

Независимый Центр Социально-Экономических Исследований: Кыргызстану стоит поверить в существование Санта-Клауса. Недоверие к рождественскому волшебнику может обойтись республике в \$200 млн. ежегодно.

ICSER | 10 января 2007 г. | 15:00

Любое event-мероприятие увеличивает поток туристов в страну, с ним связанную, примерно в 1,5-2 раза. За примерами далеко обращаться не нужно – 300-летие Санкт-Петербурга получило широкий резонанс в мире, а доходы от неожиданно завоеванного Украиной конкурса песни Евровидение-2005 киевские экономисты-аналитики подсчитывают до сих пор.

В Концепции развития туризма в Кыргызской Республике на период до 2010 года туристический потенциал оценен цифрой в 4-5 млн. туристов в год, что учитывает имеющуюся в стране инфраструктуру, ибо больше туристов Кыргызстану будет принять пока сложно.

По оценкам экспертов ICSER, поток туристов в 2009 г. достигнет 2 млн. При эффективной реализации программы продвижения нового туристического бренда «Кыргызстан – страна Санта-Клауса» с учетом эффекта от PR-кампании, эта цифра вполне может возрасти до 3 млн., что с учетом средних расходов одного туриста дополнительно будет приносить республике \$200 млн. ежегодно.

Сейчас практически ничто не мешает реализации

мультипликативного эффекта от прорыва в туристической отрасли, который даст стране новые рабочие места, развитие туристической, информационно-коммуникационной и транспортной инфраструктуры.

Экономике Кыргызстана ничего не стоит сделать очередной рывок, для этого лишь нужно вслед за шведской консультационно-технической компанией «SWECO» и Государственным агентством по туризму при Правительстве Кыргызской Республики освободиться от предрассудков и вряд ли уместного в случае, когда речь идет о повышении благосостояния кыргызстанцев, иронического скептицизма.