культурного наследия, План детальной планировки и План застройки и землепользования города Ош. |

| **Дестинация** | **УЗГЕНСКИЙ КОМПЛЕКС** |
|---|---|
| Расположение | Узгенский район, г.Узген |
| Вид дестинации | Историко-культурный |
| Сезонность | круглогодичный |
| Удалённость от г.Ош | 55,2 км |
| Удалённость от райцентра | 300 м |
| Высота над уровнем моря | 1025 м |
| Генплан территории | Есть |
| Озеленение | Есть, в неудовлетворительном состоянии |
| Доступность автотранспорта | Асфальтное покрытие. Центр города |
| Доступность велотранспорта | Да |
| Автопарковка | Есть |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Брусчатка разных типов, на разных уровнях |
| Освещение | Есть (дизайн ламп освещения портит архитектурный стиль комплекса) |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Есть, в плохом состоянии |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | Есть |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Есть, уличный холодный туалет. В плохом состоянии. |
| Навигация (указатели) | Есть, нужно улучшить и сделать более понятной |
| Информационный стенд | Есть, нужно улучшить и сделать более понятным и притягательным |
| Визуальный мусор | Есть, дизайн информационных стендов, вандальные надписи на стенах башни и мавзолея |
| Форма собственности | Государственная (Минкультуры) |
| Наличие туров | Есть |
| Состояние объекта (Выводы) | Слабое контентное наполнение. Малоинформативные и неинтересные информационные стенды. Отсутствует единый архитектурный ансамбль. Территория комплекса в запущенном состоянии. Элементы благоустройства не связаны друг с другом и в совокупности негативно влияют на визуальный вид. |
| Рекомендации | Важно улучшить внешний облик территории, сделать всю навигацию в одном стиле, на понятных шрифтах и нескольких языках, улучшить благоустройство: сделать мощение в историческом стиле, чтобы он не контрастировал с памятниками архитектуры, а составлял единый архитектурный ансамбль. Создать условия для семейного посещения: комнаты |

| | |
|---|---|
| | для детей, инклюзивный дизайн, пандусы. Решить вопрос с железной защитной крышкой мавзолея. Металлическая каркасная конструкция защищает мавзолей от осадков, но сильно уменьшает ее визуальную привлекательность. Качественно улучшить контентное наполнение территории: музей под открытым воздухом, МАФы, магазины сувениров, зоны для мастер-классов и культурных ярмарок. |

| **Дестинация** | **МУЗЕЙ ИМ. КУРМАНЖАН-ДАТКИ** |
|---|---|
| Расположение | Алайский район, село Гүльча |
| Вид дестинации | История, культурно-просветительский |
| Сезонность | круглогодичный |
| Удалённость от г.Ош (время поездки) | 85 км (1час 30 мин.) |
| Удалённость от райцентра | 1 км |
| Высота над уровнем моря | 1540 |
| Генплан территории | Нет |
| Озеленение | Есть (цветы, деревья) |
| Доступность автотранспорта | Есть |
| Доступность велотранспорта | Есть |
| Автопарковка | Есть |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Есть (брусчатка) |
| Освещение | Есть |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Есть (требуются улучшения) |
| Скамейки | Есть |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | Нет |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Есть |
| Навигация (Указатели) | Нет |
| Информационный стенд | Есть |
| Визуальный мусор | Нет |
| Форма собственности | Государственная, Минкультуры КР |
| Наличие туров | Нет |
| Состояние объекта (Выводы) | Требуется ремонт кровли музея, систем отопления, водоснабжения и канализации. Сотрудникам и посетителям приходится ходить в туалет на улицу. Территория благоустроена, но малопривлекательна и не несёт эстетической ценности. Не работают мастерская и сувенирная лавки. Нет архитектурной целостности здания и прилегающей территории. |

| | |
|---|---|
| Рекомендации | Улучшить внешний облик территории, сделать всю навигацию в одном стиле, на понятных шрифтах и нескольких языках, улучшить благоустройство: сделать мощение, создать условия для семейного посещения: комнаты для детей, инклюзивный дизайн, пандусы. Качественно улучшить контентное наполнение территории: музей под открытым воздухом, МАФы, магазины сувениров, зоны для мастер-классов и культурных ярмарок. |

| **Дестинация** | **ВОДОПАД «АБШЫР-АТА»** |
|---|---|
| Расположение | Ноокатский район, село Абшыр- Сай |
| Вид дестинации | Природно - сакральное место |
| Сезонность | май- сентябрь |
| Удалённость от г.Ош (время поездки) | 70 км, (2,5 часа) |
| Удалённость от районного центра | 40 км |
| Высота над уровнем моря | 1780 м |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | Нет |
| Доступность автотранспорта | Гравийное покрытие |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Нет (Хаотичная парковка) |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Нет |
| Освещение | Нет |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Есть |
| Скамейки | Есть в плохом состоянии |
| Урны/Мусорные баки | Есть в малом количестве |
| Навесы | Нет |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Есть, уличные туалеты в очень плохом состоянии |
| Навигация (указатели) | Недостаточны, неприметны и малоинформативны |
| Информационный стенд | Есть, но в плохом состоянии |
| Визуальный мусор | Много |
| Форма собственности | Муниципальная |
| Наличие существующих туров | Есть |

| | |
|---|---|
| Состояние объекта (Выводы) | Популярное место среди местных туристов и туристов из Узбекистана. Вода из водопада активно используется в рекреационных целях в близлежащих зонах отдыха. Хаотичная торговля портит общий вид локации и препятствует рациональному использованию территории. Также негативно сказывается отсутствие качественных туалетов, четкой и понятной навигации для автомобилистов и пешеходов. Много визуального мусора в виде торговых точек, информационных баннеров и мусора. |
| Рекомендации | Улучшить уличную навигацию к и внутри объекта, организовать интерактивные информационные стенды, автомобильную и велосипедную парковки, создать мощение из натуральных местных материалов, сделать его безопасным, улучшить освещение территории, поставить качественные и антивандальные МАФы.<br>Организовать точки продаж в местах, которые не будут портить вид дестинации и препятствовать мобильности автомобилей и людей. Построить инклюзивные туалеты без попадания отходов в воду и почву. |

| **Дестинация** | **«ДУЛДУЛ-АТ»** |
|---|---|
| Расположение | Араванский район, село Араван |
| Вид дестинации | Историко-культурный - Петроглифы и сакральное место |
| Сезонность | круглогодичный |
| Удалённость от г.Ош (время поездки) | 27 км, 1 час |
| Удалённость от райцентра | 1 км |
| Высота над уровнем моря | 790-795 м |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | Есть (Фруктовые деревья, цветы) |
| Доступность автомобильного транспорта | Есть, объект находится в черте населенного пункта |
| Доступность велосипедного транспорта | Нет |
| Автопарковка | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность терр-и | Нет |
| Качество мощения | Брусчатка разных типов |
| Освещение | Нет |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Есть |
| Скамейки | Нет |
| Урны/Мусорные баки | Нет |
| Навесы | Нет |
| Зоны для отдыха | Нет |

| | |
|---|---|
| WC | Нет (есть туалет мечети, только мужской) |
| Навигация (Указатели) | Нет |
| Информационный стенд | Нет |
| Визуальный мусор | Нет |
| Форма собственности | Муниципальная (территория используется мечетью) |
| Наличие туров | Есть |
| Состояние объекта (Выводы) | Чистое место, территория пока используется как мечеть и ее прилегающая территория, на объекте находится кумбөз Дулдул Ат, который является местом паломничества среди местного населения. На территории нет никакой информации о петроглифах и их исторической ценности. |
| Рекомендации | Определить правила посещения локации (совместно с администрацией мечети и айыл окмоту) Улучшить уличную навигацию к и внутри объекта, организовать интерактивные информационные стенды, автомобильную и велосипедную парковки, улучшить мощение, сделать его безопасным, улучшить освещение территории, поставить качественные и антивандальные МАФы. |

| **Дестинация** | **КРЕПОСТЬ «КУЛ-ДАТКА»** |
|---|---|
| Расположение | Чон-Алайский район, Дароот-Коргон |
| Вид дестинации | История, Культура |
| Сезонность | круглогодичный |
| Удалённость от г.Ош (время поездки) | 280 км (4 часа) |
| Удалённость от райцентра | 1 км |
| Высота над уровнем моря | 2470 |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | - |
| Доступность автотранспорта | Грунтовая дорога |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Есть, бетонное покрытие. |
| Освещение | Нет |
| Водоснабжение | Нет |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Есть (не вписываются в архитектуру крепости) |
| Урны/Мусорные баки | Есть (не вписываются в архитектуру крепости) |
| Навесы | Нет |
| Зоны для отдыха | Нет |
| WC | Нет |
| Навигация (Указатели) | Нет |

| | |
|---|---|
| Информационный стенд | Нет |
| Визуальный мусор | Есть (адресная табличка) |
| Форма собственности | Муниципальная |
| Наличие туров | Нет |
| Состояние объекта (Выводы) | Нет инфраструктуры, нет концепции и целостного развития территории. На данный момент очень низкий потенциал для привлечения внимания туроператора и туристов. |
| Рекомендации | Создать инфраструктуру: входная часть, касса, туалет, уличная навигация к объекту и внутри объекта, организация интерактивных информационных стендов, организовать автомобильную парковку, улучшить мощение и сделать его в цветовом соответствии с архитектурой крепости, организовать освещение территории, поставить качественные и дизайнерские МАФы, соответствующие контексту и архитектуры крепости. Создать контент, возможно, локальный open air музей и выставка. |

| **Дестинация** | **САРЫ-ОЙ АЛАЙ RAYAN ECO RESORT** |
|---|---|
| Расположение | Алайский район, местность Сары-Ой |
| Вид дестинации | Экотуризм, этнотуризм |
| Сезонность | май-сентябрь |
| Удалённость от г.Ош | 80 км |
| Удалённость от райцентра | 23,6 км |
| Высота над уровнем моря | 2500 м |
| Генплан территории | Есть |
| Озеленение | Есть, новые посадки |
| Доступность автотранспорта | Есть |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Есть |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Мощение из засыпки (камни, щебёнка крупной фракции) |
| Освещение | Нет |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Есть |
| Водоотвод | Есть |
| Скамейки | Есть |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | Есть |
| Зоны для отдыха | Нет |
| WC | Есть |
| Навигация (Указатели) | Нет |
| Информационный стенд | Нет |
| Визуальный мусор | Нет |
| Форма собственности | Частная |

| | |
|---|---|
| Наличие существующих туров | Нет |
| Состояние объекта (Выводы) | Объект на этапе строительства. Расположен в живописном месте с красивым природным ландшафтом. Хороший потенциал для привлечения внутренних и иностранных туристов. На данный период есть вопросы по экологической безопасности: использование водных ресурсов, вопросы очистки сточных вод, сбор и вывоз мусора. Требует доработки контентной наполнение территории. |
| Рекомендации | Доработать и привести в соответствие с экологическими нормами очистные сооружения. Улучшить озеленение территории и уличную навигацию к и внутри объекта, улучшить мощение, сделать его безопасным, улучшить освещение территории, поставить качественные и антивандальные МАФы. |

| **Дестинация** | **НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «КАРА-ШОРО»** |
|---|---|
| Расположение | Узгенский район |
| Вид дестинации | Национальный парк |
| Сезонность | круглогодичный |
| Удалённость от г.Ош | 95 км |
| Удалённость от райцентра | 111 км |
| Высота над уровнем моря | - |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | Природное |
| Доступность автотранспорта | Грунтовые дороги |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Нет (Хаотичная парковка) |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Применены разные виды: камни, брусчатка, асфальт |
| Освещение | Нет |
| Водоснабжение | Нет |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Есть в плохом состоянии |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Есть, уличные туалеты в очень плохом состоянии |
| Навигация (указатели) | Недостаточны, неприметны и малоинформативны |
| Информационный стенд | Есть, но в плохом состоянии |
| Визуальный мусор | Много |
| Форма собственности | Государственная, Минприроды |
| Наличие туров | Нет |

| | |
|---|---|
| Состояние объекта (Выводы) | Популярное место для однодневного досуга, пикников, кемпинга и кумысолечения. Много новых зон отдыха. Хаотичная застройка и землепользование территории национального парка, несоблюдение санитарных норм. Много визуального мусора и мусора вдоль трассы. |
| Рекомендации | Улучшить уличную навигацию к и внутри объекта, организовать интерактивные информационные стенды, автомобильную и велосипедную парковки, поставить качественные, деревянные скамейки и столы для пикника, разработать правила застройки и землепользования территории для рационального использования и сохранения естественного природного ландшафта от негативного антропогенного воздействия. |

| **Дестинация** | **НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «КЫРГЫЗ-АТА»** |
|---|---|
| Расположение | Ноокатский район |
| Вид дестинации | Природный парк |
| Сезонность | май-октябрь |
| Удалённость от г.Ош | 40 км |
| Удалённость от райцентра | 25 км |
| Высота над уровнем моря | 2000 - 2400 м |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | Природное |
| Доступность автотранспорта | Грунтовые дороги |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Нет (Хаотичная парковка) |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Применены разные видны камни,брусчатка, асфальт |
| Освещение | Есть |
| Водоснабжение | Нет |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Есть в плохом состоянии |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | - |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Есть, уличные холодные туалеты в очень плохом состоянии |
| Навигация (указатели) | Недостаточны, неприметны и малоинформативны |
| Информационный стенд | Есть, но в плохом состоянии |
| Визуальный мусор | Много |
| Форма собственности | Государственная, Минприроды КР |
| Наличие туров | Есть |

| | |
|---|---|
| Состояние объекта (Выводы) | Популярное место для однодневного досуга, пикников, кемпинга. Много новых зон отдыха. Много урн для мусора, разнообразие видов фауны и флоры. Застройка хаотична, нет единого архитектурного стиля, что зачастую портит природно-архитектурный ансамбль парка. Много визуального мусора и мусора вдоль трассы. Плохие туалеты. |
| Рекомендации | Улучшить уличную навигацию к и внутри объекта, организовать интерактивные информационные стенды, автомобильную и велосипедную парковки, поставить качественные, деревянные скамейки и столы для пикника, разработать правила застройки и землепользования территории для рационального использования и сохранения естественного природного ландшафта от негативного антропогенного воздействия. |

| **Дестинация** | **ДЕТСКИЙ ЛАГЕРЬ «ЧАРБАК»** |
|---|---|
| Расположение | Араванский район, село Араван |
| Вид дестинации | Культурно-оздоровительный |
| Сезонность | май-сентябрь |
| Удалённость от г.Ош (время поездки) | 28 км, 1 час |
| Удалённость от райцентра | 2 км |
| Высота над уровнем моря | 800 м |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | Есть (цветы, деревья) |
| Доступность автотранспорта | Есть, в черте населенного пункта |
| Доступность велотранспорта | Есть |
| Автопарковка | Есть |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Есть |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Есть, асфальтовое покрытие |
| Освещение | Есть |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Есть |
| Скамейки | Есть в плохом состоянии |
| Урны/Мусорные баки | Есть в малом количестве |
| Навесы | Есть |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Есть, в плохом состоянии |
| Навигация (Указатели) | Нет |
| Информационный стенд | Нет |
| Визуальный мусор | Нет |
| Форма собственности | Частная (Профсоюз) |
| Наличие туров | Нет |

| | |
|---|---|
| Состояние объекта (Выводы) | Нет инфраструктуры, нет концепции и целостного развития территории. На данный момент очень низкий потенциал для привлечения туристов. Через территорию лагеря осуществляется транзит в пещеру Чиль-Устун. |
| Рекомендации | Повысить и укрепить кадровый и инфраструктурный потенциал. Привести в порядок территорию, создать базовые условия для досуга и отдыха с упором на обслуживание местного сообщества и локальных туристов. |

| **Дестинация** | **ПАНОРАМНОЕ КАФЕ «МАЛЕНЬКИЙ ПАРИЖ»** |
|---|---|
| Расположение | г.Ош, местность Он-Адыр |
| Вид дестинации | Гастротуризм |
| Сезонность | Теплое время года (март-октябрь) |
| Удалённость от г.Ош | - |
| Удалённость от центра | 5 км |
| Высота над уровнем моря | 1200 м |
| Генплан территории | Есть |
| Озеленение | Есть |
| Доступность автотранспорта | Есть |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Есть |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Брусчатка, бетон |
| Освещение | Есть |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Есть |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | Есть |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Нет |
| Навигация (Указатели) | Нет |
| Информационный стенд | Нет |
| Визуальный мусор | Нет |
| Форма собственности | Частная |
| Наличие туров | Локация используется местными туроператорами в целях организации вечерних променадов для гостей г.Ош. |
| Состояние объекта (Выводы) | Дестинация представляет собой здание террасного типа, из которого открывается вид на Сулайман-Тоо и его окрестности. Требует доработки контентное наполнение территории, благоустройство в целом. |

| | |
|---|---|
| Рекомендации | Объект требует модернизации. Также необходимо заняться улучшением озеленения, организовать навигацию как снаружи, так и внутри объекта. Освещение территории, установка качественных и антивандальных МАФов и ремонт WC. |

| **Дестинация** | **РИСОВАЯ МЕЛЬНИЦА (УЗГЕН)** |
|---|---|
| Расположение | Узгенский район, окрестности г.Узген |
| Вид дестинации | Культурный (познавательный) туризм |
| Сезонность | Круглогодичный |
| Удалённость от г.Ош | 70 км |
| Удалённость от райцентра | 10 км |
| Высота над уровнем моря | 1000 м |
| Генплан территории | Нет |
| Озеленение | Есть |
| Доступность автотранспорта | Есть |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Есть |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Уплотненный грунт, щебенка |
| Освещение | Есть |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Есть |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | Есть |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Нет |
| Навигация (указатели) | Нет |
| Информационный стенд | Нет |
| Визуальный мусор | Нет |
| Форма собственности | Частная |
| Наличие туров | Есть |
| Состояние объекта (Выводы) | Локация представляет собой старую деревянную мельницу, оборудованную для обработки красного риса по старинным технологиям. Посещение объекта является составной частью туров, организуемых для ознакомления туристов с технологией выращивания и обработки местного риса. |
| Рекомендации | По дороге к объекту (например, в центре г.Узген) необходимо установить навигационные указатели объекта. Требуется доработка контентного наполнения территории, общее благоустройство, включая установку WC. |

| **Дестинация** | **ТОС САРЫ-МОГОЛ (ТУЛПАР-КУЛЬ)** |
|---|---|
| Расположение | Чон-Алайский район |
| Вид дестинации | Природа (горный туризм, альпинизм, треккинг, этнотуризм) |
| Сезонность | лето |
| Удалённость от г.Ош | 220 км (3 ч 20 минут) |
| Удалённость от райцентра | - |
| Высота над уровнем моря | 3500 м |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | - |
| Доступность автотранспорта | Грунтовая дорога |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Отсутствует |
| Освещение | Нет |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Нет |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | Нет |
| Зоны для отдыха | Нет |
| WC | Есть (требуются улучшения) |
| Навигация (указатели) | Нет |
| Информационный стенд | Есть |
| Визуальный мусор | Есть |
| Форма собственности | Муниципальная |
| Наличие туров | Есть |
| Состояние объекта (Выводы) | Большой потенциал для развития благодаря интересному и увлекательному природному ландшафту. Расположен вблизи налаженных туристских маршрутов. Требуется проработка зонирования и рационального использования территории. Необходимы инфраструктурные улучшения. |
| Рекомендации | Улучшить условия для персонала и место приготовления и приема еды. Улучшить санитарные условия и привести в соответствие с экологическими нормами. Стимулировать использование технологий ВИЭ для выработки электричества и нагрева воды, улучшить навигацию к и внутри объекта, обновить и улучшить информационные стенды, оставить качественные и антивандальные МАФы. |

| **Дестинация** | **ЭКО-ФЕРМА «АЛАЙКУ»** |
|---|---|
| Расположение | Кара-Кулжинский район |
| Вид дестинации | Экотуризм, этнотуризм, кумысолечение |
| Сезонность | май-сентябрь |
| Удалённость от г.Ош | 175 км |
| Удалённость от райцентра | 100 км |
| Высота над уровнем моря | 2500 м |
| Генплан территории | Отсутствует (нет в открытом доступе) |
| Озеленение | Нет |
| Доступность автотранспорта | Гравийное покрытие. |
| Доступность велотранспорта | Нет |
| Автопарковка | Нет |
| Велопарковка | Нет |
| Парковка для автобусов | Нет (Нет специализированной парковки) |
| Инклюзивность территории | Нет |
| Качество мощения | Применены разные виды мощения: камни, брусчатка, |
| Освещение | Нет |
| Водоснабжение | Есть |
| Канализация | Нет, (локальные септики) |
| Водоотвод | Нет |
| Скамейки | Нет |
| Урны/Мусорные баки | Есть |
| Навесы | Нет |
| Зоны для отдыха | Есть |
| WC | Есть |
| Навигация (Указатели) | Недостаточны, неприметны и малоинформативны |
| Информационный стенд | Есть |
| Визуальный мусор | Нет |
| Форма собственности | Частная |
| Наличие туров | - |
| Состояние объекта (Выводы) | Местность с красивым природным горным ландшафтом. Труднодоступное место, местность пока ещё не ориентирована под туристские услуги. Дорожная инфраструктура есть только в населенных пунктах, в ненаселенных участках - гравийные дороги. В целом, есть потенциал для развития эко и этнотуризма, но пока проигрывает по популярности, доступности и контентной составляющей другим дестинациям. |
| Рекомендации | Разработка новых трекинговых маршрутов с целью контентного наполнения горной долины Алайку. Привлечение инвестиций в развитие инфраструктуры и в обучение местного сообщества основам экотуризма. |

## Приложение 1в. Методология приоритизации дестинаций

Предлагаемая методология позволяет провести приоритизацию пилотных туристских дестинаций Ошского региона, отобранных для проведения полевого исследования.

Структурно она состоит из двух этапов**. На первом этапе** была произведена диагностика состояния дестинаций по факторам «Управление», «Экономика», «Культура» и «Экология». Для этого командой проекта было проведено полевое исследование на14 пилотных туристских дестинациях. Основной задачей здесь был комплексный анализ текущего состояния рассматриваемых объектов через аудит функционирования вышеназванных факторов. В его рамках локации оценивались через все составляющие их компоненты по балльной шкале от «0» до «5». При этом предполагалось, что для любого компонента «0» означает «нет в наличии», «1» - «плохое состояние», «2» - «состояние ниже среднего», «3» - «среднее состояние», «4» - «состояние выше среднего» и «5» - «отличное состояние». Баллы выставлялись по итогам описания профиля каждой дестинации.

***Фактор «Управление»***. В таблице 18 приведены результаты оценок 14 туристских дестинаций по компонентам фактора «Управление». По ней можно видеть какие объектов получили какой балл по определённой выше шкале. К примеру, по компоненту «*Взаимодействие с Советами по развитию туризма при мэрии г. Ош и Ошской обладминистрации»* 7 объектов получили оценку «0» (нет в наличии взаимодействия с Советами по развитию туризма), 2 объекта – «4» (состояние взаимодействия с Советами по развитию туризма выше среднего) и 5 объектов – «5» (отличное состояние взаимодействия с Советами по развитию туризма).

**Таблица 18. Оценки компонентов фактора «Управление»**

| № | Компоненты | Баллы | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | «0» | «1» | «2» | «3» | «4» | «5» |
| | | Количество объектов | | | | | |
| 1. | Наличие ответственного за объект в администрации | 5 | 0 | 0 | 0 | 2 | 7 |
| 2. | Взаимодействие с советом по развитию туризма г. Ош и Ошской обладминистрации | 7 | 0 | 0 | 0 | 2 | 5 |
| 3. | Готовность администрации помочь с постройкой дороги | 6 | 0 | 1 | 0 | 1 | 6 |
| 4. | Готовность администрации помочь с подводкой коммуникаций (вода, свет, и др.) | 3 | 1 | 0 | 3 | 4 | 3 |
| 5. | Обеспечение общественной безопасности | 1 | 0 | 2 | 3 | 0 | 8 |
| 6. | Отношение местного населения к объекту, планам его развития | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 11 |
| 7. | Устойчивая управленческая команда | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 12 |
| 8. | Стратегический план развития объекта | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 9 |
| 9. | Команда находится в постоянном контакте с администрацией, аксакалами местных общин | 1 | 0 | 0 | 1 | 3 | 9 |
| 10. | Команда сохраняет институциональную память объекта | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 12 |
| 11. | Наличие паспорта объекта | 4 | 0 | 0 | 1 | 1 | 8 |
| 12. | Урегулированы земельно-имущественные отношения градостроительное планирование | 0 | 0 | 0 | 2 | 1 | 11 |
| 13. | Возможности для оказания первой медпомощи | 3 | 0 | 1 | 3 | 3 | 4 |
| 14. | Условия для ЛОВЗ | 13 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 |

***Фактор «Экономика»***. В таблице 19 представлены оценки туристских объектов с точки зрения компонентов фактора «Экономика».

**Таблица 19. Оценки компонентов фактора «Экономика»**

| № | Компоненты | Баллы | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | «0» | «1» | «2» | «3» | «4» | «5» |
| | | Количество объектов | | | | | |
| 1. | Состояние объекта | 0 | 0 | 1 | 7 | 4 | 2 |
| 2. | Стабильность материально-технического снабжения | 1 | 0 | 1 | 6 | 4 | 2 |
| 3. | Проложена автодорога, есть автостоянка | 0 | 0 | 5 | 1 | 4 | 4 |
| 4. | Доступ к водопроводу или доставке питьевой воды | 3 | 0 | 0 | 2 | 3 | 6 |
| 5. | Доступ к электросетям или электрогенератору | 2 | 0 | 0 | 2 | 3 | 7 |
| 6. | Доступ к комфортным туалетам или биотуалетам | 4 | 0 | 4 | 3 | 1 | 2 |
| 7. | Доступ к мобильной связи и Интернету | 1 | 1 | 1 | 0 | 6 | 5 |
| 8. | Наличие мест отдыха/проживания | 3 | 1 | 1 | 2 | 1 | 6 |
| 9. | Наличие мест общественного питания | 4 | 1 | 1 | 3 | 0 | 5 |
| 10. | Кооперация с местными с\х производителями | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 |
| 11. | Кооперация с ремесленниками | 8 | 2 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 12. | Туристская привлекательность (легенды, истории) | 1 | 1 | 1 | 0 | 4 | 7 |
| 13. | Туристский спрос со стороны местных жителей | 0 | 0 | 0 | 2 | 4 | 8 |
| 14. | Туристский спрос со стороны жителей других регионов КР (кол-во) | 2 | 0 | 1 | 1 | 5 | 5 |
| 15. | Туристский спрос со стороны иностранцев (откуда, кол-во) | 3 | 0 | 0 | 2 | 4 | 5 |
| 16. | Информация об объекте в туристских справочниках | 2 | 0 | 3 | 2 | 2 | 5 |
| 17. | Информация в Интернете, соцсетях | 1 | 0 | 3 | 2 | 3 | 5 |

***Фактор «Культура».*** В таблице 20 показаны оценки туристских объектов с точки зрения компонентов фактора «Культура».

**Таблица 20. Оценки компонентов фактора «Культура»**

| № | Компоненты | Баллы | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | «0» | «1» | «2» | «3» | «4» | «5» |
| | | Количество объектов | | | | | |
| 1. | Система оценки, восстановления и сохранения культурных ценностей | 5 | 0 | 1 | 3 | 2 | 3 |
| 2. | Защита нематериального культурного наследия | 3 | 0 | 2 | 3 | 3 | 3 |
| 3. | Система управления посетителями | 5 | 1 | 1 | 2 | 2 | 3 |

***Фактор «Экология».*** Таблица 21 содержит оценки туристских объектов по компонентам фактора «Экология».

**Таблица 21. Оценки компонентов фактора «Экология»**

| № | Компоненты | Баллы | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | «0» | «1» | «2» | «3» | «4» | «5» |
| | | Количество объектов | | | | | |
| 1. | Мониторинг воздействия туризма на окружающую среду | 8 | 0 | 0 | 2 | 1 | 3 |
| 2. | Рациональное водопользование | 4 | 1 | 1 | 0 | 2 | 6 |
| 3. | Использование ВИЭ | 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 3 |
| 4. | Обслуживанию сточных вод и сбросов из септиков | 8 | 2 | 1 | 1 | 0 | 2 |
| 5. | Контейнеры раздельного сбора мусора | 11 | 0 | 1 | 2 | 0 | 0 |

На **втором этапе** кабинетных исследований на базе выставленных баллов был рассчитан Индекс приоритетности по совокупности всех факторов (I) с применением известного в прикладной математике метода средневзвешенных оценок[32]:

$$I = \sum_{i=1}^{4}(\lambda_i * I_i) / \sum_{i=1}^{4} \lambda_i \qquad (1)$$

При этом в формуле (1) введены следующие обозначения:

- $I_1$ - Индекс приоритетности по фактору «Управление»;
- $I_2$ - Индекс приоритетности по фактору «Экономика»;
- $I_3$ - Индекс приоритетности по фактору «Культура»;
- $I_4$ - Индекс приоритетности по фактору «Экология»;
- $\lambda_1$ - вес фактора «Управление», степень его влияния было оценено в 25%;
- $\lambda_2$ - вес фактора «Экономика», степень его влияния было оценено в 25%;
- $\lambda_3$ - вес фактора «Культура», степень его влияния было оценено в 35%;
- $\lambda_4$ - вес фактора «Экология», степень его влияния было оценено в 15%.

Необходимо отметить, что значения индексов приоритетности $I_1$, $I_2$, $I_3$ и $I_4$ вычислялись по методу средневзвешенных оценок компонентов каждого фактора, а точнее полученныхими баллов во время проведения полевых исследований. Их конкретное число и значения указаны в вышеприведённых таблицах. По аналогии с Индексом приоритетности по совокупным факторам (I), их формулы выглядят следующим образом:

**Индекс приоритетности по фактору «Управление»:**

$$I_1 = \sum_{i=1}^{14}(\lambda_{1i} * I_{1i}) / \sum_{i=1}^{14} \lambda_{1i} \qquad (2)$$

Ниже показаны значения весов «$\lambda_{1i}$» для 14 компонентов фактора «Управление».

| Значение весов для компонентов фактора «Управление» | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **«i» (ед.)** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| «$\lambda_{1i}$»(%) | 6 | 7 | 7 | 7 | 8 | 7 | 9 | 7 | 7 | 8 | 7 | 7 | 7 | 6 |

**Индекс приоритетности по фактору «Экономика»:**

$$I_2 = \sum_{i=1}^{17}(\lambda_{2i} * I_{2i}) / \sum_{i=1}^{17} \lambda_{2i} \qquad (3)$$

Ниже показаны значения весов «$\lambda_{2i}$» для 17 компонентов фактора «Экономика».

| Значение весов для компонентов фактора «Экономика» | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **«i» (ед.)** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| «$\lambda_{2i}$»(%) | 8 | 6 | 4 | 4 | 4 | 10 | 8 | 5 | 5 | 5 | 5 | 10 | 5 | 4 | 5 | 6 | 6 |

[32] Метод средневзвешенной оценки – это математическая формула, позволяющая определить среднее значение слагаемых (компонентов) с учётом веса (значимости) каждого из них. При этом веса оцениваются в процентах, как доля воздействия на итоговый результат.

**Индекс приоритетности по фактору «Культура»:**

$$I_3 = \sum_{i=1}^{3}(\lambda_{3i} * I_{3i}) / \sum_{i=1}^{3} \lambda_{3i} \qquad (4)$$

Ниже показаны значения весов «$\lambda_{3i}$» для 3 компонентов фактора «Культура».

| Значение весов для компонентов фактора «Культура» | | | |
|---|---|---|---|
| **«i» (ед.)** | 1 | 2 | 3 |
| «$\lambda_{3i}$»(%) | 40 | 35 | 25 |

**Индекс приоритетности по фактору «Экология»:**

$$I_4 = \sum_{i=1}^{5} \lambda_{4i} * I_{4i} / \sum_{i=1}^{5} \lambda_{4i} \qquad (5)$$

Ниже показаны значения весов «$\lambda_{4i}$» для 5 компонентов фактора «Экология».

| Значение весов для компонентов фактора «Экология» | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| **«i» (ед.)** | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| «$\lambda_{4i}$»(%) | 10 | 10 | 25 | 30 | 25 |

В таблице 22 показаны итоговые значения Индексов приоритетности $I_1$, $I_2$, $I_3$ и $I_4$, вычисленных, соответственно, по формулам (2), (3), (4), (5).

**Таблица 22. Рейтинг пилотных туристских объектов Ошского региона**

| | «i» | 1 | 2 | 3 | 4 | Итого |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | « $\lambda_i$» | 25,00 | 25,00 | 35,00 | 15,00 | 100,00 |
| **№** | **Наименование** | **$I_1$** | **$I_2$** | **$I_3$** | **$I_4$** | **I** |
| 1 | Музей им. Курманжан-Датки(Алай) | 4,6 | 3,8 | 5,0 | 1,0 | **4,0** |
| 2 | Гора Сулайман Тоо (Ош) | 4,4 | 3,3 | 5,0 | 0,3 | **3,7** |
| 3 | ТОС Сары-Могол (Алай) | 2,9 | 3,9 | 5,0 | 0,5 | **3,5** |
| 4 | Рисовая мельница (Узген) | 2,9 | 2,8 | 3,8 | 4,5 | **3,4** |
| 5 | Эко-ферма Алайку (Кара-Кулжа) | 3,5 | 4,5 | 2,1 | 4,5 | **3,4** |
| 6 | Водопад «Абшир-Ата» (Ноокат) | 3,6 | 3,0 | 3,4 | 0,9 | **3,0** |
| 7 | Дулдил-Ат (Араван) | 4,1 | 3,6 | 2,6 | 0,9 | **3,0** |
| 8 | Крепость Кул-Датка (Чон Алай) | 4,0 | 2,7 | 3,7 | 0,0 | **2,9** |
| 9 | Узгенский историко-культурный комплекс | 4,6 | 3,4 | 2,5 | 0,0 | **2,9** |
| 10 | Rayan Eco Resort (Алай) | 2,3 | 4,5 | 0,7 | 3,0 | **2,4** |
| 11 | НПП «Кара-Шоро» (Узген) | 2,7 | 1,5 | 2,0 | 1,7 | **2,0** |
| 12 | Панорама «Париж» (Ош) | 4,2 | 2,1 | 0,0 | 0,0 | **1,6** |
| 13 | НПП «Кыргыз-Ата» (Ноокат) | 3,0 | 2,6 | 0,0 | 1,0 | **1,5** |
| 14 | Детский лагерь в роще Чарбан (Араван) | 2,4 | 2,9 | 0,0 | 0,4 | **1,4** |

## Приложение 1г. Информация о Координационной рабочей группе СПУРТ

**Координационная рабочая группа по разработке Стратегия и Плана устойчивого развития туризма в Ошском регионе:**

1. Ражиев А. Р. – руководитель команды по разработке СПУРТ;
2. Жунусов А.К. – заместитель руководителя команды;
3. Низамиев А. Г. – декан факультета естествознания, географии и туризма ОшГУ;
4. Рахманова А. А. – начальник соцотдела при ППП КР в Ошской области;
5. Орозалиев М. – начальник международного отдела Мэрии г. Ош;
6. Алиев А. – директор ОО «Destination Osh»;
7. Исманов А. – ошский краевед, автор сайта «Incredible Osh»;
8. Кенжематова К. – заместитель директора Департамента туризма при Министерстве культуры, информации, спорта и молодежной политики КР;
9. Усубалиев М. – советник Фонда поддержки развития туризма Кыргызской Республики.

## Приложение 2а. Перечень основных проблем Ошского туристского сектора

| | |
|---|---|
| **ПР1.** | В Ошском регионе не скоординирован процесс стратегического планирования по развитию туризма, не все программы социально-экономического развития районов содержат разделы по развитию туризма, большинство местных кенешей не закладывают в планы по управлению пастбищами участки для использования в целях туризма и отдых граждан. |
| **ПР2.** | Действующая система статистики туризма основывается на оценке базовых индикаторов, чего недостаточно для качественного мониторинга развития сектора и принятия системных управленческих решений. |
| **ПР3.** | Постоянные изменения в структуре Департамента туризма приводят к неустойчивой институциональной поддержке туристского сектора со стороны государства. |
| **ПР4.** | За вопросы туризма на всех уровнях исполнительной власти Ошского региона отвечает всего один сотрудник, за которым также закреплены другие вопросы социально-экономического развития. |
| **ПР5.** | В системе органов государственной власти по настоящее время не выработано комплексное видение развития турсектора, учитывающее необходимость межсекторального общеэкономического характера продвижения отрасли. |
| **ПР6.** | Не все уполномоченные за развитие туризма организационные единицы в местных администрациях должным образом выполняют роль куратора по поддержке и развитию деятельности субъектов турсектора. Иными словами, отдельные дестинации не имеют административной поддержки с их стороны. |
| **ПР7.** | Не всегда готовность администраций помочь с подводкой коммуникаций и строительством дорог совпадает с реальными планами их осуществления. Это говорит о низком уровне вовлеченности всех заинтересованных сторон в принятии решений об инфраструктурном развитии дестинаций. |
| **ПР8.** | Процесс продвижения туризма имеет в целом слабую институциональную поддержку и не соответствует статусу данной индустрии как приоритетной отрасли экономики. |
| **ПР9.** | Деятельность туроператоров не признана в качестве экспортёров услуг и имеет высокое налогообложение. В связи с этим деятельность заметной доли операторов туристского сектора Ошского региона продолжает относится к теневой экономике. |
| **ПР10.** | Действует уведомительный порядок прохождения кыргызско-таджикской границы для граждан третьих стран. |
| **ПР11.** | В большинстве средств размещения региона имеет место посредственное качество обслуживания, обусловленное низким уровнем подготовки персонала и высокой текучестью кадров. |
| **ПР12.** | У многих владельцев средств размещения отсутствует понимание важности маркетингового продвижения дестинаций, в т. ч. посредством современных цифровых инструментов (веб-сайтов, соцсетей, систем бронирования). |
| **ПР13.** | В большинстве санаторно-курортных учреждений региона наблюдается низкое качество предоставляемых услуг, обусловленное их слабым либо устаревшим материально-техническим оснащением. |
| **ПР14.** | Работа многих санаторно-курортных учреждений носит сезонный характер, что объясняется отсутствием профилизации этих учреждений и слабым внедрением новейших медико-биологических разработок. |
| **ПР15.** | Серьезной помехой, препятствующей устойчивому развитию многих туристских предприятий, особенно в отдаленных горных районах региона, является сезонный характер бизнеса (многие предприятия вынуждены простаивать в зимнее время и в межсезонье). |
| **ПР16.** | Налицо низкие темпы цифровизации. У большинства точек общественного питания Ошского региона, особенно в малых городах и сельской местности, отсутствуют услуги по доставке еды. |

| | |
|---|---|
| **ПР17.** | Имеет место нехватка подготовленных специалистов, прежде всего, сложно найти поваров. При этом многие предприятия не уделяют должного внимания обучению и переподготовке персонала. |
| **ПР18.** | Отмечается низкая корпоративная культура туристских операторов, обусловленная отсутствием понимания важности стратегического планирования и институционального продвижения общественных интересов. |
| **ПР19.** | Отсутствуют прозрачные и дебюрократизированные регламенты взаимодействия действующих в регионе Советов по развитию туризма в регионе между собой и с субъектами туристской индустрии. |
| **ПР20.** | Нормы Налогового кодекса КР не очень обременительны для турсектора за исключением отрасли общепита, где установлено налоговая ставка 8% с оборота в наиболее часто применяемом предпринимателями налоговом режиме «единый налог», что считается достаточно высокой ставкой налога. |
| **ПР21.** | Закон КР «О туризме» считался прогрессивным для 1999 г., но его нормы отстали от времени. |
| **ПР22.** | Закон КР «О пастбищах» не позволяет передавать под иные цели (туризм и отдых граждан) земельные участки пастбищ более чем на 5 лет, чего недостаточно для устойчивого развития турбизнеса. |
| **ПР23.** | Законы КР «О возобновляемых источниках энергии» и «О Парке креативных индустрий» приняты относительно недавно и еще не до конца разработаны механизмы их реализации. |
| **ПР24.** | Закон КР «О местной государственной администрации и органах МСУ» закрепляет за ОМСУ множество важных для развития туризма полномочий, но в большинстве своем они не реализуются на практике из-за недостаточности средств местных бюджетов. |
| **ПР25.** | В целом действующая нормативная правовая среда пока еще недостаточно благоприятна для развития туризма как приоритетной отрасли национальной экономики. |
| **ПР26.** | В стране все еще существует нехватка квалифицированного профессорско-преподавательского состава в сфере туризма. |
| **ПР27.** | Существует дефицит гидов, экскурсоводов, менеджеров по работе с клиентами, по продажам и маркетингу, агентов по туризму, переводчиков. |
| **ПР28.** | Турсектор Ошского региона страдает высокой текучестью кадров, что плохо сказывается на сохранении институциональной памяти и ведет к ухудшению качества предоставляемых услуг. |
| **ПР29.** | Во всех субсекторах туриндустрии отмечается слабый управленческий уровень, сопровождаемый низкой корпоративной культурой и слабым уровнем профессиональной и языковой подготовки сотрудников. |
| **ПР30.** | Финансовая грамотность предпринимателей (по составлению бизнес-планов, владение информацией о возможностях кредитования бизнеса и фандрайзинге), желающих развивать туристский бизнес, остается на низком уровне. |
| **ПР31.** | Кадровое обеспечение индустрии туризма остается на низком уровне. |
| **ПР32.** | Во многих туристских дестинациях отсутствуют механизмы обратной связи по учёту мнения населения на их развитие. Важность учёта мнения местного населения в устойчивости работы объектов понимают лишь профессиональные и опытные команды. |
| **ПР33.** | Отсутствие норм и профессиональных стандартов, регулирующих деятельность гидов и инструкторов приключенческого туризма, создает высокий риск возникновения несчастных случаев. |
| **ПР34.** | Возможности оказания спасательных услуги госорганами на сложных горных маршрутах во многом остаются ограниченными из-за отсутствия высококвалифицированных спасателей и дефицита вертолетного парка. |
| **ПР35.** | Спасательные услуги независимых организаций сильно зависят от финансовых и страховых возможностей туристов. |
| **ПР36.** | Оперативные дежурные МЧС могут объясняться только на кыргызском и русском языках, чего недостаточно для обеспечения безопасности иностранных туристов, нет англоязычной странички сайта МЧС. |

| | |
|---|---|
| **ПР37.** | Отсутствуют нормы и протоколы, направленные на обеспечение безопасности туристов в дестинациях, особенно в приключенческом туризме. Нет четких и обязывающих алгоритмов оказания путешественникам экстренной помощи. |
| **ПР38.** | В Кыргызстане нет специализированных учебных заведений и обучающих программ по подготовке музейных работников и культурных гидов-экскурсоводов, что ведет к низкой туристской привлекательности музеев Ошского региона. |
| **ПР39.** | Имеет место слабая материально-техническая база и инфраструктура музеев, выражающаяся в обветшалой (требуется ремонт помещений, облагораживание прилегающих территорий) и устаревшей (отсутствуют лифты, пандусы и т.п.) инфраструктуре. |
| **ПР40.** | Маркетинговое продвижение музеев региона оставляет желать лучшего. Музеи слабо работают в социальных сетях, не имеют Интернет-сайтов, нет предлагают информацию на иностранных языках, слабо ориентированы на использование интерактивных подходов (аудио- видео материалы, виртуальные туры), активно не продвигают собственную атрибутику (сувениры, буклеты, брошюры и т.д.). |
| **ПР41.** | У музеев Ошского региона сильно ограничены возможности для саморазвития. Они не могут заниматься коммерческой деятельностью (предоставление в аренду помещений под открытие кофеен, специализированных сувенирных лавок/книжных магазинов), сотрудники музеев не располагают возможностями гибкого рабочего графика. |
| **ПР42.** | Во многих региональных музеях не выполняются нормы по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей, что обусловлено слабой подготовкой кадров, а также финансированием сферы культуры по остаточному принципу. |
| **ПР43.** | Во многих дестинациях региона не выполняются нормы защиты нематериального культурного наследия и управления посетителями, что могло бы уменьшить нагрузку на их и без того слабые возможности по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей. |
| **ПР44.** | Ошский регион в настоящее время не обладает устоявшимся позитивным имиджем и узнаваемостью на глобальном туристском рынке. Отсутствует единый маркетинговый пакет по продвижению региона на туристском рынке. |
| **ПР45.** | У отдельных туристских дестинаций региона отсутствует или имеется слабый доступ к мобильной связи и Интернету. Этим в определенной степени объясняется отсутствие о них информации в социальных сетях. |
| **ПР46.** | Недостаток туристского спроса на дестинации Ошского региона как среди жителей других регионов страны, так и иностранцев объясняется низким качеством предоставляемой информации или её отсутствием в Интернете, социальных сетях и туристских справочниках, что также говорит об их слабой клиентоориентированности. |
| **ПР47.** | Туристские дестинации Ошского региона слабо используют легенды и истории для повышения туристского спроса, несмотря на то что буквально весь Кыргызстан усыпан сакральными местами. |
| **ПР48.** | В Ошском регионе усугубляются экологические проблемы, вызванные потребительским отношением к природе, когда экономический интерес «перекрывает» выполнение Закона КР «Об охране окружающей среды» от 16 июня 1999 г. |
| **ПР49.** | В регионе отсутствует постоянный мониторинг состояния окружающей среды и имеет место слабое межведомственное взаимодействия по экологическим вопросам, обусловленное в том числе низким уровнем осведомленности сотрудников государственных и муниципальных органов о проблемах окружающей среды. |
| **ПР50.** | Обладая орографически сложной территорией, природа Ошского региона подвержена более сильному антропогенному воздействию и последствиям изменения глобального климата. Прежде всего, это касается таяния ледников Памиро-Алая, эрозии почв и деградации экосистем. |
| **ПР51.** | Действующая система мониторинга воздействия туризма на окружающую среду не охватывает системным экологическим аудитом все туристские дестинации, а также неполностью измеряет все аспекты и индикаторы зелёной экономики. |

| | |
|---|---|
| **ПР52.** | Даже при наличии как минимум среднего уровня доступа к водопроводу и электричеству, большая часть туристских локаций Ошского региона не обладает культурой обеспечения туристов современными туалетами. |
| **ПР53.** | В дестинациях имеет место в целом неблагоприятная ситуация с утилизацией бытовых отходов и обслуживанием канализационных стоков. |
| **ПР54.** | К некоторым туристским дестинациям не проложено электричество, и как следствие они вынуждены пользоваться дизельными и бензиновыми генераторами, дополнительно загрязняя окружающую среду. |
| **ПР55.** | Внедрение «зеленых» технологий, несмотря на принятие стратегических документов и правовых актов, происходит медленно. В частности, возобновляемые источников энергии в настоящее время в целом по Кыргызстану не используются даже на 1%. |
| **ПР56.** | Заметной помехой на пути внедрения принципов «зеленой» экономики в Ошском регионе является низкая экологическая грамотность населения и информированность государственных органов и представителей турбизнеса о передовых технологиях и финансовых инструментов по их внедрению. |
| **ПР57.** | Автовокзалы г.Ош находятся в плохом состоянии. Среди их недостатков выделяются плохое качество мощения и дорожного покрытия, отсутствие клиентоориентированной и инклюзивной инфраструктуры (слабая навигация, неработающий туалет, нехватка скамеек и МАФов). |
| **ПР58.** | Средства общественного транспорта (микроавтобусы, автомашины) в большинстве своем не соответствуют международным стандартам по безопасности и экологическим параметрам. |
| **ПР59.** | В городах Ошского региона не урегулированы вопросы организации парковочных пространств. Хаотичная парковка негативно сказывается на городской мобильности и пропускной способности улиц. |
| **ПР60.** | Оставляет желать лучшего качество тротуаров и в целом пешеходной инфраструктуры городов региона. |
| **ПР61.** | Имеет место плохое качество региональных и местных дорог к туристским дестинациям и скудность придорожной инфраструктуры – отсутствие навигации на иностранных языках и точек отдыха (rest points) с комфортными и инклюзивными туалетами, с доступом в Интернет, с зарядными станциями для гаджетов и информационными туристскими стендами. |
| **ПР62.** | Нехватка институционального и инфраструктурного потенциала аэропорта ограничивает привлечение новых, в т.ч. европейских авиакомпаний. |
| **ПР63.** | Рейсы по маршруту «Ош-Бишкек» обслуживаются устаревшим парком воздушных судов. Ограниченность выбора авиаперевозчиков и повышенный спрос зачастую приводят к дефициту авиабилетов на маршруте. |
| **ПР64.** | Имеют место перебои в обслуживании авиаперелетов в тяжелых климатических условиях, в особенности во время густого тумана. |
| **ПР65.** | Низкий уровень клиентоориентированности аэропорта: долгая регистрация и паспортный контроль, ограниченная возможность безналичных расчетов, слабая наружная навигация, плохое состояние туалетов и систем кондиционирования аэровокзала, слабые звуковые оповещения. |
| **ПР66.** | Отсутствие камер хранения багажа в случае отмены и задержки рейсов доставляют неудобства для посетителей аэропорта. |
| **ПР67.** | Отсутствие специального паркинга для туристских автобусов на территории аэропорта. |
| **ПР68.** | Аэропорт отстает в вопросах обеспечения инклюзивности, нет лифтов для безопасного и комфортного обслуживания маломобильных посетителей, неспособных самостоятельно произвести посадку и высадку из самолёта. |
| **ПР69.** | Слабо проработаны вопросы комплексного планирования и интегрированного управления инфраструктурой Ошского региона. |

**Приложение 2б. Методология приоритизации проблем**

Уровень приоритетности обнаруженных проблем определяется путём оценки их уровня влияния друг на друга. Иными словами, чем больше отдельных проблем снимается при решении какой-то проблемы, тем она весомее, а значит более приоритетна.

Влияние проблем на друг друга можно оценить через их *«исходящие»* и *«входящие»* связи. *«Исходящими»* для проблемы называются те связи, которые позволяют влиять на частичное или полное решение других проблем. В то же время *«Входящими»* являются те связи, при которых урегулирование других проблем влияет на частичное или полное решение проблемы. При этом рейтинг приоритетности определяется через разницу между количеством «исходящих» и «входящих» связей конкретной проблемы. Наиболее приоритетной считается та проблема, для которой эта разница имеет максимальное значение, а наименее приоритетной – минимальное значение.

Для иллюстрации представим это в виде схемы, где имеется три проблемы, условно обозначенные как X, Y, Z.

| № | Результаты приоритезации |
|---|---|
| 1. | Проблема **Y** – обладатель первого места, поскольку имеет больше исходящих связей (2 стрелки) по сравнению со входящими связами (1 стрелка) т.е. Результат сложился по разнице исходящих и входящих связей, и был равен 1. |
| 2. | Проблема **X** – обладатель второго места, которое также получилось в результате разницы между исходящими и входящими связами, т.е. равно 0. Как показано на рисунке проблемы **X** и **Y** имеют равное влияние на друг друга. |
| 3. | Проблема **Z** – обладатель третьего места с результатом -1, поскольку имеется одна входящая связь на эту проблему и отсутствует исходящая связь, т.е. она ни на одну проблему не имеет влияние. |

Допустим, решение проблемы Y влияет на решение проблем X и Z, а решение проблемы X на урегулирование проблемы Y. В этом случае, наиболее приоритетной становится проблема Y, а наименее – проблема Z.

Приоритизация проблем осуществляется через оценки уровня влияния проблем друг на друга. Иерархизация проблем осуществляется по принципу «чем больше проблем снимается при решении какой-то проблемы, тем эта проблема весомее и приоритетней».

В таблице 23 показан расчет рейтинга приоритетности проблем X,Y, Z. В стыковых ячейках через «1» отражается воздействие от решения одной проблемы на решение другой проблемы, а через «0» - отсутствие такого воздействия.

| Таблица 23. Метод приоритизации проблем в табличной форме | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Проблемы | Y | X | Z | Исходящие связи |
| Y | **1** | 1 | 1 | 2 |
| X | 1 | **0** | 0 | 1 |
| Z | 0 | 0 | **-1** | 0 |
| Входящие связи | 1 | 1 | 1 | |

При этом число «исходящих» связей для каждой проблемы подсчитывается в самом правом столбце таблицы, а число «входящих» связей – в самой нижней строке. Место в рейтинге приоритетности каждой проблемы оценивается в диагональных ячейках таблицы через разницу между числом «исходящих» связей и числом «входящих» связей.

В нашем случая необходимо приоритизировать семь проблем, выделенных в качестве проблем-первопричин.

**Таблица 24. Список проблем-первопричин (ПП) турсектора Ошского региона**

| № | Проблемы-первопричины |
|---|---|
| 1. | Действующая нормативная правовая среда недостаточно благоприятна для развития туризма как приоритетной отрасли национальной экономики. |
| 2. | Процесс продвижения туризма имеет в целом слабую институциональную поддержку и не соответствует статусу данной индустрии как приоритетной отрасли экономики |
| 3. | Слабо проработаны вопросы комплексного планирования и интегрированного управления инфраструктурой Ошского региона |
| 4. | Низкий уровень распространенности принципов зеленой экономики, их слабая реализация на практике. |
| 5. | Ошский регион слабо раскручен в маркетинговом плане. |
| 6. | Кадровое обеспечение индустрии туризма остается на низком уровне. |
| 7. | Финансирование туристского сектора региона, несмотря на заявленную приоритетность, продолжает осуществляться по остаточному принципу. |

Приоритизации проблем-первопричин турсектора Ошского региона на основе предложенной методологии будет выглядеть как показано в таблице 25. На диагональных ячейках с учетом оценки «исходящих» и «входящих» связей каждой из проблем-первопричин сектора указан итоговый рейтинг их приоритизации.

| Таблица 25. Метод приоритизации проблем туристского сектора Ошского региона | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Наименование | ПП1. | ПП2. | ПП3. | ПП4. | ПП5. | ПП6. | ПП7. | Исходящие связи |
| ПП1. | **2** | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 5 |
| ПП2. | 1 | **2** | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 6 |
| ПП3. | 0 | 0 | **-4** | 1 | 1 | 0 | 0 | 2 |
| ПП4. | 1 | 1 | 1 | **0** | 1 | 1 | 1 | 6 |
| ПП5. | 0 | 0 | 1 | 1 | **-1** | 1 | 1 | 4 |
| ПП6. | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | **2** | 1 | 6 |
| ПП7. | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | **-1** | 4 |
| Входящие связи | 3 | 4 | 6 | 6 | 5 | 4 | 5 | |

## Приложение 2в. Методология прогнозирования целевых показателей

Определение целевых ориентиров для туристского сектора Ошского региона основывается на прогнозе ряда показателей, характеризующих развитие сектора до 2028 года.

Методология прогноза целевых показателей развития турсектора Ошского региона основана на использовании *методов экстраполяции,* при которых исторические последовательности, тренды (статистические данные) проецируются на будущие периоды. Можно условно разделить их по уровню сложности на методы простой и отлаженной экстраполяции. В основе причинно-следственных (каузальных) методов лежат математически выраженные взаимосвязи между рассматриваемыми показателями.

*Методы простой экстраполяции* представляют собой группу подходов прогнозирования с использованием простого математического проецирования и обычно являются наиболее эффективными при составлении краткосрочных прогнозов. Методы простойэкстраполяции также часто называют однофакторными, поскольку они используются для прогнозирования одного фактора во времени и представляют собой модель временных рядов. Самым распространенным методом является так называемый *метод «без изменений»,* который, несмотря на название, часто дает самый верный прогноз в краткосрочной перспективе.

Обычно на спрос в туризме влияют одновременно и краткосрочные, и долгосрочные тренды, а также другие факторы. Кроме того, так называемые нетипичные события часто влияют на изменения туристского спроса. Их воздействие можно нивелировать в рамках простых методов, используя *метод экстраполяции простого скользящего среднего* (от англ. simple moving average или метод SMA, среднего значения, вычисленного за определенное количество временных промежутков, предшествующих наблюдаемому).

Самую большую ценность для прогнозирования будущего периода имеют последние собранные данные, в то время как «старые» данные (20 лет назад и более) имеют меньшее значение, и, следовательно, вероятность того, что они помогут в составлении будущего прогноза, незначительна. Поэтому для решения проблемы используется либо метод экстраполяции простого скользящего среднего по данным только последних лет, либо *метод экспоненциального сглаживания*, где вместо простого среднего больший вес имеют недавние данные, а меньший - более давние. Этот метод также имеет широкое распространение в практике прогнозирования туризма и хорошо работает при составлении краткосрочных прогнозов.

***

В соответствии с методологическим положением по статистике туризма НСК КР, основные показатели развития туризма формируются по итогам статистического наблюдения за потоками туристов, местами их размещения, характеристиками поездок, оптовой и розничной торговлей, транспортом, строительством, занятостью, финансовым посредничеством, доходами и расходами, связанными с туризмом, на основе единой научной методологии, соответствующей международным правилам и стандартам.

Для составления прогноза развития туризма были взяты основные показатели развития туризма согласно вышеотмеченному методологическому положению. При этом важно отметить, что статистические данные по туризму публикуются НСК КР ежегодно в июле. Поэтому данные за 2022 год будут доступны только в 3 квартале 2023 года. По этой причине для прогноза были использованы данные за период 2017 по 2021 годов.

Стоит также отметить, что на данные за 2020 и 2021 гг. значительное влияние оказала пандемия COVID-19, что привело к падению основных показателей. В этой связи для определения среднего темпа роста были взяты показатели за 2018 и 2019 годы.

На ***первом этапе*** прогнозирования показателей развития турсектора Ошского региона были собраны данные за период с 2017 по 2022 гг. по следующим показателям:

- предприятия, организации туризма и учреждения отдыха (единиц);
- услуги деятельности туристских агентств, млн сомов;
- услуги санаторно-курортной деятельности, млн сомов;
- услуги гостиниц и других мест краткосрочного проживания, млн сомов;
- численность внутренних туристов;
- численность иностранных туристов.

На ***втором этапе*** было проведено прогнозирование целевых показателей посредством *метода простой экстраполяции по среднему темпу роста* на основе следующих формул:

| Прогноз | Цепной темп роста |
|---|---|
| $\mathbf{y_{t+1}} = T_p y_t$ | $T_p(t) = \frac{y_t}{y_{t-1}}$ |

где $\mathbf{y_{t+1}}$ – прогнозное значение показателя, $\boldsymbol{T_p}$ – средний темп роста, $\boldsymbol{y_t}$ – фактическое значение исследуемого показателя за текущий период, а $\boldsymbol{y_{t-1}}$ – значение показателя предыдущего периода.

## Приложение 2г. Резолюция совместного круглого стола проектов ПЭРЭТО и СПУРТ

### РЕЗОЛЮЦИЯ КРУГЛОГО СТОЛА «ВЫЗОВЫ И ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО ПРОИЗВОДСТВА И ПОТРЕБЛЕНИЯ В РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА Г. ОШ И ОШСКОЙ ОБЛАСТИ»

г. Ош 8 февраля 2023 года

Мы, участники круглого стола: представители малого и среднего бизнеса, действующие в секторе туризма и HoReCa, общественные организации, городские муниципальные предприятия, государственные и муниципальные служащие, ответственные за охрану окружающей среди и регионального развития, сотрудники международных и неправительственных организаций, профессоры и преподаватели вузов г. Ош и Ошской области – **признаем** важность развития устойчивого туризма для нашего региона, и в то же время **обеспокоены** масштабами загрязнения нашей экологии, тенденциями изменения климата и динамикой ожидаемых выбросов углерода в гостиничном секторе к 2050 г.

**Подчеркивая значимость** местных и международных опытов в области циркулярной\«зеленой» экономики и устойчивого производства и потребления; а также **принимая во внимание** имеющиеся возможности зеленого финансирования для устойчивого туризма и продвижения зеленой экономики в Кыргызстане, участники круглого стола заслушали проект Стратегии развития устойчивого туризма Ошского региона на 2023-2028-гг. (СПУРТ), озвученный на круглом столе экспертной командой и предварительно одобрили, то, что изложено в документе.

Однако, данная стратегия требует тщательного согласования действий от всех заинтересованных сторон и для консолидации усилий по развитию туризма Ошского региона, участники круглого стола рекомендуют принять следующие меры и действия:

| № | МЕРЫ | ДЕЙСТВИЯ |
|---|---|---|
| **1** | Доработать и реализовать СПУРТ в соответствии с принципами циркулярной экономики и устойчивого производства и потребления: | ○ Принять меры по сокращению антропогенного следа на экологию;<br>○ При экономическом развитии и продвижениии туристского маркетинга всегда учитывать экологические выгоды;<br>○ Включить меры по энерго- и ресурсосбережению в качестве одного из приоритетов в развитии туризма в Ошском регионе;<br>○ Необходимо включить раздел по развитию зимнего туризма, несмотря на то что Ошский регион не может конкурировать с Иссык-Кульским или Чуйским областями;<br>○ Проводить масштабную презентацию туристского бренда Ошской области и проводить обсуждения программы по развитию туризма в каждом районе Ошской области;<br>○ Включить проект СПУРТ в план реализации через имеющиеся источники финансирования (местный и региональные фонды, государственный фонд развития и т.д.);<br>○ Усилить сотрудничество с международными организациями для развития потенциала туризма. |
| **2** | Создать и продвигать экологические туристские маршруты и программы, которые будут способствовать сохранению природных и культурных ресурсов области: | ○ Нужен рычаг для сохранения исторических зданий как наследие культуры и истории местности;<br>○ Развивать геопарки и пункты дестинации;<br>○ Поддерживать местное прикладное искусство (работу гончаров, рукодельниц и ремесленников);<br>○ Необходимо сохранить восточный облик г. Ош, так как идет строительный бум современных зданий;<br>○ Составить календарь фестивалей и проводить фестивали по прикладному искусству и кинофестивали;<br>○ Включить меры по утилизации ТБО с туристских объектов; |

| | | |
|---|---|---|
| | | ○ Усилить контроль по санитарному состоянию туристских объектов<br>○ Создать карту туристских маршрутов через изучение потенциала региона совместно с ОшГУ и дестинациями для широкой информированности в том числе и туристам. |
| **3** | Поддерживать и развивать экотуризм, агротуризм и другие формы устойчивого туризма, которые способствуют справедливому распределению выгод от туризма и увеличению доходов местного населения | ○ Внедрить систему лизинга для установки ВИЭ и развития экотуризма и агротуризма;<br>○ Развивать круглогодичный туризм за счет энерго- и ресурсосберегающих решений и технологий;<br>○ Способствовать обеспечению местными продуктами и услугами в объектах туризма. |
| **4** | Развивать и продвигать стандарты устойчивого туризма, в том числе сертификацию экологически чистых гостиниц и туристских объектов | ○ Внедрять систему и стандарты энергоэффективности в гостиницах и ресторанах (Class A и B согласно требованиям Госстроя);<br>○ Развивать кыргызский колорит и местные ценности;<br>○ При строительстве туристских объектов отказаться от металла и цемента и использовать природные материалы;<br>○ При обслуживании клиентов сократить использованиепластиковой посуды\ инвентаря;<br>○ Способствовать применению экологического транспорта для услуг туризма (электромобили, газовые оборудования в автомобилях, велосипеды, конные и пешие туры) |
| **5** | Увеличивать осведомленность и обучение молодых кадров, местного населения, туристов и других заинтересованных сторон в вопросах устойчивого туризма и его пользе для экономики, природы и общества: | ○ Доносить до населения полную информацию о возможностях зеленых кредитов от коммерческих банков и международных проектов и программ;<br>○ Включить в СПУРТ коммуникационную стратегию по информированию широкого круга общественности и населения<br>○ Составлять меморандумы с СМИ, чтобы они не просто снимали сюжеты для новостей, но и участвовали в таких обсуждениях и принимали меры со своей стороны;<br>○ Организация кружков для детей по сохранению экологии, это необходимо внедрять юному поколению и среди молодежи. |
| **6** | Укреплять международное сотрудничество в области устойчивого туризма, обмена опытом и лучших практик, и создавать новые возможности для туристского бизнеса: | ○ Привлекать инвестиции и финансирования через программы АРИСа, KyrSEFF, БАС и т.д.<br>○ Внедрить систему учета чистого туризма для качественной статистики;<br>○ Содействовать малому и среднему бизнесу, предоставляющие услуги в секторе туризма и HoReCa;<br>○ Развивать региональное сотрудничество в области туризма для обмена опытом, повышения потенциала и развития |

Рекомендации были подготовлены с участием руководства и сотрудников Департамента туризма, Полномочного представительства Президента КР в Ошской области, Мэрии г. Ош, ОшГУ; членов рабочей группы по разработке СПУРТ; представителей коммерческих банков Дос Кредо Банк, Кыргызстан; владельцев гостиничного бизнеса и ресторанов; региональных туроператоров, представителей международных и донорских организаций – ЕБРР, GIZ, АРИС, Хельветас; ассоциации гражданского общества, а также средств массовой информации.

Круглый стол прошел 8 февраля в г. Ош в рамках проекта ПЭРЭТО при сотрудничестве под-проекта по разработке СПУРТ (Проект АРИС «Региональное экономическое развитие».

Проект ПЭРЭТО способствует принятию энерго- и ресурсоэффективности и мер устойчивого производства и потребления среди малого и среднего предпринимательства в секторах туризма и гостеприимства Кыргызстана, применяя системный подход, ориентированный на все элементы рыночной экосистемы: политику, финансы, связи различных участников рынка, осведомленность потребителей, а также образование. Проект реализуется консорциумом партнерских организаций Кыргызстана и Европы: Американским Университетом в Центральной Азии (Кыргызстан), UNISON Group (Кыргызстан), Technopolis Group (Бельгия), Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production – CSCP (Германия).

## Приложение 3а. Методология приоритизации инвестпроектов

Все приоритетные инвестиции будут оцениваться на основе их возможности содействовать достижению целей СПУРТ, а также результатов и индикаторов, указанных в системе мониторинга и оценки СПУРТ.

Основным критерием при оценке и выборе приоритетов инвестиций будет ответ на вопрос "Каким образом это мероприятие/проект будет способствовать развитию турсектора региона и достижению ожидаемых результатов и индикаторов СПУРТ?" Кроме того, приоритетные инвестиции будут оцениваться на предмет их возможности приносить видимые и отслеживаемые результаты, соответствия целям и задачам СПУРТ, а также устойчивости развития после завершения Проекта.

В соответствии с Методологией по стратегическому планированию устойчивого развития, утвержденного Приказом МЭК КР от 30.08.2018 г. №01, определение и формулирование приоритетных направлений для продвижения к поставленным целям должно осуществляться на основе выявленных проблем, решение которых позволит кратчайшим способом или наиболее вероятно продвинуться к цели.

Программа приоритетных инвестиций будет включать приоритетный список «мягких» и «твердых» инвестиций для региона (и при необходимости мягких мер для заинтересованных сторон в Бишкеке) для поддержки реализации видения и концепции, а также необходимых для разработки новых направлений и туристских продуктов.

В настоящей методологии используются следующие термины и определения:

*Государственно-частное партнерство* – взаимодействие государственного и частного партнеров по вопросам привлечения государственным партнером частного партнера к проектированию, финансированию, строительству, восстановлению, реконструкции инфраструктурных объектов, а также к управлению существующими или вновь создаваемыми инфраструктурными объектами и/или оказанию инфраструктурных услуг.

*«Мягкие инвестиции»* – это инвестиции в проекты, целью которых является достижение неосязаемого результата, и которые направлены на улучшение или повышение эффективности деятельности компании или участников, бенефициаров проекта. Мягкими инвестициями могут быть краткосрочные кредиты или грантовые средства.

*«Твердые» инвестиции* – это обычные или долгосрочные инвестиции в виде кредитов на реализацию конкретных проектов с условием их возврата, и которые направлены на достижение осязаемых результатов или получение материальных продуктов, таких как инфраструктурные объекты, здание, производственное предприятие и т.д.

*Туристский продукт* - комплекс услуг, работ, товаров, необходимых для удовлетворения потребностей туриста в период его путешествия. Туристский продукт состоит из трёх элементов: тур, дополнительные экскурсионные услуги, товары.

*Рентабельность* – относительный показатель экономической эффективности. Рентабельность комплексно отражает степень эффективности использования материальных, трудовых и денежных и др. ресурсов. Коэффициент рентабельности рассчитывается как отношение прибыли к активам или потокам, её формирующим. Может выражаться как в прибыли на единицу вложенных средств, так и в прибыли, которую несёт в себе каждая полученная денежная единица. Показатели рентабельности часто выражают в процентах.

*Эффективность инвестиционного проекта* – это категория, отражающая соответствие проекта ожидаемым целям, задачам и выгодам всех хозяйствующих сторон, которые принимают участие в его внедрении и реализации.

Определение приоритетных инвестиционных проектов проходит следующим образом:

1) *Формирование списка потенциальных инвестиционных проектов.* На этом этапе проводится сбор проектных предложений и идей от всех заинтересованных сторон, включая частные организации, государственные органы и муниципалитеты, туристские операторы и ассоциации, индивидуальные предприниматели и другие лица. Список инвестиционных проектов будет представлен согласно Схеме 1 (см. ниже). Кроме того, будут презентованы сведения по каждому инвестпроекту по форме в Схеме 3 с отражением информации о компании – инициаторе, данные о проекте, финансировании и другая информация.

2) *Предварительное (базовое) исследование осуществимости проектов.* Для каждого потенциального проекта необходимо провести базовое изучение технической и экономической осуществимости с использованием 3-4 ключевых инвестиционных показателей. Эти показатели должны включать такие критерии, как экономический эффект, создание рабочих мест и др. Более подробно о критериях отбора приоритетов представлено ниже. Это исследование также включает определение потенциальной даты запуска и сроков реализации проекта.

3) *Классификация инвестиционных проектов.* Программа приоритетных инвестиций будет состоят из разных типов и категорий проектов, поэтому необходимо провести квалификацию инвестпроектов на следующие типы и категории:

3.1. Приоритетные проекты будут классифицированы на «твердые» и «мягкие» инвестиции.

(1) Проекты «твердых» инвестиций, направленные на разработку и развитие турпродуктов; проекты, связанные с развитием инфраструктуры (транспортная/ передвижение, обеспечение доступа, инженерная и коммунальные услуги), а также с размещением туристов и др.
(2) Проекты «мягких» инвестиций, направленные на создание и развитие потенциала, повышение качества обслуживания, гостеприимства, цифровизацию, и т.п.;

3.2. Программа приоритетных инвестиций также будет сформирована с учетом определения уровня вовлеченности следующих видов инвестиционных источников:

1) Государственные инвестпроекты. Сюда также могут входить проекты и гранты, финансируемые международными институтами и донорами по линии программ госинвестиций;
2) Частные инвестиционные проекты;
3) Проекты, реализуемые в форме государственно-частного партнерства (ГЧП).

3.3. По срокам реализации проекты могут быть разделены на:

1) Краткосрочные проекты сроком до 3-х лет;
2) Среднесрочные проекты сроком от 3 до 5 лет;
3) Долгосрочные проекты сроком свыше 5 лет.

4) *Создание рабочей группы (или комиссии) по отбору приоритетов.* В целях вовлечения представителей общественности и ключевых заинтересованных сторон при выборе приоритетных проектов необходимо создать совещательный орган. Сюда могут входить представители уполномоченных госорганов, общественных организаций, туроператоров и ассоциаций, органов МСУ, а также представители из числа экспертов отрасли.

5) *Определение приоритетных проектов.* Рабочая группа по принятым критериям проводит ранжирование проектов. В рамках этой работы необходимо провести обсуждение со всеми заинтересованными сторонами, включая потенциальных инвесторов, доноров и партнеров по развитию. По результатам этой работы сформируется «Банк приоритетных проектов» и готовится финальный вариант Программы приоритетных инвестиций.

6) *Финализация Программы приоритетных инвестиций.* После сформирования окончательного списка приоритетных проектов и согласования его со всеми ключевыми заинтересованными сторонами Программа приоритетных инвестиций будет доработана. При этом в программе должно быть отражено следующее:

a. Для отобранных приоритетных проектов рекомендуется подготовить краткое резюме с описанием коммерческой и инвестиционной привлекательности;
b. Сроки реализации инвестиционных проектов.
c. Предлагаемые инвестиционные пакеты, в которые могут быть включены как «твердые», так и «мягкие» инвестиции.
d. Определение потенциальной типологии инвесторов (международных/ региональных/местных и государственных/частных) и/или источников финансирования для каждого инвестиционного пакета. Это задача также включает изучение потенциальных инвесторов и доноров, вовлечение их, а также предварительные переговоры и согласование с ними о возможном сотрудничестве.
e. Бюджет проектов согласно Схеме 2 (см. ниже).

Для отбора приоритетов предлагаются следующие предварительные критерии:

1) *Эффективность (рентабельность) проекта.* Любой экономический проект в первую очередь выбирается с точки зрения выгодности и прибыльности. Этот критерий будет оцениваться наличием анализа затрат и выгод предложенного проекта.
2) *Вклад в экономическое развитие региона* (района, муниципалитета). При оценке проектов по данному критерию необходимо рассматривать такие факторы, как создание рабочих мест; налоговые отчисления в местный бюджет; если это инфраструктурный проект, то какую пользу он приносит населению, проживающему вблизи и т.д.
3) *Соответствие целям и задачам СПУРТ.* Этот критерий показывает, насколько проект соответствует целям и задачам СПУРТ, а также региональным и местным стратегиям, программам развития. Нужно также учитывать, какие приоритетные проблемы, определенные в ходе ситуационного анализа турсектора региона, решает проект.
4) *Результативность и дальнейшая устойчивость.* Нужно учитывать такие факторы, как: на какие результаты направлен проект; его дальнейшее развитие; насколько способен проект сохранять текущее состояние при влиянии внешних воздействий.

Ранжирование проектов происходит путем определения весов на каждый критерий. При оценке определяется рейтинг каждого критерия, путем умножения рейтинга на максимальный вес высчитываются баллы. Затем суммируются баллы и на первое место выходит проект с максимальным баллом. Выставление баллов производится по следующей формуле: Баллы = рейтинг (%) х максимальный вес (%)

Таким образом, заранее определяется максимальный вес на каждый критерий, и каждый проект оценивается путем присуждения рейтинга на каждый критерий. Используя этот вес, высчитываются баллы. Затем баллы всех критериев суммируются и высчитывается общий балл проекта.

**Схема 1. Список приоритетных инвестиционных проектов**

| № | Название проекта | Краткое описание | Сроки реализации | Инициатор/ разработчик проекта | Место нахождения, географический охват | Соответствие СПУРТ и региональным стратегиям и программам | Наличие бизнес-плана (включая анализ расходов и выгод) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 13 | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | |

**Схема 2. Бюджет инвестиционных проектов**

| № | Название проекта | Общая сумма инвестиций, KGS (или USD) | Собственный вклад заявителя | Запрашиваемая сумма финансирования | Эффективность (рентабельность) проекта | Источник финансирования |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 13. | | | | | | |
| 14. | | | | | | |

**Схема 3. Сведения об инвестиционном проекте**

| Инвестиционный проект компании (наименование инициатора) «_____»<br>Название проекта «_____» | | |
|---|---|---|
| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
| **1.** | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование или ФИО[33] | |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | |
| 1.3. | Фактический адрес | |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | |
| **2.** | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | |
| 2.2. | Тип/категория проекта[34] | |
| 2.3. | Место реализации проекта | |
| 2.4. | Краткое описание проекта, включая инвестиционные компоненты проекта:<br>1) Твердые инвестиции 2) Мягкие инвестиции | |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | |
| 2.6. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | |
| 2.7. | Текущий статус проекта | |
| **3.** | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | |
| **4.** | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |

[33] Необходимо указать фамилия, имя и отчество, если это индивидуальный предприниматель.
[34] Необходимо указать тип/категорию проекта в соответствии с квалификацией вверху.

## Приложение 3б. Информация об инвестиционных проектах

## Сведения о «твердых» инвестпроектах

**Инвестиционный проект компании ««Эко Хаус Ресорт»**
**Название проекта «СТРОИТЕЛЬСТВО ГОРНОЛЫЖНОГО КОМПЛЕКСА «ПАМИРО-АЛАЙ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| **1.** | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | ОсОО «Эко Хаус Ресорт» |
| 1.2. | Название объекта | Альпине Дом Отель «Памир-Алай» |
| 1.3. | Учредители, акционеры, директор | Директор - Акматов Абдирасул Жамшитович |
| 1.4. | Фактический адрес | г. Ош, ул. Аматова, д.25 |
| 1.5. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Акматов Абдирасул Жамшитович |
| 1.6. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Развитие экологического туризма в Ошской области |
| **2.** | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Строительство горнолыжного комплекса «Памир-Алай» (проект находится на стадии реализации, см. п. 4.2.). |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на развитие и продвижение зимнего туризма в Ошском регионе.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП, по линии двусторонних фондов развития или за счет банковских кредитов.<br>Проект будет реализован в течение 24 месяцев (лето-осень 2025 г.). |
| 2.3. | Место реализации проекта | Горнолыжный комплекс располагается на северном склоне горы Кара-Добо на высоте 3450 м над уровнем моря в 172 км от г.Ош, (на перевале Талдык), не доезжая 10 км до поселка Сары-Таш, и на отдалении в 300 м от трассы Ош-Иркештам (часть Памирского тракта М42). |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Ошский регион (область) обладает уникальной локацией для возведения горнолыжного комплекса для массового сегмента. Речь о Памирском тракте, находящемся на одном из ответвлений исторического Шелковом пути, который пользуется растущей популярностью в том числе у иностранных туристов.<br>Территория под горнолыжную базу (до 1000 га) располагает склонами высотой от 3400 до 4000 м и длинной трасс до 2,5-3 км при уклонах от 15 до 50 градусов. Эти параметры должны подойти туристам с разной степенью подготовки. Общая протяженность трасс базы оценивается в 25-35 км, что сделает ее крупнейшей в Центральной Азии.<br>В рамках реализации проекта планируется:<br>• строительство круглогодичного гостиничного комплекса (стандартное двухместное проживание с душем и туалетом в номерах, ресторан-бар, сауна-баня, прокат снаряжения, организация досуга, и др. с доступной ценовой политикой); |

| | | |
|---|---|---|
| | | • Возведение канатной дороги первой очереди, установка снегозадерживающих конструкций;<br>• Организация медпункта, метеостанции, вертолетной площадки, проката оборудования и т д.<br>• Создание на базе комплекса детской горнолыжной школы для жителей Алайской долины (в перспективе).<br>Горнолыжный комплекс имеет хорошие перспективы для эксплуатации в летний сезон: сюда можно организовывать одно-двухдневные экскурсии из г.Ош – на обзорную площадку, для занятий конным туризмом, трекингом, параглайдингом, для катания на горных велосипедах. |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Центральный рынок сбыта – южные области Кыргызстана, главным образом, жители города Ош.<br>В перспективе возможно привлечение туристов из регионов Ферганской долины Узбекистана и северного Таджикистана, однако, надо понимать, что пока горнолыжный спорт для них (включая жителей южного Кыргызстана) является диковинкой.<br>Для жителей Бишкек и Алматы (до появления прямого авиарейса Алматы-Ош) база является достаточно удаленной.<br>Для жителей России приехать на базу будет ближе (за счет трансфера из аэропорта) и дешевле, чем, например, в Каракол, но стоит учитывать быстрое развитие и конкуренцию со стороны горнолыжных комплексов Красной Поляны, Шерегеша, Кавказа и Казахстана. |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Конкурентов у проекта в Ошском регионе нет. |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Натуральный снежный покров в этой местности держится с середины октября по май. Это позволяет работать без дополнительного оснеженния.<br>Особенности склонов не предполагают затрат на профилирование рельефа.<br>Имеются возможности по приглашению специалистов (из Бишкека) для пуско-наладки горнолыжной базы и организации гостиничного дела.<br>В Ошском регионе достаточно рабочей силы, налажена система доставки строительных материалов для оперативного возведения комплекса. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 20 человек |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта на первом этапе | 68 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | до 30 % |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | Инициатор проекта уже вложил в реализацию проекта порядка 50 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 18 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | • Завершение возведения круглогодичного гостиничного комплекса (3 звезды);<br>• Строительство 2-х бугельных подъемников (первая очередь); |

| | | |
|---|---|---|
| | | • Организация сноу-тюбинговой трассы (катание на ватрушках);<br>• Приобретение спецтехники (ратрак, снегоходы);<br>• Приобретение автоматической метеостанции и оборудование метеоплощадки;<br>• Организация лавинной безопасности (привлечение специалистов, определение потенциальных лавинных очагов и применение снегозадерживающих конструкций);<br>• Организация кафе быстрого питания для прибывшихдля «отдыха выходного дня».<br>• Приобретение лыжных и тюбинговых комплотов для предоставления услуг проката. |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые (постоянные) – 20, косвенные – до 100 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Реализация проекта окажет мощный мультипликативный эффект на развитие Алайского и Чон-Алайского районов Ошской области. Будут созданы около сотни новых рабочих мест для молодежи, женщин, сельских работников, творческой интеллигенции региона, вырастет общийуровень благосостояния местных жителей. |
| 4.2. | Проделанная работа по состоянию на сегодняшний день | Проект начали реализовываться в 2020 г. при поддержке ЕБРР и Демир-Банка. С 2021 г. работает первый купольный дом на 14 мест. В двух и трехместных номерах есть вода, канализация и горячая водоснабжение. В связи с отсутствием центральной энергосистемы была установлена солнечная электростанция и солнечный коллектор для горячего водоснабжения, построен отвечающий всем экологическим требованиям септик (трехкамерный).<br>В 2023 г. планируется завершение возведения второго купольного дома, что позволит комплексу принимать в совокупности до 40 туристов. |

**Инвестиционный проект индивидуального предпринимателя А.У.Кимсанова**
**Название проекта «ВОЗРОЖДЕНИЕ СТАРИННОЙ ТЕХНОЛОГИИ ПЕРЕРАБОТКИ РИСА НА РИСОРУШКЕ (АКЖУВАЗ)»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Фермерское хозяйство Кимсанова А.У. |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Кимсанов Азизбек Усманжанович |
| 1.3. | Фактический адрес | Узгенский район, Дон-Булакский айылный аймак, с. Рыбхоз |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Кимсанов Азизбек Усманжанович |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Вырашивание риса сорта “девзира” и переработка его на основе старинной традиционной технологии на рисорушке (акжуваз) |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Возрождение старинной технологии переработки риса на рисорушке (акжуваз) |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение сельской |

| | | |
|---|---|---|
| | | местности, имеющей познавательную и гастрономичесуую значимость.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП.<br>Проект будет реализован в течение 6 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Данный исторический объект находится в Узгенском районе, в Дон-Булакском айылном аймаке, в с. Рыбхоз |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Требуется комплексное благоустройство территории:<br>• Ремонт здании рисорушки с приданием старинного облика, включая замену кровли;<br>• Обустройство ровной гравийной дороги к водяной мельнице и рисовым полям (60 м);<br>• Строительство туалета и установка рукомойника;<br>• Установка вывесок<br>• проведение маркетинговых мероприятий по пропоганде рисовых продукций от возделивания до приготовления национального блюда. |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Жители Кыргызстана со всех регионов, а также иностранные туристы (в основном из Казахстана, России) |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Потенциальных местных конкурентов нет |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Местность имеет материально-техническую базу аграрного производства; местное население обладает навыками переработки риса и предложения данной технологии интересующимся туристам. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 35 человек |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 1,7 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 25% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,5 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 1,2 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | строительство здания и асфальтной или иной ровной дороги для туристов |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | 55 человек |

**«Зона отдыха «Бөрү-Көрбөс»**
**Название проекта «РЕКОНСТРУКЦИЯ МЕСТНОСТИ ВОКРУГ ВОДОПАДА «АБШЫР-АТА»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Зона отдыха «Бөрү-Көрбөс» |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Имаралиев Адилбек Токтосунович |
| 1.3. | Фактический адрес | Ноокатский райой, Тоолосский айильный аймак, с. Орнок |

| | | |
|---|---|---|
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Имаралиев Адилбек Токтосунович |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Обслуживание туристов и отдыхающих |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Туристская реконструкция местности вокруг водопада «Абшыр-Ата» |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение местной инфраструктуры.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП<br>Проект будет реализован в течение 6 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Данный государственный объект находится в Ноокатском районе Ошской области в 70 км от г.Ош и располагается в красивой долине реки Абшыр-Сай, которая находится на высоте от 1500 до 2500 м над уровнем моря. |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Требуется комплексное благоустройство территории:<br>• снос неприглядных ларьков, железных контейнеров и гаражей;<br>• ремонт автодороги, ведущей к водопаду (5 км);<br>• возведение водосборной конструкции у подножия водопада из природного камня (замена металлической конструкции, нарушающий природный облик водопада);<br>• строительство автопарковки до въезда в туристскую зону;<br>• строительство асфальтной или иной ровной дороги (тротуаров) для пешеходов у водопада и пещер;<br>• облагораживание водопада (установка, ремонт лестничных подъемов и т.д.);<br>• облагораживание пещеры (придание внутреннего уюта, художественной сакральной тематики и др.);<br>• установка малых архитектурных форм на всей территории (скамеек, урн и т.д);<br>• организация оформленных в едином архитектурном стиле:<br>  ○ шашлычно-самоварной зоны (поскольку все приезжают со своей едой);<br>  ○ саманных/кирпичных/юрточных домиков, где будут продаваться местные сувениры (керамика, щетки, бусы, ножи, изделия из кожи, костей, меха), продукция из сушеных ягод (долоно и др.), трав, местная халва, молочная продукция (курут и т.д.). |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Жители Кыргызстана со всех регионов (в основном из южных регионов), а также иностранные туристы (в основном из Узбекистана) |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Ближайшим конкурентом может быть НПП «Кыргыз-Ата», который также располагается в Ноокатском районе в 40 км от г.Ош |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Местность уже имеет определенную сеть материально-технической базы туристского назначения: кафе, чайханы, зоны для детских игр и др.; среди местного населения есть определенная категория людей, обладающих навыками туристского обслуживания. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 55 человек |

| | | |
|---|---|---|
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 4,5 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,5% |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 4,0 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | покупка природного камня и его укладка, металлических решеток, ремонт подъездных путей и др. |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 42, косвенные – 210 человек |

**Инвестиционный проект компании «Общественный фонд “Дулдул-Ат”»**
**Название проекта «РЕКОНСТРУКЦИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ МЕСТНОСТИ «ДУЛДУЛ-АТ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Общественный фонд “Дулдул-Ат” |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Маткаримов Нурбек Толонбекович,<br>Обдунов Омурзак Абдиламитович |
| 1.3. | Фактический адрес | Араванский район,с.Араван, ул. Ленина,1 |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Маткаримов Нурбек Толонбекович |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Изучение наскальных рисунов в Араванском районе и пропаганда конного хояйства |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Реконструкция исторической местности “Дулдул-Ат» |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение исторической местности, имеющей научную, познавательную и религиозную значимость.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП<br>Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Данный исторический объект находится в Араванском районе Ошской области в селе Араван в 21 км от г.Ош. |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Требуется комплексное благоустройство территории:<br>• облагораживание месть, имеющих историко-религиозное значение (камень жертвоприношения, ремонт лестничных подъемов и т.д.);<br>• определение границы для туристской территории (отделение от территорий частных домов);<br>• возведение статуи лошади с золотистым цветом (по легенде здесь была статуя золотого коня);<br>• строительство музея небесных лошадей и современного коневодства;<br>• строительство ипподрома в перспективе. |

| | | |
|---|---|---|
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Жители Кыргызстана со всех регионов, а также иностранные туристы (в основном из Узбекистана) |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Ближайшим конкурентом может быть подобные исторические местности города Ош, но такое положение можно использовать в совместном привлечении туристов |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Местность уже имеет определенную сеть материально-технической базы туристского назначения; среди местного населения есть определенная категория людей, обладающих навыками туристского обслуживания в сфере паломничества и религиозных обрядов. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 35 человек |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 5,5 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,3 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 5,2 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | возведение памятника небесного коня, строительство здания музея |
| 3.6. | Финансовое состояние заявителя за последние 3 года | 350 000 сомов |
| 3.7. | Количество создаваемых новых рабочих мест | 55 человек |

**Инвестиционный проект компании «Общественное объединение «Клуб мастеров и ремесленников Хажимат Батыр»**
**Название проекта «ВОЗРОЖДЕНИЕ УЛИЦЫ РЕМЕСЛЕННИКОВ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Общественное объединение "Клуб мастеров и ремесленников Хажимат Батыр" |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Батиров Равшанбек Батирович |
| 1.3. | Фактический адрес | г. Ош, ул. Кол онорчулор, д. 219 |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Батиров Равшанбек Батирович |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Возрождение ремесленнического дела и традиционных производственных навыков населения, сохранение историко-культурных памятников города Ош посредством развития туризма |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Возрождение улицы ремесленников в городе Ош |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение городской улицы.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП |

| | | |
|---|---|---|
| | | Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Данная улица находится в центральной части города Ош, на северо-восточной стороне горы Сулайман-Тоо. Длина улицы 940 м, ширина в среднем 6 м, начинается от мечети Рават-Абдуллахана до мечети Бакий по улице Навои |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Для придания исторического облика и художественной сакральной тематики требуется комплексное благоустройство улицы:<br>• укладка кирпича ребром по всей улице;<br>• укладка природными камнями берегов канала Джупас, протекающего вдоль улицы;<br>• облагораживание канала (установка водяных мельниц (чарпалек), ремонт мостов);<br>• установка ворот из росписного дерева и кованного железа;<br>• организация производственных помещений (мастерских) и ларьков (дуканов) для продажи товаров туристского назначения: национальных ножей, колыбель, национальных чапанов, калпаков, войлочных изделий и др.;<br>• художественное оформление стен домов;<br>• строительство арки при входе улицы;<br>• организация традиционных типов чайхан и других точек общественного питания (восточной кухни) |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Внутренние (со всех регионов Кыргызстана) и иностранные (в основном из Узбекистана, Казахстана и России) туристы |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Действующих конкурентов нет. Ближайшим конкурентом может быть город Узген со историко-культурным статусом в 60 км от г.Ош |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Улица обладает местонахождением рядом с горой Сулайман-Тоо, имеющей познавательной, религиозной, культурной и исторической значимостью, где постоянно имеется факт скопления туристов. Располагает сетью общественного питания с предоставлением восточных блюд (кафе, самсаханы, чайханы); среди местного населения есть определенная категория людей, обладающих навыками изготовления сувенирных продукций и туристского обслуживания. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 120 человек |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 74,4 млн сомов (в том числе на укладку кирпича ребром и природного камня 13,9 млн сомов) |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15-17% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | Инициатор проекта с участием заинтересованных лиц может финансировать 20% проекта |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 70 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | на покупку жженого кирпича, природных камней, железных и деревянных материалов для изготовления ворот и водяных мельниц, строительства производственных помещений |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 120, косвенные – 410 человек |

| | | |
|---|---|---|
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Улучшается инфраструктура квартала и улицы, образцовое благоустройство улицы, которое может влиять на другие кварталы и улицы города Ош |

**Инвестиционный проект ИП «Мамажунусова Гулмира Арановна»**
**Название проекта «ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЦЕНТРА ОТДЫХА «КОЖОКЕ» В НООКАТСКОМ РАЙОНЕ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Зона отдыха «Ортолук» |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Мамажунусова Гулмира Арановна |
| 1.3. | Фактический адрес | Ноокатский район, Исановсикй айылный аймак, с. Кожоке |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Мамажунусова Гулмира Арановна, Манапбек уулу Азамат |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Обслуживание туристов и отдыхающих |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | «Организация деятельности Центра отдыха Кожоке в Ноокатском районе» |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на строительство центра отдыха с благоустройством территории.<br>Проект будет реализован в течение 1 года, но сам объект рассчитан на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Данная туристская зона находится в Ноокатском районе Ошской области в 60 км от г.Ош и располагается в красивой долине реки Кошчан, которая находится на высоте от 1445 над уровнем моря. |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Проект направлен на создание инфраструктуры центра отдыха, с набором квалифицированного персонала и общей вместимостью до 40 человек.<br>Инфраструктура центра отдыха будет включать в себя столовую, бассейн, тренажерный зал, танцплощадку, игровую площадку для детского отдыха. Обслуживания будет проводиться как лицам из г.Ноокат, так и лицам прибывающих по заказу из районов Ошской области.<br>Работа центра отдыха предполагает круглосуточное функционирование объекта, с посменным графиком работы и полным спектром услуг. Комплексом предусмотрено обслуживание 30-40 человек единовременно. Кроме того, предусматривается программа культурно-развлекательных мероприятий, проводимых администрацией с привлечением ивент – агентств, артистов, танцевальных групп и т.д.<br>Требуется комплексная работа:<br>• проектирование и возведение кирпичного малоэтажного здания столовой, где в последующем планируется обеспечение питанием;<br>• создание игровой детской площадки и тренажерного зала;<br>• строительство бассейна;<br>• строительство автопарковки до въезда в туристскую зону;<br>• проведение тротуарной дорожки. |

| | | |
|---|---|---|
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Жители Кыргызстана со всех регионов, а также иностранные туристы (в основном из Узбекистана) |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Ближайшим конкурентом может быть НПП «Кыргыз-Ата», который также располагается в Ноокатском районе в 40 км от г.Ош |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Имеется земельный участок общей площадью 5000 кв.м., природно-туристский потенциал местности на ысоте 1445 м большой, протекает река Кошчан, имеется подъездная автомобильная дорога. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | Персонал имеется |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 6 624 млн сом |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,624 млн сом |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 6,0 млн сом |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | Облагораживание земельного участка общей площадью 5000 кв.м., строительство бассейна, зданий, дорог; электро-водо- и теплоснабжение (трансформатор, котел, трубы, кабели, и др.). Закуп оборудования (мебель, бассейн, тренажеры, сауна, кухня, др.). |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 13, косвенные – 45 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Улучшается местная инфраструктура с.Кожоке, образцовое благоустройство туристской территории, которое может влиять на другие регионы Ноокатского района. |

**Инвестиционный проект ИП Сайиткулова К.Ж.**
**Название проекта «ОРГАНИЗАЦИЯ ЗОНЫ ОТДЫХА «КУТ-ОРДО»**
**В ГОРНОЙ МЕСТНОСТИ САРЫ-ОЙ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Сайиткулова Канышай Жалалидиновна |
| 1.3. | Фактический адрес | Алайский район, Гульчинский айылный округ, местность Сары-Ой |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Сайиткулова Канышай Жалалидиновна |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Привлечение и обслуживание туристов и отдыхающих посредством услуг джайлоо-туризма |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Организация зоны отдыха «Кут-Ордо» в горной местности Сары-Ой |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение местной инфраструктуры. |

| | | |
|---|---|---|
| | | Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Данная туристская зона находится в Алайском районе Ошской области в 30 км от с.Гульча и располагается в красивой горной местности Сары-Ой, которая находится на высоте свыше 2000 м над уровнем моря. |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Для организации предложения туристского пакета в данной местности требуется комплексное туристское благоустройство территории:<br>• облагораживание территории для приема туристов (проведение каменных троп, выравнивание, удаление каменных глыб и др.);<br>• организация столовой с ресторанными приборами;<br>• установка юрты для приема туристов (3 штуки);<br>• организация производства из местного сырья молочных продуктов (кымыз, курут, творог, сметана и др.);<br>• организация условий для кумысолечения. |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Внутренние (со всех регионов Кыргызстана) и иностранные (в основном из Узбекистана, Казахстана и России) туристы |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Ближе расположенных конкурентов нет. Но есть такие зоны отдыха в других местах Алайского и Чон-Алайского районов |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Сары-Ой – красивая горная местность, имеющая огромную перспективу для организации джайлоо-туризма и хайтинга. Встречаются арчовые рощи, выделяющие фитонциды для идеальной очистки атмосферы местности. Расстояние от г.Ош 110 км, что позволяет организовать однодневные туры для горожан. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 12 человек |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 4,1 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 20% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,1 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 4,0 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | на покупку юрт, строительных материалов для столовой, ресторанных приборов, облагораживание территории (технические работы) |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 20, косвенные – 110 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Улучшается горно-туристская инфраструктура Алайского района, образцовое благоустройство туристской территории, имеющей горно-лесной ландшафт. |

**Инвестиционный проект компании «Общественное объединение «Коомчулукка негизделген туризм (СВТ)»**
**Название проекта «РАЗВИТИЕ ЭКО- И ЭТНОТУРИЗМА В ВЫСОКОГОРНОЙ ЗОНЕ САРЫ-МОГОЛ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Коомчулукка негизделген туризм (СВТ) |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Ташбеков Абдилла Умарович |
| 1.3. | Фактический адрес | Алайский район, село Сары-Могол, улица Мугалимдер, 37 |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Ташбеков Абдилла Умарович |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Развитие эко- и тнотуризма и возрождение ремесленнического дела в высокогорных зонах Ошской области |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Развитие эко- и этнотуризма в высокогорной зоне Сары-Могол |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение городской улицы.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП<br>Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Данный населенный пункт находится в Алайском районе Ошской области в 220 км от г.Ош и располагается в высокогорной зоне на высоте 2980 м над уровнем моря. |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Для организации эко- и этнотуризма в данной местности требуется комплексное туристское благоустройство территории:<br>• установка коттеджей (5 штук) в туристской зоне Тулпар-Кель;<br>• создание юрточного аила в Сары-Моголе этнографического назначения;<br>• реконструкция этнографического музея в Сары-Моголе с пополнением экспонатами;<br>• организация экзотического вьючного транспорта для туристов с использованием лошадей, яков и ослов;<br>• организация демонстрации кыргызских национальных одежд для туристов (женщины в элечеке и др.) |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Внутренние (со всех регионов Кыргызстана) и иностранные (в основном из Европы) туристы |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Действующих конкурентов нет. |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Сары-Могол – уникальный населенный пункт в высокогорной зоне Алайского района, расположенный на высоте 2980 м над уровнем моря. Красивое горное озеро Тулпар-Кель расположено в 25, альпинистский лагерь пика Лениа – 27 км от села. В селе действует этнографический музей, сохранены старые жилищные дома с глинными покрытиями (без крышей). |

| | | |
|---|---|---|
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 22 человека |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 2,2 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 25-30% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,5 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 1,7 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | строительные материалы для коттеджей (5 штук), покупка юрты (2 штука), национальных экспонатов |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 112, косвенные – 310 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Улучшается инфраструктура высокогорного селения, создаются новые рабочие места, препятствует оттоку молодежи в другие регионы, сохранение национальных ценностей кыргызского народа, развитие конного вида туризма и других видов вьючного транспорта |

**Инвестиционный проект компании «Музей «Дороот-Коргон»**
**Название проекта «ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИСТСКОГО КЛАСТЕРА “ПИК ЛЕНИНА И КРЕПОСТЬ КУЛ-ДАТКА” В ЧОН-АЛАЙСКОМ РАЙОНЕ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Музей “Дороот-Коргон” |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Нышанова Кайырма Кыдыршаевна |
| 1.3. | Фактический адрес | Чон-Алайский район, Чон-Алайский айылный аймак, с.Дороот-Коргон |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Нышанова Кайырма Кыдыршаевна |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Развитие исторического и экологического туризма в Алайской высокогорной долине |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Организация туристского кластера “пик Ленина и крепость Кул-Датка” в Чон-Алайском районе |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение городской улицы.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП<br>Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Село Дароот-Коргон является административным центром Чон-Алайского района Ошской области в 300 км от г.Ош. Пик Ленина находится в 50 км от села. |

| | | |
|---|---|---|
| 2.4. | Краткое описание проекта | Для придания исторического облика села Дороот-Коргон и восстановления крепости и развития туризма в районе пика Ленина требуются:<br>• реконструкция крепости со времен Кокандского ханства;<br>• строительство здания исторического музея;<br>• ремонт дороги, ведущей к пик Ленина;<br>• установка щитов туристской информации и указательных знаков ~~в доль~~ вдоль дороги;<br>• установка юрты в черте исторической крепости с показом этнографических ценностей кыргызов как кочевого народа;<br>• организация точку питания с предоставлением национальных блюд (гастрономический тур) и ларьков для продажи сувениров |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Внутренние (со всех регионов Кыргызстана) и иностранные (в основном из Узбекистана, Казахстана и России) туристы |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Действующих конкурентов нет. Ближайшим конкурентом может быть село Сары-Могол |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Село Дороот-Коргон расположено в высокогорной Алайской долине, у подножия пика Ленина, известно с расположением там исторической крепости со времен правления Кокандского ханства, что обуславливает обладанием огромного познавательного, культурного, спортивного и исторического потенциала в развитии национального туризма. Расположен на трассе, ведущей к горным зонам Таджикистана, рядом протекает река Кызыл-Суу – единственный приток Аму-Дарьи. Имеет рекреационное значение заросли из облепихи и смородины. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 20 человек |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 4,4 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15-20% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,4 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 4,0 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | покупка юрты, строительство здания музея, ремонт дороги, ведущей к пику Ленина |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 9, косвенные – 210 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Улучшается инфраструктура горного села, на основе освоения местных ресуросов развивается отрасль туризма, в том числе альпинизм международного масштаба. развитие туризма может иметь мультипликативный эффект для развития района и области: развитие сельского хозяйства, включая коневодство, яководство, овцеводство, общественного питания, включая предоставления национальных блюд, транспортного сектора, народно-художественного промысла, включая переработкой шерсти, кожи, меха, дерева и др. |

**Инвестиционный проект индивидуального предпринимателя М.К.Айдарова**
**Название проекта «РАЗВИТИЕ ГЕОТУРИЗМА В МЕСТНОСТИ “КОЖОКЕЛЕН” В КАРА-СУУЙСКОМ РАЙОНЕ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Индивидуальный предприниматель Айдаров М.К. |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | Айдаров Маматжакып Койбагарович |
| 1.3. | Фактический адрес | Кара-Сууйский район, Папанский айылный аймак, участок Кожокелен |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Айдаров Маматжакып Койбагарович |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Предоставление услуг для туристского проживания |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Развитие геотуризма в месности “Кожокелен” в Кара-Сууйском районе |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на благоустройство и улучшение городской улицы.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП<br>Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Месность Кожокелен в южной части Кара-Сууйского района. |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Для туристского освоения территории требуются:<br>• ремонт дороги, ведущей к туристским достопримечательностям местности;<br>• установка юрты (2 штука);<br>• строительство гостевого дома на 15 мест;<br>• установка щитов для туристской информации;<br>• организация конных маршрутов, ведущих к туристским ресурсам показа. |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Внутренние и иностранные (в основном из Узбекистана и России) туристы |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Потенциальными конкурентами могут быть туристские зоны Кыргыз-Ата, Абшыр-Ата, первал Чыйырчык |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Туристская местность Кожокелен расположена в горной зоне – в южной части Кара-Сууйского района. Геологические и климато-географические особенности местности создали уникальные ландшафты и природные образования в долине притоков реки ак-Буура: разнообразные и разноцветные скальные сооружения, карстовые пещеры, священные источники, арчовые рощи, альпийские луга, где можно организовать различные виды и формы рекреации и туризма. Через перевал Джиптик можно перейти к Алайской долине. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 10 человек |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 3,4 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15% |

| | | |
|---|---|---|
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,5 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 2,9 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | строительные материалы для здания гостевого дома, покупка юрт, туристских снаряжений |
| 3.6. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 55, косвенные – 110 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Улучшается туристская привлекательность и туристская инфраструктура местности Кожокелен с увеличением численности посещающих туристов, создаются новые рабочие места для местного населения, изменится облик горных селений, будет проводиться работы по охране геологических и гидрологических достопримечательностеКара-Сууйского района |

**Инвестиционный проект компании «Национальный историко-археологический музейный комплекс «Сулайман-Тоо»**
**Название проекта «РАЗВИТИЕ МУЗЕЙНОГО ДЕЛА И СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ГОРОДА ОШ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| | Полное наименование | Национальный историко-археологический музейный комплекс «Сулайман-Тоо» |
| 1.1. | Учредители, акционеры, директор | Министерство культуры, информации, спорта и молодежной политики КР |
| 1.2. | Фактический адрес | г.Ош, ул.Гапара Айтиева, 26 |
| 1.3. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Ибайдуллаев Хайрулло |
| 1.4. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Развитие музейного дела и сохранение историко-культурного наследия, внесенных в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, посредством развития международного туризма |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Развитие музейного дела и сохранение историко-культурного наследия Оша (благоустройство территории «Сулайман-Тоо» в г.Ош) |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к “твердым” инвестициям и направлен на охрану и популяризацию историко-культурного наследия города Ош.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП<br>Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | Гора Сулайман-Тоо как объект истории и туризма, находится в центральной части города Ош. Гора имеет длину 1600 м, ширину – от 470 до 800 м, высота 1175 м. В 2009 году гора включена в Список природного и культурного наследия ЮНЕСКО. Площадь территории горы 112 га. |

| | | |
|---|---|---|
| 2.4. | Краткое описание проекта | Для придания историко-культурного облика и создания условия для паломников и отдыхающих требуется комплекс работ, включающих в том числе:<br>• проведение системы освещения вдоль туристских троп (2 км);<br>• ограждение территории горы с северо-западной части (со стороны Горной вороты);<br>• благоустройство территории головного офиса музея (замена брусчаток);<br>• установка биотуалетов в средней части восточного склона горы (5 штук);<br>• демонтаж металлической бочки для воды на вершине горы, нарушающей природный облик горы |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Внутренние (со всех регионов Кыргызстана) и иностранные туристы |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Действующих конкурентов нет. Ближайшим конкурентом может быть город Узген в 60 км от города Ош |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Гора Сулайман-Тоо с 1975 г. является геологическим заказником, образована из известняка, поэтому отличается множеством пещер и гротов. Есть местонахождения наскальных рисунков, имеющих историко-археологическое значение. Объекты горы могут служить местами паломничества и рекреации. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время над реализацией проекта готовы работать 70 человек |
| 2.9. | Текущий статус проекта | |
| 2.10. | Инвестиционный партнер | |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 12,2 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15-17% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,2 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 12 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | На покупку материалов для ограждения, освещения и укладки брусчаток, установление Горной вороты, биотуалетов |
| 3.6. | Финансовое состояние заявителя за последние 3 года | |
| 3.7. | Объем налоговых выплат за последние 5 лет | |
| 3.8. | Объем налоговых выплат за 7 лет при реализации проекта | |
| 3.9. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 120, косвенные – 410 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Рентабельность продаж | |
| 4.2. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Улучшенная инфраструктура музейного комплекса – главной достопримечательности Ошского региона – окажет мультипликативный эффект на развитие всего региона |

**Инвестиционный проект компании**
**«Государственный историко-культурный музей-заповедник «Узген»**
**Название проекта «РАЗВИТИЕ МУЗЕЙНОГО ДЕЛА И СОХРАНЕНИЕ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ ГОРОДА УЗГЕН»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| | Полное наименование | Государственный историко-культурный музей-заповедник «Өзгөн» |
| 1.1. | Учредители, акционеры, директор | Министерство культуры, информации, спорта и молодежной политики КР |
| 1.2. | Фактический адрес | г. Узген, ул. Ленина, 126 |
| 1.3. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | Абдыракманов Султанбек Арстанбекович |
| 1.4. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | Развитие музейного дела и сохранение историко-культурного наследия посредством развития международного туризма |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Развитие музейного дела и сохранение историко-культурного наследия города Узген (благоустройство территории Узгенского археологически-архитектурного комплекса) |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Данный проект относится к твердым инвестициям и направлен на охрану и пропаганды историко-культурных памятников города Узген.<br>По организационному участию и источникам финансирования, данный проект может быть реализован в форме ГЧП<br>Проект будет реализован в течение 12 месяцев, но сама дестинация рассчитана на долгосрочную перспективу |
| 2.3. | Место реализации проекта | В восточной части Ферганской долины на правом берегу реки Кара-Дарьи расположен один из древнейших городов Кыргызстана – Узген, история которого насчитывает более 2 тыс. лет. В центральной части города расположен Узгенский археологически-архитектурный комплекс XI-XII веков. |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Для сохранения историко-культурного наследия и создания условия для туристов требуется комплекс работ:<br>• полное ограждение территории музея площадью 6,5 га;<br>• проведение системы освещения на основе солнечных панелей;<br>• реконструкция дорожно-пешеходной сети с обновлением брусчатого покрытия (500 м);<br>• реставрация древней гончарной мастерской с созданием систем мастер-классов. |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | Внутренние (со всех регионов Кыргызстана) и иностранные туристы |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | Ближайший конкурент – город Ош с подобными объектами историко-культурного наследия в 60 км от г. Узген |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Узгенский археологически-архитектурный комплекс – памятник эпохи правления тюркской династии Караханидов. Он состоит из минарета, стоящего обособленно, и группы мавзолеев, выстроенных в одну линию и находящихся на расстоянии приблизительно 100 метров от минарета. Эти сооружения – уникальные шедевры монументального зодчества народов Центральной Азии в средние века. |

| | | |
|---|---|---|
| | | Узгенский минарет был построен в середине 11 века, в настоящее время его высота составляет 27,5 метра. Рядом находятся мавзолеи караханидских правителей. |
| 2.8. | Наличие и количество ключевого персонала для реализации проекта | В данное время для реализации проекта готовы работать 50 человек |
| 2.9. | Текущий статус проекта | |
| 2.10. | Инвестиционный партнер | |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 15,8 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | 15% |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | 0,2 млн сомов |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 15,6 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | На покупку материалов для ограждения, освещения и укладки брусчаток, реставрации гончарной мастерской |
| 3.6. | Финансовое состояние заявителя за последние 3 года | |
| 3.7. | Объем налоговых выплат за последние 5 лет | |
| 3.8. | Объем налоговых выплат за 7 лет при реализации проекта | |
| 3.9. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Прямые – 50, косвенные – 210 человек |
| 4. | **ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ СВЕДЕНИЯ** | |
| 4.1. | Рентабельность продаж | |
| 4.2. | Дополнительные косвенные выгоды и воздействие проекта | Сохранение культурно-исторических памятников, улучшение инфраструктуры музейного комплекса, Благоустройство его территории. Все это повысит туристскую привлекательность города Узген. |

## Сведения о «мягких» инвестпроектах

**Название проекта «ОБЗОР И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА СФЕРЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА КЫРГЫЗСТАНА»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Консалтинговая компания или группа экспертов, привлеченные по тендеру |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | |
| 1.3. | Фактический адрес | |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Обзор и совершенствование законодательства в сфере развития туризма в КР (Законодательный проект СПУРТ) |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Проект относится к мягким инвестициям и будет реализован в течение 12 месяцев |
| 2.3. | Место реализации проекта | г.Бишкек с выездами в Ошский регион для сбора информации и общественных консультаций |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Проект будет направлен на детальный обзор и анализ законодательства в области развития туризма, и разработку и внесение требуемых изменений и дополнений в НПА (требуются внести изменения в следующие НПА: *кодексы “Налоговый кодекс”, “Земельный кодекс”, законы “О туризме”, “О пастбищах”, «О возобновляемых источниках энергии», «О Парке креативных индустрий», подзаконные акты, НПА органов МСУ и др.)* |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Имеется ряд консалтинговых компаний и экспертов, которые могут участвовать в тендере |
| 2.8. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Будет привлечена команда из 4-5 экспертов |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 4.3 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 4.3 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | Закупка консультационных услуг |

**Название проекта «РАЗВИТИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРСЕКТОРА ОШСКОГО РЕГИОНА/РЕСПУБЛИКИ»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| 1.1. | Полное наименование | Консалтинговая компания или группа экспертов, привлеченные по тендеру |
| 1.2. | Учредители, акционеры, директор | |
| 1.3. | Фактический адрес | |
| 1.4. | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | |
| 1.5. | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| 2.1. | Название проекта | Развитие профессионально-кадрового потенциала туристского сектора Ошского региона/Республики (Образовательный проект СПУРТ) |
| 2.2. | Тип/категория проекта | Проект относится к мягким инвестициям и будет реализован в течение 3-х лет |
| 2.3. | Место реализации проекта | г. Бишкек с выездами в регионы для сбора информации, общественных консультаций, проведения тренингов и обучающих курсов |
| 2.4. | Краткое описание проекта | Проект будет направлен на разработку и реализацию Программы профессионального развития кадрового потенциала туристского сектора республики. Программа будет включать подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров, обучение тренеров на основе специально подготовленных учебных модулей по следующим направлениям:<br>➢ *«Туризм как локомотив экономики»;*<br>➢ *«Основы зеленой экономики в туризме»;*<br>➢ *«Корпоративная этика и культура обслуживания»;*<br>➢ *«Устойчивая и инклюзивная среда»;*<br>➢ *«Урбанистика и туризм»;*<br>➢ *«Цифровой менеджмент и SMM услуги» и т.д.* |
| 2.5. | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | |
| 2.6. | Конкуренты (местные, региональные и др.) | |
| 2.7. | Оценка местных ресурсов | Имеется ряд консалтинговых компаний и экспертов, которые могут участвовать в тендере |
| 2.8. | Количество создаваемых новых рабочих мест | Будет привлечена команда из 5-7 ключевых экспертов и 10-15 дополнительных краткосрочных экспертов и преподавателей |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| 3.1. | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 25,8 млн сомов |
| 3.2. | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | |
| 3.3. | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства) | |
| 3.4. | Запрашиваемая сумма финансирования | 25,8 млн сомов |
| 3.5. | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | Закупка консультационных услуг |

**Название проекта «РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА МУЗЕЕВ ОШСКОГО РЕГИОНА»**

| № п/п | Наименование данных (сведений) | Описание сведений |
|---|---|---|
| 1. | **СВЕДЕНИЯ О КОМПАНИИ** | |
| **1.1.** | Полное наименование | Консалтинговая компания илигруппа экспертов, привлеченные по тендеру |
| **1.2.** | Учредители, акционеры, директор | |
| **1.3.** | Фактический адрес | |
| **1.4.** | ФИО лица, уполномоченного на представление проекта | |
| **1.5.** | Деятельность инициатора проекта в настоящее время | |
| 2. | **СВЕДЕНИЯ О ПРОЕКТЕ** | |
| **2.1.** | Название проекта | Развитие потенциала музеев Ошского региона (Музейный проект СПУРТ) |
| **2.2.** | Тип/категория проекта | Проект относится к мягким инвестициям и будет реализован в течение 5-х лет |
| **2.3.** | Место реализации проекта | г.Ош с выездами в районы для сбора информации, общественных консультаций, проведения тренингов и обучающих курсов |
| **2.4.** | Краткое описание проекта | Проект будет состоять из трех компонентов:<br>▪ *Компонент «Развитие человеческого капитала»* (включает все виды обучающих мероприятий (тренинги, курсы, консультации, менторство и др).<br>▪ *Компонент «Расширение социального капитала»* (мероприятия, направленные на расширение нетворкинга между сотрудниками музеев: «бизнес-кафе», «фиш-болл», «спикер-ивент» и т. д. Сюда же можно отнести организацию обменных визитов с ведущими музеями Узбекистана, Казахстана, России).<br>▪ *Компонент «Развитие интерактивного подхода».* Этот компонент предполагает организацию и проведение интерактивных игр для детей (по истории, географии, антропологии региона) и взрослых (квесты, кинопоказы, походы, совмещённые с обучением). |
| **2.5.** | Рынки сбыта (потенциальные клиенты, на какие туристы рассчитан проект и т.д.) | |
| **2.6.** | Конкуренты (местные, региональные и др.) | |
| **2.7.** | Оценка местных ресурсов | Имеется ряд консалтинговых компаний и экспертов, которые могут участвовать в тендере |
| **2.8.** | Количество создаваемых новых рабочих мест | Будет привлечена команда из 5-7 ключевых экспертов и 10-15 дополнительных краткосрочных экспертов и преподавателей |
| 3. | **СВЕДЕНИЯ О ФИНАНСИРОВАНИИ** | |
| **3.1.** | Общий объем инвестиций для реализации проекта | 23,2 млн сомов |
| **3.2.** | Рентабельность проекта и наличие анализа затрат и выгод | |
| **3.3.** | Собственное участие инициатора проекта (денежные средства, активы) | |
| **3.4.** | Запрашиваемая сумма финансирования | 23,3 млн сомов |
| **3.5.** | Целевое назначение предполагаемых инвестиций для покупки | Закупка консультационных услуг |

## Приложение 3в. Предварительный бюджет СПУРТ[35]

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| **Стратегическая задача 1.** *ПОВЫСИТЬ КАЧЕСТВО И ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ С* ***ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ*** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **1.** | Запустить предложенный в рамках СПУРТ **Образовательный проект,** в т.ч: | Департамент туризма Фонд туризма ППП КР, МГА и МСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | 2024-2028 | млн сом | - | 25.8 | - | 25.8 | - | 0 | - | 0 | - | -25.8 | - | -25.8 |
| | 1.1. Провести серию тренингов по курсу «Туризм как локомотив экономики». | | 2024-2028 | млн сом | - | 3.7 | - | 3.7 | - | 0 | - | 0 | - | -3.7 | - | -3.7 |
| | 1.2. Провести серию тренингов по курсам «Основы зеленой экономики», «Экологическая ситуация в КР и ЦА», «Устойчивая энергетика и ВИЭ» | | 2024-2028 | млн сом | - | 5.1 | - | 5.1 | - | 0 | - | 0 | - | -5.1 | - | -5.1 |
| | 1.3. Провести серию тренингов по темам | | 2024-2028 | млн сом | - | 5.1 | - | 5.1 | - | 0 | - | 0 | - | -5.1 | - | -5.1 |

[35] Данная таблица является финансовым документом. Для более подробной информации о конкретных мерах см. параграф 3.5. «Общий план мероприятий на 2023-2027 гг. по реализации СПУРТ».

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | «Чего хочет клиент», «Почему важен маркетинг», «SMM-менеджмент» | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 1.4. Провести серию тренингов по повышению финансово-экономической грамотности, корпоративной культуре, составлению бизнес-планов | | 2024-2028 | млн сом | - | 6.8 | - | 6.8 | - | 0 | - | 0 | - | -6.8 | - | -6.8 |
| | 1.5. Провести серию тренингов по темам «Устойчивая и инклюзивная среда», «Городское планирование», «Основы урбанистики» | | 2024-2028 | млн сом | - | 5.1 | - | 5.1 | - | 0 | - | 0 | - | -5.1 | - | -5.1 |
| **2.** | Реализовать образовательный (тренинговый) проект АРИС в сфере туризма<br>В рамках проекта рассмотреть возможность подготовки гидов-проводников для горных районов Ошской области | АРИС ППП КР, МГА и МСУ в Ошской области | 2023-2024 | млн сом | - | 1.8 | - | 1.8 | - | 1.8 | - | 1.8 | - | 0 | - | 0 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| **3.** | Подготовить сотрудников кулинарного бизнеса (на базе ошских профтехучилищ №№ 112 и 116). | Департамент туризма Мэрия г.Ош | 2024-2028 | млн сом | 0 | - | - | 0 | | | | | | | | |
| **4.** | Запустить предложенный в рамках СПУРТ **Музейный проект,** в т.ч: | МКИСМП Департамент туризма ППП КР в Ошской области Мэрия г.Ош | 2024-2028 | млн сом | - | 23.2 | - | 23.2 | - | 0 | - | 0 | - | -23.2 | - | -23.2 |
| | 4.1.Подготавливать гидов-экскурсоводов (компонент проекта «Развитие человеческого капитала») | | 2024-2028 | млн сом | - | 5.1 | - | 5.1 | - | 0 | - | 0 | - | -5.1 | - | -5.1 |
| | 4.2.Организовать обменные визиты сотрудников музеев в ведущие музеи СНГ в (компонент «Расширение социального капитала») | | 2024-2028 | млн сом | - | 8.3 | - | 8.3 | - | 0 | - | 0 | - | -8.3 | - | -8.3 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | 4.3.Внедрить использование интерактивных подходов в работу музеев (компонент «Развитие интерактивного подхода»). | | 2024-2028 | млн сом | - | 9.8 | - | 9.8 | - | 0 | - | 0 | - | -9.8 | - | -9.8 |
| **Стратегическая задача 2**. *ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ* ***ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ*** *ТУРИНДУСТРИИ, СФОКУСИРОВАВШИСЬ НА ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА УСЛУГ* | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **5.** | Объединить Советы по развитию туризма при ППП КР Ошской области и Мэрии г.Ош в единый Совет (ООСРТ) | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | 2024 | млн сом | 0 | - | - | 0 | | | | | | | | |
| **6.** | Создать территориальные комиссии по обеспечению безопасности на туристских объектах | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | 2024 | млн сом | 0 | - | - | 0 | | | | | | | | |
| **7.** | Проводить социологические опросы по учёту мнения населения в сфере туризма в Ошском регионе с приглашением профессиональных | Департамент туризма Фонд туризма | 2024-2028 | млн сом | - | 5.2 | - | 5.2 | - | 0 | - | 0 | - | -5.2 | - | -5.2 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | социологических компаний | | | | | | | | | | | | | | | |
| **8.** | Внедрить систему Сателлитного счета туризма в региональном туристском секторе Ошского региона | Департамент туризма НСК КР ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош АРИС | 2025-2026 | млн сом | - | 40 | - | 40 | - | 40 | - | 40 | - | 0 | - | 0 |
| **Стратегическая задача 3.** *УСОВЕРШЕНСТВОВАТЬ* ***НОРМАТИВНУЮ ПРАВОВУЮ СРЕДУ*** *В ЦЕЛЯХ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА* | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **9.** | Запустить предложенный в рамках СПУРТ **Законодательный проект,** в т.ч.: | Департамент туризма Фонд туризма | 2024-2025 | млн сом | - | 4.3 | - | 4,3 | - | 0 | - | 0 | - | -4.3 | - | -4.3 |
| | 9.1. Внесения изменений в следующие НПА:<br>- Налоговый кодекс КР,<br>- Земельный кодекс КР,<br>- Закон “О туризме”,<br>- Закон КР “О пастбищах”,<br>- «О возобновляемых источниках энергии»,<br>-«О Парке креативных индустрий», | Профильные ведомства ППП КР, МГА и МСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | | | - | 2.5 | - | 2.5 | - | 0 | - | 0 | - | -2.5 | - | -2.5 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | - подзаконные акты, НПА органов МСУ и др.) | | | | | | | | | | | | | | | |
| | 9.2. Разработать нормы безопасности по пребыванию туристов в КР | Департамент туризма МЧС КР МЗ КР | | | - | 0.9 | - | 0.9 | - | 0 | - | 0 | - | -0.9 | - | -0.9 |
| | 9.3. Разработать нормы и профессиональные стандарты, регулирующие работу гидов и инструкторов приключенческого туризма | Департамент туризма МЧС КР | | | - | 0.9 | - | 0.9 | - | 0 | - | 0 | - | -0.9 | - | -0.9 |
| **Стратегическая задача 4.** *ПОПУЛЯРИЗИРОВАТЬ КУЛЬТУРУ БЕРЕЖНОГО ОТНОШЕНИЯ К ПРИРОДЕ ЧЕРЕЗ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРИНЦИПОВ* ***ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКИ*** *И УСТОЙЧИВОГО ТУРИЗМА* | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **10.** | Через СМИ, ТВ и социальные сети проводить информационные компании о бережном отношении к окружающей среде. | МПРЭТН КР ППП КР, МГА И ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош | 2024-2028 | млн сом | - | 2.8 | - | 2.8 | - | 0 | - | 0 | - | -2.8 | - | -2.8 |
| **11.** | Провести системный экологический аудит всех туристских дестинаций Ошского региона | Департамент туризма МПРЭТН КР | 2024-2025 | млн сом | - | 8.8 | - | 8.8 | - | 0 | - | 0 | - | -8.8 | - | -8.8 |
| **12.** | Изучить возможности реализации в Ошском | Департамент туризма | 2024-2025 | млн сом | - | 7.9 | - | 7.9 | - | 0 | - | 0 | - | -7.9 | - | -7.9 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | регионе комплекса мер, направленных на:<br>- посадку лесных массивов у горных склонов и иных засухо- и солеустойчивых культур,<br>- внедрение биогазовых технологий в аграрный сектор,<br>- внедрение технологий капельного и дискретного орошения, дождевания. | МПРЭТН КР<br>МСХ КР<br>ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области,<br>Мэрия г.Ош | | | | | | | | | | | | | | |
| **Стратегическая задача 5**. *СПОСОБСТВОВАТЬ РОСТУ УЗНАВАЕМОСТИ РЕГИОНА НА МИРОВОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ* ***СОВРЕМЕННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ*** | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **13.** | Создать Туристский портал Ошского региона, включающий в т.ч:<br>- информацию о музейных объектах и туристских дестинациях Ошского региона,<br>- информацию о перечне субъектов бизнеса, осуществляющих доставку продуктов и товаров; | Департамент туризма<br>Департамент туризма<br>МЧС КР<br>ППП КР в Ошской области,<br>Мэрия г.Ош | 2024 | млн сом | - | 1.8 | - | 1.8 | - | 0 | - | 0 | - | -1.8 | - | -1.8 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | - материалы по вопросам безопасности туристов,<br>- цифровой архив документов и знаний по туризму. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **14.** | Реализовать музейный проект АРИС<br>В рамках проекта:<br>- провести маркетинг-ориентированную интерпретацию историко-культурной значимости Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса для повышения интереса среди туристов;<br>- провести диагностику работы Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса для определения возможностей по ведению коммерческой деятельности государственных музеев;<br>- внедрить нормы по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей | МКИСМП<br>Департамент туризма<br>Мэрия г.Ош<br>Мэрия г.Узген<br>АРИС | 2023-2024 | млн сом | - | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.8 | - | 0 | - | 0 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | в музеях Сулайман-Тоо и Узгенский комплекс. | | | | | | | | | | | | | | | |
| **Стратегическая задача 6**. *НЕОБХОДИМО СОЗДАТЬ БЛАГОПРИЯТНЫЕ* ***ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ*** *ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА* | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **15.** | Разработать дорожную карту по распространению механизмов ГЧП на туристский сектор | МЭК КР МФ КР ППП КР в Ошской области Мэрия г.Ош | 2024 | млн сом | - | 2.7 | - | 2.7 | - | 0 | - | 0 | - | -2.7 | - | -2.7 |
| **16.** | Провести кампанию по информированию представителей туриндустрии региона о возможностях кредитования бизнеса и фандрайзингу. | Департамент туризма МЭК КР | 2024-2025 | млн сом | - | 0.9 | - | 0.9 | - | 0 | - | 0 | - | -0.9 | - | -0.9 |
| **Стратегическая задача 7**. *НАЛАДИТЬ РАБОТУ ПО КОМПЛЕКСНОМУ РАЗВИТИЮ* ***ИНФРАСТРУКТУРЫ*** *РЕГИОНА С УЧЕТОМ ПОТРЕБНОСТЕЙ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ* | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **17.** | Разработать программу по улучшению пешеходной и вело инфраструктуры, парковочных пространств в крупных населенных пунктах Ошского региона | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош | 2024 | млн сом | - | 4.5 | - | 4.5 | - | 0 | - | 4.5 | - | -4.5 | - | -4.5 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| **18.** | Разработать программу/программы по электрификации и расширению охвата мобильной связи в местах расположения туристских дестинаций в отдаленных горных районах Ошской области | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Ошэлектро Мобильные операторы | 2024 | млн сом | - | 22.5 | | 22.5 | - | 0 | - | 0 | - | -22.5 | - | -22.5 |
| **19.** | Улучшить материально-техническую базу и инфраструктуру Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса в рамках компонента 3 ПРЭР АРИС «Катализирующие инвестиции для туризма и городского развития» | МКИСМП ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош АРИС | 2024-2028 | млн сом | - | 540 | | 540 | - | 540 | | 540 | | 0 | | 0 |
| **20.** | Реализовать проекты АРИС и Фонда туризма по строительству рест поинтов в Ошском регионе, включая: | ППП КР в Ошской области Мэрия г.Ош | | | | | | | | | | | | | | |
| | 20.1. Строительство 11 рест-поинтов Фонда туризма | Фонд туризма | 2024-2025 | млн сом | 9.9 | - | - | 9.9 | 9.9 | - | - | 9.9 | 0 | - | - | 0 |

| № | Меры/мероприятия | Ответствен. стороны | Врем. рамки | Ед. изм. | ПОТРЕБНОСТЬ В ФИНАНСИРОВАНИИ | | | | ВОЗМОЖНОСТИ | | | | ФИНАНСОВЫЙ РАЗРЫВ | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего | Гос. бюджет | ПГИ и гранты | др. | Всего |
| | 20.2. Строительство 3 рест поинтов АРИС | АРИС | 2024-2025 | млн сом | - | 3.03 | - | 3.03 | - | 3.03 | | 3.03 | - | 0 | - | 0 |
| **21.** | Реализовать предложенные в рамках СПУРТ инфраструктурные проекты по модернизации основных туристских дестинации (горнолыжный комплекс «Памиро-Алай», «Дулдул-Ат», «Кожокелен» и др.) (см. приложение 3 б). | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Фонд туризма АРИС | 2024-2028 | млн сом | - | 170,5 | 53,5 | 224 | - | 0 | 53,5 | 53,5 | | -170,5 | 0 | -170,5 |
| **22.** | Изучить вопрос комплексной модернизации аэропорта г.Ош, включая строительство нового терминала и мультимодального транспортного центра на его базе | Департамент туризма ФУГИ при МЭК КР МТК КР Мэрия г.Ош ППП КР в Ошской области | 2025 | млн сом | - | 9 | - | 9 | - | 0 | - | 0 | - | -9 | - | -9 |
| **23.** | Разработать программу по повышению привлекательности автовокзалов г.Ош | Мэрия г.Ош МТК КР | 2024 | млн сом | - | 0.9 | - | 0.9 | - | 0 | - | 0 | - | -0.9 | - | -0.9 |

**Приложение 3г. Предварительный бюджет проведения SILK ROAD FORUM/EXPO**

| Статья расходов | Ед. изм. | Кол-во | Стоимость | Сумма | Примечание |
|---|---|---|---|---|---|
| Трансфер участников форума и выставки из-за рубежа | чел. | 30 | 500 | 15000 | Авиабилеты в 2 конца. |
| Трансфер участников форума и выставки из Бишкека | чел. | 20 | 80 | 1600 | Авиабилеты Бишкек-Ош-Бишкек |
| Проживание участников и почетных гостей | чел. | 50 | 40 | 4000 | Проживание с 2 ночевками в отелях. |
| POS материалы форума | комплект | 100 | 10 | 1000 | Папки, программы с лого Саммита, флешка-сувенир и т.д. |
| Синхронный перевод с оборудованием | группа | 1 | 2 000 | 2000 | Русский, кыргызский, английский, китайский языки. Наушники участникам форума, кабинки переводчиков, оборудование для синхронного перевода. |
| Производство промо-роликов | шт. | 2 | 1 000 | 2000 | 1. Ролик SILK ROAD FORUM. 2. Ролик SILK ROAD EXPO |
| SMM-маркетинг форума и выставки | Таргет рынки | 3 | 500 | 1500 | Кыргызстан, СНГ, Европа. |
| Изготовление шатров для SILK ROAD EXPO | шт. | 100 | 100 | 10000 | 100 выставочных шатров. |
| Непредвиденные расходы | | 1 | 1 000 | 1000 | Расходы на экспертов для подготовки шоу мероприятий - сценарий, театральные постановки и т.д. |
| Фуршет-ужин для участников форума и выставки | чел. | 100 | 10 | 1000 | Делегатам, почетным гостям, журналистам. |
| **ИТОГО (в долл. США)** | | | | **39 100** | |

**Приложение 3д. Матрица индикаторов мониторинга и оценки реализации мероприятий СПУРТ на 2023-2028 гг.**

| ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО СЕКТОРА ОШСКОГО РЕГИОНА СОГЛАСНО СПУРТ | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Наименование показателей | **2023** | **2024** | **2025** | **2026** | **2028** | **2028** |
| ***Предприятия, организации туризма и учреждения отдыха, единиц*** | | | | | | |
| Ошская область | 22 | 24 | 27 | 31 | 34 | 39 |
| г. Ош | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 | 29 |
| ***Услуги деятельности туристских агентств, млн сомов*** | | | | | | |
| Ошская область | 0.8 | 1.0 | 1.3 | 1.7 | 2.2 | 2.8 |
| г. Ош | 30 | 41 | 56 | 76 | 104 | 142 |
| ***Услуги гостиниц и других средств краткосрочного проживания, млн сомов*** | | | | | | |
| Ошская область | 15,2 | 16,5 | 17.9 | 19.4 | 21.1 | 22.9 |
| г. Ош | 83.8 | 85.6 | 87.5 | 89.4 | 91.3 | 93.3 |
| ***Численность внутренних туристов, человек*** | | | | | | |
| Ошская область | 45,600 | 70,593 | 109,285 | 169,183 | 261,911 | 405,463 |
| г. Ош | 34,916 | 39,839 | 45,455 | 51,864 | 59,175 | 67,518 |
| ***Численность иностранных туристов, человек*** | | | | | | |
| г. Ош | 5, 446 | 6,784 | 8,450 | 10,526 | 13,112 | 16,332 |
| ***Длительность пребывания, в целом по региону, дней*** | 3.8 | 4 | 4.2 | 4.3 | 4.4 | 4.5 |
| ***Средние расходы, долл. США*** | 86 | 94 | 105 | 111 | 118 | 125 |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| **1.** | Запустить предложенный в рамках СПУРТ **Образовательный проект,** в т.ч: | Общее число обученных в рамках Образовательного проекта СПУРТ (одни и те же люди могут посещать несколько курсов) | чел. | 0 | 295 (20%) | 295 (40%) | 295 (60%) | 295 (80%) | 295 (100%) | 1,475 | Департамент туризма Фонд туризма ООСРТ (как объединенный орган от региона) |
| | 1.1. Провести серию тренингов по курсу «Туризм как локомотив экономики». | Количество обученных на курсах | чел. | 0 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 150 | |
| | 1.2. Провести серию тренингов по курсам «Основы зеленой экономики», «Экологическая ситуация в КР и ЦА», «Устойчивая энергетика и ВИЭ» | Общее количество обученных на 3 курсах | чел. | 0 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 375 | |
| | 1.3. Провести серию тренингов по темам «Чего хочет клиент», «Почему важен маркетинг», «SMM-менеджмент» | Общее количество обученных на 3 курсах | чел. | 0 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 375 | |
| | 1.4. Провести серию тренингов по повышению финансово-экономической грамотности, | Количество обученных на двух курсах | чел. | 0 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 200 | |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| | корпоративной культуре, составлению бизнес-планов | | | | | | | | | | |
| | 1.5. Провести серию тренингов по темам «Устойчивая и инклюзивная среда», «Городское планирование», «Основы урбанистики» | Общее количество обученных на 3 курсах | чел. | 0 | 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 375 | |
| **2.** | Реализовать образовательный (тренинговый) проект АРИС в сфере туризма. В рамках проекта рассмотреть возможность подготовки гидов-проводников для горных районов Ошской области | Количество обученных | чел. | 0 | 30 (100%) | - | - | - | - | 30 | АРИС ППП КР, МГА и МСУ в Ошской области ООСРТ |
| **3.** | Подготовить сотрудников кулинарного бизнеса для туристких дестинаций региона | Общее количество прошедших обучение (на базе ошских профтехучилищ №№ 112 и 116). | чел. | 0 | 20 (20%) | 20 (40%) | 20 (60%) | 20 (80%) | 20 (100%) | 100 | Департамент туризма Мэрия г.Ош ООСРТ |
| **4.** | Запустить предложенный в рамках СПУРТ | | | | | | | | | | МКИСМП Департамент туризма |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| | **Музейный проект,** в т.ч: | | | | | | | | | | ППП КР в Ошской области Мэрия г.Ош |
| | 4.4.Подготавливать гидов-экскурсоводов (компонент проекта «Развитие человеческого капитала») | Общее количество прошедших обучение | чел. | 0 | 12 (20%) | 12 (40%) | 12 (60%) | 12 (80%) | 12 (100%) | 60 | |
| | 4.5.Организовать обменные визиты сотрудников музеев в ведущие музеи СНГ в (компонент «Расширение социального капитала») | Количество прошедших стажировку | чел. | 0 | 3 (20%) | 3 (40%) | 3 (60%) | 3 (80%) | 3 (100%) | 15 | |
| | 4.6.Внедрить использование интерактивных подходов в работу музеев (компонент «Развитие интерактивного подхода»). | Уровень внедрения интерактивных методов работы и оборудования музеев соответствующим оборудованием | % | 0 | Не менее 10 | Не менее 20 | Не менее 30 | Не менее 40 | Не менее 50 | 50 | |
| **5.** | Объединить Советы по развитию туризма при ППП КР Ошской области и Мэрии г.Ош в единый Совет (ООСРТ) | Ежегодный рост числа решеных ООСРТ вопросов по проблемам туристского сектора в Ошском регионе | % | - | - | Не менее 10 | Не менее 10 | Не менее 20 | Не менее 20 | 20 | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| **6.** | Создать территориальные комиссии по обеспечению безопасности на туристских объектах | Процент созданных территориальных в административно-территориальных единицах | % | - | Не менее 20 | Не менее 50 | Не менее 80 | Не менее 90 | Не менее 100 | 100 | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош ООСРТ |
| **7.** | Проводить социологические опросы по учёту мнения населения в сфере туризма в Ошском регионе с приглашением профессиональных социологических компаний | Субъекты участвующие в специальном изучении при условии проведения ежегодных опросов | % | 0 | Не менее 50 | Не менее 60 | Не менее 80 | Не менее 90 | Не менее 100 | 100 | Департамент туризма Фонд туризма ООСРТ |
| **8.** | Внедрить систему Сателлитного счета туризма в региональном туристском секторе Ошского региона | Субъекты участвующие во внедрении региональных вспомогательных счетов | % | 0 | - | - | Не менее 60 | Не менее 80 | Не менее 100 | 100 | Департамент туризма НСК КР АРИС ООСРТ |
| **9.** | Запустить предложенный в рамках СПУРТ **Законодательный проект (в 2024-2025 гг.),** в т.ч.: | | | | | | | | | | |
| | 9.1. Внесения изменений в следующие НПА:<br>- Налоговый кодекс,<br>- Земельный кодекс,<br>- Закон “О туризме”, | 1. Число внесённых проектов НПА, затрагивающих | % от обще-го чис-ла по | 0 | Не менее 40 | Не менее 80 | - | - | - | 80 | Профильные ведомства ППП КР, МГА и МСУ в Ошской области Мэрия г.Ош |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| | - Закон КР “О пастбищах”,<br>- «О возобновля-емых источниках энергии»,<br>-«О Парке креативных индустрий»,<br>- подзаконные акты, НПА органов МСУ) | туристский сектор<br><br>2. Число принятых проектов НПА, затрагивающих туристский сектор | ито-гам ин-вен-тари-зации | | Не менее 20 | Не менее 60 | | | | 60 | |
| | 9.2. Разработать нормы безопасности по пребыванию туристов в КР | Уровень внедрения норм безопасности при их принятии | % | 0 | - | - | Не менее 20 | Не менее 50 | Не менее 80 | 80 | Департамент туризма<br>МЧС КР<br>МЗ КР |
| | 9.3. Разработать нормы и профессиональные стандарты, регулирующие работу гидов и инструкторов приключенческого туризма | Уровень внедрения норм и стандартов при их принятии | % | 0 | - | - | Не менее 20 | Не менее 50 | Не менее 80 | 80 | Департамент туризма<br>МЧС КР |
| **10.** | Через СМИ, ТВ и социальные сети проводить информационные кампании о бережном отношении к окружающей среде. | Кумулятивный уровень осведомленности населения Ошского региона (знакомство с кампанией) от общего числа населения | % | 10 | Не менее 15 | Не менее 20 | Не менее 30 | Не менее 40 | Не менее 50 | 50 | МПРЭТН КР<br>ППП КР, МГА И ОМСУ в Ошской области, Мэрия г.Ош |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| **11.** | Провести системный экологический аудит всех туристских дестинаций Ошского региона | Процент охвата туристских дестинаций | % | 0 | 50 | 100 | - | - | - | 100 | Департамент туризма МПРЭТН КР |
| **12.** | Изучить (в 2024-2025) возможности реализации в Ошском регионе комплекса мер, направленных на:<br>- посадку лесных массивов у горных склонов и иных засухо- и солеустойчивых культур,<br>- внедрение биогазовых технологий в аграрный сектор,<br>- внедрение технологий капельного и дискретного орошения, дождевания. | Количество запущенных/привлеченных проектов по итогам разработки плана/программы | ед. | - | - | - | 1 | 2 | 3 | 6 (общее количество) | Департамент туризма МПРЭТН КР<br>МСХ КР<br>ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области,<br>Мэрия г.Ош |
| **13.** | Создать Туристский портал Ошского региона, включающий в т.ч:<br>- информацию о музейных объектах | Ежедневный трафик посещения портала после его создания | чис-ло по-сеще-ний | - | - | 500 | 900 | 1,500 | 2,500 | 2,500 | Департамент туризма Департамент туризма МЧС КР |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| | и туристских дестинациях Ошского региона,<br>- информацию о перечне субъектов бизнеса, осуществляющих доставку продуктов и товаров;<br>- материалы по вопросам безопасности туристов,<br>- цифровой архив документов и знаний по туризму. | | | | | | | | | | ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош |
| **14.** | Реализовать музейный проект АРИС<br>В рамках проекта:<br>- провести маркетинг-ориентированную интерпретацию историко-культурной значимости Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса для повышения интереса среди туристов;<br>- провести диагностику работы | Внедрение предложенных мер | сте-пень реа-лиза-ции (%) | - | - | Не менее 20 | Не менее 40 | Не менее 60 | Не менее 80 | 80 | МКИСМП КР<br>Департамент туризма<br>Мэрия г.Ош<br>Мэрия г.Узген<br>АРИС |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| | Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса для определения возможностей по ведению коммерческой деятельности государственных музеев;<br>- внедрить нормы по оценке, восстановлению и сохранению культурных ценностей в музеях Сулайман-Тоо и Узгенский комплекс. | | | | | | | | | | |
| **15.** | Разработать (в 2024 г.) дорожную карту по распространению механизмов ГЧП на туристский сектор | Количество запущенных/привлеченных проектов по итогам разработки плана/программы | ед. | - | - | 2 | 4 | 6 | 10 | 22 (общее количество) | МЭК КР<br>МФ КР<br>ППП КР в Ошской области<br>Мэрия г.Ош |
| **16.** | Провести кампанию по информированию представителей туриндустрии региона о возможностях кредитования бизнеса и фандрайзингу. | Кумулятивный уровень осведомленности населения Ошского региона в целевой группе потенциальных бизнесменов турсектора | % | 0 | Не менее 20 | Не менее 30 | Не менее 40 | Не менее 60 | Не менее 80 | 80 | Департамент туризма<br>МЭК КР |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Единица | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| **17.** | Разработать программу по улучшению пешеходной и вело инфраструктуры, парковочных пространств в крупных населенных пунктах Ошского региона | Внедрение предложенных мер | степень реализации (%) | - | - | Не менее 20 | Не менее 40 | Не менее 60 | Не менее 80 | 80 | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Мэрия г.Ош |
| **18.** | Разработать программу/программы по электрификации и расширению охвата мобильной связи в местах расположения туристских дестинаций в отдаленных горных районах Ошской области | Внедрение предложенных мер | степень реализации (%) | - | - | Не менее 20 | Не менее 40 | Не менее 60 | Не менее 80 | 80 | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Ошэлектро Мобильные операторы |
| **19.** | Улучшить материально-техническую базу и инфраструктуру Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса в рамках компонента 3 ПРЭР АРИС «Катализирующие инвестиции для | Реализация мероприятий, заложенных в проекте | степень реализации (%) | - | - | Не менее 25 | Не менее 50 | Не менее 75 | Не менее 100 | 100 | МКИСМП ППП КР в Ошской области, Мэрия г.Ош АРИС |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Еди-ница | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| | туризма и городского развития» | | | | | | | | | | |
| **20.** | Реализовать проекты АРИС и Фонда туризма по строительству рест поинтов в Ошском регионе, включая: | | | - | | | | | | | ППП КР в Ошской области Мэрия г.Ош |
| | 20.1. Строительство 11 рест поинтов Фонда туризма | Осуществление строительных и пуско-наладочных мероприятий | ед.<br>сте-пень реа-лиза-ции (%) | 0 | 5<br>45 | 6<br>55 | - | - | - | 11<br>100 | Фонд туризма |
| | 20.2. Строительство 3 рест поинтов АРИС | Осуществление строительных и пуско-наладочных мероприятий | ед.<br>сте-пень реа-лиза-ции (%) | 0 | 1<br>66 | 2<br>33 | - | - | - | 3<br>100 | АРИС |
| **21.** | Реализовать предложенные в рамках СПУРТ инфраструктурные проекты по модернизации основных туристских | Осуществление строительных и пуско-наладочных мероприятий | ед.<br>сте-пень реа-лиза-ции (%) | 0 | 1<br>9 | 3<br>25 | 4<br>33 | 3<br>25 | 1<br>8 | 12<br>100 | ППП КР, МГА и ОМСУ в Ошской области Фонд туризма АРИС |

| № | Задачи (мероприятия) | Описание индикатора | Единица | Базовый 2023 год | Промежуточные (годовые) показатели | | | | | Конечные индикаторы или целевые показатели | Ответствен. стороны |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | 2024 | 2025 | 2026 | 2027 | 2028 | | |
| | дестинации (горнолыжный комплекс «Памиро-Алай», «Дулдул-Ат», «Кожокелен» и др.) (см. приложение 3 б). | | | | | | | | | | |
| **22.** | Изучить вопрос комплексной модернизации аэропорта г.Ош, включая строительство нового терминала и мультимодального транспортного центра на его базе | Осуществление строительных и пуско-наладочных мероприятий в случае принятия решения о реализации проекта | степень реализации (%) | 0 | - | - | - | Не менее 30 | Не менее 100 | 100 | Департамент туризма ФУГИ при МЭК КР МТК КР Мэрия г.Ош ППП КР в Ошской области |
| **23.** | Разработать программу по повышению привлекательности автовокзалов г.Ош | Осуществление строительных и пуско-наладочных мероприятий в случае принятия решения о реализации проекта | степень реализации (%) | 0 | - | Не менее 50 | Не менее 100 | - | - | 100 | Мэрия г.Ош ФУГИ при МЭК КР МТК КР |

По всем вопросам, связанным с данным изданием, обращаться
по электронной почте: central.asia.prospects@gmail.com