

УДК 303.445:338.482.2

**CORONAVIRUS PANDEMIC AND DOMESTIC TOURISM IN KYRGYZSTAN**

**Turdumambetov Bakyt**, Assoc. Prof., PhD in Economics, Head of Department of Travel Business and Tourism Guidance <bakyt.turdumambetov@manas.edu.kg>

**Tazabekova Aiperi**, Graduate of Department of Travel Business and Tourism Guidance, Kyrgyz Turkish Manas University <atazabekova2011@gmail.com>

**Abstract**

Many areas of Kyrgyzstan's economy, as well as the rest of the world, were not prepared for the COVID-19 pandemic. The pandemic has also had a serious negative impact on the inbound tourism market, which has previously been marginalized from the domestic market. The pandemic has drawn the attention of many to the domestic tourism sector. In view of the above, the aim of this work is to study the impact of the COVID-19 pandemic on domestic tourism in Kyrgyzstan. As the study is empirical, the questionnaire was the main data collection tool. The questionnaire was sent to more than 500 staff members of various types of entities rendering services in the Kyrgyz tourism market, of whom 129 respondents completed the questionnaire. The main conclusion drawn is that despite its objective limitations, the internal market of Kyrgyzstan has a certain potential for growth. During the pandemic, some tourism companies increased their average number of domestic tourists by 27.8%.

**Keywords:** tourism, coronavirus pandemic (COVID-19), domestic market, Kyrgyzstan.

**ПАНДЕМИЯ КОРОНАВИРУСА И ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ В КЫРГЫЗСТАНЕ**

**Турдумамбетов Бакыт Усонакунович**, кандидат экономических наук, доцент, заведующий отделением «Туристический бизнес и служба гидов» <bakyt.turdumambetov@manas.edu.kg>

**Тазабекова Айпери** <atazabekova2011@gmail.com>  
Кыргызско-Турецкий университет «Манас»

**Аннотация**

Пандемия Covid-19 оказала серьезное влияние на туристический рынок, вынудив его субъектов обратить внимание и придать значение внутреннему туристическому рынку страны. Целью данной работы является исследование влияния пандемии Covid-19 на внутренний туризм в Кыргызстане. Поскольку исследование является эмпирическим, основным инструментом сбора данных выбрано анкетирование. Разработанная анкета была разослана более 500 сотрудникам различного рода субъектов туристического рынка Кыргызстана, из которых 129 участников полностью заполнили опросник. Несмотря на объективную ограниченность, внутренний рынок Кыргызстана имеет определённый потенциал роста. Например, во время пандемии у некоторых туристических компаний средняя численность внутренних туристов увеличилась на 27,8%.

**Ключевые слова:** туризм, пандемия коронавируса (Covid-19), внутренний рынок, Кыргызстан.

**КОРОНАВИРУС ПАНДЕМИЯСЫ ЖАНА КЫРГЫЗСТАНДА ИЧКИ ТУРИЗМ**

**Турдумамбетов Бакыт**, Кыргыз Түрк Манас университети, Туризм факультети, Саякат иши жана гид кызматы бөлүмү, Кыргызстан <bakyt.turdumambetov@manas.edu.kg>, **Тазабекова Айпери**, М.Рыскулбеков атындагы Кыргыз экономикалык университети, «Экономика» багыты боюнча магистратура, Кыргызстан <atazabekova2011@gmail.com>

**Кыскача мүнөздөмө**

Кыргызстандын экономикасынын көптөгөн тармактары, бүткүл дүйнө сыяктуу эле, COVID-19 сыяктуу пандемияга даяр эмес болчу. Пандемия кирүүчү туризм рыногуна олуттуу терс таасирин тийгизди, анын субъекттери мурда өлкөнүн ички рыногуна артыкчылык беришчү эмес эле. Пандемия алардын көбүн бул рынокко көңүл бурууга мажбур кылды.

Максаты: Жогоруда айтылгандарга байланыштуу бул иштин максаты COVID-19 пандемиясынын Кыргызстандын ички туризмине тийгизген таасирин изилдөө.

Изилдөө ыкмасы: Изилдөө эмпирикалык болгондуктан, маалыматтарды чогултуунун негизги куралы анкеталык сурамжылоо болду. Иштелип чыккан анкета Кыргызстандын туристтик рыногунун ар кандай түрдөгү субъекттеринин 500дөн ашык кызматкерлерине жөнөтүлүп, анын ичинен 129 адам анкетаны толугу менен толтурган.

Корутундулар: Негизги тыянак катары, өзүнүн объективдүү чектөөлөрүнө карабастан, Кыргызстандын ички рыногу өсүү үчүн белгилүү бир потенциалга ээ экендиги белгилүү болду. Мисалы, пандемия учурунда кээ бир туристтик компаниялар үчүн ички туристтердин орточо саны 27,8% өскөн.

**Негизги сөздөр:** туризм, коронавирустук пандемия (COVID-19), ички рынок, Кыргызстан.

## Введение

Многие сферы глобальной экономики, включая туристическую индустрию, оказались не готовы к такой пандемии, как Covid-19. Так, во всем мире снизилось количество международных туристических прибытий, достигнув максимума до 97% во втором квартале 2020 г. по сравнению с тем же кварталом 2019 г. Январь 2021 г. характеризуется снижением данного показателя до 87% по сравнению с началом 2020 г. [7]. Ожидается, что доходы от туризма во всем мире вернуться к уровню 2019 г. только в 2023 г. [1]. Согласно оценочным данным Национального статистического комитета Кыргызской Республики в 2020 г. экспорт туристических услуг в стране сократился на 81% по сравнению с 2019 г. [12]. Это говорит о том, что пандемия оказала отрицательное влияние на рынок въездного туризма и заставила многих субъектов туристического рынка обратить внимание на внутренний туристический рынок. В связи с этим целью данной работы является изучение влияния глобальной пандемии на рынок внутреннего туризма Кыргызстана.

## Обзор литературы

В целом научных исследований по изучению внутренних рынков дестинаций относительно мало, хотя внутренний туризм более чем в шесть раз превышает международный туризм [10], и расходы на внутренний туризм выше, чем на въездной, в большинстве крупных дестинаций [11]. Возможно, дефицит публикаций объясняется проблемами несовершенства статистики внутреннего туризма, в частности, трудностями сбора данных по внутреннему спросу и предложению в таких странах, как Кыргызстан.

Количество же публикаций на тему влияния пандемии коронавируса на внутренние рынки дестинаций очень ограничено. Большинство ученых пока занято такой более актуальной темой, как влияние пандемии в целом на международный туризм. Так, например, во время карантина, введенного в большинстве стран мира во втором квартале 2020 г., многие ученые в области туризма поделились своими взглядами на неравномерное восстановление отрасли, которое ожидается в краткосрочной перспективе [3], в то время как другие представили пути трансформации туризма [2]. Эти перспективы подчеркивают некоторые преимущества удаленных аграрных дестинаций, такие как низкая плотность населения, меньшее загрязнение, открытые территории, небольшие масштабы, лечебная среда и т.д. [5]. Хотя есть некоторые свидетельства того, что эти параметры могут быть использованы для содействия восстановлению туризма в сельской местности [4]. Литературы, оценивающей улучшение ситуации с точки зрения увеличения количества посещений или проведенных ночей, все еще мало. Есть попытки оценивания влияния традиционной народной медицины на поведение туристов в рамках восстановления внутренних рынков туризма для таких огромных дестинаций, как Китай [9].

Несмотря на дефицит такой литературы, как считают Marques и др. [5], уже возникли два частично противоположных взгляда. Так, с одной стороны, жители Чехии, например, увеличили интерес к местным сельским дестинациям во время летних каникул, что привело авторов к выводу, что пандемия создала возможности для развития сельского туризма в тех регионах, которые менее подвержены международному туризму [8]. С другой стороны, Silva

[6] сообщает, что пандемия нанесла серьезный удар по туризму в сельских районах, поскольку существенное снижение международного спроса не было компенсировано внутренними туристами.

Такое кажущееся противоречие на самом деле является взаимодополнением друг друга, поскольку снижение выручки сельского туризма на 12% в летний сезон, о чем свидетельствуют данные, представленные Silva [6], совместимо с мнением о том, что внутренний спрос на сельский туризм увеличивается, особенно в дестинациях с более структурированным и более выгодным предложением. В то же самое время, когда ограничения на мобильность смягчаются, предполагаемые риски городского массового туризма и международных путешествий все еще остаются высокими [5].

### **Методология**

Поскольку исследование является эмпирическим, основным инструментом сбора данных выбрано онлайн-анкетирование. Анкета была разработана специально для профессионалов, работавших и работающих в сфере туризма во время пандемии коронавируса, точнее с декабря 2019 по март 2021 г. Это связано с тем, что с проблемой пандемии в первую очередь среди прочих столкнулись профессионалы, работающие в сфере туризма в такое непростое время, и они ее хорошо знают и могут ответить на самые сложные вопросы.

Основная цель исследования – выяснить, насколько востребован внутренний туризм в Кыргызстане во время пандемии, когда въездной туризм практически полностью был остановлен. Следует отметить еще одну проблему, вызванную коронавирусом по всему миру, это – сокращение рабочих мест [1]. Последнее, в свою очередь, привело к тому, что в данное время в этой сфере работает небольшое количество людей, большинство из которых приостановили свой промысел, а некоторые полностью изменили свою деятельность. По этой причине в Кыргызстане мы смогли отправить запрос на заполнение анкеты максимум более 500 человек, работающим в сфере туризма, посредством различных социальных сетей, электронных сообществ, групп, веб-сайтов и по электронной почте. В итоге в общей сложности 129 человек из Кыргызстана нашли время, чтобы ответить. В опросе приняли участие сотрудники туристических агентств, гостиниц и гостевых домов, летних лагерей, музеев, сувенирных магазинов, гиды и водители, обслуживающие туристов.

Опрос рассчитан не более чем на 5-10 минут, но при этом содержит самые важные, на наш взгляд, вопросы. Для удобства специалистов всего рынка внутреннего туризма Кыргызстана вопросы подготовлены на кыргызском и русском языках. Сама анкета состоит из 10 вопросов, ответы на каждый из которых проанализированы ниже методом частотного анализа (frequency analysis).

### **Выводы по результатам опроса**

*Распределение деятельности по регионам.* Из-за относительно небольшой территории в Кыргызстане много случаев, когда деятельность туристических компаний ориентирована не только на один конкретный регион или на несколько регионов, но и на всю страну в целом. Таким образом, туристические компании могут организовать туры в несколько регионов. Соответственно, они знают состояние внутреннего туризма в нескольких определенных регионах, поэтому у них был выбор из нескольких ответов, и ответов на такие вопросы может быть больше, чем количество людей, которые на них ответили.

Согласно рис. 1 наибольшее количество респондентов, работающих в сфере туризма, отмечено в Чуйской и Нарынской областях. Самые немногочисленные отклики поступили из Ошской, Таласской и Баткенской областей.

*Возрастная категория внутренних туристов.* Согласно ответам респондентов, возрастная группа наиболее часто путешествующих туристов по Кыргызстану – это граждане 20-29 лет. За ними последовала группа чуть постарше, им 30-49 лет. Люди старше 50 также находили время для путешествий и получали положительные отзывы экспертов. Последняя возрастная группа – это дети и подростки 10-19 лет. Это ожидаемый результат, потому что большинство

из них находится под родительским контролем, и, естественно, почти все из них не работают, чтобы самостоятельно зарабатывать деньги для путешествий.

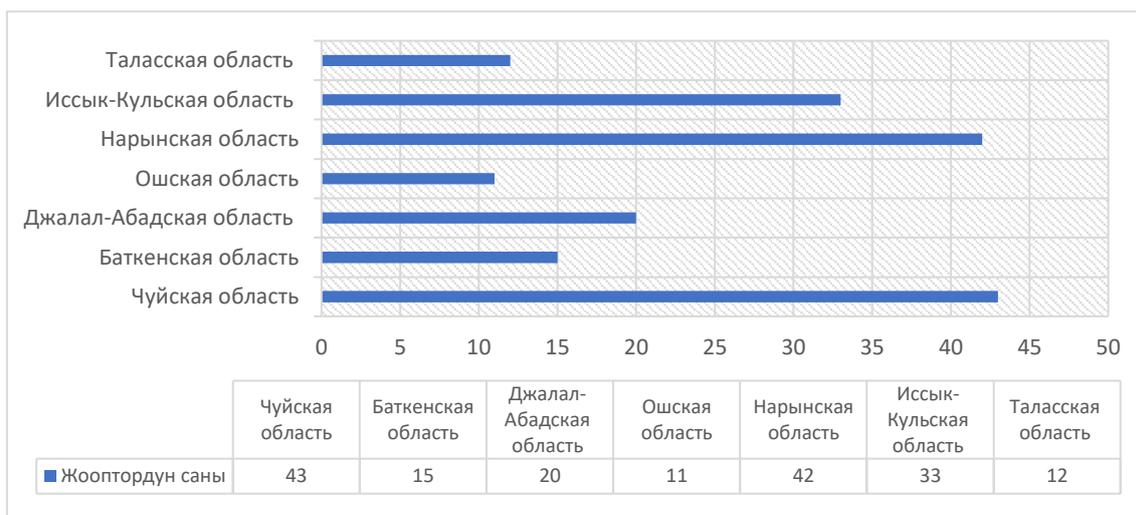


Рис. 1. Распределение деятельности респондентов по регионам

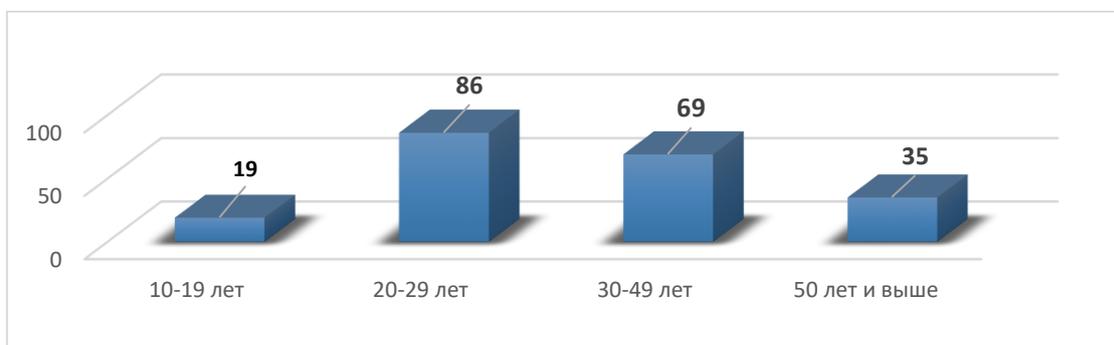


Рис. 2. Возрастная категория часто путешествующих внутренних туристов

*Изменения в спросе на внутренний туризм.* На этот вопрос 54 эксперта ответили «да, изменился кардинально», 64 эксперта ответили «да, есть изменения» и 11 экспертов ответили «нет, не изменился». То есть 91% респондентов заметили, что спрос на внутренний туризм так или иначе изменился. На рис. 3 показано конкретно, на какие изменения в спросе указывают респонденты.

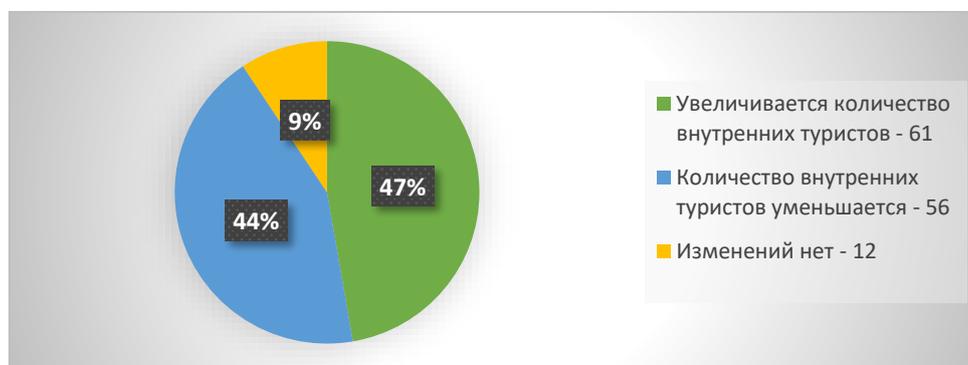


Рис. 3. Изменения в спросе внутренних туристов

После пандемии спрос на внутренний туризм в целом изменился, что привело к различным последствиям для разных компаний. Рис. 3 показывает, что спрос на туризм изменился как в

лучшую, так и в худшую сторону для большинства туристических компаний. Однако это связано не только с пандемией, потому что региональные особенности, материальные возможности и желания внутренних туристов, собственный маркетинг компании и многие другие факторы также играют роль. Значит, пандемия коронавируса по-разному повлияла на каждый субъект туристического бизнеса. Так, год был очень дорогостоящим для некоторых предприятий, поскольку количество туристов значительно снизилось по сравнению с предыдущими годами. Среднестатистическое количество внутренних туристов на таких предприятиях уменьшилось примерно на 33,9%. Но в то же время пандемия коронавируса принесла некоторым предприятиям больше преимуществ, и они смогли улучшить свои показатели по сравнению с предыдущими годами. Спрос на продукцию, предлагаемую такими предприятиями, вырос, а среднее количество внутренних туристов увеличилось на 27,8% по сравнению с предыдущими годами.

*Изменения по видам туризма.* Согласно ответам респондентов пандемия Covid-19 не изменила спроса на внутренний туризм по видам туризма. Виды туризма, которые уже были популярны среди отечественных туристов, не уступили место даже во время пандемии. Так, по мнению экспертов в области туризма, во время пандемии коронавируса однодневные туры и короткие 2-3-дневные бюджетные туры были и продолжают оставаться самыми популярными. Летом у отечественных туристов были популярны конный туризм, летний туризм, кемпинг, массовый пляжный туризм, рекреационный туризм и кумысолечение (оздоровительный туризм). Зимой кыргызстанцы отправляются на горнолыжные курорты. Помимо вышеупомянутых видов туризма, растет спрос на велотуризм и культурный туризм.

*Популярные дестинации внутреннего рынка.* Самые популярные дестинации докоронавирусного периода в целом не изменили своего статуса. Отечественные туристы в основном путешествовали по местам, близким к городу, и в короткие сроки. Но есть и те, кто решил на долгосрочное укрепление здоровья, и, как следствие, спрос на рекреационно-оздоровительный туризм вырос. В таблице можно увидеть, какие дестинации в каждом регионе популярны среди местных туристов, по мнению экспертов, работающих в сфере внутреннего туризма Кыргызстана.

Самые популярные дестинации среди отечественных туристов  
в Кыргызстане во время пандемии

	Регион	Дестинации и направления
1.	Таласская область	Мавзолей Манаса; Беш-Таш
2.	Иссык-Кульская область	Прибрежные курорты и гостевые дома; Джеты-Огуз; каньон «Сказка»; Григорьевское ущелье; Культурный центр «Рух-Ордо»; Ак-Суу; Жыргалан; горнолыжный курорт «Каракол»; Саймалуу-Таш
3.	Нарынская область	Кель-Суу; Сон-Куль; караван-сарай «Таш-Рабат»; Ара-Кель
4.	Ошская область	Сулайман-Тоо
5.	Джалал-Абадская обл.	Сары-Челек; Арсланбоб; курорты
6.	Баткенская область	Озеро Ай-Кель; гора Айгуль-Тоо

7.	Чуйская область	Национальный парк «Ала-Арча», хижина Рацека, водопад; горнолыжные курорты Чункурчак, Тоо-Ашуу, Орловка; Кель-Тор, Кой-Таш; башня Бурана; ущелье Кегеты; Супара; Эоловые замки; Чон-Кемин; ущелье Аламедин; водопад Белогорка.
----	-----------------	---

Туристы также часто посещали мазары. Было много желающих посетить пастбища, где можно выпить кумыс, подышать свежим воздухом, скрываясь от городской суеты. Любители экстрима часто ездили к Голубиному водопаду, в 30 км от Бишкека, чтобы заняться роуп-джампингом.

*Новые проблемы, вызванные пандемией COVID-19.* Сегодня туристические компании постепенно разрабатывают новые алгоритмы и предложения по решению проблем, которые, по мнению экспертов, вызваны пандемией коронавируса и по-прежнему мешают работе туристических компаний, а именно:

- резкое снижение размера заработной платы работников;
- сокращение рабочих мест;
- удешевление услуг туристических компаний из-за очень низкого спроса;
- подорожание большинства предметов, которые можно и нужно добавить в тур;
- закрытие гостиниц, кафе, парков и других мест отдыха и развлечений;
- отсутствие государственных средств на развитие туризма;
- боязнь путешествий из-за необходимости соблюдения дистанции и ограничений, как, например, невозможность выйти на улицу из-за обострения эпидемиологической ситуации;
- дефицит потенциальных отечественных туристов.

*Удовлетворенность работой государственного органа по туризму.* Из 129 экспертов-респондентов 9% остались довольны антипандемической работой Министерства туризма Кыргызстана. По их словам, Министерство туризма вначале хорошо поработало над сохранением внутреннего туризма, а также пыталось разработать проекты по улучшению и подготовке к предстоящему туристическому сезону. Министерство туризма также предложило снизить арендную плату за госимущество или предоставить налоговые льготы туристическим агентствам. Однако государственной поддержки не было из-за бюджетных ограничений. Кроме того, эксперты отметили, что Министерство разработало такие награды, как «Ценный турист» и стремилось защитить внутренний туризм. Однако 88% экспертов недовольны работой Минтуризма и считают, что на сегодняшний день оно очень медленно реагирует на эту проблему, предоставив самим туристическим компаниям бороться с этой ситуацией. Остальные 3% экспертов воздержались от ответа.

### **Заключение и предложения**

Пандемия коронавируса – это новая реальность, и сегодня сектор туризма должен научиться находить решение возникших проблем. Согласно ответам экспертов-респондентов в первую очередь необходимо:

- вызвать интерес граждан к внутреннему туризму, разработать туры, которые будут привлекать внимание туристов;
- улучшить межрегиональные транспортные сообщения. Например, в направлении Ош – Каракол, Ош – Тамчы, Джалал-Абад – Каракол;
- привлекать инвесторов, развивать инфраструктуру отдаленных районов, городов и сел;
- использовать интернет-ресурсы для привлечения местных туристов из других регионов, обеспечить грамотный маркетинг;
- организовывать безопасные условия для посещения региональных музеев и галерей для того, чтобы не прекращать их работу;

учиться на примере других стран, успешно борющихся с пандемией;  
использовать и развивать сильные стороны туризма в Кыргызстане, которые отличают его от других стран;

Министерству туризма совместно с частным сектором разработать стратегию ведения бизнеса во время пандемии;

улучшить сервис и способствовать снижению цен;

объединить Департамент туризма и ГП «КыргызТуризм» для смены менеджмента и развития малого туристического бизнеса, обучить их основам туризма;

обеспечить вакцинацию населения;

способствовать соблюдению всех норм безопасности;

повысить интерес туристов к туристическим объектам страны, развивать внутренние бюджетные маршруты для молодежи, использовать услуги отечественных блогеров для продвижения внутреннего туризма.

Если туристическая отрасль начнет последовательно внедрять перечисленные выше предложения по борьбе с пандемией коронавируса, хорошие результаты не заставят себя ждать. Ведь помимо традиционных форм отдыха Кыргызстан имеет гораздо больший потенциал развития других видов активного туризма.

#### Использованные источники

1. Behsudi, A. Impact of the Pandemic on Tourism. International Monetary Fund // Finance & Development. – December 2020: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi.htm>

2. Brouder, P. Reset redux: Possible evolutionary pathways towards the transformation of tourism in a COVID-19 world // Tourism Geographies. – 2020. – No 22(3). – P. 484-490: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1760928>

3. Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for // Tourism Geographies. – 2020. – No 22(3). – P. 577-598: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>

4. Li, Z., Zhang, X., Yang, K., Singer, R. & Cui, R. Urban and rural tourism under COVID-19 in China: Research on the recovery measures and tourism development // Tourism Review (ahead-of-print). – 2021: <https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0357>

5. Marques, C. P., Guedes, A., & Bento, R. Rural tourism recovery between two COVID-19 waves: the case of Portugal // Current Issues in Tourism. – 2021: <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1910216>

6. Silva, L. The impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism: A case study from Portugal. – Anatolia, 2021 – P. 1-3: <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1875015>

7. UNWTO. International tourism and Covid-19. – UNWTO, 2021, Retrieved May 15: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>

8. Vaishar, A., & Št'astná, M. Impact of the COVID-19 pandemic on rural tourism in Czechia preliminary considerations // Current Issues in Touris. – 2020. – P. 1-5: <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1839027>

9. Wen, J., Wang, C. C. & Kozak, M. Post-COVID-19 Chinese domestic tourism market recovery: potential influence of traditional Chinese medicine on tourist behavior // Anatolia. – 2021. – No 32:1. – P. 121-125: <https://doi.org/10.1080/13032917.2020.1768335>

10. World Tourism Organization. 2021. International Tourism Highlights. –, UNWTO: Madrid, 2020. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284422456>

11. World Travel & Tourism Council (WTTC, 2018). Domestic Tourism – Importance & Economic Impact. – December, 2018.

12. Основные индикаторы развития туризма в Кыргызской Республике в 2020 г.: Экспресс-информация, от 25 февраля 2021 г. – Бишкек: Нацстатком КР, 2021: <http://stat.kg/ru/statistics/turizm/>