

# СТРАТЕГИЯ И ПЛАН УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ОШСКОМ РЕГИОНЕ

Ошский регион - ощути разнообразие культур!



КРАТКАЯ ВЕРСИЯ



# СОДЕРЖАНИЕ

## Введение

Продвижение принципов зеленой экономики

## Текущее положение туристского сектора

Меры постпандемийной модернизации сектора

### Национальные и международные тренды **9**

Зимний туризм, как фактор обеспечения всесезонности туризма

Количество прибывших иностранных граждан

Развитие геопарков

География прибытий иностранных граждан

Инвестиции в инфраструктуру туристских дестинаций

Число посещений предприятий туризма

Создание туристских сервисных центров

Количество хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере туризма в Ошском регионе

## Как добиться этих целей

Руководящие принципы **25**

### Туристский потенциал Ошского региона **12**

Стратегические задачи **26**

### Проблемы и вызовы, стоящие перед региональным туристским сектором **14**

Человеческие ресурсы

Институциональная поддержка

Нормативная правовая среда

## Каким он должен стать в 2028 году

Зеленая экономика

### Видение и основные цели **17**

Маркетинг

Целевые показатели развития туристского сектора Ошского региона

Финансы

Инфраструктура

### Основные механизмы достижения целевых показателей **17**

Новая маркетинговая стратегия для Ошского региона **34**

### Основные векторы перспективного развития **18**

Бренды и ивенты

Модель SMG

Совершенствование статистики туризма



# ВВЕДЕНИЕ

История туристской индустрии Кыргызстана насчитывает не одно десятилетие. Начиная со второй половины XX века, за озером 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 городе Ош по большей части остался в стороне от этих масштабных процессов.

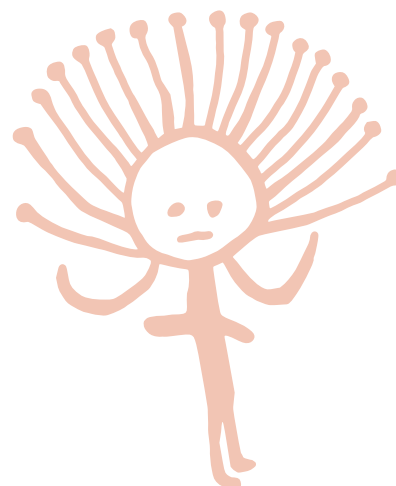
**Процесс разработки СПУРТ** строился на взаимодействии с широким кругом заинтересованных сторон, включая местные и республиканские органы власти, туристские ассоциации и операторы, потенциальных инвесторов, представителей местных сообществ, экспертов отрасли. Документ основывается на обработке данных полевых исследований, диагностических интервью, экспертных оценок, а также статистических материалов.

В структурном отношении СПУРТ состоит из трех разделенных на параграфы глав: «Ситуационный анализ турсектора Ошского сектора», «Стратегическое видение развития турсектора» и «Комплекс мероприятий для устойчивого развития сектора».

Проект «Региональное экономическое развитие», запущенный АРИС КР при финансовой поддержке Всемирного Банка, нацелен на сокращение дисбалансов в развитии Ошского региона, в том числе через увеличение вклада туризма в местное экономическое развитие. Одним из подкомпонентов этого проекта является разработка региональной Стратегии и Плана устойчивого развития туризма (СПУРТ) в рамках компонента «Катализирующие инвестиции для туризма и городского развития».

Представленная в документе оценка текущего положения туристской индустрии и рекомендованные мероприятия коррелируют с основными положениями проекта Программы устойчивого развития туризма в Кыргызской Республике на 2023-2027 годы.

**С полной версией СПУРТ** можно ознакомиться по ссылке:



6 **Целью данного стратегического документа** является выработка комплексного плана мероприятий и экспертных рекомендаций, направленных на обеспечение поступательного развития туристского сектора Ошского региона (в составе Ошской области и города Ош) по 2028 год. Разработчики документа ставили задачей

исследование регионального турсектора через анализ имеющихся в нем проблем и нераскрытых возможностей, сфокусировавшись на поиске устойчивых форм развития туризма. При этом было поставлено три вопроса, на которые нужно было дать развернутый ответ.

### **Каково текущее положение турсектора?**

Анализ текущего состояния отрасли через оценку его общего потенциала и рассмотрение отдельных субсекторов (госуправления, транспорта, музейного дела, маркетинга, кадров) и проблемных полей (НПА, экологии и безопасности).

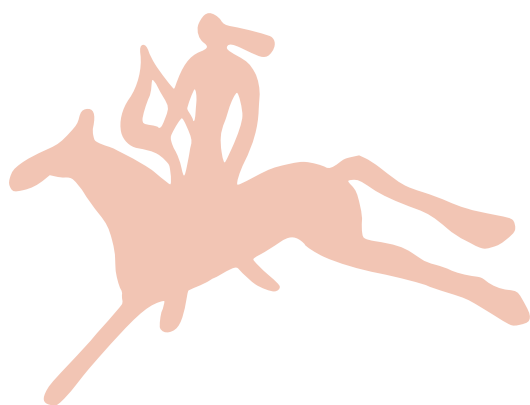
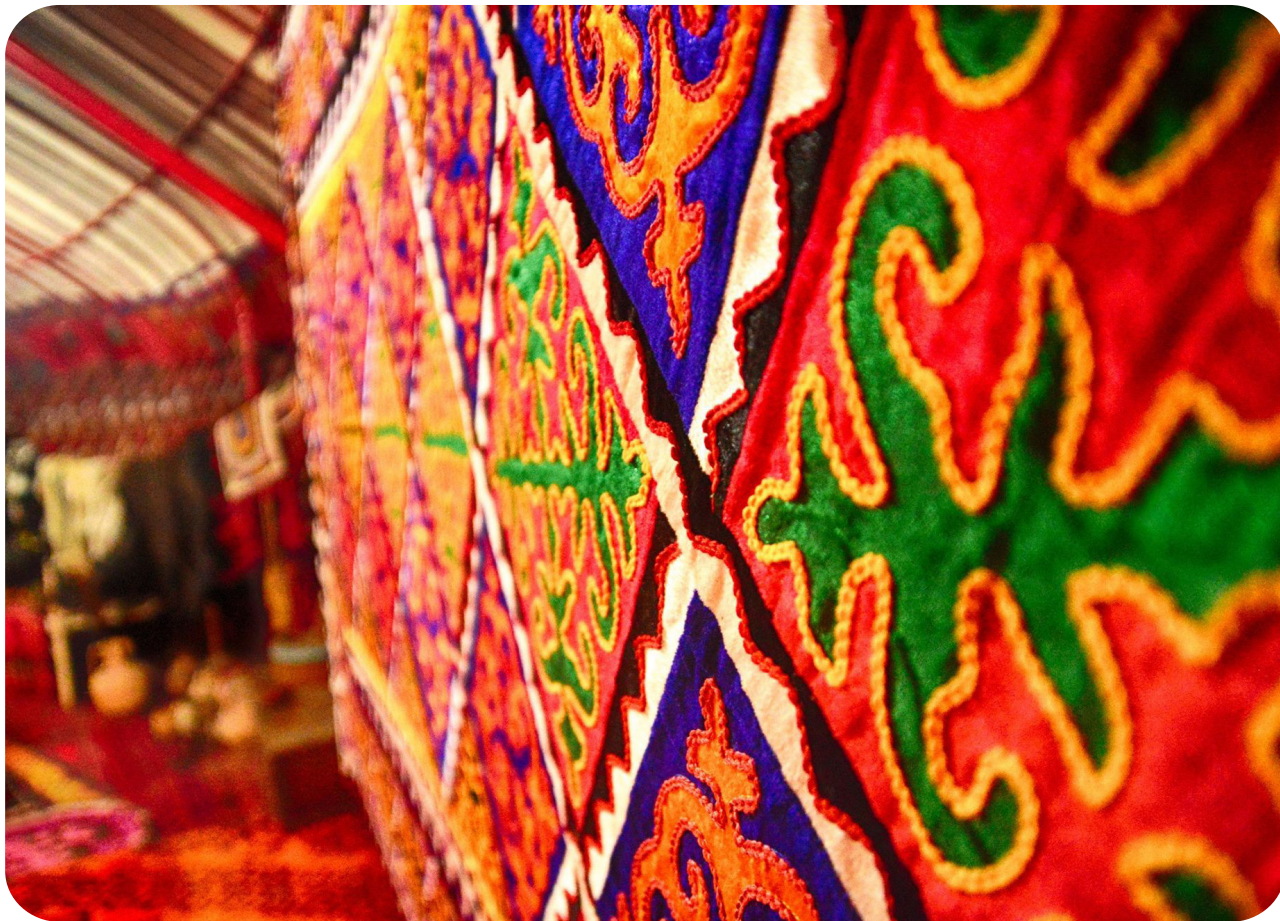
### **Каким он должен стать в 2028 году?**

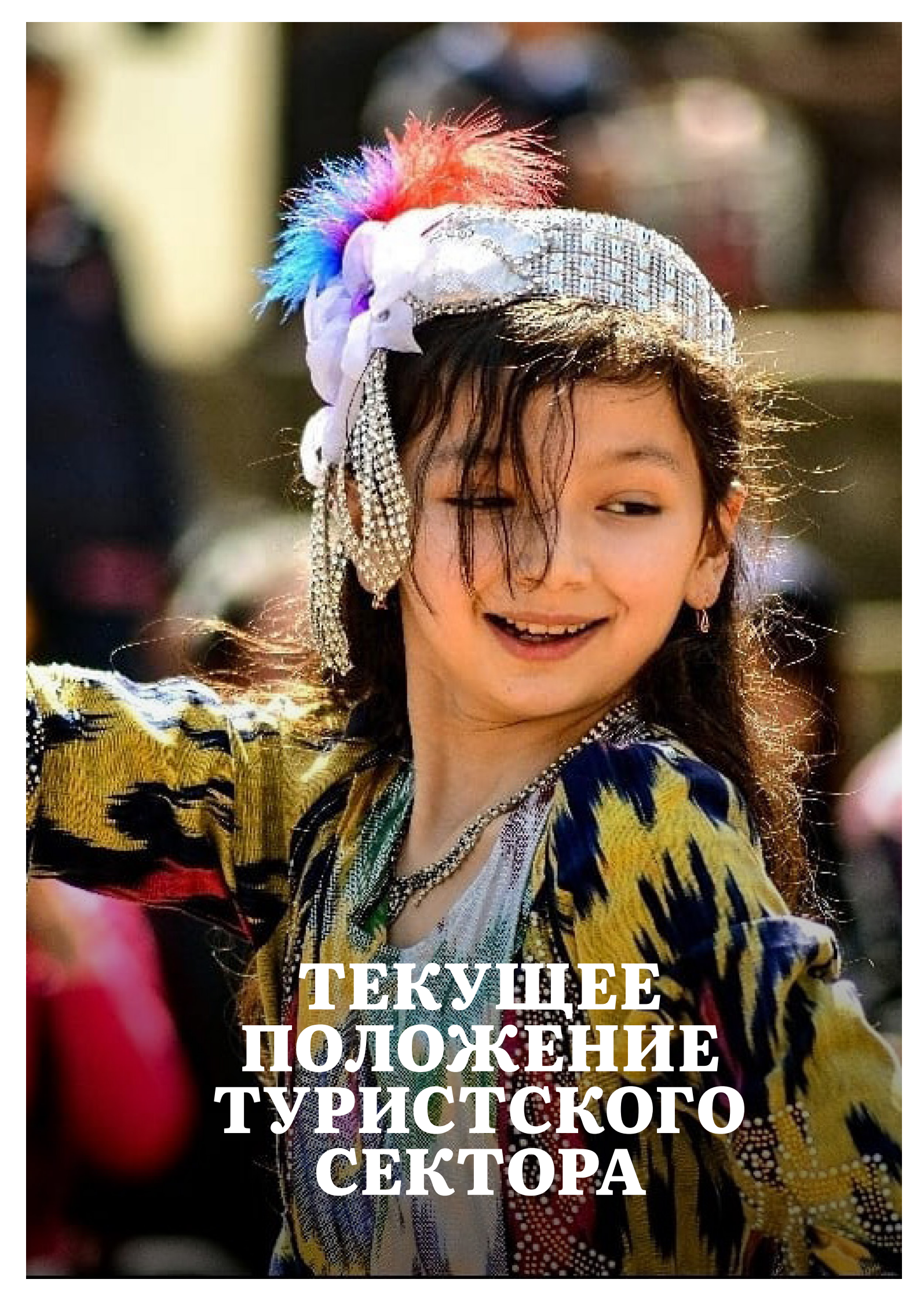
Определение видения на развитие сектора через оценку роли и места Ошского региона в контексте глобальных и центральноазиатских трендов и выявление перспективных направлений для его устойчивого развития.

### **Как этого добиться?**

Программирование конкретных инвестиционных, маркетинговых и коммуникационных мероприятий, направленных на совершенствование туристского сектора региона, придания ему устойчивых форм функционирования и роста.





A young girl with dark hair is smiling, wearing a traditional Kazakh hat (doppa) with a colorful feathered plume in red, blue, and purple. She is also wearing a patterned shawl (shyrt) with yellow, blue, and black designs. The background is blurred, suggesting an outdoor setting.

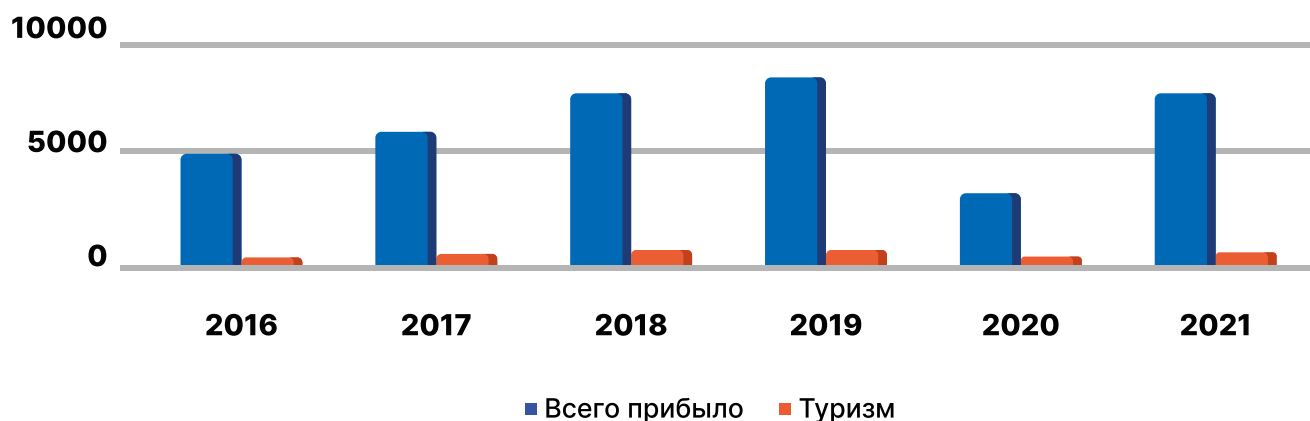
**ТЕКУЩЕЕ  
ПОЛОЖЕНИЕ  
ТУРИСТСКОГО  
СЕКТОРА**

- Узнаваемость Кыргызстана на мировом туристском рынке постепенно растет. В «Индексе конкурентоспособности сектора путешествий и туризма» в период с 2015 по 2021 гг. Кыргызстан поднялся с 116 на 90 место.
- По данным Национального статистического комитета КР, вклад туризма в ВВП республики с 2015 по 2019 гг. увеличился с 4,7 до 5,1%. В то же время достижению прогнозных показателей в 7% к 2023 г. поме-

шала пандемия COVID-19, из-за которой этот индикатор снизился до 3,3% в 2020 г. и немного поправился до 3,6% по итогам 2021 г.

- Еще более заметным было снижение во въездном туризме. По данным Погранслужбы КР, количество лиц, указавших цель «туризм» при въезде, уменьшилось почти в 25 раз.






### Количество прибывших иностранных граждан, тыс. чел.



- При этом менялась и географическая структура посещений. Если ранее это были в основном граждане Казахстана, то

в последние годы в лидеры выбился Узбекистан.

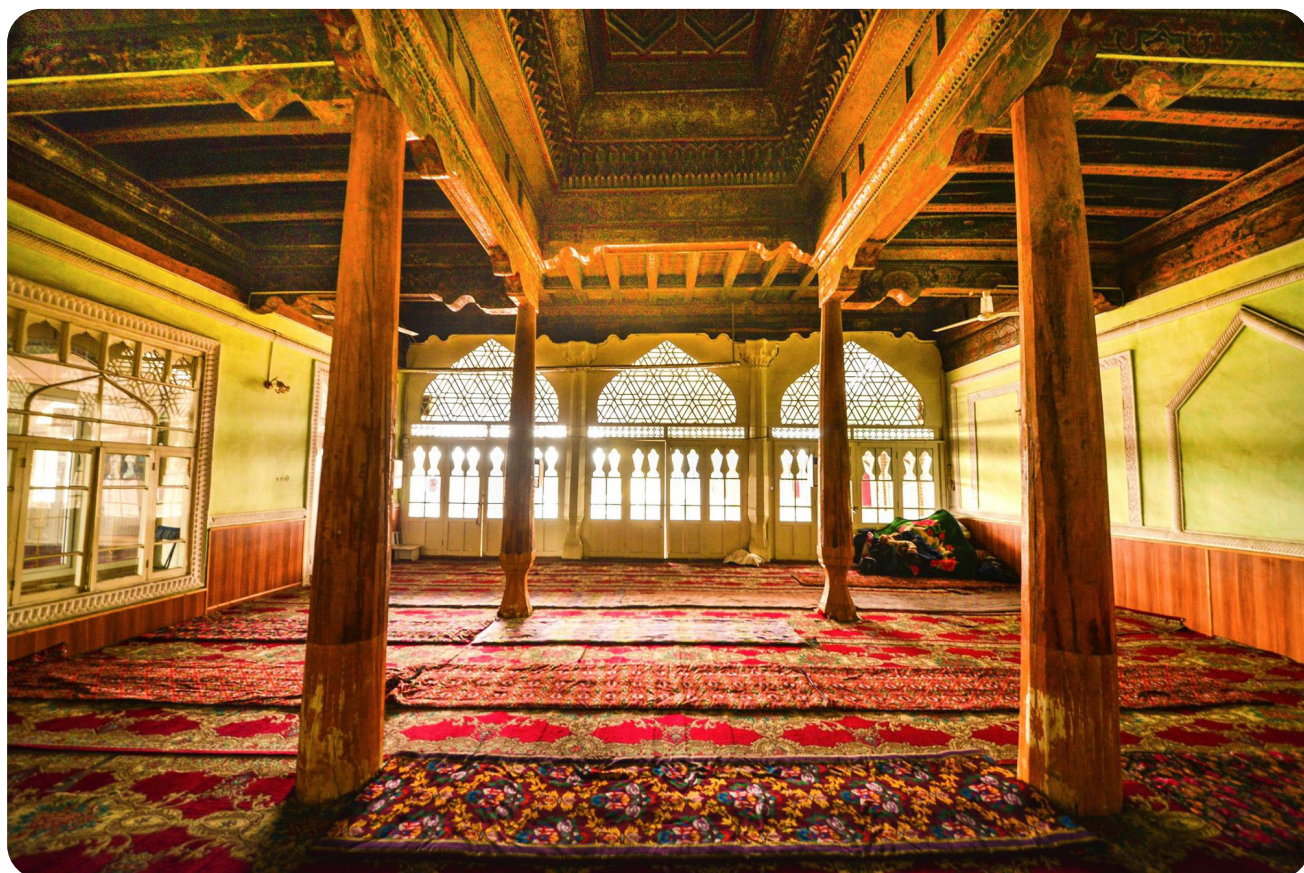
### География прибытий иностранных граждан, тыс. чел.

	2016	2019	2020
 <b>Узбекистан</b>	374.4	4,662.3	1,425.3
 <b>Казахстан</b>	2,769.1	2,915.6	553.7
 <b>Россия</b>	467.9	546.7	147.0
 <b>Таджикистан</b>	262.9	181.4	50.3
 <b>Турция</b>	61.8	65.2	27.6

- 10 • Вместе с тем, вклад туризма в ВРП Ошского региона в период с 2018 по 2020 гг. при двукратном сокращении количества туристских посещений региона оставался на одном уровне и составлял 2,6%, что объясняется ростом внутреннего туризма.

### Число посещений предприятий туризма

	2016	2019	2020
<b>Кыргызская Республика</b>	627,555	809,589	256,251
<b>Ошский Регион</b>	49,021	64,862	33,763



- В то же время инфраструктурное развитие регионального туристского сектора идет по нарастающей. В Ошском регионе растет число новых гостиниц, ресторанов, предприятий туризма, количество профильных агентств и туроператоров.

## Количество хозяйствующих субъектов, осуществляющих деятельность в сфере туризма в Ошском регионе, ед.

	2016	2019	2020	2021
<b>Гостиницы</b>	133	150	158	165
<b>Предприятия туризма и учреждения отдыха</b>	44	60	60	62
<b>Рестораны</b>	815	885	916	928
<b>Туристские агентства и туроператоры</b>	401	582	660	692

- По данным Фонда поддержки развития туризма КР, в последние годы туристы в целом по Кыргызстану тратили около 70 долл. США в день.
- По информации туроператоров Ошского региона:
  - География туристов (Ошский регион)
    - 60% - из стран Запада.
    - 25% - из стран СНГ (Россия, Казахстан).
    - 10% - кыргызстанцы.
    - 5% - из Узбекистана.

В г. Ош 70% туристов пребывали в среднем 2 дня.

В Ошской области 70% туристов оставались на 1 ночь. Около трети туристов (в основном альпинисты) находились в регионе 8-28 дней.



- Регион отличает **выгодное географическое положение:**

- Он находится на стыке Центральной Азии и Восточного Туркестана (Синьцзян-Уйгурского автономного района КНР), близок к основным центрам и историческим городам Ферганской долины (Коканд, Худжанд, Фергана).

- Через его территорию проходит Памирский тракт (автодорога М41 Ош-Хорог).



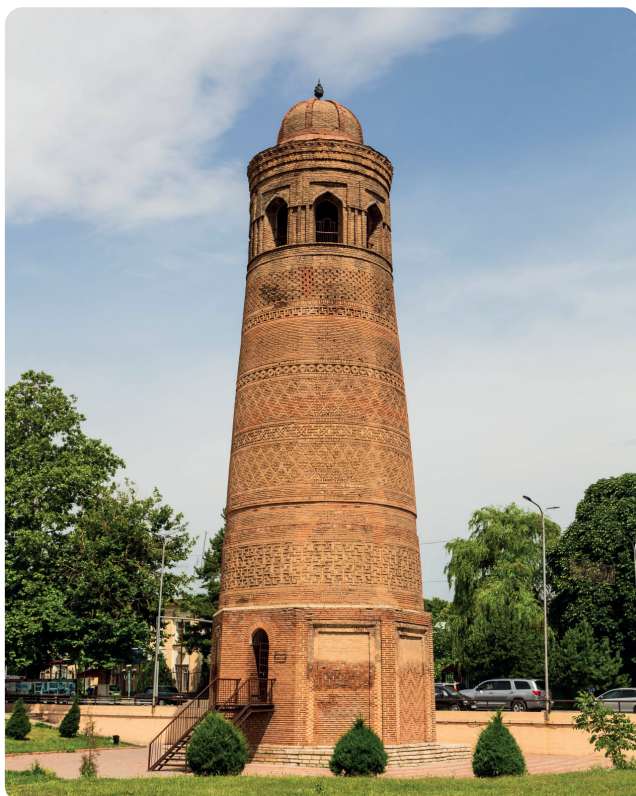
- Ошский регион располагает **богатым культурно-историческим наследием:**

- Регион представляет собой уникальное сочетание кочевой и оседлой культур.

- Через его территорию проходил один из маршрутов Великого шелкового пути, пользующегося растущей популярностью у туристов.

- Столицей региона является трехтысячелетний город Ош – сегодня крупный паломнический центр, продвигающий себя как «Провайдер Шелкового пути».

- Другой крупный город региона – Узген был столицей крупного средневекового государства Караханидов. В городе сохранились памятники зодчества.



- Ошский регион характеризует **многообразие природных рельефов**, пригодных для развития различных видов туризма:

- Регион располагает отличными, но еще не до конца раскрытыми возможностями для развития приключенческих видов туризма. Здесь расположены легендарный Пик Ленина, множество альпийских лугов, высокогорных озер.

- Имеются возможности для развития агро-, эко-, геотуризма.



- «Изюминкой» Ошского региона являются его **славные гастрономические традиции**:

- Регион впитал в себя кулинарные традиции кыргызского, узбекского и уйгурского народов. Город Ош считается «гастрономической меккой» Кыргызстана;

- Здесь сохранилась культура чайканы – восточного чаепития;

- Регион славится своими разновидностями реликтового риса «девзира», главного ингредиента знаменитого ошского плова.



## Проблемы и вызовы, стоящие перед региональным туристским сектором

Ситуационный анализ туристского сектора Ошского региона определил 69 основных проблем. 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, которые представлены ниже.

- **Кадровое обеспечение** индустрии туризма остается на низком уровне:
    - Во многих субсекторах (гиды, менеджмент, общепит, гостиничное дело) имеет место существенный дефицит кадров;
- I**
- Отмечается слабый управленческий уровень, сопровождаемый низкой корпоративной культурой и слабым уровнем профессиональной и языковой подготовки сотрудников;
  - Сектор страдает высокой текучестью кадров, что плохо сказывается на сохранении институциональной памяти и ведет к ухудшению качества предоставляемых услуг.
- 
- Процесс продвижения туризма имеет слабую **институциональную поддержку**:
    - Вопросами туризма на всех уровнях власти занимается 1 сотрудник, которому это направление дано «в нагрузку» к основной деятельности;
- II**
- Госорганы практикуют директивный подход к проблемам развития, мало задумываясь об обратной связи с турбизнесом и вовлеченным населением;
  - Не выработано комплексное видение развития сектора, учитывающее необходимость межсекторального продвижения отрасли.
- 
- Действующая **нормативная правовая среда** недостаточно благоприятна для развития туризма как приоритетной отрасли национальной экономики:
    - В сегменте общепита действует обременительная налоговая ставка 8% с оборота;
- III**
- Нет стандартов, охватывающих деятельность гидов, вопросы безопасности;

- Низкий уровень сбора статистической информации, особенно на региональном уровне; не внедрены современные стандарты туристской статистики.
- 

- Низкий уровень распространенности **принципов зеленой экономики**, их слабая реализация на практике:

## IV

- В регионе усугубляются экологические проблемы, вызванные потребительским отношением к природе (проблемы мусора, канализации и т.д.);
  - Низкий уровень экологического сознания в целом в обществе, слабая осведомленность о принципах и технологиях зеленой экономики.
- 

- Ошский регион слабо раскручен в **маркетинговом плане**:

## V

- Регион не обладает устоявшимся имиджем и узнаваемостью на глобальном рынке, отсутствует единый маркетинговый пакет по его продвижению;
  - Имеют место низкая клиентоориентированность, слабая цифровизация.
- 

- **Финансирование** туристской индустрии региона, несмотря на заявленную приоритетность, продолжает осуществляться по остаточному принципу:

## VI

- Имеет место хроническое недофинансирование бюджетных организаций;
  - Финансовая грамотность потенциальных бизнесменов пока на низком уровне.
- 

- Слабо проработаны **вопросы комплексного планирования и интегрированного управления инфраструктурой**:

## VII

- Реализуемым проектам пока не достает целостного видения, качества исполнения, клиентоориентированности и инклюзивности;
- Не уделяется достаточного внимания информационно-навигационному сопровождению туристической индустрии, в т.ч. на иностранных языках.



**КАКИМ ОН  
ДОЛЖЕН СТАТЬ  
В 2028 ГОДУ**

**Видение** будущего туристского сектора Ошского региона:

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

С учетом этого видения **главная цель** определяется как:

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

17

## Целевые показатели развития туристского сектора Ошского региона

	2017	2021	2025*	2028*
<b>Предприятия туризма, единиц</b>	36	38	52	68
<b>Доходы туристских агентств, млн сомов</b>	18.5	3.7	57.3	144.8
<b>Внутренние туристы, тыс. чел.</b>	41	107	155	473
<b>Иностранные туристы, тыс. чел.</b>	4.2	3.5	8.5	16.3
<b>Длительность пребывания, дней (с альпинистами)</b>	4	3.2	4.2	4.5
<b>Средние расходы, долл. США</b>	50	70	105	125

## Основные механизмы достижения целевых показателей

**Увеличение численности предприятий туризма и занятых в них**

- Повышение финансовой грамотности предпринимателей, желающих развивать турбизнес через тренинги и семинары.
- Разработка мер по поощрению лучших работников отрасли.

**Рост доходов туристских агентств**

- Совершенствование нормативной правовой базы.
- Развитие туристской инфраструктуры.
- Диверсификация турпродуктов за счет внедрения форм зимнего, а также демисезонного туризма (к примеру, геопарков).

## Увеличение численности туристов

- Участие туроператоров в международных выставках.
- Принятие новой маркетинговой стратегии, направленной на повышение узнаваемости региона и расширение линейки туристских ивентов (см. далее).

## Повышение длительности пребывания туристов

- Принятие новой маркетинговой стратегии.
- Развитие туристской инфраструктуры.
- Улучшение качества услуг через тренинги персонала.

## Рост средних ежедневных расходов туристов

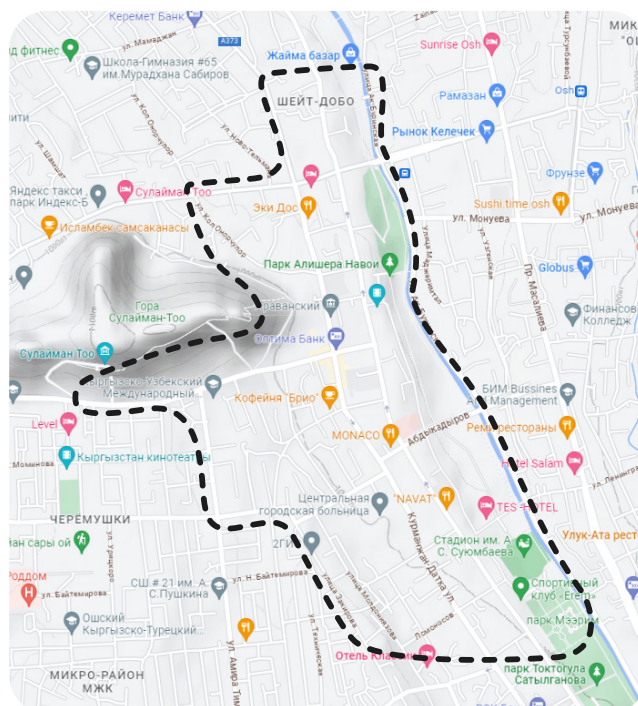
- Развитие туристской инфраструктуры.
- Улучшение качества услуг через тренинги персонала.

## Основные векторы перспективного развития

• Для развития туризма в Ошском регионе предлагается сконцентрироваться на **Модели SMG**, триединой конфигурации, отражающей в синергии наследия Великого шёлкового пути (Silk Road), возможностей высокогорного ландшафта (Mountains) и разнообразия восточной гастрономии (Gastronomy).

• Город Ош располагает тремя локациями, передающими его дух, неповторимый характер. В теории их можно было бы объединить в «**Ошское туристское кольцо**», проложив между ними маршруты для туристов. Этими локациями являются:






- Территория вокруг Центрального рынка;
- Местность вокруг Сулайман-Тоо;
- «Русская часть» города.



• Для устойчивого развития туризма с учётом Модели SMG предлагается разбить территорию Ошского региона на 5 территориальных **туристских кластеров**:

1. Города Шелкового пути
2. Горы Памиро-Алая
3. Этнотуризм на Алае
4. Сакральные места Ошской области
5. Небесная долина Алайкуу



-  ГОРОДА НА ШЕЛКОВОМ ПУТИ
-  РАЙОННЫЕ ЦЕНТРЫ
-  ПРИРОДНЫЕ ПАРКИ И ЗАПОВЕДНИКИ
-  ТУРИСТСКИЕ КЛАСТЕРЫ
-  ВЕЛИКИЙ ШЕЛКОВЫЙ ПУТЬ

**ТУРИСТСКИЕ ДЕСТИНАЦИИ:**

1. СУЛАЙМАН-ТОО
2. УЗГЕНСКИЙ КОМПЛЕКС
3. ЧИЛЬ-УСТУН
4. ДУЛДУЛ-АТ
5. АБШЫР-АТА
6. КЫРГЫЗ-АТА
7. КОЖОКЕЛЕН
8. КАРА-ШОРО
9. КУЛУН-АТА

10. АЛАЙКУУ
11. ЧЫЙЫРЧЫК
12. САРЫ-ОЙ
13. ТУЛПАР-КОЛ
14. ПИК ЛЕНИНА
15. АЛАЙСКАЯ ДОЛИНА
16. КРЕПОСТЬ КУЛДАТКА
17. МУЗЕЙ КУРМАНЖАН ДАТКА

## Совершенствование статистики туризма

Анализ турсектора Ошского региона показывает, что на основе собираемых в настоящее время традиционных статистических данных затруднительно принимать системные решения по его устойчивому развитию. Последние тенденции в развитии глобальной туристской индустрии (поиск устойчивых форм развития, сплошная цифровизация, глубинный анализ туристских предпочтений) требуют существенной трансформации отечественной

статистики туризма. Одним из действенных инструментов работы со статданными является внедрение *Вспомогательного (спутникового) счета туризма*. Другими важными направлениями являются акцент на изучении *поведенческих моделей путешественников*, а также статистический учет *«скрытых» туристов*, основанный на сборе дополнительных данных о средствах размещения.

## Продвижение принципов зеленой экономики

Исследование основных туристских дестинаций региона выявило ряд системных проблем, препятствующих развитию экологически устойчивых форм туризма. Это – неблагоприятная ситуация с бытовыми отходами и канализацией, а также низкий уровень экологического сознания и, как следствие, межведомственного взаимодействия по охране окружающей среды.

Среди необходимых мер следует отметить внедрение системы экологического аудита дестинаций, государственную/муниципальную регламентацию раздельного сбора мусора, обращение за содействием

к профильным организациям (например, «WasteNet.kg»). Решению вопросов, связанных с экологическим сознанием, может помочь: продвижение *отраслевых обязательств* по продвижению «зеленой» сертификации (например, в рамках проекта ПЭРЭТО), разработка новых более гибких механизмов *«зеленого» финансирования*, повышение осведомленности чиновников и представителей турбизнеса о вопросах окружающей среды и возможностях зеленой экономики (в т.ч. через проведение регулярных тренингов по темам «Экологическая ситуация в КР и ЦА», «Устойчивое развитие и ВИЭ» и т.п.).



Одним из глобальных тенденций в туризме, проявившимся во время COVID-19, стал тренд на посещение малолюдных и отдаленных мест. Это открывает новые туристские возможности для горных районов Ошского региона. Другое дело, что горные районы региона сталкиваются с теми же проблемами развития, что и крупные города. При этом в инфраструктурном отношении они менее развиты, а их кадровый потенциал заметно ниже. Поэтому на начальном этапе для развития горного туризма нужно сосредоточиться на *ускоренном переходе на цифровые технологии,*

*а также на повышении уровня осведомленности субъектов турбизнеса о тенденциях рынка и факторах спроса. В условиях небольшого количества дестинаций с «вау-продуктами» важным начинаем в развитии устойчивого туризма в регионе могут стать разнообразные тематические ивенты (фестивали номадизма, охоты, воды, сакральные туры и т.д., см. далее.)*

### Зимний туризм как фактор обеспечения всесезонности туризма

В последние десятилетия летние виды приключенческого туризма получили в регионе активное развитие. Этого пока нельзя сказать о зимнем туризме, который во многом находится здесь в зачаточном состоянии. Вместе с тем, территория региона буквально облеплена высокогорными склонами, сохраняющими снежный покров до 7-8 месяцев. В настоящее время их «услугами» пользуются лишь редкие любители хелиски и скимо туров. Эти дестинации не рассчитаны на стабильный прием туристов – вблизи от горнолыжных маршрутов практически нет гостевых домиков. В Ошском регионе есть

несколько локаций, пригодных для развития зимних видов туризма. Прежде всего, это строящийся на перевале Талдык и рассчитанный на масс-сегмент горнолыжный комплекс «Памир–Алай». По итогам экспертных изысканий, идеально подходящими для развития более сложных ски-туров и фрирайдов можно назвать отдельные склоны на территории НПП «Кыргыз-Ата», а также северные склоны Чон-Алайского хребта.



## Развитие геопарков

Одним из глобальных трендов в туризме, под которым все чаще понимается развитие его устойчивых форм, является продвижение концепции геологического туризма. В настоящее время под эгидой ЮНЕСКО формируется сеть Глобальных геопарков – особых территорий, демонстрирующих геологическую историю Земли. Глобальные геопарки ЮНЕСКО продвигают устойчивое развитие территорий через развитие ответственного туризма и поддержку местных общин. Это способствует раскрытию экономического потенциала территорий и созданию вокруг них инновационных предприятий и новых рабочих мест. В последние годы идея подключения Кыргызстана к глобальному

движению геопарков получила активное развитие. Зачинателем этого процесса на юге республики стала Баткенская область, где был создан геопарк «Мадыген».

По оценке геологов, Ошский регион (область) также обладает значительными ресурсами георазнообразия для того, чтобы сформировать как минимум один геологический парк. Под геопарк предлагается определить территорию на стыке Ноокатского, Кара-Суйского, Алайского и Чон-Алайского районов Ошской области.

## Инвестиции в инфраструктуру туристских дестинаций

Одним из центральных проблем сектора является слаборазвитость ее урбанистической инфраструктуры. Во многих дестинациях она была возведена еще в советские времена и к настоящему времени заметно обветшала. В рамках проекта «Региональное экономическое развитие» (компонент «Катализирующие инвестиции для туризма и городского развития»), запущенного АРИС КР при поддержке Всемирного Банка, планируется реализовать комплекс мероприятий на общую сумму 16,7 млн долл. США по реконструкции ключевых туристских дестинаций региона, включая Сулайман-Тоо, Узгенский комплекс, общественные пространства в

гг. Ош и Узген, а также благоустройству территорий НПП «Кыргыз-Ата», «Кара-Шоро» и локации «Абшыр-Ата».

По итогам взаимодействия со стейкхолдерами регионального турсектора консультантами был подготовлен «Банк инвестиционных приоритетов», содержащий информацию об инвестиционных потребностях в т.ч. менее крупных туристских дестинаций (горнолыжный комплекс «Памиро-Алай», «Дулдул-Ат», «Кожокелен» и др.) (см. полную версию СПУРТ).

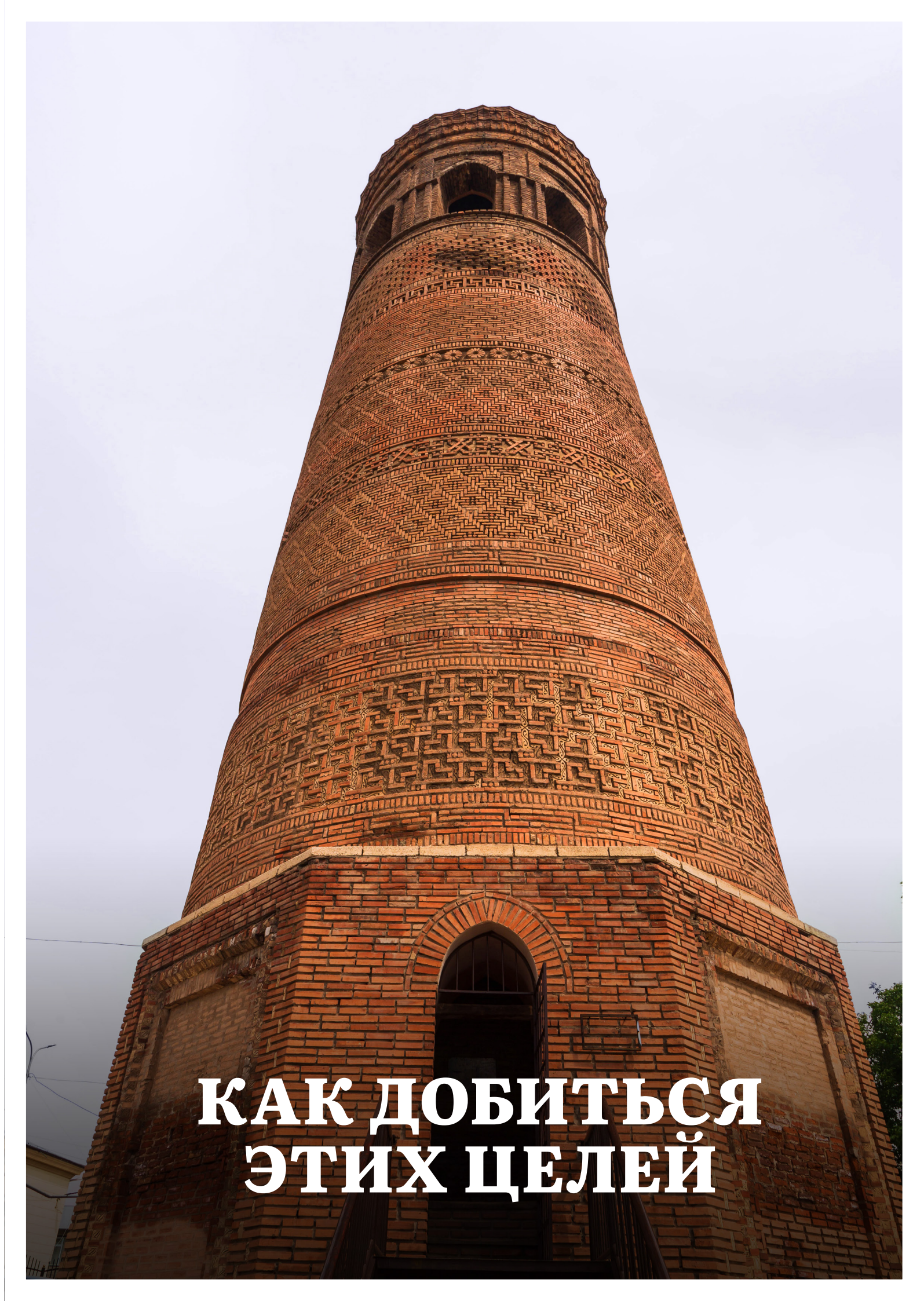


Важным направлением в развитии регионального турсектора должно стать открытие туристских сервисных центров – локаций, предоставляющих информацию о местных туристских продуктах. Центры могут также продавать билеты на транспорт, торговать сувенирами и продукцией местных ремесленников. В настоящее время в регионе функционирует только один подобный центр, управляемый ОО «Дестинация Ош». В планах Фонда поддержки развития туризма КР строительство 11 новых центров – рест-поинтов – в людных и туристских местах в гг. Ош и Узген и в с. Гульча, а также на всех пограничных пунктах Ошской области.

По оценке консультанта, в целях продвижения внутреннего туризма первоочередным является дополнительное строительство 3 туристских сервисных центров на 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).



A tall, cylindrical brick tower, likely a minaret or a similar historical structure, constructed from reddish-brown bricks. The tower features intricate geometric patterns, including a prominent band of interlocking lines. At the base, there is a small, arched window with a dark interior. The tower is set against a clear, light blue sky.

**КАК ДОБИТЬСЯ  
ЭТИХ ЦЕЛЕЙ**

Принимая во внимание тот факт, что туристский сектор Ошского региона находится на ранней стадии своего развития даже в сравнении с другими регионами КР, а также заметную ограниченность бюджетных ресурсов для его развития, меры по её поддержке должны быть нацеленными на достижение конкретных результатов. Поэтому на всех этапах реализации СПУРТ следует исходить из следующих **руководящих принципов**:

- **Интегрированный подход к развитию и управлению туристической индустрии региона**

Турсектор региона должен развиваться в рамках скоординированного и комплексного подхода к управлению на основе учета интересов всех участников процесса, тесном взаимодействии между органами госвласти, местными сообществами, частным и гражданским секторами.

- **Устойчивость как сквозной элемент всех аспектов развития туристической индустрии**

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

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

Зеленая экономика нацелена на повышение благосостояния людей 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, креативное мышление, благодаря чему создаются нематериальные ценности, обладающие высокой добавленной стоимостью и пользующиеся стабильным глобальным спросом.

Современные цифровые технологии пронижают все составляющие туристической индустрии, 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 и секторами сельского хозяйства, торговли, народными промыслами и ремесленничеством создаёт цепочки добавленной стоимости с экономическим эффектом для большего числа производителей товаров и услуг.

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

- **Развитие человеческого капитала и продвижение принципов инклюзивности**

Вложение в развитие человека является залогом устойчивого роста сектора 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 социально уязвимых, в функционировании сектора, делает общество более справедливым, а проживание в нем – 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 ресурсы, позволяет избежать затрат на возмещение экологического ущерба, обеспечивает баланс между развитием туристических направлений и сохранением социокультурных и природных ценностей Ошского региона.

26 Дорожной картой к достижению этих целей является система логических иерархизированных **стратегических задач**, построенная с учётом систематизации выявленных проблем.

**1** Повысить качество и эффективность работы с человеческими ресурсами

**2** Повысить уровень институциональной поддержки туристической индустрии, сфокусировавшись на повышении качества услуг

**3** Усовершенствовать нормативную правовую среду в целях устойчивого развития туризма

**4** Популяризировать культуру бережного отношения к природе через продвижение принципов зеленой экономики и устойчивого туризма

**5** Способствовать росту узнаваемости региона на мировом туристском рынке через внедрение современных маркетинговых инструментов

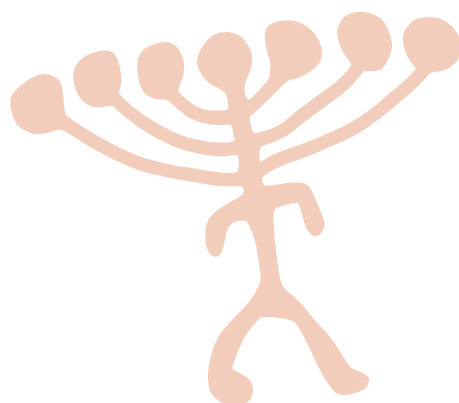
**6** Создать благоприятные финансово-экономические условия для развития туристического бизнеса

**7** Наладить работу по комплексному развитию инфраструктуры Ошского региона с учетом потребностей туристской отрасли



## Повысить качество и эффективность работы с человеческими ресурсами

- 1.1** Обучить профессиям гидов, поваров и гостиничному делу, прежде всего жителей отдаленных Алайского, Чон-Алайского и Кара-Кулжинского районов Ошской области
- 1.2** Организовать регулярные языковые курсы для сотрудников государственных и районных администраций, менеджеров туркомпаний и т.д.
- 1.3** Обучить местные сообщества навыкам горноспасательных работ по месту фактического проживания.
- 1.4** Организовать образовательный процесс по специальности «Музейное дело» на базе факультетов туризма и регулярные курсы повышения квалификации для музейных сотрудников.
- 1.5** Разработать комплекс по поощрению лучших работников отрасли на основе организации конкурсов, розыгрыша путевок, ценных призов и т.д.
- 1.6** При создании Единого туристского портала Ошского региона сформировать цифровой архив документов и знаний по туризму.



## Повысить уровень институциональной поддержки туриндустрии, сфокусировавшись на повышении качества услуг

- 2.1** Объединить действующие Советы по развитию туризма при Полпредстве Президента КР в 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.
- 2.2** Создать территориальные группы по обеспечению безопасности на туристских объектах.
- 2.3** Внедрить регламент процесса стратегического планирования по развитию туризма в Ошском регионе с возложением координационных функций на ООСРТ.
- 2.4** Провести серию тренингов для представителей турбизнеса и органов МСУ по таким курсам как «Туризм как локомотив экономики», «Корпоративная культура» и т.д.
- 2.5** Нацстаткому КР совместно с местными государственными администрациями внедрить перечень и методологию сбора и расчёта дополнительных показателей в сфере туризма в соответствии с методиками, применяемыми международными организациями - ЮНВТО, Всемирным советом путешествий и туризма (WTTC).



**3.1** Внести изменения в Закон КР «О туризме» с учётом лучших мировых нормотворческих практик в сфере туризма.

**3.2** Внести изменения в законы и подзаконные акты по изменению сроков предоставления пастбищ в иных целях (под цели туризма и отдыха граждан) до 49 лет. В годовых планах по управлению пастбищами местных кенешей сразу определять участки пастбищ под использование в целях туризма.

**3.3** Внести изменения в Налоговый кодекс КР с целью понижения налоговой нагрузки на бизнес. Ставку единого налога для субъектов общественного питания целесообразно снизить с 8 % до:

1) в гг. Бишкек и Ош:

а) 6% – в наличной форме; б) 4% – в безналичной форме.

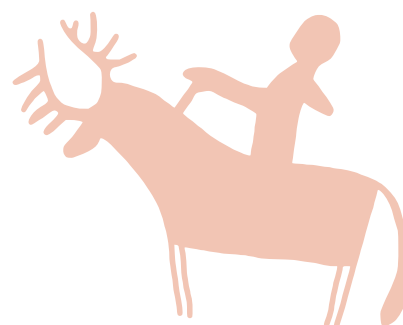
2) на остальной территории КР:

а) 5% – в наличной форме; б) 3% – в безналичной форме.

**3.4** Внедрить нормы и профессиональные стандарты, регулирующие гидов и инструкторов приключенческого туризма.

**3.5** Разработать нормы безопасности для туристов с указанием зон ответственности госорганов и туроператоров.

**3.6** Расширить туристскую номенклатуру Государственного классификатора КР «Виды экономической деятельности».



## Популяризировать культуру бережного отношения к природе через продвижение принципов зеленой экономики и устойчивого туризма

- 4.1** Осуществлять перспективное планирование дестинаций с учётом рекреационной вместимости и пропускного экологического потенциала территорий.
- 4.2** Проводить системный экологический аудит туристских дестинаций.
- 4.3** Сделать обязательным отдельный сбор и последующий вывоз неорганического мусора через подписание договоров с мусоросборными компаниями, с введением соответствующих штрафных санкций для дестинаций, запустить муниципальные программы по отдельному сбору мусора.
- 4.4** Регламентировать и внедрить технологию утилизации органического мусора на месте, в т. ч. путем установки мини-очистных сооружений, канализационных стоков, евросептиков, экотуалетов и т. д.
- 4.5** Через СМИ, ТВ и социальные сети проводить информационные кампании о бережном отношении к окружающей среде.
- 4.6** 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.
- 4.7** Поощрять посадку лесных массивов у горных склонов и иных засухо- и солеустойчивых культур, замедляющих таяние ледников, а также внедрение биогазовых технологий, капельного и дискретного орошения, дождевания, применения органических удобрений в аграрном секторе.



## Способствовать росту узнаваемости региона на мировом туристском рынке через внедрение современных маркетинговых инструментов

- 5.1** Внедрить единую программу развития маркетинга в Ошском регионе под эгидой бренда «Ош – Провайдер Шелкового пути» (весь комплекс мер предложен в СПУРТ).
- 5.2** Создать Туристский портал Ошского региона.
- 5.3** 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 НОРЕСА.
- 5.4** На пилотной основе провести маркетинг-ориентированную интерпретацию историко-культурной значимости Сулайман-Тоо и Узгенского комплекса для повышения интереса среди туристов.
- 5.5** Внедрить в работу музеев Ошского региона интерактивный подход при работе с посетителями.



## Создать благоприятные финансово-экономические условия для развития туристского бизнеса

- 6.1** Обеспечить финансирование уполномоченного государственного органа в сфере культуры на основе программного бюджетного финансирования для повышения результативности и эффективности его работы.
- 6.2** При формировании и распределении местного бюджета органам МСУ ставить приоритет вопросам местного значения, имеющим прямое или косвенное влияние на развитие туризма.
- 6.3** Провести серию тренингов по повышению финансово-экономической грамотности, составлению бизнес-планов для потенциальных новичков турбизнеса с особым упором на жителей сельских районов, молодежь и женщин.
- 6.4** Распространить механизмы государственно-частного партнерства на туристский сектор.



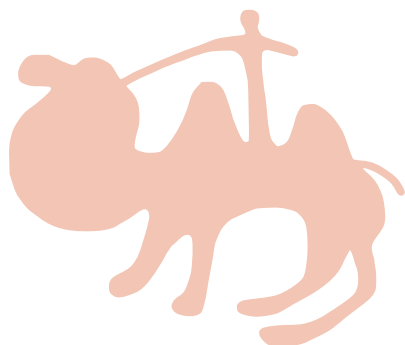
- 7.1** В рамках различных программ, например проекта АРИС КР «Региональное экономическое развитие», привлечь инвестиции в урбанистическую инфраструктуру регионального турсектора.
- 7.2** Довести до логического завершения проект по созданию туристских сервисных центров (rest points).
- 7.3** Обеспечить навигационное сопровождение дестинаций (установка билбордов, указателей проезда на объекты на кыргызском, английском и русском языках).
- 7.4** 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.
- 7.5** 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.
- 7.6** Приоритизировать пешеходную инфраструктуру, что включает реконструкцию и строительство инклюзивных тротуаров, пешеходных мостов, остановок общественного транспорта, выбор качественных и устойчивых видов мощения, освещение и благоустройство вдоль тротуаров.
- 7.7** Создать системы платных организованных парковок, стимулировать использование общественного транспорта в крупных городах Ошского региона.
- 7.8** Во взаимодействии с райгосадминистрациями стимулировать ОАО «Ош-электро» к электрификации, а мобильных операторов – к расширению охвата мобильной связи в местах расположения туристских дестинаций, в т.ч. в отдаленных горных районах Ошской области.
- 7.9** Провести комплексную модернизацию Ошского международного аэропорта, которая должна включать, но не ограничиваться:
- строительством нового пассажирского терминала с мощностью пассажиропотока 1000-1500 чел/час;
  - приведением инфраструктуры аэровокзала в соответствие со стандартами инклюзивности и комфорта пассажиров;
  - интеграцией аэропорта с общественным транспортом г. Ош, созданием мультимодального транспортного комплекса на его базе.

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 его туристских особенностях, отличимых, например, от турпродуктов близких к нему в культурно-историческом отношении стран ЦА.

Серьезная попытка сдвинуть ситуацию с «мертвой точки» была предпринята в 2021 г., когда по заказу Мэрии г. Ош был разработан и принят туристский бренд «Ош – Провайдер Шелкового пути».

С учетом целей СПУРТ предлагается:

- Принять бренд «Ош – Провайдер Шелкового пути» в качестве единой маркетинговой платформы позиционирования всего Ошского региона на глобальном туристском рынке.
- Развивать туристские бренды районов Ошской области под эгидой и в рамках единого с мета-брендом Ошского региона стиля. При этом бренды должны строиться вокруг наиболее известной туристской дестинации.
- Наполнить новый брендинг региона событийным содержанием – организацией ежегодного фестиваля под зонтичным названием SILK ROAD FEST.





## Бренды и ивенты





Фото предоставлены Zafer Dincher, Almaz Ismanov, Nastaaf, Dastan Suiunbekov, Dellbone и Nihongarden.

Стратегия и План устойчивого развития  
туризма в Ошском регионе

**Краткая версия**  
**Бишкек - 2023**



