

Lake Health Tourism: Problems and Development Prospects

PHD doctoral student: Wang Shuman

Supervisor: Kerimkulova Merimkul Kadyrovna

1. Abstract

1.1 Relevance of thesis topic

Health tourism is an emerging research field of great concern to the academic community, and the current research results are mainly focused on resource evaluation and development, development models and types, problem countermeasures and recommendations, etc., while relatively little research has been done on the supply, demand, and product development of health tourism for lakes as a specific type of tourist destination.

This study analyses the information of Issyk-Kul online reviews on Tripadvisor website and the information of Issyk-Kul health tourists' questionnaire to understand the characteristics of visitor sources such as tourists' demand, behavioural characteristics, consumption preferences, etc., and puts forward the improvement measures for the development of health tourism in Issyk-Kul in view of the problems existing in the aspects of tourism products, tourism services, and management of the industry.

1.2 Linkage of the subject of the paper to priority scientific directions, major scientific programmes (projects) or major research work

Kyrgyzstan has a diverse mountainous landscape, climatic conditions, a rich and varied Silk Road civilisation, nomadic and human traditions, and tourism is one of the leading industries. Issyk-Kul is the main tourist destination for tourists visiting Kyrgyzstan.

(1) From the point of view of tourism development, solving the problems in the development of Issyk-Kul health tourism and improving the quality of Issyk-Kul health tourism development can greatly enhance the competitiveness of Kyrgyzstan's tourism industry.

(2) From the point of view of tourists' demand, accurately grasping the needs, behaviours, preferences and other characteristics of Issyk-Kul health tourists and providing targeted measures can better promote the development of Issyk-Kul health

tourism.

1.3 Purpose and objectives of the study

Based on the specific types of lake health tourism destinations, this study follows the idea of ‘theoretical analysis - data collection - empirical research - countermeasure research’, puts forward research questions by combing health tourism related literature, and points out the problems of tourists' demand preferences and puts forward corresponding countermeasures based on the analysis of network text and questionnaire survey. Based on the network text analysis and questionnaire survey analysis, the research questions are put forward by combing the health tourism related literature, and based on the network text analysis and questionnaire survey analysis, the research questions are put forward by understanding the tourists' demand and preference, pointing out the problems of Issyk-Kul's health tourism and putting forward the countermeasures.

(1) Extensive review of the literature to grasp the progress of research and practical application of domestic and international studies on health tourism, lake tourism, and Lake Inverkeith tourism, and to formulate research questions.

(2) Web text analysis of Issyk-Kul visitor review information on Tripadvisor website reveals visitor experience perception and consumption behaviour characteristics through high-frequency feature word analysis, sentiment analysis and web semantic analysis.

(3) Taking tourists who have been to Issyk-Kul as the sampling target, the Issyk-Kul Health Tourism Questionnaire was designed to elucidate the characteristics of tourists in terms of health tourism influencing factors, motivation for travelling, information acquisition channels and consumption preferences.

(4) Synthesise the information of tourists' comments on Tripadvisor website and the results of the questionnaire survey to summarise the problems of Issyk-Kul health tourism in terms of products, services and management.

(5) Exploring countermeasures for the development of health tourism in Issyk-Kul.

1.4 Research object

The object of this thesis is the development of health tourism in Issyk-Kul, Kyrgyzstan.

Issyk-Kul is rich in health tourism resources. The 23,000 square kilometres of

plains and lowlands in the lake area is an important grain-producing area and livestock area of Kyrgyzstan; the ecological resources such as air, grassland, fish, waterfowl, hot springs, forests and mountains are unique; the advantages of agricultural resources such as wheat, potatoes, vegetables, apples, grapes, cows and sheep and flowers are outstanding; and the cultural resources such as museums, cultural halls, parks, ancient buildings and historical sites are distinctive. Cultural resources such as museums, cultural centres, parks, ancient buildings and historical sites are distinctive.

Issyk-Kul has a long history of health tourism development. About half of the 597-kilometre-long lake shore is sandy; the lake mud is rich in trace elements for the treatment of rheumatism and arthralgia and many other diseases; the air around the lake is fresh and sunny, and with the many hot springs and abundant mineral water, it is the most desirable place for convalescence. Since 1970, a series of travelling and sanatorium facilities have been built here. According to incomplete statistics, the lake area of various types of sanatoriums, rest homes and tourist hotels have a total of more than 40,000 beds. Sanatoriums and tourist centres have been built on the northern shore of Issyk-Kul in Cholpon-Ata and Karakol, and on the southern shore in Pokobayevo.

1.5 Scientific novelty of the work

The scientific novelty of this study is characterised by the following:

(1) Based on the information of online reviews about Issyk-Kul tourism on the travel website Tripadvisor (Catwalk Eagle), the online text analysis method was used to understand the post-trip evaluation of the health tourists of Inseek Lake.

(2) Based on the results of questionnaire sampling of Issyk-Kul health tourists, the characteristics of tourism consumption behaviour of Issyk-Kul health tourists are analysed.

(3) To explain the demand characteristics of Issyk-Kul health tourists in terms of source composition, season of visit, mode of travel, tourism experience, consumption preference, and behavioural characteristics.

(4) Synthesise information from tourists' post-trip evaluations and sample surveys to analyse problems in the development of health tourism in Issyk-Kul.

(5) To address the problems and propose countermeasures for the high-quality development of health tourism in Issyk-Kul.

1.6 Practical significance of results achieved

Lake health tourism has the function of healing existing diseases and preventing

and controlling diseases, and tourists can release pressure, adjust their mindset, promote physical and mental health, and become one with nature through the experiential programmes of sports, healing, leisure and tourism. The current development of lake health tourism is very important, but the research results achieved are not satisfactory.

This thesis is dedicated to the analysis of market demand, real problem solving and development countermeasure suggestion of lake health tourism of Issyk-Kul in Kyrgyzstan, which can effectively solve the mismatch between supply and market demand of Issyk-Kul health tourism.

The paper enriches the results of academic research on health tourism in specific geographical types of lakes and expands the field of health tourism research; it also strongly promotes health tourism in Lake Issyk-Kul from lake scenery viewing to lake leisure, holiday, healing and other functions, and enhances the quality of health tourism in Lake Issyk-Kul to improve the quality of health tourism and structural upgrading.

1.7 Economic significance of results achieved

Through the survey of tourists' health tourism needs, we can accurately grasp the characteristics of Issyk-Kul health tourism market demand, which will help Issyk-Kul lake enterprises to carry out scientific market positioning in the development process, accurate marketing, and timely adjustment of tourism development strategy, to develop products favoured by consumers and achieve greater economic benefits.

1.8 Key elements of a doctoral defence

This paper takes Issyk-Kul health tourism as a research object and conducts systematic analysis and research on the current situation of health tourism demand, existing problems and proposed countermeasures. The main body of the paper consists of 3 chapters, 12 sections and 45 pages, with a 22-page questionnaire in Chinese and Russian as an appendix, and the paper contains 19 tables, 11 figures and 50 references. The specific content is divided into the following parts:

Chapter 1 Theoretical and methodological foundations of health tourism development

Explain the background and significance of the research, research objectives and methods, research content and technical route. The literature review will clarify the advances and shortcomings of current research in order to provide theoretical support for the empirical research of this thesis.

(1) Research content and technology line

-Research content

Firstly, through the collection, collation and analysis of related literature, the relevant research results on lake health tourism at home and abroad are sorted out to lay the theoretical foundation of the study. Secondly, the network text analysis method and questionnaire survey method are used to explore the tourists' demand for lake health tourism. Finally, by combining the research results, it clarifies the problems of tourists' lake health tourism and provides relevant strategies for the development of lake health tourism.

-Technological route

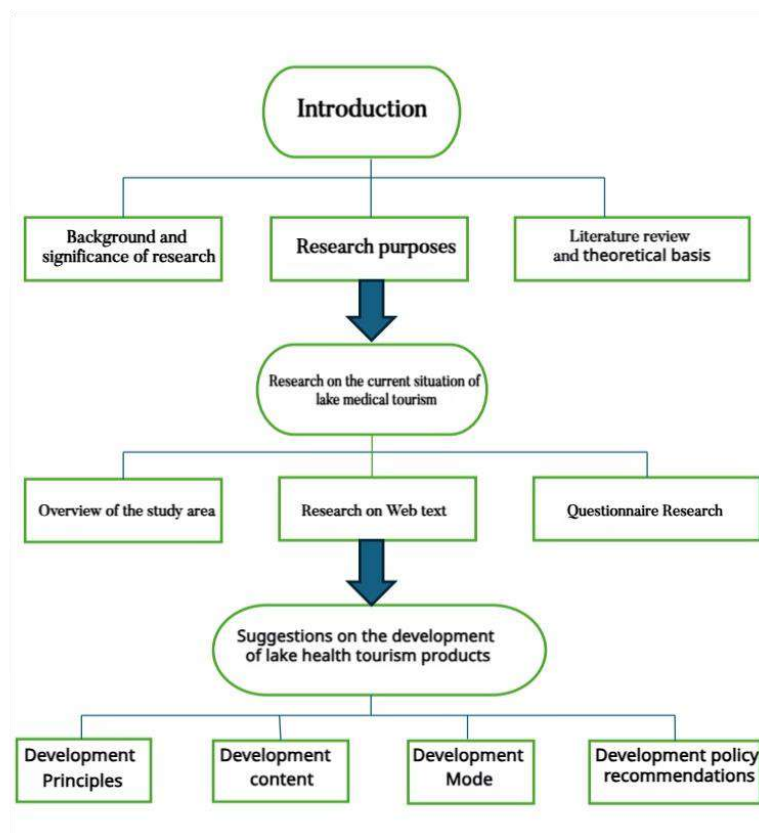


Figure 1- 1 Technology roadmap

(2) Literature Review and Theoretical Foundations

-Review of literature

Research on health tourism started earlier, European and American scholars usually call health tourism "health tourism", "wellness tourism", and the research topic is refined to "fitness tourism", etc. It was formally proposed by the World Health Organisation in the 1950s. According to Bookman, health tourism is a tourism product that combines 'high quality services with tourism'. According to the purpose of tourism, health tourism products can be divided into fo

ur types: disease treatment, cosmetic surgery, health and wellness, and experience tourism.

Wisniewski argues that sustainable development is an important principle for lake tourism development, and that finance, local service capacity and management capacity are important resources for lake tourism development. Konu H discusses whether lake environment and landscape can serve as the core elements of 'lake health' tourism products, and describes the content and design of lake health tourism products. Lin et al. show that tourists' perceptions of lake tourism resources and products vary due to differences in regional geography and social factors. Konu H discusses whether lake environment and landscape can be the core elements of 'lake health' tourism products, and describes the content and design of lake health tourism products. Lin et al. show that tourists' perceptions of lake tourism resources and products vary due to differences in regional geographic environments and social factors.

In the study on lake health tourism, Canada et al. quantified the concentrations of phosphorus and nitrogen that contribute to nutrient overload in Lake Winnipeg and argued that improving lake water quality, reducing nutrient pollution and restoring ecological health requires the participation and cooperation of a wide range of stakeholders, including governments, communities, businesses and scientists. sehnaz et al. argued that measuring lake water quality is of great importance for human health and the sustainable development of lakes.

Issyk-Kul is a representative of the lake-type resources of Kyrgyzstan, and the results of research on Issyk-Kul are relatively numerous. Плоский studied the history of Issyk-Kul and the problem of archaeological sites. Шабунин analysed the thermal conditions and dynamics of the waters of Issyk-Kul. Сунатаев, Токтобаев put forward the idea of preserving the lake. Окшайбаева studied the economic development of the Issyk-Kul region. Окшайбаева studied the economic development of the lake. Окшайбаева studied the sustainable economic development of the Issyk-Kul region.

In conclusion, health tourism and lake tourism are highly concerned research fields in the academic world, and the current research results mainly focus on resource evaluation and development, development mode and type, and problem countermeasures and suggestions. There are not many research results related to lake health tourism, and theoretical research lags behind practice.

-Theoretical foundations: Tourism Experience Theory, Industry Cluster Theory, Consumer Behaviour Theory, Tourism Systems Theory, Life Cycle Theory.

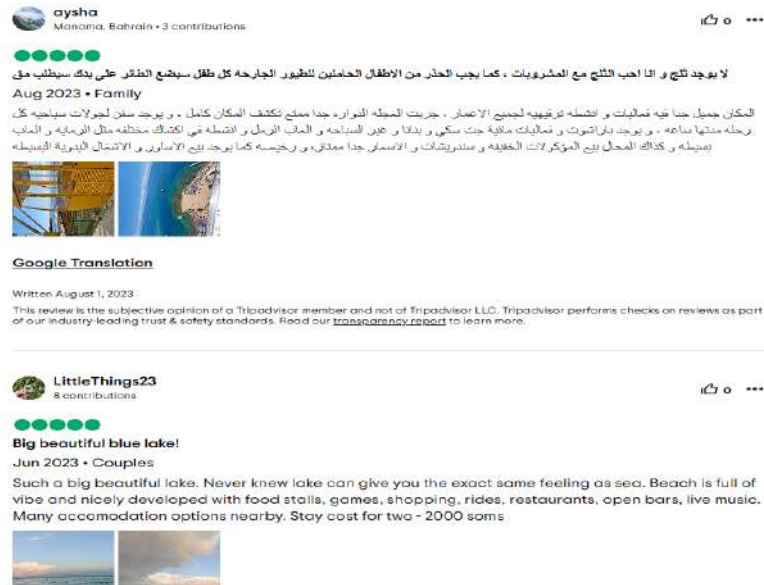


Figure 2-2 Example of traveller reviews of Issyk-Kul, Kyrgyzstan on Tripadvisor website

-Text processing

Before using ROST CM6 software for text content analysis, text preprocessing should focus on the content of online tourism reviews of Issyk-Kul, Kyrgyzstan, because the language of online tourism reviews of Issyk-Kul is not simplified or traditional Chinese.

Analysis of the structure of visitor ratings

According to the Tripadvisor platform's intelligent analytics, visitor reviews are categorised as 'very good', 'good', 'fair', 'poor' and 'very poor', 'poor' and 'very poor'. From the website data ratings, almost 70% of tourists rated Issyk-Kul as 'very good', showing positive sentiments, while 27% of tourists rated Issyk-Kul as 'good', also showing relatively satisfactory sentiments (Table 2-1). Overall, tourists were highly satisfied with health tourism at Issyk Kul Lake.

Table 2- 1 Issyk-Kul Tourist Rating Scale

Review ratings	Number of comments	weighting
Excellent	369	66%
Very good	149	27%
Average	30	5%
Poor	5	<1%
Terrible	3	<1%

Tourist Origin Analysis

Statistics and analysis of data on the IP affiliation of visitors to Issyk-Kul on the Tripadvisor website show that, according to the nationality of visitors, the highest

number of comments came from Kyrgyzstan, Russia, Kazakhstan, Japan, the United States and the United Kingdom, Australia, Canada, China and other countries (Table 2-2).

Table 2-2 Statistics on The Origin of Tourists Visiting Issyk-Kul

Geographic area	Country/area	Number of comments	Country/area	Number of comments
European (265, 59.6%)	United Kingdom	23	France	18
	Portugal	2	Poland	15
	Austria	2	Spain	10
	Germany	17	Latvia	1
	Norway	2	Netherlands	8
	Italy	13	Switzerland	3
	Belarus	2	Denmark	3
	Slovakia (Slovakia)	1	Czech Republic	4
	Greece	1	Belgium	4
	Ukraine	2	Russia	134
Asian (134, 30.1%)	Kazakhstan	21	Tajikistan	2
	Kyrgyzstan	37	Armenia	1
	Israel	7	China	4
	Iran	1	India	11
	Philippines	1	Singapore	4
	United Arab Emirates	4	Turkey	9
	South Korea	4	Thailand	2
	Qatar	1	Japan	25
Oceania (13, 2.9%)	Australia	11	New Zealand	2
America (31, 7%)	United States	20	Canada	6
	Panama	1	Brazil	4
Africa (11, 0.4%)	South Africa	1	Nigeria	1
Total	454			

Seasonal analysis of tourist arrivals: From the data collected by Tripadvisor, the inter-month changes in the number of comments from visitors to Issyk-Kul, the total inter-annual travel time of visiting tourists showed an 'A' distribution characteristics, in general, the number of comments from visitors to Issyk-Kul, peaked in February, and the number of comments in the first quarter is less (Figure 2-3).

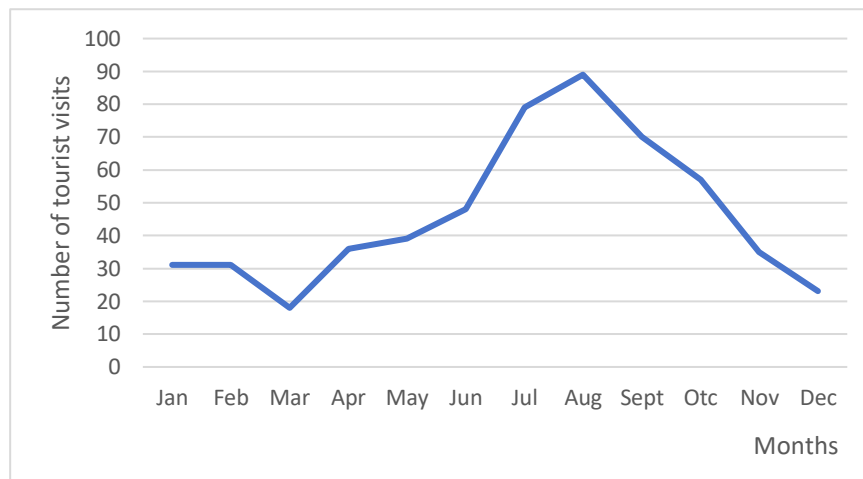


Figure 2- 3 Inter-monthly variation Comments for Issyk-Kul

Analysis of tourists' travelling patterns: A total of 475 tourists shared their travel choice. The largest group chose to travel with friends, followed by those who chose to travel as couples and families, with fewer groups travelling on personal and business trips.

Analysis of Visitor Perception Results

a. Analysis of high-frequency words of tourists' experience perception

Based on word frequency analysis of 556 online reviews of Issyk-Kul collected on Tripadvisor, tourists rated Issyk-Kul's lake scenery and natural environment highly (Table 2-3).

Table 2-3 Statistics of High-Frequency Words in Online Comments by Visitors

High-frequency word	Frequency	High-frequency word	Frequency	High-frequency word	Frequency
Kyrgyzstan	215	Beautiful	212	place	199
Issyk-Kul	162	Swimming	103	Mountains	80
Travel	73	Clean	72	Vacations	71
Clear	69	Canyon	68	Coastal	64
Air	62	around	56	Lakeside	53
Hotels	49	Many	48	Time	48
Best	47	natural	46	Visiting	46
Recommended	44	lakes	44	Summer	44
Bishkek	43	beautiful	42	Karakol	41
Nearby	40	Scenery	40	Rest	39

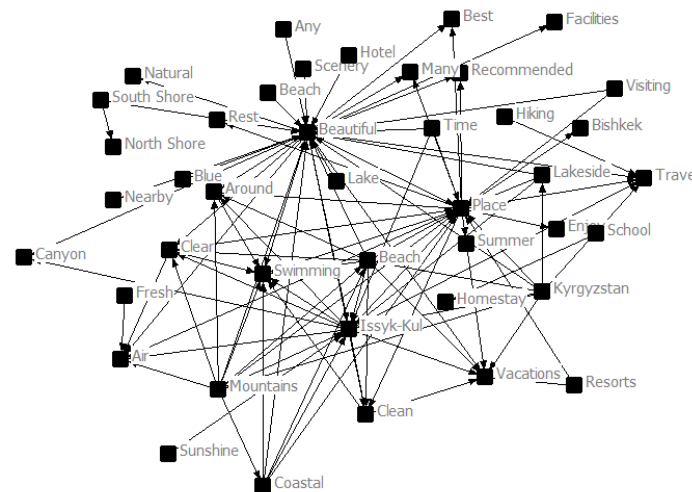
Visiting	39	Any	37	Rooms	36
Areas	35	Service	35	Facilities	35
North Bank	35	Beach	35	Resorts	34
Weather	34	Food	33	Enjoyment	31
Hotel	30	Local	30	Great	30
Evening	29	Homestay	29	South Shore	29
Interesting	28	Local people	27	Comfort	27
Resort	27	Sunshine	26	Choice	26
North	25	Driving	25	Fresh	25
Visitors	25	Mountain	24	Tent	24
Elevation	24	Covered	24	Almost	23
Real	23	magical	23	Warm	23
Nature	22	itself	22	Hostel	22
South	22	Russia	22	Must	22
Soviet Union	21	Dollars	21	Waterfalls	21
Tian Shan	21	Color	21	Country	21
Unique	20	Relax	20	Hiking	20
Sun	20	Worth	20	Cafe	19
People	19	Vacation	19	Great	19
Health	18	kids	17	Schools	17
Central Asia	17	Sea	17	Delicious	17
Family	17	Pure	17	Temperature	17
Green	16	Towns	16	Lake	15
Peace	15				

b. Frequency analysis of tourists' scenic environment perception

Based on the total high-frequency vocabulary and feature words counted in Tripadvisor, the Issyk-Kul visitor experience was grouped into a number of main categories, such as the lake scenery experience, the nature recreation experience, the history and culture experience, the outdoor sports experience, and the food service

experience. In summary, tourists perceive Issyk-Kul's lake scenery experience to be the most important, and the nature recreation experience to be less important, which is replaced by the outdoor sports experience.

Figure 2-4 Schematic Diagram of Semantic Analysis of Web Comments



c.Semantic network analysis of visitor network evaluation

The semantic network map of Issyk-Kul tourist web comments was generated by importing high-frequency words into ROST CM6.0 software and using Newdraw software (Figure 2-4). Issyk-Kul visitors' comments were centred on the attraction 'Issyk-Kul' and irregularly distributed outwards, and many of the topics mentioned were related to health tourism at Issyk-Kul Lake.

d. Sentiment analysis of visitors' online evaluations

In the tourists' emotional evaluation of Issyk-Kul lake health tourism, positive emotions accounted for 78.06%, neutral emotions accounted for 1.18%, while negative emotions accounted for 20.76%. It indicates that most tourists are basically satisfied with Issyk-Kul lake health tourism (Table 2-4).

Table 2- 5 Schematic Distribution of Visitor Sentiment in Online Reviews

Emotional disposition	Percentage (%)	Dissociation	Proportions (%)
Positive	78.06	Normal	16.37
		Moderate	17.81
		High	43.88
Neutral	1.18	—	—
Negative	20.76	Normal	4.22
			2.52

Moderate	1.26
High	

The schematic structure of the semantic network of Issyk-Kul tourists' network evaluating positive emotions shows (Figures 2-5) that “Kyrgyzstan”, “Issyk-Kul”, “beach”, ‘place’, “tourism”, “air” and “canyon” are the core nodes of its lake health tourism.

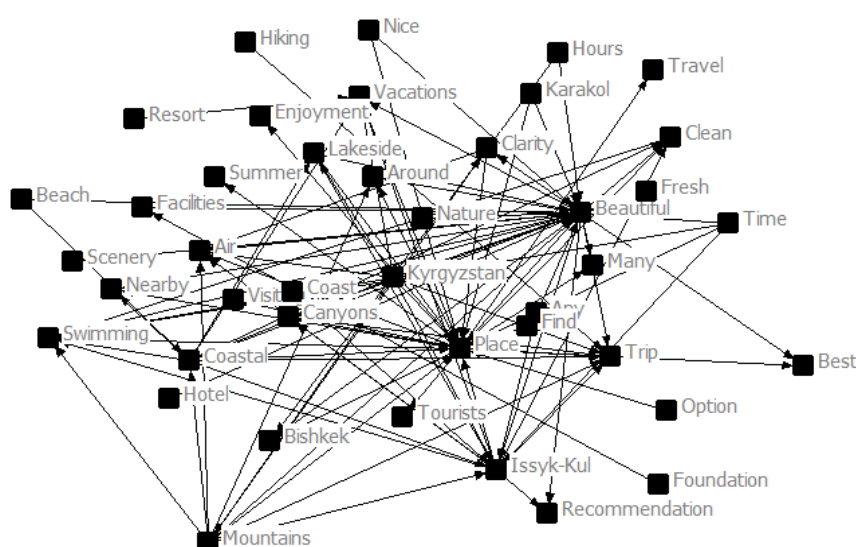


Figure 2-5 Schematic of the Semantic Structure of Tourists' Positive Emotions

Negative emotions are expressed as more abstract feelings such as bad, disappointment, opinions, etc. The reasons for negative emotions are related to a variety of factors, such as the quality of tourism services, the weather during the trip, customs, policies, local people, the management of the site and the tourists' own perceptions.

Issyk-Kul visitors' perceptions of health tourism at the lake are also an important factor contributing to negative emotions (Figure 2-6). Among the high-frequency words of negative emotions, words such as 'infrastructure' and 'opinion' appeared, which were mostly related to words such as 'hotel', 'Issyk-Kul' and 'Kyrgyzstan', reflecting some tourists' perceptions of lake health tourism. Hotel', 'Issyk-Kul', 'Kyrgyzstan', etc., reflecting some tourists' disappointment with the main attractions and scenic environment.

other high-frequency words show the spiritual satisfaction of Issyk-Kul visitors. Words like 'great', 'lake', 'beautiful' and 'clear' show the physical satisfaction of Issyk-Kul tourists. There are no negative words in the top 100 high-frequency words. In terms of willingness to return and to recommend, the high-frequency word 'recommend' appeared 26 times, and 'worthwhile' a total of 20 times. Although a very small number of tourists said they would not return, the majority of tourists had a positive attitude and recommended the place in the online comments.

(2) Visitor sampling analysis based on questionnaires

According to the results of network text analysis, Issyk-Kul health tourism has a high research value, in order to deeply understand the health tourism products demanded by tourists and the current situation of Issyk-Kul health tourism products and the factors affecting them, the design of the questionnaire for Issyk-Kul health tourism, to make up for some shortcomings in the research method of network text.

Taking tourists who have been to Issyk-Kul as the sampling target, we chose July-August 2023 and January 2024 to use convenience sampling method, and took teachers, classmates, Bishkek Chinese, Kyrgyz and other WeChat groups, WhatAPP contact groups of people as the target of the survey. According to the different nationalities of people were distributed in Russian or Chinese Issyk-Kul health tourism electronic questionnaires, recovered 206, valid questionnaires 206, the effective rate is 100%.

-Demographic characterisation

In this survey, 85 (41.3 per cent) of the respondents were male and 121 (58.7 per cent) were female, with a male to female ratio of 1 to 1.4.

In terms of age composition, the 18-25 age group had the highest number of respondents (28.2 per cent), followed by the 26-35 age group (20.9 per cent), and again the 36-45 age group (19.9 per cent).

The respondents' occupational composition was varied and the sample was representative. Students accounted for the largest number of respondents (30.6 per cent), followed by teachers (28.3 per cent), government and business personnel (22.9 per cent).

-Analysis of factors affecting lake health tourism

The main factors influencing tourists' choice of Issyk-Kul for health tourism are: beautiful scenery (4.21), fresh air and clean water (4.19), seasonal factors (3.97), friendliness of Issyk-Kul people (3.92), quiet and comfortable accom

modation (3.87), and design concepts of environmental protection (3.76). 76), which shows that tourists are more concerned about choosing a health tourism destination for its natural environment and hospitality environment, while relatively speaking, tourists believe that the destination's high-quality health care facilities (3.42), health and wellness culture exhibition halls (3.40) and convenient transport (3.39) have a more general influence on their choice of health tourism destinations.

From the analysis it can be learned that the first thing that attracts tourists to choose health tourism in Issyk-Kul is the beautiful scenery of the destination, fresh air and clean water, seasonal factors and the friendliness of the inhabitants of the destination, quiet and comfortable accommodation for health tourism, and the second thing that attracts tourists to choose health tourism in Issyk-Kul is the concept of environmentally friendly design of the destination, the atmosphere of social wellness, wellness food, recreational and wellness projects and wellness culture.

-Analysis of motivations for lake health tourism

By studying tourists' motives for health tourism, we can more effectively provide tourists with their preferred health tourism products, design more popular experiential projects, and enrich the content of health tourism in the destination. Using SPSS to analyse the mean comparison of motives for health tourism, it can be concluded that the main motives for tourists to undertake health tourism are to accompany their relatives and friends, and it can be concluded that the main motives for health tourism are to be close to nature, to take care of their physical and mental health, and to take care of their physical and mental health. In addition, the lowest motivation is to buy health care products, which indicates that tourists do not buy health care products for health tourism.

-Analysis of information channels for lake health tourism

Using SPSS to analyse the descriptive statistics of the importance of information channels that influence tourists' health tourism decisions, the information channels that have the greatest influence on tourists are recommendations from social networks such as acquaintances and friends, followed by online publicity, travel agency publicity, while magazines and journals and cooperation with hospital-related institutions and government support documents have little influence on tourists' choice of health tourism destinations.

-Behavioural profiling of health tourism

The characteristics of spending in health tourism among tourists were investigated by means of indefinite choice, and from the analysis of the survey results, it can be seen that tourists who go to Issyk-Kul for health tourism spend the most on accommodation, followed by spending more on food and drink, and spending more on experiential projects.

Through the indeterminate choice way of tourists' health tourism stay days of investigation, analysis of the results of the survey shows that the tourists who carry out lake tourism in the destination time most is to choose 3-5 days, which is with the lake tourism destination is far from the city, most of the tourists from the city belongs to the medium and long-distance tourists; followed by the choice to stay 6-7 days and more than 7 days, this part of the tourists choose to stay in the lake tourism is more inclined to leisure tourism. In the process of cultivating the body and mind, they feel the embrace of nature and enjoy the tranquility that lakes bring to the body and mind. Through the indefinite choice topic health tourism choice season to tourists, through the analysis of the results of the survey, it can be seen that the tourists who carry out lake tourism most often choose to carry out in the summer, winter lake recreation choice is less.

(3) Issyk-Kul Visitor Demand Characterisation

A combination of information from visitor reviews on the Tripadvisor website and the results of the on-site sampling questionnaire indicate that Issyk-Kul visitor demand is characterised by the following:

First, in terms of the composition of its clientele, Issyk-Kul receives 59.6 per cent of its visitors from Europe, 30.1 per cent from Asia, 7 per cent from the Americas, 2.9 per cent from Oceania and 0.4 per cent from Africa. In terms of nationality, more tourists come from Kyrgyzstan itself, Russia, Kazakhstan, Japan, the United States and the United Kingdom, Australia, Canada and other countries. The ratio of men to women was about 1 to 1.4. The largest number of respondents was in the 18-25 age group, followed by 26-35 and then 36-45. The occupational composition of the respondents includes students, teachers, government and business employees, professionals, workers and health professionals and retired people. The educational level of the respondents was in the order of undergraduate, postgraduate (master's/doctorate) and high school/secondary school.

Secondly, in terms of motives for visiting, the motives for Issyk-Kul tourists to

travel can be summarised as: cultural motives, recreational motives, and outdoor experience motives. Among the factors that influence tourists to choose Issyk-Kul for health tourism, the most important are recreational culture and products, recreational facilities and services, recreational atmosphere, and natural environment.

Thirdly, in terms of information channels, tourists' access to information channels is mainly recommended by social networks such as acquaintances and friends, film and television variety shows and travel agency advertising, compared to newspapers, magazines and large-scale health and wellness activities, which have a slightly weaker impact on tourists' health tourism decision-making.

Fourth, in terms of behavioural characteristics, the summer season from June to September is the season in which tourists concentrate their visits, followed by autumn, spring and winter; tourists tend to travel for 3-5 days, followed by 6-7 days and 7 days and more. Yurt camping (yurt), horse riding, Bishkek (Bishkek) and salty (saltwater) are the most popular tourist activities among tourists. In terms of type of travel, 37% of tourists travelled with friends, 21% with couples and 22% with families, 14% for private purposes and 6% for business. The main consumption expenditures of tourists are, in descending order, accommodation, food, adventure programmes, transport and shopping, with different characteristics linked to the prices set by the destinations themselves and to the transport conditions in the region.

Fifthly, in terms of tourist experience, 53.2 per cent of tourists rated the experience of lake scenery, 10.2 per cent rated the experience of nature and wellness, 31.4 per cent rated the experience of outdoor sports, and 5.2 per cent rated the experience of history, culture and cuisine. Words such as beautiful, scenic, sunny, natural, unique, blue, clean and worthwhile were used to describe Issyk-Kul's wellness tourism. Tourists preferred diving, excursions and entertainment during their trips, with special emphasis on cafes and restaurants for food and drink.

Sixth, in the post-tour evaluation, tourists' evaluation of Issyk-Kul health tourism, positive emotions accounted for 78.06 per cent, mostly "enjoyment", "peace", "appreciation", etc. Negative emotions accounted for 20.76%, mostly bad, disappointment, opinions. Negative emotions accounted for 20.76%, mostly bad, disappointment, opinions, etc. The reasons for negative emotions are related to the quality of tourism services, weather during the trip, customs, politics, local people, management of the scenic area, tourists' own perceptions and other factors. Neutral emotions accounted for 1.18 per cent.

(4) Analysis of health tourism issues in Issyk-Kul

Issyk-Kul has rich health tourism resources and a large potential market. At present, Issyk-Kul health tourism development, there is government policy support is not in place, the depth of product development is insufficient, tourism infrastructure lags behind, tourism services need to be improved and other issues.

–Inadequate government policy support

The safety of tourists is in question. I would like to warn campers in Issyk-Kul. Last year we were robbed at the Sunshine Boarding School. After the robbery, everyone (administrators, guards, police) tried to ignore the situation and get rid of us quickly. The police made a statement that no stolen items or the thief himself were found'. And so on.

There are problems with road facilities. For example: 'We were on holiday on the north coast and walked along the coast to Caracas. We visited the Przyworski museum and his grave. Everything was great, but it was all ruined by the bad roads. You could say the roads themselves were almost non-existent. So it seemed more extreme to us than climbing a waterfall. It was all overshadowed by the beauty of nature and the kindness of the local people.

–Insufficient depth of product development

The tourism product is one-dimensional. As commented, 'Despite seeing the marvellous beauty of nature, entertainment remains an issue. The scenery on the way to the lake was terrible.' .

–Lagging tourism infrastructure

The lake area is too large to be easily accessible. From Bishkek to the lake, we travelled by taxi through the Bombay valley in just four hours, with two stops. At the moment, there is no better option, although there is an alternative route through the Jung Kemin valley'. This iconic lake, the second largest alpine lake in the world, over 170 kilometres long and over 70 kilometres wide, attracts crowds from all over the world. I travelled by bus full of friendly Russian tourists to reach this fascinating place early in the morning and before the afternoon. Bishkek is a long drive and it is advisable to have enough food and drinking water". It is a beautiful big mountain lake. The infrastructure is so rudimentary and meagre that you'd think it had disappeared. But that doesn't detract from the beauty of the lake.

–Tourism services need to be improved

As commented, 'Russians, whatever you do, don't come on holiday to Lake Issyk-Kul! It will be a bad holiday, too terrible! This is not just my opinion.

The lake is cold, the beaches are muddy and overgrown. Food is twice as expensive as in Russia. There's dirt everywhere. Who would want to visit? As commented, 'Don't rush into any of the cafes, especially the tents by the lake. It's not hygienic. As commented 'The water is good but expensive. The service was terrible! You can't get a taxi anywhere after 8pm. Taxis don't stop. Some of the food in the cafe was good, some wasn't. The maitre d' (the manager didn't know) and the barman didn't know how much a litre of wine cost. 120 ml for 100 som. The kebabs were dry, no marinade, bad service, I had to get my own fork and plate.

Chapter 3 Countermeasures Suggestions for Issyk-Kul Health Tourism Development

According to the current situation of market demand and existing problems, targeted optimisation proposals are made, including a series of policy support, diversified product development, clear positioning of customer groups, precise marketing and quality leisure services.

-Serialised policy support

Preparation of development plans.The government should solve the problems of lake protection and ecological restoration, scenic area development and project construction, facility upgrading and improvement, and health tourism industry development through the preparation of the Issyk-Kul Tourism Development Plan, to clarify the strategic objectives, development positioning, theme characteristics, main tasks, spatial layout, key projects, product system, brand image, service facilities, and do a good job in top-level design and macro coordination, so as to guide the healthy development of Issyk-Kul health tourism.

Continued investment in development.The government can channel funds into the construction of support facilities and resource development for Issyk-Kul health tourism, and improve the level and quality of Issyk-Kul health tourism services by upgrading projects such as roads around the lake, medical facilities, signage, public services, thematic routes, gateway landscapes, architectural styles, environmental ambience, and support facilities. At the same time, Issyk Kul's regional transport facilities, accommodation facilities, catering facilities, recreational facilities, health facilities, safety facilities and water supply, power supply and communication facilities

need to be continuously improved and upgraded in phases and steps from a practical point of view to provide a better service experience.

Introducing supportive policies.From financial support, land security, tax incentives, the introduction of talent, technological innovation, etc., to increase policy support, to promote the integration of lake health tourism and cultural creativity, scientific and technological research and development, education and training, and other related industries, innovation, and through participation in the International Tourism Expo and other platforms, and actively promote the Issyk-Kul health tourism brand image and characteristics of the product.

Strengthening industry regulation.The government can regulate and supervise the business environment, product quality, service quality and price level of lake health tourism through necessary administrative, economic and legal means to ensure its quality and safety, and to improve the satisfaction and trust of tourists.

Strengthening financial and tax support.The government can encourage and support lake health tourism by introducing appropriate fiscal and financial policies. First, financial support. Second, tax incentives. Third, financial credit support. Fourth, the establishment of a lake health tourism industry fund. Fifth, innovative financial products and services.

-Diversified product development

Highlighting the theme of recreation.Focusing on the themes of lake recreation, garden recreation, sports recreation, gastronomy recreation, culture recreation and hot springs recreation, the industry chain of health tourism will be constructed by perfectly combining body checkups, beauty and wellness, healthcare, rehabilitation, health management, physical and mental healing and tourism and holidays.

Enrichment of recreational functions.The development of Issyk-Kul health tourism must be based on the attributes of holiday, the theme of health and wellness, tourism as the centre and activities as the carrier. It will form a functional agglomeration of therapeutic food and health care, healthy catering, leisure and entertainment and health resort; develop industries such as health care and pension, leisure tourism and ecological planting; hold relevant cultural festivals and cultural forums to create projects such as historical and cultural studies, folklore and cultural experiences.

Promote industry integration.The development of health tourism in Issyk-Kul takes medical treatment, psychological counselling, rehabilitation care, medical equipment, rehabilitation equipment, home care and other contents as the core, and

aggregates cultural experience, health convalescence, medical beauty care, eco-tourism, leisure and holiday, sports, health products and other industries, so as to achieve the aggregation of tourism and health-related consumption.

Accelerated product upgrading.In the product form, it should be from a single convalescent sightseeing tourism to multiple composite new industry; in the product function, along the composite direction of development; in the operation form, it should be from a single operation to joint operation, network operation direction of development; in the technical means, virtual reality technology can be used to provide tourists with immersive tourism experience, to provide more accurate and personalised service.

Make up for product shortcomings.Issyk-Kul tourist attractions are scattered, the infrastructure is not perfect, the night can be seen and play fewer projects, tourism off-peak season is obvious. First, the development of night tour products. Second, the development of four-season products. The third is to develop high-quality routes.

-Clearly defined customer segments

All-age clientele development.For the youth group, it emphasizes the functions of recreation and education, and the types of activities include: lake ecological experience, lake sports and recreation, and lake cultural education. For the middle-aged and elderly groups, it highlights the functions of disease prevention and treatment, chronic disease management, health testing, nutrition and diet, and the types of activities include: lake recreation and health, lake leisure and holidays, and lake outdoor activities.

Multi-faceted recreational services.Issyk-Kul develops health tourism based on recreational agricultural resources of green and healthy melons, fruit and mutton agricultural products, holiday and health care resources along the lake such as swimming, boating, hot air ballooning, yachting, cruising and gourmet food, ecological experience resources such as pristine forest parks, ice sports, snow sports and other ecological experience resources, heritage sites and relics, festivals, traditions and folklore and other cultural tourism resources to meet the health care needs of tourists, ecological experience resources such as pristine forest parks, pristine canyons, ice sports, snow sports and other ecological experience resources, heritage sites and relics, national festivals, folk traditions and folklore and other cultural tourism resources to meet the health care of tourists to maintain their health, nourish their face and body, nourish the spirit and experience and nourish the intelligence. Body, culture and

experience.

-Whole chain industry development.The following five categories can be focused on: eco-tourism, recreational agriculture, health tourism, sports industry and equipment manufacturing.

Segmentation of themed products.The lake health tourism products can be divided according to different ages, levels, motivations and other perspectives, launching ecological tours, sports tours, study tours, parent-child tours, food tours, health tours and other thematic and specialised tourism product categories, on the basis of which, in response to the different needs of tourists, the design of personalised, experiential and innovative tourism products, to meet the needs of a wide range of tourist tourism.

-Precision marketing

Marketing positioning clarity.The content includes: creation of theme slogans with regional characteristics, such as Central Asia Health Resort - Issyk-Kul; Health Paradise - Issyk-Kul. In addition to the conventional means of promotion, a group of self-media creators can be invited to systematically promote the image of health tourism at the lake through the publication of short videos, live broadcasts of cloud tours and the sale of recreational products at the lake online, and a series of innovative festivals and events can also be held.

Marketing Selling Point Differentiation.The development of Issyk-Kul health tourism can be differentiated by identifying its own unique positioning, focusing on specific areas of recreation (e.g. yoga, hot springs, hiking, etc.), targeting specific groups of people (e.g. women, middle-aged people, elderly people, etc.), and pursuing specific recreational effects (e.g. relaxing the body and mind and raising awareness of health maintenance, etc.). Or it can gain consumers' trust and recognition by offering services provided by professional recreation experts and medical teams, having authoritative certifications and qualifications, and so on. It can also adopt advanced recreation technology and equipment, and provide personalised recreation services in combination with the Internet and intelligent technology, etc., to attract consumers' attention.

Marketing scenarios are experiential.The development of health tourism in Issyk-Kul, firstly, to create landmark health tourism experience scene, secondly, to create thematic and performing arts health tourism experience scene, and thirdly, to create iconic health tourism cultural landscape symbols; so that iconic tourism

landscape and the surrounding ecological and recreational cultural landscape, together form the ecological and recreational cultural tourism symbol system.

Marketing Tools Intelligence.Improve the marketing effectiveness and user experience of wellness tourism products and services through data-driven market research and user insights, personalised marketing strategies and promotional channels, intelligent booking and experience management, data-driven service optimisation and branding, and user engagement and interactive experiences. Formulation of personalised wellness marketing strategies, including tailored product promotion, precise target user positioning and personalised content marketing.

Marketing Think Young.Firstly, convenient recreational products. The second is to create high value products. Third, interesting recreation experience. Fourth, immersion in cultural recreation.

-Quality Wellness Services

Service Intelligence.First, the digital reform of leisure services will be promoted. Through cloud computing, the Internet of Things, big data and other technologies, health tourists will be provided with advice on chronic disease management, medication management, healthy diet and emergency assistance through telemedicine health consultation and treatment services, thus improving tourists' travel convenience and satisfaction. Second, an integrated digital application platform for smart health tourism will be developed to provide customers with personalised and accurate leisure services such as online booking, personalised recommendations, voice guides and other personalised and accurate leisure services by linking information platforms, updating smart equipment, creating smart scenes and providing smart wearable devices.

Diversification of services.In terms of fitness and sports, more diversified recreational sports programmes will be offered, such as water yoga, sailing, kayaking, water biking, etc. In the area of health management, exclusive recreation and spa centres will be built to provide high-quality massages, saunas, beauty treatments, healthy meals and other services. In the area of cultural recreation, traditional culture will be combined with health tourism, and a rich variety of cultural experience programmes will be introduced, such as traditional cultural learning, art exhibitions and handicrafts. In terms of services, at special times, enterprises can jointly launch various kinds of preferential policies for lake health tourism, such as ticket discounts, discounted accommodation, free experience, point exchange, membership system and other activities, guiding tourists to spend time and place for lake health tourism.

Specialisation of services.First, we will strengthen university-industry cooperation with recreation enterprises in the healthcare industry, government agencies and industry associations, focus on the problems and pain points in recreation services, and build a model of "cross-disciplinary talent training" around recreation product design and service development, so as to cultivate high-quality and applied recreation talents. Second, we will strengthen the construction of tourism service facilities in the areas of accommodation, catering, medical care and emergency rescue, and improve the level of tourism services.

Service facilitation.Due to the large size of the lake area and the long loop along the lake, it is necessary to solve the problems of constant turnover of tourists' trips, higher cost of transportation expenses and inadequate signage systems, firstly, it is necessary to provide comfortable, safe and fast transportation services, such as public transport, tourist buses, taxis and shared cars. Secondly, water transport such as cruise ships, speedboats and sailboats should be made available to allow tourists to enjoy the beauty of the lakes. Where conditions permit, the development of low-altitude tourism projects can also be considered to enrich the tourism experience. In addition, in order to remedy the shortcomings of tourism reception in the Issyk-Kul region, we need to further improve tourism transport facilities, tourism accommodation and reception facilities, excursion and recreation facilities, and tourism shopping facilities, strengthen tourism distribution services, reception services, and public services, and establish a perfect signage guidance system and interpretation service system.

Озёрный оздоровительный туризм: проблемы и перспективы развития

PHD докторантка: Ван Шуман

Научный руководитель: Керимкулова Меримкуль Кадыровна

1.Абстракт

1.1 Актуальность темы диссертации

Оздоровительный туризм - это новая область исследований, представляющая большой интерес для академического сообщества, и текущие результаты исследований в основном сосредоточены на оценке и развитии ресурсов, моделях

и типах развития, контрмерах и рекомендациях по решению проблем и т.д., в то время как относительно мало исследований было проведено по предложению, спросу и развитию продукта оздоровительного туризма для озер как особого типа туристического направления.

В данном исследовании анализируется информация об иссык-кульских онлайн-отзывах на сайте Tripadvisor и информация анкеты иссык-кульских оздоровительных туристов, чтобы понять характеристики источников посетителей, такие как спрос туристов, поведенческие характеристики, потребительские предпочтения и т.д., а также предлагаются меры по улучшению развития оздоровительного туризма на Иссык-Куле с учетом проблем, существующих в аспектах туристических продуктов, туристических услуг и управления отраслью.

1.2 Связь темы статьи с приоритетными научными направлениями, крупными научными программами (проектами) или основными научно-исследовательскими работами

Кыргызстан отличается разнообразием горных ландшафтов, климатических условий, богатой и разнообразной цивилизацией Шелкового пути, традициями кочевников и людей, а туризм является одной из ведущих отраслей экономики. Иссык-Куль - главное туристическое направление для туристов, посещающих Кыргызстан.

(1) С точки зрения развития туризма, решение проблем в развитии иссык-кульского оздоровительного туризма и повышение качества развития иссык-кульского оздоровительного туризма может значительно повысить конкурентоспособность туристической отрасли Кыргызстана.

(2) С точки зрения спроса туристов, точное понимание потребностей, поведения, предпочтений и других характеристик иссык-кульских оздоровительных туристов и принятие целенаправленных мер может лучше способствовать развитию иссык-кульского оздоровительного туризма.

1.3 Цель и задачи исследования

Основываясь на специфических типах озерных направлений оздоровительного туризма, данное исследование следует идее «теоретический анализ - сбор данных - эмпирическое исследование - исследование контрмер», выдвигает вопросы исследования путем анализа литературы по

оздоровительному туризму, а также указывает на проблемы предпочтений спроса туристов и выдвигает соответствующие контрмеры на основе анализа сетевого текста и анкетного опроса. На основе анализа сетевого текста и анкетного опроса выдвигаются исследовательские вопросы путем объединения литературы по оздоровительному туризму, а на основе анализа сетевого текста и анкетного опроса выдвигаются исследовательские вопросы путем понимания спроса и предпочтений туристов, указываются проблемы оздоровительного туризма Иссык-Куля и выдвигаются контрмеры.

(1) Обширный обзор литературы с целью изучения хода исследований и практического применения отечественных и международных исследований в области оздоровительного туризма, озерного туризма и туризма на озере Инверкейт, а также формулирования вопросов исследования.

(2) Анализ текста отзывов посетителей Иссык-Куля на сайте Tripadvisor позволяет выявить особенности восприятия и потребительского поведения туристов с помощью анализа высокочастотных слов, анализа настроения и семантического анализа веб-страниц.

(3) Взяв туристов, побывавших на Иссык-Куле, в качестве объекта выборки, была разработана анкета по оздоровительному туризму на Иссык-Куле для выяснения характеристик туристов с точки зрения факторов влияния оздоровительного туризма, мотивации путешествия, каналов получения информации и предпочтений в потреблении.

(4) Синтезировав информацию о комментариях туристов на сайте Tripadvisor и результаты анкетного опроса, мы обобщили проблемы иссык-кульского оздоровительного туризма с точки зрения продуктов, услуг и управления.

(5) Исследование контрмер для развития оздоровительного туризма на Иссык-Куле.

1.4 Объект исследования

Объектом исследования данной диссертации является развитие оздоровительного туризма на Иссык-Куле, Кыргызстан.

Иссык-Куль богат ресурсами оздоровительного туризма. Равнины и низменности площадью 23 000 квадратных километров в районе озера являются

важным зернопроизводящим и животноводческим районом Кыргызстана; экологические ресурсы, такие как воздух, луга, рыба, водоплавающие птицы, горячие источники, леса и горы, уникальны; преимущества сельскохозяйственных ресурсов, таких как пшеница, картофель, овощи, яблоки, виноград, коровы и овцы, цветы, выдающиеся; и культурные ресурсы, такие как музеи, культурные центры, парки, древние здания и исторические места, являются отличительными. Культурные ресурсы, такие как музеи, культурные центры, парки, древние здания и исторические достопримечательности, имеют отличительные особенности.

Иссык-Куль имеет давнюю историю развития оздоровительного туризма. Около половины 597-километрового берега озера - песчаные, озерная грязь богата микроэлементами для лечения ревматизма, артралгии и многих других заболеваний, воздух вокруг озера свежий и солнечный, а многочисленные горячие источники и обилие минеральной воды делают его самым подходящим местом для оздоровления. С 1970 года здесь был построен ряд туристических и санаторных объектов. По неполным статистическим данным, на территории озера расположены различные типы санаториев, домов отдыха и туристических гостиниц на более чем 40 000 мест. На северном берегу Иссык-Куля построены санатории и туристические центры в Чолпон-Ате и Караколе, на южном - в Покобаево.

1.5 Научная новизна работы

Научная новизна данного исследования характеризуется следующим:

(1) На основе информации онлайн-отзывов о туризме на Иссык-Куле на туристическом сайте Tripadvisor (Catwalk Eagle) был использован метод анализа текстов в режиме онлайн, чтобы понять оценку после поездки оздоровительных туристов на озеро Инсик.

(2) На основе результатов анкетной выборки иссык-кульских оздоровительных туристов анализируются особенности потребительского поведения иссык-кульских оздоровительных туристов.

(3) Объяснить характеристики спроса иссык-кульских оздоровительных туристов с точки зрения состава источника, сезона посещения, способа путешествия, туристического опыта, потребительских предпочтений и

поведенческих характеристик.

(4) Синтезировать информацию из оценок туристов после поездки и выборочных опросов для анализа проблем в развитии оздоровительного туризма на Иссык-Куле.

(5) Решить проблемы и предложить контрмеры для качественного развития оздоровительного туризма на Иссык-Куле.

1.6 Практическая значимость достигнутых результатов

Оздоровительный туризм на озере выполняет функции лечения существующих заболеваний, профилактики и контроля заболеваний, а туристы могут снять напряжение, отрегулировать свой образ мышления, укрепить физическое и психическое здоровье и стать единым целым с природой благодаря экспериментальным программам спорта, лечения, отдыха и туризма. В настоящее время развитие оздоровительного туризма на озере очень важно, но достигнутые результаты исследований не являются удовлетворительными.

Данная диссертация посвящена анализу рыночного спроса, решению реальных проблем и разработке предложений по контрмерам озерно-оздоровительного туризма на Иссык-Куле в Кыргызстане, которые могут эффективно решить несоответствие между предложением и рыночным спросом иссык-кульского оздоровительного туризма.

Статья обогащает результаты академических исследований оздоровительного туризма на конкретных географических типах озер и расширяет область исследований оздоровительного туризма; она также активно продвигает оздоровительный туризм на озере Иссык-Куль от просмотра озерных пейзажей до озерного досуга, отдыха, лечения и других функций, а также повышает качество оздоровительного туризма на озере Иссык-Куль для улучшения качества оздоровительного туризма и структурной модернизации.

1.7 Экономическая значимость достигнутых результатов

Изучение потребностей туристов в оздоровительном туризме позволит точно определить характеристики спроса на рынке оздоровительного туризма Иссык-Куля, что поможет озерным предприятиям Иссык-Куля осуществлять научное позиционирование рынка в процессе развития, точный маркетинг и своевременную корректировку стратегии развития туризма, разрабатывать продукты, пользующиеся спросом у потребителей, и добиваться большей

экономической выгоды.

1.8 Ключевые элементы защиты докторской диссертации

В данной работе в качестве объекта исследования рассматривается иссык-кульский оздоровительный туризм, проводится систематический анализ и исследование текущей ситуации спроса на оздоровительный туризм, существующих проблем и предлагаемых мер противодействия. Основная часть работы состоит из 3 глав, 12 разделов и 45 страниц, в качестве приложения приводится 22-страничная анкета на китайском и русском языках, также работа содержит 19 таблиц, 11 рисунков и 50 ссылок. Конкретное содержание разделено на следующие части:

Глава 1 Теоретические и методологические основы развития оздоровительного туризма

Объяснить предпосылки и значимость исследования, цели и методы исследования, содержание исследования и технический маршрут. Обзор литературы прояснит достижения и недостатки современных исследований, чтобы обеспечить теоретическую поддержку эмпирического исследования в данной диссертации.

(1) Исследование содержания и технологической линии

-Содержание исследования

Во-первых, путем сбора, обобщения и анализа соответствующей литературы были отсортированы результаты исследований по озерному оздоровительному туризму в стране и за рубежом, чтобы заложить теоретическую основу исследования. Во-вторых, метод сетевого анализа текста и метод анкетного опроса используются для изучения спроса туристов на озерный оздоровительный туризм. Наконец, объединив результаты исследования, проясняются проблемы озерного оздоровительного туризма туристов и предлагаются соответствующие стратегии для развития озерного оздоровительного туризма.

-Технологический маршрут

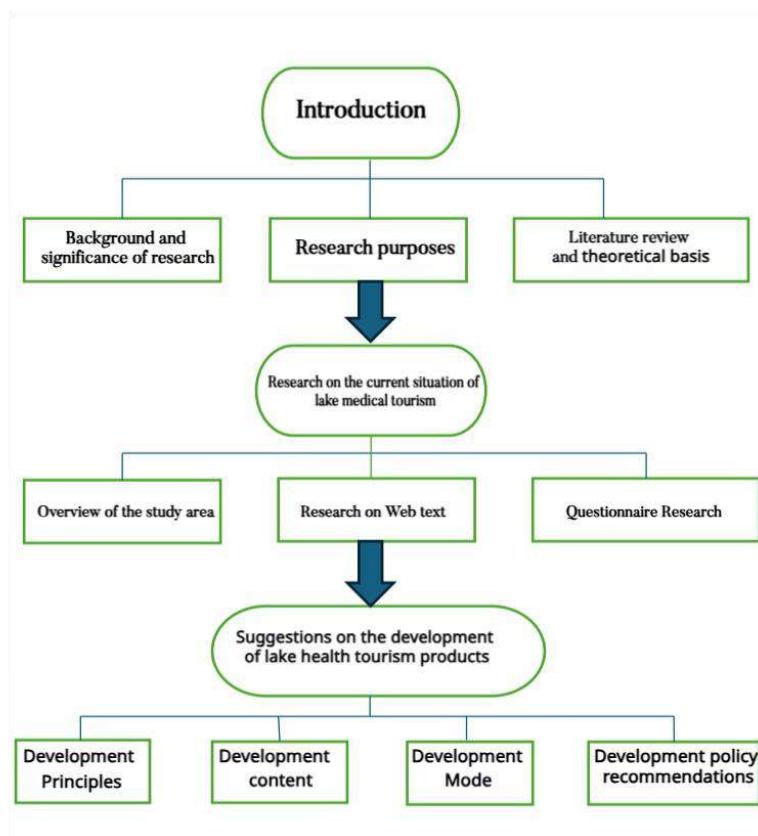


Figure 1- 2 Technology roadmap

(2) Обзор литературы и теоретические основы

-Обзор литературы

Исследования оздоровительного туризма начались раньше, европейские и американские ученые обычно называют оздоровительный туризм «health tourism», «wellness tourism», а тема исследования уточняется до «fitness tourism» и т.д. Официально он был предложен Всемирной организацией здравоохранения в 1950-х годах. По мнению Букмана, оздоровительный туризм - это туристический продукт, сочетающий «высококачественные услуги и туризм». В зависимости от цели туризма продукты оздоровительного туризма можно разделить на четыре типа: лечение заболеваний, косметическая хирургия, оздоровительный туризм и туризм впечатлений.

Вишневски утверждает, что устойчивое развитие является важным принципом развития озерного туризма, а финансы, местный сервисный потенциал и управленческий потенциал - важными ресурсами для развития озерного туризма. Кону Х обсуждает, могут ли озерная среда и ландшафт служить основными элементами «озерных оздоровительных» туристических продуктов, и описывает содержание и дизайн озерных оздоровительных туристических

продуктов. Лин и др. показывают, что восприятие туристами ресурсов и продуктов озерного туризма различается из-за различий в региональной географии и социальных факторов. Копи Н обсуждает, могут ли озерная среда и ландшафт быть основными элементами «озерно-оздоровительных» туристических продуктов, и описывает содержание и дизайн озерно-оздоровительных туристических продуктов. Lin et al. показывают, что восприятие туристами озерных туристических ресурсов и продуктов варьируется из-за различий в региональной географической среде и социальных факторах.

В исследовании, посвященном оздоровительному туризму на озерах, Канада и др. дали количественную оценку концентраций фосфора и азота, способствующих перегрузке озера Виннипег питательными веществами, и утверждают, что улучшение качества озерной воды, снижение загрязнения питательными веществами и восстановление экологического здоровья требуют участия и сотрудничества широкого круга заинтересованных сторон, включая правительства, сообщества, бизнес и ученых. Сехназ и др. утверждают, что измерение качества озерной воды имеет огромное значение для здоровья человека и устойчивого развития озер.

Иссык-Куль является представителем озерного типа ресурсов Кыргызстана, и результаты исследований Иссык-Куля относительно многочисленны. Плоских изучил историю Иссык-Куля и проблему археологических памятников. Шабунин проанализировал термические условия и динамику вод Иссык-Куля. Супатаев, Токтобаев выдвинули идею сохранения озера. Окшаубаева изучила экономическое развитие Иссык-Кульской области. Окшаубаева изучила экономическое развитие озера. Окшаубаева изучила устойчивое экономическое развитие Иссык-Кульской области.

В заключение следует отметить, что оздоровительный туризм и озерный туризм являются весьма актуальными областями исследований в академическом мире, и текущие результаты исследований в основном сосредоточены на оценке и развитии ресурсов, способах и типах развития, а также контрмерах и предложениях по решению проблем. Результатов исследований, связанных с озерным оздоровительным туризмом, не так много, и теоретические исследования отстают от практики.

-Теоретические основы: Теория туристического опыта, теория отраслевых кластеров, теория потребительского поведения, теория туристических систем,

Глава 2 Анализ текущей ситуации и проблем развития оздоровительного туризма на Иссык-Куле

-Захват данных

-Фильтрация данных

[illegible]

В текстовых полях, извлеченных вручную, имя пользователя - это экранное имя, используемое туристами при написании отзывов в Интернете, а объект отзыва - это конкретный объект опыта туристов из разных стран, побывавших на Иссык-Куле в Кыргызстане, включая живописные места, общественные туристические зоны, гостиницы, рестораны и т. д. (Figure. 2-2). В данной работе основное внимание уделяется анализу содержания отзывов, определению уровня важности с помощью уровня частоты слов, а также фильтрации и упорядочиванию отзывов с помощью других полей.

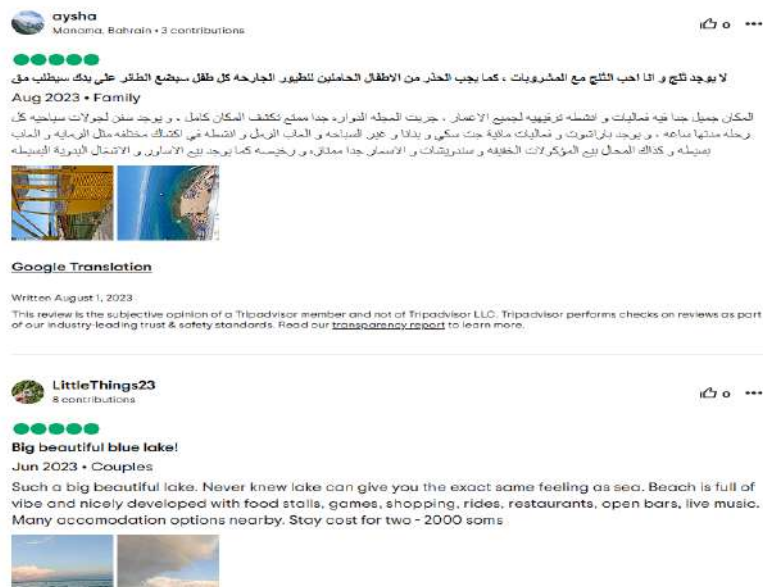


Figure 2-2 Example of traveller reviews of Issyk-Kul, Kyrgyzstan on Tripadvisor website

-Обработка текста

Прежде чем использовать программу ROST CM6 для анализа содержания текста, необходимо провести предварительную обработку текста, поскольку язык отзывов о туризме на Иссык-Куле, Кыргызстан, не является упрощенным или традиционным китайским.

Анализ структуры рейтингов посетителей

Согласно интеллектуальной аналитике платформы Tripadvisor, отзывы посетителей классифицируются как «очень хорошие», «хорошие», «удовлетворительные», «плохие» и «очень плохие», «плохие» и «очень плохие». По данным сайта, почти 70 % туристов оценили Иссык-Куль как «очень хороший», что свидетельствует о позитивных настроениях, а 27 % туристов оценили Иссык-Куль как «хороший», что также свидетельствует об относительно удовлетворительных настроениях (Table 2-1). В целом, туристы были высоко удовлетворены оздоровительным туризмом на озере Иссык-Куль.

Table 2- 1 Issyk-Kul Tourist Rating Scale

Review ratings	Number of comments	weighting
Excellent	369	66%
Very good	149	27%
Average	30	5%
Poor	5	<1%
Terrible	3	<1%

Анализ происхождения туристов

Статистика и анализ данных об IP-адресах посетителей Иссык-Куля на сайте Tripadvisor показывают, что в соответствии с национальностью посетителей наибольшее количество комментариев поступило из Кыргызстана, России, Казахстана, Японии, США и Великобритании, Австралии, Канады, Китая и других стран (Table 2-2).

Table 2-2 Statistics on The Origin of Tourists Visiting Issyk-Kul

Geographic area	Country/area	Number of comments	Country/area	Number of comments
European (265, 59.6%)	United Kingdom	23	France	18
	Portugal	2	Poland	15
	Austria	2	Spain	10
	Germany	17	Latvia	1
	Norway	2	Netherlands	8
	Italy	13	Switzerland	3
	Belarus	2	Denmark	3
	Slovakia (Slovakia)	1	Czech Republic	4
	Greece	1	Belgium	4
	Ukraine	2	Russia	134
Asian (134, 30.1%)	Kazakhstan	21	Tajikistan	2
	Kyrgyzstan	37	Armenia	1
	Israel	7	China	4
	Iran	1	India	11
	Philippines	1	Singapore	4
	United Arab Emirates	4	Turkey	9
	South Korea	4	Thailand	2
	Qatar	1	Japan	25
Oceania (13, 2.9%)	Australia	11	New Zealand	2
America (31, 7%)	United States	20	Canada	6
	Panama	1	Brazil	4
Africa (11, 0.4%)	South Africa	1	Nigeria	1
Total	454			

Сезонный анализ туристических прибытий: Из данных, собранных Tripadvisor, межмесячные изменения количества комментариев посетителей Иссык-Куля, общее межгодовое время путешествия туристов показало «А» характеристики распределения, в целом, количество комментариев посетителей Иссык-Куля, достигает пика в феврале, а количество комментариев в первом квартале меньше (Figure 2-3).

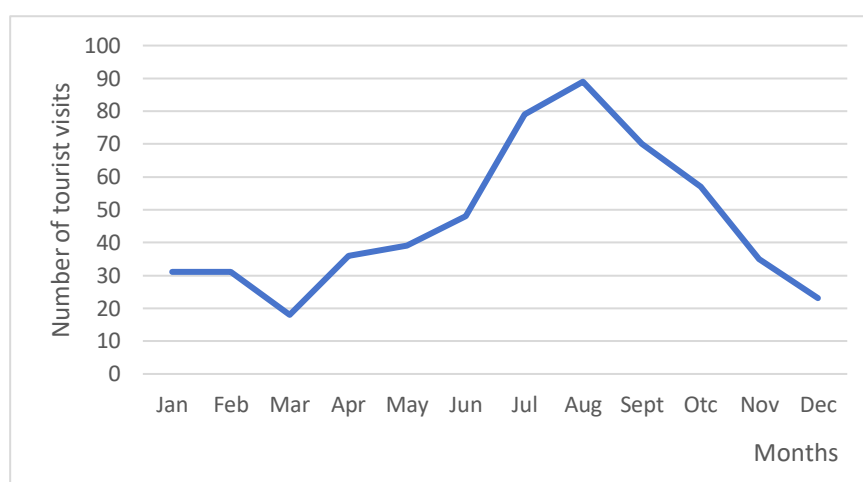


Figure 2- 3 Inter-monthly variation Comments for Issyk-Kul

Анализ моделей путешествий туристов: В общей сложности 475 туристов рассказали о своем выборе путешествия. Самая большая группа выбрала путешествие с друзьями, за ней следуют те, кто решил путешествовать парами и семьями, и меньше групп путешествуют в личных и деловых поездках.

Анализ результатов восприятия посетителей

а. Анализ высокочастотных слов восприятия опыта туристов

На основе частотного анализа 556 онлайн-отзывов об Иссык-Куле, собранных на Tripadvisor, туристы высоко оценили пейзажи озера и природную среду Иссык-Куля (Table 2-3).

Table 2-3 Statistics of High-Frequency Words in Online Comments by Visitors

High-frequency word	Frequency	High-frequency word	Frequency	High-frequency word	Frequency
Kyrgyzstan	215	Beautiful	212	place	199
Issyk-Kul	162	Swimming	103	Mountains	80
Travel	73	Clean	72	Vacations	71
Clear	69	Canyon	68	Coastal	64
Air	62	around	56	Lakeside	53
Hotels	49	Many	48	Time	48
Best	47	natural	46	Visiting	46
Recommended	44	lakes	44	Summer	44
Bishkek	43	beautiful	42	Karakol	41
Nearby	40	Scenery	40	Rest	39

Visiting	39	Any	37	Rooms	36
Areas	35	Service	35	Facilities	35
North Bank	35	Beach	35	Resorts	34
Weather	34	Food	33	Enjoyment	31
Hotel	30	Local	30	Great	30
Evening	29	Homestay	29	South Shore	29
Interesting	28	Local people	27	Comfort	27
Resort	27	Sunshine	26	Choice	26
North	25	Driving	25	Fresh	25
Visitors	25	Mountain	24	Tent	24
Elevation	24	Covered	24	Almost	23
Real	23	magical	23	Warm	23
Nature	22	itself	22	Hostel	22
South	22	Russia	22	Must	22
Soviet Union	21	Dollars	21	Waterfalls	21
Tian Shan	21	Color	21	Country	21
Unique	20	Relax	20	Hiking	20
Sun	20	Worth	20	Cafe	19
People	19	Vacation	19	Great	19
Health	18	kids	17	Schools	17
Central Asia	17	Sea	17	Delicious	17
Family	17	Pure	17	Temperature	17
Green	16	Towns	16	Lake	15
Peace	15				

б. Частотный анализ восприятия туристами живописной среды

На основе общего количества высокочастотной лексики и тематических слов, подсчитанных в Tripadvisor, впечатления туристов от Иссык-Куля были разделены на несколько основных категорий, таких как впечатления от пейзажей озера, впечатления от отдыха на природе, впечатления от истории и культуры,

впечатления от спорта на открытом воздухе и впечатления от питания. В целом, туристы воспринимают впечатления от озерного пейзажа Иссык-Куля как наиболее важные, а впечатления от отдыха на природе - как менее важные, которые заменяются впечатлениями от спорта на открытом воздухе.

Figure 2-4 Schematic Diagram of Semantic Analysis of Web Comments

с.Семантический анализ оценки сети посетителей

Семантическая сетевая карта комментариев туристов на Иссык-Куле была создана путем импорта высокочастотных слов в программу ROST CM6.0 и использования программы Newdraw (Figure 2-4). Комментарии посетителей Иссык-Куля были сосредоточены на достопримечательности «Иссык-Куль» и неравномерно распределены в стороны, а многие из упомянутых тем были связаны с оздоровительным туризмом на озере Иссык-Куль.

d. Анализ настроения онлайн-оценок посетителей

В эмоциональной оценке туристами оздоровительного туризма на озере Иссык-Куль положительные эмоции составили 78,06%, нейтральные - 1,18%, отрицательные - 20,76%. Это говорит о том, что большинство туристов в основном удовлетворены оздоровительным туризмом на озере Иссык-Куль (табл. 2-4).

Table 2- 5 Schematic Distribution of Visitor Sentiment in Online Reviews

Emotional disposition	Percentage (%)	Dissociation	Proportions (%)
Positive	78.06	Normal	16.37
		Moderate	17.81
		High	43.88
Neutral	1.18	—	—
Negative	20.76	Normal	4.22
		Moderate	2.52
		High	1.26

Схематическая структура семантической сети Иссык-Кульской сети туристов, оценивающих положительные эмоции, показывает (рис. 2-5), что «Кыргызстан», «Иссык-Куль», «пляж», «место», «туризм», «воздух» и «каньон» являются основными узлами его озерно-оздоровительного туризма.

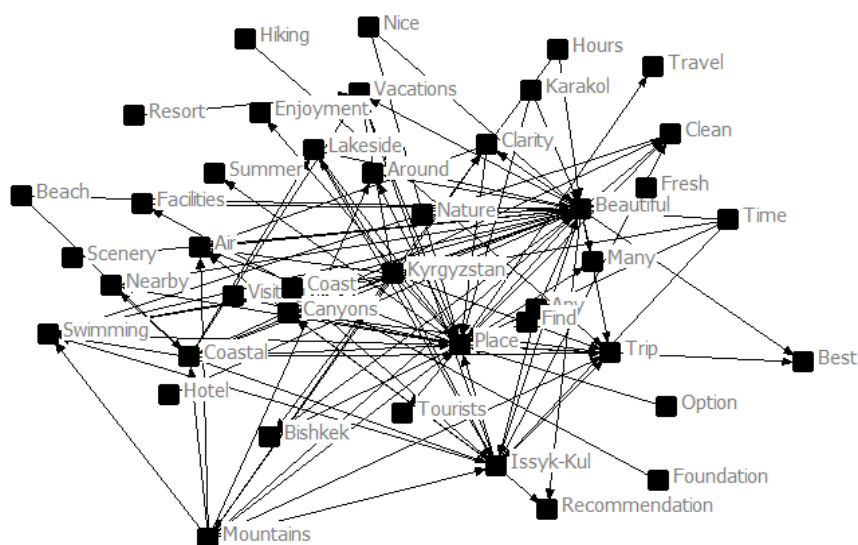


Figure 2-5 Schematic of the Semantic Structure of Tourists' Positive Emotions

Негативные эмоции выражаются в виде более абстрактных чувств, таких как плохо, разочарование, мнение и т. д. Причины негативных эмоций связаны с различными факторами, такими как качество туристических услуг, погода во время путешествия, обычаи, политика, местные жители, управление объектом и собственное восприятие туристов.

Восприятие посетителями Иссык-Куля оздоровительного туризма на озере также является важным фактором, вызывающим негативные эмоции (Рисунок 2-6). Среди высокочастотных слов, вызывающих негативные эмоции, появились такие слова, как «инфраструктура» и «мнение», которые в основном были связаны с такими словами, как «гостиница», «Иссык-Куль» и «Кыргызстан», что отражает некоторые представления туристов об оздоровительном туризме на озере. Гостиница», „Иссык-Куль“, „Кыргызстан“ и т.д., что отражает разочарование некоторых туристов основными достопримечательностями и живописной средой.

с. Психологическое поведение после путешествия

Слова, связанные с удовлетворенностью после путешествия, такие как «наслаждение», «веселье», «удивительно» и другие высокочастотные слова, показывают духовную удовлетворенность посетителей Иссык-Куля. Такие слова, как «великолепный», «озеро», «красивый» и «чистый», свидетельствуют о физической удовлетворенности туристов Иссык-Куля. В топ-100 высокочастотных слов нет ни одного негативного слова. Что касается желания вернуться и порекомендовать, то слово «рекомендую» встречается 26 раз, а «стоит» - 20 раз. Хотя очень небольшое количество туристов заявили, что не вернутся, большинство из них отнеслись к этому положительно и рекомендовали это место в онлайн-комментариях.

(2) Анализ выборки туристов на основе анкет

Согласно результатам анализа сетевого текста, иссык-кульский оздоровительный туризм имеет высокую исследовательскую ценность, для того, чтобы глубоко понять оздоровительные туристические продукты, востребованные туристами, и текущую ситуацию иссык-кульских оздоровительных туристических продуктов и факторов, влияющих на них, необходимо разработать анкету для иссык-кульского оздоровительного туризма, чтобы восполнить некоторые недостатки в исследовательском методе сетевого текста.

Принимая туристов, побывавших на Иссык-Куле, в качестве объекта выборки, мы выбрали июль-август 2023 года и январь 2024 года, чтобы использовать метод выборки по принципу удобства, и взяли учителей, одноклассников, бишкекских китайцев, киргизов и другие группы WeChat, контактные группы WhatAPP людей в качестве цели опроса. В соответствии с разными национальностями людей были распространены на русском или китайском языке Иссык-Кульские оздоровительные туристические электронные анкеты, получено 206, действительных анкет 206, коэффициент эффективности составляет 100%.

-Демографическая характеристика

В данном исследовании 85 (41,3 процента) респондентов были мужчинами и 121 (58,7 процента) - женщинами, соотношение мужчин и женщин составило 1 к 1,4.

По возрастному составу наибольшее число респондентов приходится на группу 18-25 лет (28,2 процента), за ней следует группа 26-35 лет (20,9 процента), и снова группа 36-45 лет (19,9 процента).

Профессиональный состав респондентов был разнообразным, а выборка - репрезентативной. Наибольшее число респондентов составили студенты (30,6 процента), за ними следуют учителя (28,3 процента), государственные и коммерческие служащие (22,9 процента).

-Анализ факторов, влияющих на оздоровительный туризм на озерах

Основными факторами, влияющими на выбор туристами Иссык-Куля для оздоровительного туризма, являются: красивые пейзажи (4,21), свежий воздух и чистая вода (4,19), сезонные факторы (3,97), доброжелательность и ссык-кульцев (3,92), спокойное и комфортное размещение (3,87), дизайнерские концепции охраны окружающей среды (3,76). 76), что свидетельствует о том, что туристы больше заботятся о выборе направления оздоровительного туризма из-за его природной среды и гостеприимства, в то время как относительно туристы считают, что высококачественные медицинские учреждения (3,42), выставочные залы культуры здоровья и оздоровления (3,40) и удобный транспорт (3,39) оказывают более общее влияние на выбор направления оздоровительного туризма.

Из проведенного анализа можно сделать вывод, что первое, что привлекает туристов к выбору оздоровительного туризма на Иссык-Куле - это красивые пейзажи дестинации, свежий воздух и чистая вода, сезонные факторы и доброжелательность жителей дестинации, спокойное и комфортное размещение для оздоровительного туризма, а второе, что привлекает туристов к выбору оздоровительного туризма на Иссык-Куле - это концепция экологически чистого дизайна дестинации, атмосфера социального оздоровления, оздоровительное питание, рекреационные и оздоровительные проекты и оздоровительная культура.

-Анализ мотивов оздоровительного туризма на озерах

Изучив мотивы туристов для оздоровительного туризма, мы сможем более эффективно предоставлять туристам предпочитаемые ими продукты оздоровительного туризма, разрабатывать более популярные экспериментальные проекты и обогащать содержание оздоровительного туризма в дестинации. Используя SPSS для анализа среднего сравнения мотивов оздоровительного

туризма, можно сделать вывод, что основными мотивами для туристов, занимающихся оздоровительным туризмом, являются желание сопровождать своих родственников и друзей, а также можно сделать вывод, что основными мотивами для оздоровительного туризма являются желание быть ближе к природе, забота о своем физическом и психическом здоровье и забота о своем физическом и психическом здоровье. Кроме того, самым низким мотивом является покупка товаров для здоровья, что говорит о том, что туристы не покупают товары для здоровья в рамках оздоровительного туризма.

-Анализ информационных каналов для озерного оздоровительного туризма

При использовании SPSS для анализа описательной статистики важности информационных каналов, влияющих на решения туристов в области оздоровительного туризма, выяснилось, что наибольшее влияние на туристов оказывают рекомендации из социальных сетей, таких как знакомые и друзья, затем следует реклама в Интернете, реклама туристических агентств, в то время как журналы и дневники, сотрудничество с больничными учреждениями и документы государственной поддержки оказывают незначительное влияние на выбор туристами направлений оздоровительного туризма.

-Поведенческое профилирование оздоровительного туризма

Характеристики расходов туристов в оздоровительном туризме были исследованы с помощью неопределенного выбора, и из анализа результатов опроса видно, что туристы, отправляющиеся на Иссык-Куль с целью оздоровительного туризма, больше всего тратят на проживание, затем больше тратят на еду и напитки, а также больше тратят на экспериментальные проекты.

Посредством неопределенного выбора способа исследования дней пребывания туристов в оздоровительном туризме, анализ результатов опроса показывает, что туристы, осуществляющие озерный туризм в пункте назначения, чаще всего выбирают время 3-5 дней, что связано с тем, что пункт назначения озерного туризма находится далеко от города, большинство туристов из города относится к туристам средней и дальней дистанции; далее следует выбор пребывания 6-7 дней и более 7 дней, эта часть туристов выбирает пребывание в озерном туризме, более склонном к досуговому туризму. В процессе культивирования тела и разума, они чувствуют объятия природы и наслаждаются спокойствием, которое озера приносят телу и разуму. Через неопределенный

выбор темы оздоровительного туризма выбор сезона для туристов, через анализ результатов опроса, можно увидеть, что туристы, которые осуществляют озерный туризм чаще всего выбирают осуществлять летом, зимний отдых на озере выбор меньше.

(3) Характеристика спроса посетителей Иссык-Куля

Сочетание информации из отзывов посетителей на сайте Tripadvisor и результатов анкетирования на месте показывает, что спрос на Иссык-Куль характеризуется следующим образом:

Во-первых, по составу клиентов Иссык-Куль принимает 59,6 процента посетителей из Европы, 30,1 процента из Азии, 7 процентов из Америки, 2,9 процента из Океании и 0,4 процента из Африки. С точки зрения национальности, больше туристов приезжает из самого Кыргызстана, России, Казахстана, Японии, США и Великобритании, Австралии, Канады и других стран. Соотношение мужчин и женщин составило примерно 1 к 1,4. Наибольшее количество респондентов относится к возрастной группе 18-25 лет, затем 26-35 лет и далее 36-45 лет. Профессиональный состав респондентов включает студентов, преподавателей, государственных и коммерческих служащих, специалистов, рабочих и медицинских работников, а также пенсионеров. По уровню образования респонденты распределились в следующем порядке: бакалавриат, аспирантура (магистратура/докторантура) и средняя школа/среднее учебное заведение.

Во-вторых, с точки зрения мотивов посещения Иссык-Куля, мотивы, побуждающие туристов к путешествию, можно обобщить следующим образом: культурные мотивы, рекреационные мотивы и мотивы, связанные с опытом отдыха на природе. Среди факторов, влияющих на выбор туристами Иссык-Куля для оздоровительного туризма, наиболее важными являются рекреационная культура и продукты, рекреационные объекты и услуги, рекреационная атмосфера и природная среда.

В-третьих, что касается каналов информации, то туристам в основном рекомендуют социальные сети, такие как знакомые и друзья, кино- и телепередачи и рекламу турагентств, по сравнению с газетами, журналами и крупными оздоровительными мероприятиями, которые оказывают несколько более слабое влияние на принятие туристами решений о медицинском туризме.

В-четвертых, с точки зрения поведенческих характеристик, летний сезон с июня по сентябрь является сезоном, в который туристы концентрируют свои визиты, затем следуют осень, весна и зима; туристы, как правило, путешествуют в течение 3-5 дней, затем 6-7 дней и 7 дней и более. Юртовый кемпинг (юрта), верховая езда, Бишкек (Бишкек) и соленая (соленая вода) являются наиболее популярными видами туристической деятельности среди туристов. Что касается типа путешествия, то 37% туристов путешествовали с друзьями, 21% - с парами и 22% - с семьями, 14% - с частными целями и 6% - с деловыми. Основными потребительскими расходами туристов являются, в порядке убывания, проживание, питание, приключенческие программы, транспорт и покупки, с различными характеристиками, связанными с ценами, установленными самими местами, и транспортными условиями в регионе.

В-пятых, с точки зрения туристических впечатлений, 53,2 процента туристов оценили впечатления от озерных пейзажей, 10,2 процента - от природы и оздоровления, 31,4 процента - от занятий спортом на открытом воздухе и 5,2 процента - от истории, культуры и кухни. Для описания оздоровительного туризма на Иссык-Куле использовались такие слова, как красивый, живописный, солнечный, природный, уникальный, голубой, чистый и достойный. Во время поездок туристы предпочитали дайвинг, экскурсии и развлечения, а из еды и напитков особое внимание уделяли кафе и ресторанам.

В-шестых, при оценке туристами оздоровительного туризма на Иссык-Куле, положительные эмоции составили 78,06%, в основном «удовольствие», «спокойствие», «благодарность» и т.д. Негативные эмоции составили 20,76%, в основном «плохо», «разочарование», «мнение». Негативные эмоции составили 20,76 %, в основном плохие, разочарование, мнения и т. д. Причины негативных эмоций связаны с качеством туристических услуг, погодой во время путешествия, обычаями, политикой, местными жителями, управлением живописной зоной, собственным восприятием туристов и другими факторами. Нейтральные эмоции составили 1,18 %.

(4) Анализ проблем оздоровительного туризма на Иссык-Куле

Иссык-Куль обладает богатыми ресурсами оздоровительного туризма и большим потенциальным рынком. В настоящее время в развитии оздоровительного туризма на Иссык-Куле отсутствует поддержка

государственной политики, глубина разработки продукта недостаточна, инфраструктура туризма отстает, туристические услуги нуждаются в улучшении и другие вопросы.

-Недостаточная поддержка государственной политики

Безопасность туристов находится под вопросом. Я хотел бы предостеречь отдыхающих на Иссык-Куле. В прошлом году нас ограбили в школе-интернате «Солнечный свет». После ограбления все (администрация, охранники, милиция) пытались проигнорировать ситуацию и побыстрее от нас избавиться. Полиция сделала заявление, что ни украденных вещей, ни самого вора не нашли». И так далее.

Есть проблемы с дорожным хозяйством. Например: «Мы отдыхали на северном побережье и шли вдоль берега до Каракаса. Мы посетили музей Пшиворского и его могилу. Все было замечательно, но все испортили плохие дороги. Можно сказать, что самих дорог почти не было. Так что это показалось нам более экстремальным, чем восхождение на водопад. Все это затмили красота природы и доброта местных жителей.

-Недостаточная глубина разработки продукта

Туристический продукт является одномерным. Как было сказано в комментариях: «Несмотря на дивную красоту природы, развлечения остаются проблемой. Пейзажи по дороге к озеру были ужасны».

-Туристические услуги нуждаются в улучшении

Территория озера слишком велика, чтобы до нее можно было легко добраться. От Бишкека до озера мы добрались на такси через долину Бомбей всего за четыре часа с двумя остановками. На данный момент лучшего варианта не существует, хотя есть альтернативный маршрут через долину Джунг-Кемин. Это культовое озеро, второе по величине высокогорное озеро в мире, длиной более 170 километров и шириной более 70 километров, привлекает толпы людей со всего мира. Я путешествовал на автобусе, полном дружелюбных русских туристов, чтобы добраться до этого восхитительного места рано утром и до полудня. До Бишкека ехать долго, поэтому желательно иметь с собой достаточно еды и питьевой воды». Это красивое большое горное озеро. Инфраструктура настолько примитивна и скудна, что можно подумать, будто она исчезла. Но это не умаляет красоты озера.

-Туристические услуги нуждаются в улучшении

Как прокомментировали: «Русские, что бы вы ни делали, не приезжайте в отпуск на озеро Иссык-Куль! Это будет плохой отдых, слишком ужасный! Это не только мое мнение. Озеро холодное, пляжи грязные и заросшие. Еда в два раза дороже, чем в России. Везде грязь. Кто захочет туда ехать? Как прокомментировали: «Не спешите заходить в кафе, особенно в палатки у озера. Там негигиенично». Как прокомментировали: «Вода хорошая, но дорогая. Обслуживание было ужасным! После 8 вечера вы нигде не можете поймать такси. Такси не останавливаются. Некоторые блюда в кафе были хорошими, некоторые - нет. Метрдотель (менеджер не знал) и бармены не знали, сколько стоит литр вина. 120 мл за 100 сом. Шашлыки были сухими, без маринада, плохое обслуживание, пришлось самому брать вилку и тарелку.

Глава 3 Предложения по контрмерам для развития оздоровительного туризма на Иссык-Куле

В соответствии с текущей ситуацией рыночного спроса и существующими проблемами разрабатываются целенаправленные предложения по оптимизации, включая ряд мер по поддержке политики, диверсификацию продукции, четкое позиционирование групп потребителей, точный маркетинг и качественные услуги по организации досуга.

-Сериализованная поддержка политики

Подготовка планов развития. Правительство должно решить проблемы защиты озера и восстановления экологии, развития живописных зон и строительства проектов, модернизации и улучшения объектов, а также развития индустрии оздоровительного туризма путем подготовки Плана развития туризма на Иссык-Куле, уточнить стратегические цели, позиционирование развития, тематические характеристики, основные задачи, пространственную планировку, ключевые проекты, систему продуктов, имидж бренда, объекты обслуживания, и проделать хорошую работу по разработке на высшем уровне и макрокоординации, чтобы направить здоровое развитие оздоровительного туризма на Иссык-Куле.

Продолжение инвестиций в развитие. Правительство может направить средства на строительство вспомогательных объектов и развитие ресурсов для оздоровительного туризма на Иссык-Куле, а также повысить уровень и качество услуг оздоровительного туризма на Иссык-Куле путем модернизации таких объектов, как дороги вокруг озера, медицинские учреждения, указатели,

общественные услуги, тематические маршруты, пейзажи ворот, архитектурные стили, экологическая атмосфера и вспомогательные объекты. В то же время региональные транспортные объекты Иссык-Куля, объекты размещения, питания, рекреации, здравоохранения, безопасности, а также объекты водоснабжения, энергоснабжения и связи должны постоянно совершенствоваться и модернизироваться поэтапно и поэтапно с практической точки зрения, чтобы обеспечить лучший опыт обслуживания.

Внедрение политики поддержки. От финансовой поддержки, земельного обеспечения, налоговых льгот, внедрения талантов, технологических инноваций и т.д., до увеличения политической поддержки, содействия интеграции озерного оздоровительного туризма и культурного творчества, научно-технических исследований и разработок, образования и обучения, и других смежных отраслей, инноваций, и через участие в Международной туристической выставке и других платформах, и активного продвижения Иссык-Кульского оздоровительного туризма, имиджа бренда и характеристик продукта.

Усиление регулирования отрасли. Правительство может регулировать и контролировать бизнес-среду, качество продукта, качество услуг и уровень цен в озерном оздоровительном туризме с помощью необходимых административных, экономических и правовых средств, чтобы обеспечить его качество и безопасность, а также повысить удовлетворенность и доверие туристов.

Укрепление финансовой и налоговой поддержки. Правительство может поощрять и поддерживать озерный оздоровительный туризм, проводя соответствующую налоговую и финансовую политику. Во-первых, финансовая поддержка. Во-вторых, налоговые льготы. В-третьих, финансовая кредитная поддержка. В-четвертых, создание фонда индустрии озерного оздоровительного туризма. В-пятых, инновационные финансовые продукты и услуги.

-Диверсифицированная разработка продукции

Выделяя тему отдыха. Сосредоточившись на таких темах, как отдых на озере, отдых в саду, спортивный отдых, гастрономический отдых, культурный отдых и отдых на горячих источниках, можно построить цепочку индустрии оздоровительного туризма, идеально сочетая обследование организма, красоту и здоровье, здравоохранение, реабилитацию, управление здоровьем, физическое и психическое лечение, туризм и отдых.

Обогащение рекреационных функций. Развитие иссык-кульского

оздоровительного туризма должно основываться на атрибутах отдыха, теме здоровья и оздоровления, туризме как центре и деятельности как носителе. Это позволит сформировать функциональную агломерацию лечебного питания и здравоохранения, здорового питания, досуга и развлечений и санатория; развивать такие отрасли, как здравоохранение и пенсионное обеспечение, досуговый туризм и экологическое озеленение; проводить соответствующие культурные фестивали и культурные форумы для создания таких проектов, как историко-культурные исследования, фольклор и культурный опыт.

Содействовать интеграции промышленности. Развитие оздоровительного туризма на Иссык-Куле берет за основу медицинское лечение, психологическое консультирование, реабилитационный уход, медицинское оборудование, реабилитационное оборудование, домашний уход и другое содержание, а также объединяет культурный опыт, оздоровление, медицинский косметический уход, экологический туризм, досуг и отдых, спорт, товары для здоровья и другие отрасли, чтобы достичь объединения туризма и потребления, связанного со здоровьем.

Ускоренная модернизация продукции. В форме продукта, это должно быть от одного оздоровительного экскурсионного туризма до нескольких композитных новой отрасли; в функции продукта, вдоль композитного направления развития; в форме операции, это должно быть от одной операции к совместной операции, сетевой операции направление развития; в технических средствах, технология виртуальной реальности может быть использована для обеспечения туристов с погружением туристического опыта, чтобы обеспечить более точное и персонализированное обслуживание.

Восполните недостатки продукта. Туристические достопримечательности Иссык-Куля разбросаны, инфраструктура не совершенна, ночью можно увидеть и сыграть меньше проектов, туристический непиковый сезон очевиден. Во-первых, развитие ночных турпродуктов. Во-вторых, разработка четырехсезонных продуктов. В-третьих, разработка высококачественных маршрутов.

-Четко определенные сегменты потребителей

Развитие всевозрастной клиентуры. Для молодежной группы особое внимание уделяется функциям отдыха и образования, а виды деятельности включают: экологический опыт на озере, спорт и отдых на озере, культурное образование на озере. Для групп среднего и пожилого возраста в нем выделены

функции профилактики и лечения заболеваний, управления хроническими заболеваниями, проверки здоровья, питания и диеты, а виды деятельности включают: отдых и оздоровление на озере, отдых и праздники на озере и активный отдых на озере.

Многогранные рекреационные услуги. Иссык-Куль развивает оздоровительный туризм на основе рекреационных сельскохозяйственных ресурсов зеленых и здоровых дынь, фруктов и сельскохозяйственной продукции баранины, ресурсов отдыха и оздоровления вдоль озера, таких как плавание, катание на лодках, полеты на воздушном шаре, яхтинг, круизы и изысканная еда, ресурсов экологического опыта, таких как девственные лесопарки, ледовый спорт, снежный спорт и другие ресурсы экологического опыта, объекты наследия и реликвии, фестивали, Традиции и фольклор и другие культурные туристические ресурсы для удовлетворения потребностей туристов в охране здоровья, ресурсы экологического опыта, такие как девственные лесопарки, девственные каньоны, ледовые и снежные виды спорта и другие ресурсы экологического опыта, объекты наследия и реликвии, национальные фестивали, народные традиции и фольклор и другие культурные туристические ресурсы для удовлетворения потребностей туристов в охране здоровья, чтобы сохранить их здоровье, питать их лицо и тело, питать дух и опыт и питать интеллект. Тело, культура и опыт.

-Развитие всей цепочки промышленности. Можно выделить следующие пять категорий: экологический туризм, рекреационное сельское хозяйство, оздоровительный туризм, спортивная индустрия и производство оборудования.

Сегментация тематических продуктов. Озерные оздоровительные туристические продукты можно разделить в соответствии с различными возрастами, уровнями, мотивами и другими перспективами, запустив экологические туры, спортивные туры, ознакомительные туры, туры для родителей и детей, продовольственные туры, оздоровительные туры и другие тематические и специализированные категории туристических продуктов, на основе которых, в ответ на различные потребности туристов, разрабатываются персонализированные, экспериментальные и инновационные туристические продукты, чтобы удовлетворить потребности широкого круга туристов.

-Точный маркетинг

Четкость маркетингового позиционирования. Содержание включает в себя: создание тематических слоганов с региональными особенностями,

например, «Центральноазиатская здравница - Иссык-Куль»; «Рай для здоровья - Иссык-Куль». В дополнение к традиционным средствам продвижения можно пригласить группу создателей собственных СМИ для систематического продвижения имиджа оздоровительного туризма на озере посредством публикации коротких видеороликов, прямых трансляций облачных туров и продажи оздоровительных товаров на озере в Интернете, а также провести ряд инновационных фестивалей и мероприятий.

Дифференциация торговых точек на рынке. Развитие иссык-кульского оздоровительного туризма может быть дифференцировано за счет определения собственного уникального позиционирования, фокусирования на конкретных направлениях отдыха (например, йога, горячие источники, походы и т.д.), ориентации на конкретные группы людей (например, женщины, люди среднего возраста, пожилые люди и т.д.), достижения конкретных рекреационных эффектов (например, расслабление тела и ума, повышение осведомленности о поддержании здоровья и т.д.). Также можно завоевывать доверие и признание потребителей, предлагая услуги, предоставляемые профессиональными экспертами по рекреации и медицинскими бригадами, имеющими авторитетные сертификаты и квалификацию, и т. д. Кроме того, для привлечения внимания потребителей можно использовать передовые технологии и оборудование для отдыха, предоставлять персонализированные услуги отдыха в сочетании с Интернетом, интеллектуальными технологиями и т. д.

Маркетинговые сценарии основаны на опыте. Развитие оздоровительного туризма на Иссык-Куле предполагает, во-первых, создание знаковых мест для оздоровительного туризма, во-вторых, создание тематических мест для оздоровительного туризма и мест для исполнительских искусств, в-третьих, создание знаковых символов культурного ландшафта оздоровительного туризма; таким образом, знаковый туристический ландшафт и окружающий его экологический и рекреационный культурный ландшафт вместе образуют систему символов экологического и рекреационного культурного туризма.

Маркетинговые инструменты Intelligence. Повышение эффективности маркетинга и улучшение пользовательского опыта продуктов и услуг велнес-туризма с помощью исследований рынка на основе данных и понимания пользователей, персонализированных маркетинговых стратегий и каналов продвижения, интеллектуального бронирования и управления опытом,

оптимизации услуг и брендинга на основе данных, а также вовлечения пользователей и интерактивного опыта. Разработка персонализированных стратегий велнес-маркетинга, включая индивидуальное продвижение продуктов, точное позиционирование целевых пользователей и персонализированный контент-маркетинг.

Маркетинг «Думай молодо».Во-первых, удобные рекреационные продукты. Во-вторых, создание продуктов высокой ценности. В-третьих, интересный опыт отдыха. В-четвертых, погружение в культурный отдых.

-Качественные оздоровительные услуги

Сервисная разведка.Во-первых, будет продвигаться цифровая реформа досуговых услуг. Благодаря облачным вычислениям, Интернету вещей, большим данным и другим технологиям туристы-медики будут получать консультации по лечению хронических заболеваний, приему лекарств, здоровому питанию и экстренной помощи в рамках телемедицинских консультаций и лечения, что повысит удобство и удовлетворенность туристов от поездки. Во-вторых, будет разработана интегрированная цифровая прикладная платформа для интеллектуального оздоровительного туризма, которая обеспечит клиентов персонализированными и точными услугами отдыха, такими как онлайн-бронирование, персонализированные рекомендации, голосовые гиды и другие персонализированные и точные услуги отдыха путем объединения информационных платформ, обновления интеллектуального оборудования, создания интеллектуальных сцен и предоставления интеллектуальных носимых устройств.

Диверсификация услуг.В области фитнеса и спорта будут предложены более разнообразные программы рекреационных видов спорта, такие как водная йога, парусный спорт, каякинг, водные велосипеды и т. д. В области управления здоровьем будут построены эксклюзивные центры отдыха и спа, которые будут предоставлять высококачественные массажи, сауны, косметические процедуры, здоровое питание и другие услуги. В области культурного отдыха традиционная культура будет сочетаться с оздоровительным туризмом, а также будут представлены разнообразные программы культурного отдыха, такие как изучение традиционной культуры, художественные выставки и ремесла. Что касается услуг, то в особые периоды предприятия могут совместно запускать различные виды льготной политики для озерного оздоровительного туризма, такие как скидки на

билеты, льготное проживание, бесплатный опыт, обмен баллов, система членства и другие мероприятия, направляя туристов тратить время и место на озерный оздоровительный туризм.

Специализация услуг.Во-первых, мы будем укреплять университетско-отраслевое сотрудничество с рекреационными предприятиями в сфере здравоохранения, государственными учреждениями и отраслевыми ассоциациями, сосредоточимся на проблемах и болевых точках в сфере рекреационных услуг и построим модель «междисциплинарного обучения талантов» в области дизайна рекреационных продуктов и развития услуг, чтобы вырастить высококачественные и прикладные рекреационные таланты. Во-вторых, мы усилим строительство объектов туристического сервиса в таких областях, как размещение, питание, медицинская помощь и аварийно-спасательные работы, и повысим уровень туристических услуг.

Содействие в предоставлении услуг.Из-за больших размеров территории озера и длинной петли вдоль озера необходимо решить проблемы постоянного оборота туристических поездок, высокой стоимости транспортных расходов и неадекватной системы указателей. Во-первых, необходимо обеспечить удобные, безопасные и быстрые транспортные услуги, такие как общественный транспорт, туристические автобусы, такси и автомобили общего пользования. Во-вторых, необходимо обеспечить доступность водного транспорта, такого как круизные суда, скоростные катера и парусники, чтобы туристы могли наслаждаться красотой озер. Там, где позволяют условия, можно также рассмотреть возможность разработки проектов маловысотного туризма, чтобы обогатить туристический опыт. Кроме того, чтобы устранить недостатки приема туристов в Иссык-Кульской области, необходимо продолжать совершенствовать транспортные средства для туризма, объекты размещения и приема туристов, экскурсионные и рекреационные объекты, торговые объекты для туризма, укреплять службы распространения туризма, службы приема и обслуживания населения, а также создать совершенную систему указателей и систему переводческих услуг.

Көлдүн ден соолук туризми: көйгөйлөрү жана өнүгүү

келечеги

PhD докторантка: Ван Шумань

Научный руководитель: Керимкулова Меримкуль Кадыровна

1. Абстракт

1.1 Диссертациянын темасынын актуалдуулугу

Ден соолук туризми - бул илимий коомчулуктун көңүлүн бурган жаңы изилдөө чөйрөсү. Учурдагы изилдөө натыйжалары негизинен ресурстарды баалоого жана өнүктүрүүгө, өнүктүрүү моделдерине жана түрлөрүнө, көйгөйлөрдү чечүү жана сунуштарга, ж.б. кам көрүү туризми менен камсыз кылуу, суроо-талап жана продукт өнүктүрүү боюнча салыштырмалуу аз изилдөөлөр бар.

Бул изилдөөдө туристтик муктаждыктар, жүрүм-турум өзгөчөлүктөрү жана керектөө артыкчылыктары, ошондой эле максаттуу туристтик продуктулар, туристтик кызмат көрсөтүүлөр сыяктуу туристтик булактардын өзгөчөлүктөрүн түшүнүү үчүн Tripadvisor веб-сайтындагы Ысык - Көлгө онлайн серептөө маалыматы жана Ысык-Көлдүн ден соолугун чыңдоочу туристтик анкета маалыматы талданды. жана башка тармактарда орун алган көйгөйлөр жана Ысык-Көлдө ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүү боюнча сунуш кылынган чаралар .

1.2 Диссертациянын темасы менен приоритеттүү илимий багыттын, негизги илимий пландын (долбоордун) же негизги илимий иштин ортосундагы байланыш

Кыргызстан түрдүү тоолуу ландшафттарга, климаттык шарттарга, бай Жибек Жолу цивилизациясына, көчмөндүк жана гуманисттик салттарга ээ жана туризм анын алдыңкы тармактарынын бири болуп саналат. Туристтер Кыргызстанга келгенде, Ысык-Көл негизги туристтик аймак болуп саналат.

(1) Туризмди өнүктүрүү перспективасынан Ысык-Көлдө ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүүдө орун алган көйгөйлөрдү чечүү жана Ысык-Көлдө ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүүнүн сапатын жогорулатуу Кыргызстандын туризм индустриясынын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн кыйла жогорулатууга мүмкүндүк берет .

(2) Туристтик керектөөлөрдүн көз карашынан алганда, Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоочу туристтеринин муктаждыктарын, жүрүм-турумдарын, артыкчылыктарын жана башка өзгөчөлүктөрүн так түшүнүү жана максаттуу чараларды көрүү Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрүүгө жакшы өбөлгө түзөт .

(3) Изилдөө темаларынын көз карашынан алганда, бул изилдөө мен жетектеген Хэнань провинциясындагы университеттердин гуманитардык жана социалдык илим изилдөө долбоорунун негизги мазмуну болуп саналат , " Көлдүн ден соолук туристтик продуктуларын жеткирүү жана керектөө жүрүм-турумун изилдөө. Ишке ашырылган тажрыйба » .

1.3 Изилдөөнүн максаты жана милдеттери

"теориялык талдоо - маалымат чогултуу - эмпирикалык изилдөө - каршы чара изилдөө" идеясына ылайык, көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу туризм багыттарынын спецификалык түрүнө негизделген жана ден соолук жана ден-соолукка байланыштуу адабияттарды ирээттөө менен изилдөө маселелерин алдыга коёт. ден соолукту чыңдоо туризми , тармактык тексттик анализдин жана анкета сурамжылоонун анализинин негизинде туристтердин муктаждыктарын жана артыкчылыктарын түшүнүү, Ысык-Көлдөгү ден соолукту чыңдоо туризминин орун алган көйгөйлөрүн көрсөтүү жана тийиштүү каршы чараларды сунуштоо .

(1) Адабияттарды кеңири карап чыгуу, изилдөөнүн жүрүшүн жана ден соолукту чыңдоо туризминин, көл туризминин жана Инсек көлүнүн туризминин өлкөдө жана чет өлкөдө практикалык колдонулушун түшүнүү жана изилдөө суроолорун сунуштоо.

(2) Tripadvisor веб-сайтында Ысык-Көлдөгү туристтик обзорлор боюнча тармактык тексттик анализди жүргүзүү жана жогорку жыштыктагы сөз анализи, сезим-талдоо жана тармактык семантикалык анализ аркылуу туристтердин тажрыйбасын кабыл алуу жана керектөө жүрүм-турумунун өзгөчөлүктөрүн ачып берүү .

(3) Ысык-Көлгө келген туристтерди тандап алуу максаты катары Ысык-Көлдөгү ден соолук туризми боюнча анкета түзүү, туристтердин ден соолук туризмине таасир этүүчү факторлорду , саякат мотивацияларын , маалымат алуу каналдарын жана керектөөнү түшүндүрүү. артыкчылыктар .

Tripadvisor веб-сайтында туристтерди карап чыгуу маалыматынын жана

анкета сурамжылоонун натыйжаларынын негизинде Ысык - Көлдүн ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмине орун алган көйгөйлөрдү продуктылар, кызматтар, менеджмент ж.б.

(5) Ысык-Көлдө ден соолукту чыңдоо туризмине өнүктүрүү боюнча каршы чараларды талкуулоо .

1.4 Изилдөө объектилери

Бул макаланын объектиси Кыргызстандын Ысык-Көлүндө ден соолукту чыңдоо туризмине өнүктүрүү болуп саналат .

чөп, балык , суу канаттуулары сыяктуу өзгөчө экологиялык ресурстарга ээ , ысык булактар , токойлор жана тоолор буудай , картошка , жашылча , алма , жүзүм , бодо мал , кой , гүлдөр жана музейлер , маданият борборлору , парктар , байыркы имараттар жана тарыхый баалуулуктар сыяктуу маданий ресурстардын өзгөчө артыкчылыктары бар . сайттар өзгөчөлүктөргө ээ.

Ысык-Көл ден соолукту чыңдоо туризмине өнүктүрүүнүн узак тарыхына ээ. Көлдүн жээгинин болжол менен 597 километринин жарымынан көбү кумдуу жээктерден турат, алар ревматизм жана муун оорулары сыяктуу ар кандай ооруларды дарылоодо колдонсо болот, көлдүн айланасы таза, күн ачык; , жана көптөгөн ысык булактар бар жана минералдык сууга бай, бул ден соолукту чыңдоо үчүн эң идеалдуу жер. 1970-жылдан бери бул жерде бир катар туризм жана саламаттыкты сактоо мекемелери курулган. Толук эмес статистикага ылайык, Лейк районундагы ар кандай карылар үйлөрүндө, эс алуу үйлөрүндө жана туристтик мейманканаларда 40 миңден ашык керебеттер бар. Калыбына келе баштаган ден соолукту чыңдоо жана туризм борборлору Ысык-Көлдүн түндүк жээгиндеги Чолпон-Ата, Каракол, түштүк жээгиндеги Покобаев сыяктуу жерлерде курулган.

1.5 Иштин илимий жаңылыгы

Ден соолукту чыңдоо туризми академиялык коомчулукту тынчсыздандырган өнүгүп келе жаткан изилдөө тармагы, бирок азыркы изилдөөлөрдүн натыйжалары туристтик багыттын белгилүү бир түрү болгон көлдөр боюнча салыштырмалуу аз . Көл ден соолукту чыңдоо туризмине тез өнүгүшү жана актуалдуу теориялык изилдөөлөрдүн жоктугу ачык карама-каршылыктарды жана ассиметрияны түздү.

Ысык-Көл — Борбордук Азиянын бермети жана Борбордук Азиядагы туристтик курорт. Ысык-Көлдөгү ден соолукту чыңдоо туризмине өнүктүрүү ден

соолукту чыңдоо жана туризмдин кош муктаждыктарын канааттандырат жана Кыргызстандын туризмин өнүктүрүүнүн негизги продуктусу болуп калды . Ошол эле учурда Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризминде салыштырмалуу бирдиктүү продуктулар, адекваттуу эмес кызмат көрсөтүүлөр, туристтик продуктулар, туристтик кызмат көрсөтүүлөр жана тармакты башкаруу боюнча тартипсиз башкаруу сыяктуу көйгөйлөр бар .

көлдүн белгилүү бир туристтик багыттарында ден соолук туризмин изилдөөнүн теориялык жыйынтыктарын гана байыптастан , ошондой эле Ысык-Көл проблемасын диверсификацияланган продуктуларды өнүктүрүү, жогорку сапаттагы тейлөө кепилдиги жана тактыкка негизделген саясий колдоонун сериясы жагынан чече алат. туристтик керектөөлөрдү талдоо ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрүүдө орун алган көйгөйлөр анын туруктуу жана сергек өнүгүшүнө өбөлгө түзөт .

Ошонун негизинде бул изилдөөнүн илимий жаңылыгы негизинен төмөнкү аспектилерде чагылдырылган:

Tripadvisor туристтик веб-сайтында Ысык-Көлдүн туризми тууралуу онлайн серептөө маалыматына таянып , биз Ысык-Көлдүн ден соолугуна жана сергектигине туристтердин турдан кийинки баа берүүлөрүн түшүнүү үчүн тармактык текстти талдоо ыкмасын колдондук.

(2) Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу туристтерин анкеталык изилдөөнүн натыйжаларынын негизинде Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоочу туристтеринин туризмди керектөө жүрүм-турумунун мүнөздөмөлөрүн талдоо.

(3) Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоочу туристтердин суроо-талаптын өзгөчөлүктөрүн булак курамы, келүү мезгили, саякат ыкмалары, туризм тажрыйбасы, керектөө артыкчылыктары, жүрүм-турум өзгөчөлүктөрү ж.б.

Ысык -Көлдө ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрүүдө орун алган көйгөйлөрдү талдоо үчүн туристтердин экскурсиядан кийинки комплекстүү баалоосу жана тандалма сурамжылоонун маалыматы .

(5) Көйгөйдү эске алуу менен биз Ысык-Көлдө ден соолукту чыңдоо туризмин сапаттуу өнүктүрүү үчүн каршы чараларды сунуштайбыз .

1.6 Жетишилген натыйжалардын практикалык мааниси

Көлдүн ден соолук туризми бар ооруларды айыктыруу жана оорулардын алдын алуу жана дарылоо функциясына ээ, мисалы, спорт, ден соолукту чыңдоо,

эс алуу жана туризм сыяктуу тажрыйба долбоорлору аркылуу туристтер стресстен арылууга, психикалык жана психикалык ден соолукту чыңдоого жана жаратылыш менен интеграциялана алышат .алынган изилдөө натыйжалары канааттандыруучулук эмес.

рыноктук суроо-талапты талдоо, практикалык көйгөйлөрдү чечүүгө жана Кыргызстандагы Ысык-Көлдүн ден соолук туризмин өнүктүрүүгө каршы чараларды көрүү боюнча сунуштарга арналган , бул Ысык-Көлдүн ден соолук туризмине суроо-талап менен рыноктук суроо-талаптын ортосундагы дал келбөөчүлүктү натыйжалуу чече алат .

Бул макала көлдөрдүн белгилүү бир региондук түрлөрүндө ден соолукту чыңдоо туризми боюнча академиялык изилдөөлөрдүн натыйжаларын байытат , ден соолукту чыңдоо туризмин изилдөө чөйрөсүн кеңейтет жана көлдүн ландшафтын баалоодон көлдүн эс алуусун, эс алуусун жана айыктыруусуна чейин эффективдүү өнүктүрөт Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризминин сапатын жакшыртууга жана структуралык жаңылоого көмөктөшүүчү башка функциялык өзгөрүүлөр .

1.7 Жетишилген натыйжалардын экономикалык мааниси

Туристтердин көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмине болгон суроо-талаптарын изилдөө аркылуу биз Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу туристтердин рыноктук суроо-талаптын өзгөчөлүктөрүн так түшүнө алабыз, бул Ысык-Көлдүн аймагындагы ишканаларга рыноктун илимий позициясын жана так маркетингин жүргүзүүгө жардам берет . Өнүгүү процессинде биз туризмди өнүктүрүү стратегиябызды керектөөчүлөр сүйгөн продукцияларды иштеп чыгуу жана көбүрөөк экономикалык пайдага жетишүү үчүн тез арада түзөтөбүз.

1.8 Доктордук диссертацияны коргоонун негизги мазмуну

Бул макалада Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми изилдөө объектиси катары алынып, ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризми боюнча учурдагы суроо-талаптын , орун алган көйгөйлөрдүн жана каршы чаралардын жана сунуштардын тегерегинде системалуу талдоо жана изилдөөлөр жүргүзүлөт . Документтин негизги тексти 3 бөлүмдөн, 12 бөлүмдөн жана 45 беттен турат. Тиркеме 22 барактан турган кытай жана орус тилдеринде жазылган. Конкреттүү мазмун төмөнкү бөлүктөргө бөлүнөт:

1-бөлүм Ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүүнүн теориялык жана

методологиялык негиздери

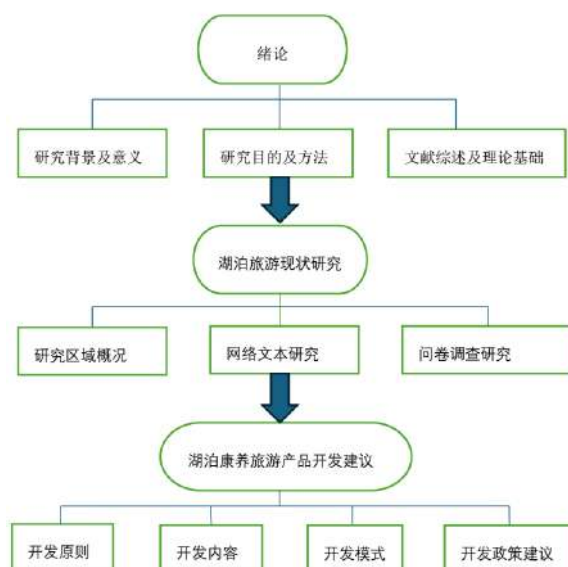
Изилдөөнүн негизин жана маанисин, изилдөөнүн максатын жана методдорун, изилдөөнүн мазмунун жана техникалык жолун түшүндүрүү. Адабияттарды карап чыгуу аркылуу учурдагы изилдөөлөрдүн жүрүшү жана кемчиликтери такталат жана бул макаланын эмпирикалык изилдөөсүнө теориялык колдоо көрсөтүлөт.

(1) Изилдөөнүн мазмуну жана техникалык линиялары

- Изилдөө мазмуну

ден соолук туризми боюнча тиешелүү изилдөөлөрдүн жыйынтыгын иргеп, изилдөөнүн теориялык пайдубалын түптөдүк. Экинчиден, туристтердин көлдүн ден соолук туризмин муктаждыктарын иликтөө үчүн тармактык текстти талдоо ыкмасы жана анкета сурамжылоосу колдонулган. Акырында, изилдөөнүн натыйжалары менен айкалышып, туристтер үчүн көлдүн ден соолук туризминин көйгөйлөрү такталып, көлдүн ден соолук туризмин өнүктүрүү боюнча тиешелүү стратегиялар каралган.

- Техникалык жол



Сүрөт 1-1 3жол картасы

(2) Адабият жана теориялык негиздер

- адабияттарды кароо

Ден-соолукту чыңдоо туризми боюнча изилдөөлөр европалык жана америкалык окумуштуулар тарабынан адатта "ден соолук туризми" жана "соолук туризми" деп аталып, изилдөө темасы 1950-жылдары Дүйнөлүк саламаттыкты

сактоо уюму тарабынан расмий түрдө сунушталган . Букман ден соолук туризми бул "жогорку сапаттагы кызматтарды жана туризмди " бириктирген туристтик продукт деп эсептейт . Туризмдин максаты боюнча ден соолукту чыңдоо туризминин продуктулары төрт түргө бөлүнөт : ооруну дарылоо , пластикалык хирургия , ден соолукту сактоо жана тажрыйбалык туризм.

Көл туризмин изилдөө 18-кылымда башталып, 20-кылымда пайда болгон Висневский туруктуу өнүгүү көл туризмин өнүктүрүү үчүн маанилүү принцип деп эсептейт, ал эми каражаттар, жергиликтүү тейлөө мүмкүнчүлүктөрү жана башкаруу мүмкүнчүлүктөрү көл туризмин өнүктүрүү үчүн маанилүү ресурстар болуп саналат. Копи Н, көлдүн айлана-чөйрөсү жана ландшафттары "көл ден соолугу" туристтик продуктуларынын негизги мазмуну боло алабы же жокпу талкуулады жана көлдүн ден соолугуна байланыштуу туризм продуктуларынын мазмуну жана дизайны менен тааныштырды. Лин ж.

ден соолук туризмин изилдөө жагынан Канада жана башкалар Виннипег көлүндө ашыкча тамактанууну пайда кылган фосфордун жана азоттун концентрациясын аныктап, көлдүн суунун сапатын жакшыртуу, азык заттардын булганышын азайтуу жана экологиялык ден соолукту калыбына келтирүү үчүн өкмөттөр, жамааттар деп эсептешет. , ишканалар жана окумуштуулар керек жана көп тараптардын катышуусу жана кызматташтыгы. Сехназ жана башкалар көлдүн суунун сапатын өлчөө адамдын ден соолугуна жана көлдөрдүн туруктуу өнүгүшү үчүн чоң мааниге ээ деп эсептешет.

Ысык-Көл Кыргызстандагы көл тибиндеги репрезентативдик ресурс болуп саналат жана Ысык-Көл боюнча салыштырмалуу көп изилдөө натыйжалары бар. Плоских Ысык-Көлдүн тарыхын жана археологиялык калдыктарын изилдеген. Шабунин Ысык-Көлдүн сууларынын жылуулук режимине жана динамикасына анализ жүргүзгөн. Супатаев, Токтобаев Ысык-Көлдү коргоо идеясын сунушташты. Окшаубаева Ысык-Көл облусунун экономикалык туруктуу өнүгүүсү боюнча изилдөө жүргүзгөн.

Кыскача айтканда, ден соолукту чыңдоо туризми жана көл туризми академиялык коомчулукту абдан тынчсыздандырган изилдөө тармактары болуп саналат. Көлдүн ден соолук туризмине байланыштуу изилдөөлөрдүн натыйжалары көп эмес , теориялык изилдөөлөр практикадан артта калууда.

-Теориялык негиз

Туризм тажрыйбасы теориясы

Көлдүн ден соолук туризми үчүн туризм тажрыйбасы теориясынын жетектөөчү мааниси, негизинен: жакшыраак кызматтарды көрсөтүү, туристтик тажрыйбаны жогорулатуу жана атаандаштык артыкчылыктарды көрсөтүүдө чагылдырылат.

-Өнөр жайлык кластердик теория

Өнөр жай кластерлерин түзүү аркылуу продукциянын сапатын, тейлөө деңгээлин, техникалык деңгээлин жана башкаруу деңгээлин жогорулатууга, ошондой эле бүтүндөй өнөр жай чынжырын калыптандырууга, ошону менен бүтүндөй тармактын атаандаштыкка жөндөмдүүлүгүн жогорулатууга жана көл жээгинин экономикалык өнүгүүсүнө көмөктөшүүгө болот.

-Керектөөчүлөрдүн жүрүм-турум теориясы

Ден соолук жана сергек туристтердин суроо-талаптын өзгөчөлүктөрүн, сатып алуу мотивацияларын, сатып алуу жүрүм-турумун ж.б. анализдөө, ден соолук жана сергектик туристтердин суроо-талап багытын түшүнүү, туристтик продуктуларды ар кандай индивидуалдык өзгөчөлүктөргө ылайык долбоорлоо, рынокто жайгаштыруу жана маркетинг стратегияларын аныктоо.

-Туризм системасынын теориясы

Көлдүн ден соолук туризми системасы нормалдуу иштей алабы же жокпу, көптөгөн факторлор таасир этет : ресурстук чөйрө, инфраструктуралык курулуш, саясат чөйрөсү, экономикалык факторлор, илимий-техникалык өнүгүү, негизги окуялар ж.б. Көлдүн ден соолук туризмдин өнүктүрүүдө тиешелүү ведомстволор туризмдин туруктуу өнүгүшүнө жетишүү үчүн системанын элементтеринин ортосундагы өз ара байланышка көңүл бурушу керек .

- Жашоо циклинин теориясы

Туристтик продуктылардын жашоо циклин талдоо жана баалоо көлдүн ден соолук туризмдин операторлоруна туристтик продуктулардын өнүгүү абалын жакшыраак түшүнүүгө, туристтик продуктыларда жашоо циклинин ар кандай баскычтарында пайда болушу мүмкүн болгон көйгөйлөрдү түшүнүүгө жана туристтик продуктыларды өз убагында оңдоого жардам берет. узак убакытка созулат.

2-глава Ысык-Көлдө ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүүнүн учурдагы абалын жана көйгөйлөрүн талдоо

Тармактык текстти талдоо ыкмасын жана анкета сурамжылоо ыкмасын колдонуу менен бул эмгек Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо

туризмнин рыноктук суроо-талаптын мүнөздөмөлөрүн кардарлардын булактарынын курамы, жүрүм-турум өзгөчөлүктөрү, керектөө артыкчылыктары ж.б. көз карашынан ачып берет жана учурдагы көйгөйлөрдү көрсөтөт. Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми, мисалы, продуктылардын түрлөрү азыраак, өнүгүү терең эмес, рыноктун позициясы так эмес, инфраструктурасы жеткилең эмес, тейлөө сапатын жакшыртуу керек жана олуттуу сезондук таасирлер. Конкреттүү мазмун төмөнкүчө чагылдырылган:

(1) Онлайн тексттин негизинде туристтик баалоо талдоо

- Маалыматтарды алуу

Изилдөө маалымат булагы дүйнөгө таанымал Tripadvisor саякат веб-сайтындагы саякаттарга негизделген. Вебсайттагы жалпыга ачык маалымат Tripadvisor дүйнө жүзү боюнча 988 миллиондон ашык кароо менен, дүйнө жүзү боюнча 8 миллион саякатка байланыштуу компаниялар тууралуу маалымат чогултканын, дүйнө жүзү боюнча 49 рынокту камтыганын жана 28 тилде кызматтарды көрсөткөнүн көрсөтүп турат. Керек болсо Tripadvisor веб-сайтынан сын-пикирлерди скандоо үчүн Python жана PyCharm редактору желе жөрмөлөгүч программасын колдонуңуз. Төмөнкү принциптер онлайн тексттик маалыматтарды чыпкалоо үчүн коюлган: (1) 2012-жылдын апрелинен 2023-жылдын апрелине чейин белгилүү бир сандагы жактыруулар жана салымдар менен жарактуу онлайн жорум мазмунун тандаңыз. (2) Онлайн-комментарийлердин мазмуну толук жана белгилүү бир деңгээлде ачык-айкындуулукка жана объективдүү болууга тийиш. (3) Онлайн комментарийлерди тандоодо, келген туристтердин улутуна бөлүштүрүлүшү жана саякат убактысы, кызыктуу жерлер жана саякат режимин тандоо сыяктуу келген туристтердин жүрүм-турумунун ар түрдүүлүгү тууралуу маалыматка көңүл буруңуз.

- Маалыматтарды чыпкалоо

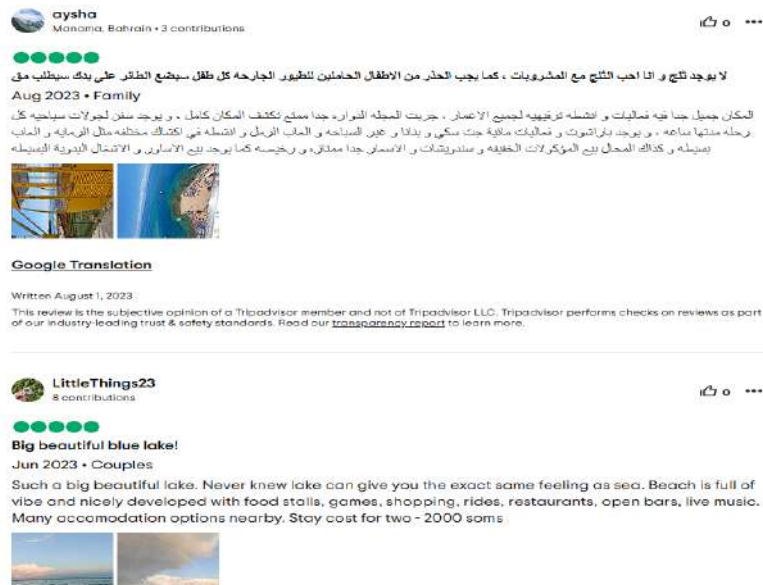
Кытайдагы расмий Tripadvisor сайтында Кыргызстандагы Ысык-Көлдү туристтик аймак катары издеп, туристтерден жалпысынан 556 онлайн сын-пикирлер бар. Ал эми орус тили эң көп интернетте комментарийге ээ болуп, экинчи орунда англис тилин, үчүнчү орунда жапон тилин басып өткөн. Биринчиден, ар кайсы өлкөлөрдөн келген туристтердин сын-пикирлери бай жана деталдуу эмес, көптөгөн колдонуучулар Кыргызстандын Ысык-Көлүнө саякатка чыкканда тартылган сүрөттөрдү жайгаштырышкан, экинчиден, вербалдык билдирүүлөр да абдан ишенимдүү; саякатчылар тарабынан Өзүн-өзү билдирүү

саякатчылардын пикирин түздөн-түз чагылдыра алат жана берилген маалымдама пикирлер салыштырмалуу объективдүү. Чогултуу жана сорттоо аркылуу акыркы скринингте орус, англис, корей, немис, португал (Бразилия), поляк, дат, түрк ж. жана башка маалыматтар .

№	С	Р	Х
1. Aug 2022	Ассык-Куль — одно из самых глубоких озер в мире, расположенное на северо-востоке	伊塞克湖	伊塞克湖
2. Aug 2022	Озеро находится на высоте примерно 2000 метров над уровнем моря. Кто приезжает	伊塞克湖位于海拔2000米，是世界上最高的湖泊之一。谁来这里	伊塞克湖位于海拔2000米，是世界上最高的湖泊之一。谁来这里
3. Aug 2022	Вода горячая на споре, из-за чего все дороги, сервис очень плохой! С Чуевым от	水很热，但服务，服务很差！路上很乱，你不能和车夫说话，但如果你问	水很热，但服务，服务很差！路上很乱，你不能和车夫说话，但如果你问
4. Aug 2022	Обычно с поездкой на Иссык-Куль все не плохо, можно пойти дождь, даже в сезон	通常情况下，伊塞克湖的天气都不错，可能下雨，但如果你问	通常情况下，伊塞克湖的天气都不错，可能下雨，但如果你问
5. Aug 2022	Озеро прекрасное, очень красивое, горы красивые, а вода в Чолпон-Ата, на тер	这个湖很美，景色很美，山很美，水在Cholpon-Ata，湖面上	这个湖很美，景色很美，山很美，水在Cholpon-Ata，湖面上
7. Oct 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
8. Sep 2022	Однозначно стоит ехать! Озеро прекрасно, чистейшая вода, красивые виды! Мож	绝对值得去伊塞克湖，湖很美，水质很好，景色很美！我们可以从山上	绝对值得去伊塞克湖，湖很美，水质很好，景色很美！我们可以从山上
9. Aug 2022	Море богато. Чистейшее озеро, находится в горах. Это озеро в Исеке, Ракон	这个湖很丰富，位于山脚下，湖面上有一个美丽的湖，湖面上有一个美丽的湖	这个湖很丰富，位于山脚下，湖面上有一个美丽的湖，湖面上有一个美丽的湖
10. Jul 2022	Озеро удивило, своей глубиной, чистотой и свежей водой. Пляжи из песка	湖很特别，是它的深度、清澈、新鲜的水，湖面上有一个美丽的湖	湖很特别，是它的深度、清澈、新鲜的水，湖面上有一个美丽的湖
11. Sep 2022	Эти ни с чем нельзя сравнить!!! Шехенское, священное озеро, неосторожные люди	这里与任何地方都不一样，神圣的湖，山，山，山，山，山，山，山，山	这里与任何地方都不一样，神圣的湖，山，山，山，山，山，山，山，山
12. Aug 2022	Все путешественники рекомендуют ехать сюда, и это того стоит! Я так рекомен	所有旅行者都建议来这里，这是值得的，这是值得的，这是值得的，这是值得的	所有旅行者都建议来这里，这是值得的，这是值得的，这是值得的，这是值得的
13. Aug 2022	Большинство не забывают ехать в Киргизию на озеро Иссык-Куль, чтобы	大多数人都不会忘记来这里，在吉尔吉斯斯坦，在伊塞克湖，为了	大多数人都不会忘记来这里，在吉尔吉斯斯坦，在伊塞克湖，为了
14. Jul 2022	Поездка по путевке, с семьей в этот санаторий не отдам, этим летом в нем	跟团去，和家人去这个疗养院，我不会去，这个夏天我在这里	跟团去，和家人去这个疗养院，我不会去，这个夏天我在这里
15. May 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
16. Jul 2022	Раньше для купания, из туристов мало для изучения и бюджетный вариант, был	以前是为了洗澡，从游客中很少是为了学习和预算选项，是	以前是为了洗澡，从游客中很少是为了学习和预算选项，是
17. Apr 2022	Именно первый раз озеро не так, как в Чолпон-Ата, санаторий "Розовый	正是第一次来这里，不像Cholpon-Ata，疗养院"Rose"，这里	正是第一次来这里，不像Cholpon-Ata，疗养院"Rose"，这里
18. May 2022	Озеро Иссык-Куль — прекрасное, оно такое чистое, прозрачное, глаза не отор	伊塞克湖是一个美丽的湖，它非常干净、透明，眼睛无法从湖面上移开	伊塞克湖是一个美丽的湖，它非常干净、透明，眼睛无法从湖面上移开
19. Aug 2022	Эти озеро находится в горах Иссык-Куль на высоте 2000 метров над уровнем моря	这个湖位于伊塞克湖的山上，海拔2000米，只有一个人可以上山，这个湖	这个湖位于伊塞克湖的山上，海拔2000米，只有一个人可以上山，这个湖
20. Sep 2022	Что сказать про это озеро? Можно сказать про чистую воду, потрясающий	“这个湖怎么样?”你可以说干净的水，人的热情，湖面上有一个美丽的湖	“这个湖怎么样?”你可以说干净的水，人的热情，湖面上有一个美丽的湖
21. Aug 2022	Каждый год я бываю на этом волшебном озере, это уникальное, чистое, слабое	我们每年都会来这里，这是一个独特的、干净的、弱的湖，湖面上有一个美丽的湖	我们每年都会来这里，这是一个独特的、干净的、弱的湖，湖面上有一个美丽的湖
22. Jul 2022	Мы были не в Киргизии, а Чолпон-Ата, санаторий "Розовый Иссык-Куль". Чистот	我们不是在吉尔吉斯斯坦，而是在Cholpon-Ata，蓝色的湖"Rose"，湖面上有一个美丽的湖	我们不是在吉尔吉斯斯坦，而是在Cholpon-Ata，蓝色的湖"Rose"，湖面上有一个美丽的湖
23. Jul 2022	Озеро с необычайно красивым цветом воды; оттики от нежного-голубого до темного	这个湖的水非常美丽，从淡蓝色到深蓝色，湖面上有一个美丽的湖	这个湖的水非常美丽，从淡蓝色到深蓝色，湖面上有一个美丽的湖
24. Jul 2022	Довольно таки низкий и уютный санаторий, отлично подходит для семейных	这是一个非常低矮和舒适的疗养院，非常适合家庭度假，湖面上有一个美丽的湖	这是一个非常低矮和舒适的疗养院，非常适合家庭度假，湖面上有一个美丽的湖
25. Jun 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
26. Aug 2022	Озеро удивило, своей глубиной, чистотой и свежей водой. Пляжи из песка	湖很特别，是它的深度、清澈、新鲜的水，湖面上有一个美丽的湖	湖很特别，是它的深度、清澈、新鲜的水，湖面上有一个美丽的湖
27. Aug 2022	Вода прозрачная, очень чистая, если есть машина и палатка, просто и	湖水透明，非常干净，如果你有车和帐篷，很简单，湖面上有一个美丽的湖	湖水透明，非常干净，如果你有车和帐篷，很简单，湖面上有一个美丽的湖
28. Jul 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
29. Jul 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
30. May 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
31. Jun 2022	Хорошее нахождение в Исеке, вода очень чистая, прозрачная, глаза не отор	在伊塞克湖是个不错的选择，水非常干净、透明，眼睛无法从湖面上移开	在伊塞克湖是个不错的选择，水非常干净、透明，眼睛无法从湖面上移开
32. May 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
33. Sep 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
34. Feb 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
35. Aug 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
36. Jul 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
37. Sep 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
38. Jul 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
39. Jul 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的
40. Jul 2022	Виды озера и окружающих его горных вершин не оставят никого равнодушным, это	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的	湖的景色和周围的群山不会让任何人无动心，这是一段难忘的

2-1-сүрөт Ысык-Көлдүн туристтик базасы

Кол менен алынган текст талаасында колдонуучунун аты - бул туристтер тарабынан онлайн-рецензияларды жасоодо колдонулган онлайн аты. Карап чыгуу объекттери Кыргызстандын Ысык-Көлүнө саякаттаган туристтердин өзгөчө тажрыйба объекттери, анын ичинде кооз жерлер, коомдук туристтер. аймактар, мейманканалар, ресторандар ж.б. (сүрөт 2-2 туристтердин Кыргызстанга келген учуру); Саякат жана эс алуу жылы жана айы - бул баруучу объект боюнча 1ден 5ке чейинки рейтинг, бул туристтердин булагы ар кандай туристтер келген өлкөнүн жана шаардын аталышын билдирет; карап чыгуудагы өлкөлөр, карап чыгуунун мазмуну жана объекттин түрү Бул колдонуучулар тарабынан белгилүү бир аттракцион, мейманкана, транспорт ж.б.у.с. Документ негизинен баа берүүнүн мазмунун талдайт, көңүл буруу деңгээлин алуу үчүн сөз жыштык деңгээлин колдонот жана комментарийлерди чыпкалоо жана уюштуруу үчүн башка талааларды колдонот.



Сүрөт 2- 2 Tripadvisor веб-сайтында Кыргызстандагы Ысык-Көлгө туристтик серептердин мисалы

- Текстти иштетүү

ROST колдонуңуз CM6 программалык камсыздоосу тексттик контентти талдоодон мурун, Кыргызстандагы Ысык-Көлгө онлайн саякатка сереп салуу тили жөнөкөйлөштүрүлгөн эмес же салттуу кытай тили болбогондуктан, Ысык-Көлгө онлайн саякатка сереп салуулардын мазмунун текстти алдын ала иштетүүгө басым жасоо зарыл. Кыргызстан: (1) Колдонуу Google Translate программасын жана кол котормосун айкалыштыруу менен, бир нече тилдеги онлайн тексттин мазмуну кытай тилине которулгандан кийин жалпысынан 52 215 сөз менен которулган (2) Сүрөттөрдү, эмотикондорду жок кылуу; жана тексттин мазмунун талдоо менен байланышы жок онлайн комментарийлердеги башка маалыматтар. (3) Документ деген сөздүн синонимдик алмаштыруу функциясын колдонуңуз: "Ысык", "Ысык-Көл", "Көл" ж.б. "Ысык-Көл" дегенге алмаштырылсын. (4) Англис тилдүү өлкөлөрдөн келген туристтер үчүн негизги маалымат базасын түзүү үчүн Excel таблицаларына саякат убактысы, кооз жерлерди тандоо жана саякат режимин тандоо сыяктуу айрым маалыматтарды жазыңыз. (5) Алдын ала иштетилген саякат тармагын карап чыгуу мазмунун тексттик документтин .txt форматына айландырыңыз. (6) HowNet сөздүгүн негизги тезаурус катары колдонуп, TripAdvisor сайтынын чыныгы онлайн текст маалыматтарынын мазмуну менен бирге Ашиноко көлүнүн ден соолук жана сергектик туризми үчүн атайын сөздүк түзүңүз, анын ичинде кооз жерлер,

адамдардын аттары ж.б. (7) Чыпкалоочу лексика тизмесин түзүнүз: Чыпкалоочу лексика тизмесине Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу туризм тажрыйбасын тексттик талдоо менен эч кандай байланышы жок "анда", "анткени" жана "бул жолу" сыяктуу сөздөрдү кошуңуз.

Туристтик рейтингдин структурасын талдоо

Tripadvisor платформасынын интеллектуалдык талдоо ыкмасы боюнча туристтик сын-пикирлердин сапаты беш деңгээлге бөлүнөт: “абдан жакшы”, “жакшы”, “орточо”, “начар” жана “өтө начар”. Сайттын маалыматтарынын рейтингине ылайык, туристтердин дээрлик 70% Ысык-Көлгө позитивдүү эмоцияларды билдирип, «абдан жакшы» деген баа беришкен, ал эми туристтердин 27% Ысык-Көлгө «жакшы» деп баа беришкен, ошондой эле алар да салыштырмалуу канааттанган эмоцияларды көрсөтүшкөн (Таблица 2-1).

Рейтингден туристтер Ысык-Көлдүн туристтик дестинациясына жалпы баа берүү менен салыштырмалуу канааттанганын, 4-деңгээлге жеткенин көрүүгө болот, бул веб-сайттын орточо деңгээлинен жогору. Туристтик иш-чараларда туристтер эң көп көңүл бурган төрт пунктка боз үй лагери (монгол боз үйү), ат минүү (ат минүү), Бишкек (Бишкек) жана туздуу (туздуу суу) Ысык-Көлдүн ден соолугуна кызыкдар туристтик канааттануу жогору.

Таблица 2-1 Ысык-Көлдүн туристтеринин рейтинги таблицасы

Рейтингди карап чыгуу	Комментарийлердин саны	Пропорция
абдан жакшы	369	66%
жакшы	149	27%
жалпысынан	30	5%
Айырма	5	<1%
абдан жаман	3	<1%

Туристтик булактардын аймактарын талдоо

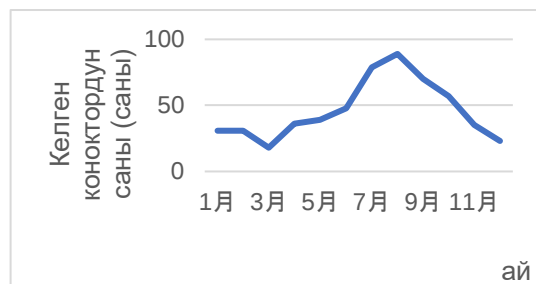
Tripadvisor веб-сайтынын колдонуучунун купуялык шарттарынан улам, кээ бир колдонуучулар өздөрүнүн IP даректерин ачыкка чыгарышкан эмес, андыктан туристтердин келип чыгышы тууралуу айрым гана маалыматтарды жана маалыматтарды чогултууга болот. Ысык-Көлгө келген туристтердин IP дарегин Tripadvisor сайтында статистикалык жана талдоо аркылуу туристтердин улутуна ылайык Кыргызстан, Россия, Казакстан, Япония, АКШ, Улуу Британия жана Австралиядан келген туристтер эң көп комментарий берген. , Канада, Кытай жана башка өлкөлөр (таблица 2-2) .

Таблица 2-2 Ысык-Көлгө келген туристтик дестинациялардын статистикасы

географиялык аймак	Өлкө/Регион	Комментарийл ердин саны	Өлкө/Регион	Комментарийл ердин саны
Europe (265, 59,6%)	Улуу Британия	жыйырма үч	Франция	18
	Португалия	2	Польша	15
	Австрия	2	Испания	10
	Германия	17	Латвия	1
	Норвегия	2	Голландия	8
	Италия	13	Швейцария	3
	Беларус	2	Дания	3
	Словакия	1	Чех Республикасы	4
	Греция	1	Белгия	4
	Украина	2	Орусия	134
Азия (134, 30,1%)	Казакстан	жыйырма бир	Тажикстан	2
	Кыргызстан	37	Армения	1
	Израиль	7	Кытай	4
	Иран	1	Индия	11
	Филиппиндер	1	Сингапур	4
	Кошмо Араб Эмираттар	4	Türkiye	9
	Түштүк корейя	4	Тайланд	2
	Катар	1	Жапония	25
Океания (13, 2,9%)	Австралия	11	Жаңы Зеландия	2
Америка (31,7%)	АКШ	20	Канада	6
	Панама	1	Бразилия	4
Африка (11,0,4%)	Түштүк Африка	1	Нигерия	1
Жалпы комментарийлер	454			

Туристтердин келүү мезгилин талдоо

Tripadvisor тарабынан чогултулган маалыматтардан Ысык-Көлгө келген туристтердин комментарийлеринин санынын ай сайын өзгөрүшүнө карап, туристтердин жалпы жыл аралык саякат убактысы "А" тибиндеги бөлүштүрүүнү көрсөтөт, ал өзгөчө санда чагылдырылган. Англис туристтеринин комментарийлеринин саны январдан апрелге чейин төмөн бойдон калууда, жалпысынан 116 туристтик сын-пикир, март айындагы жалпы туристтик кароолордун 20,8%ын түзүп, эң төмөнкү чекке жеткен. Июндан сентябрга чейин жай мезгилиндеги туристтик кароолордун саны жалпы жылдык туристтик кароолордун 51,4% түзөт. Жалпысынан Ысык-Көл боюнча туристтердин комментарийлеринин саны февраль айында эң жогорку чегине жеткен, ал эми биринчи кварталда азыраак комментарийлер болгон (2-3-сүрөт).



2-3- сүрөт Акыркы жылдарда Ысык-Көл боюнча туристтик комментарийлердин санынын ай сайын өзгөрүшү

Туристтик саякат моделдерин талдоо

Саякат режимин тандоо жагынан жалпы 475 турист саякат ыкмаларын бөлүштү. Алардын ичинен достору менен саякаттоону тандаган топ 175 комментарий менен эң чоң топ болуп саналат, бул жалпы онлайн комментарийлердин 37% түзөт, андан кийин түгөйлөр жана үй-бүлөлөр менен саякаттоону тандаган топ, тиешелүүлүгүнө жараша 99 комментарий жана 104 комментарий менен. , онлайн комментарийлердин жалпы санын эсепке алуу 21% жана 22%, жеке жана иш сапар топтору, тиешелүүлүгүнө жараша 67 комментарий жана 30 комментарий менен, жалпы онлайн комментарийлердин 14% жана 6% түзөт.

Туристтик кабыл алуунун натыйжаларын талдоо

а. Туристтик тажрыйбада жогорку жыштыктагы сөздөрдүн анализи

Tripadvisor сайтында топтолгон Ысык-Көл жөнүндө 556 онлайн-пикирлердин сөз жыштыгын талдоосуна ылайык, туристтер көлдүн ландшафтына жана Ысык-Көлдүн жаратылыш чөйрөсүнө жогору баа беришет (таблица 2-3) .

Ысык-Көлдүн аттракциондору же туристтик продуктулары жөнүндө көп төгөн сөздөр бар, мисалы, "Ысык-Көл", "сүзүү", "каньон", "пляж", "Бишкек", "Каракол", "жээк". , "курорт", "пляж" ж.б.. Туристтерди Луйсек көлүндөгү бул кооз жерлерге же туризмге кызыктырганын көрүүгө болот. Продукцияга көңүл буруу жогору жана Ысык-Көл туризминин негизги тартуусу болуп саналат "сулуу", "аба", "жаратылыш", "таза", "таза", "кооз", "мыкты", "пейзаж" ; , "свежий" жана башка сын атоочтордон туристтер көлдүн ландшафтына жана Ысык-Көлдүн жаратылыш чөйрөсүнө жогорку баа берерин көрүүгө болот.

Таблица 2-3 Ысык-Көлгө келген туристтердин онлайн комментарийлериндег

и жогорку жыштыктагы сөздөрдүн статистикасы

жогорку ж ыштык сө здөр	Жыштык	жогорку ж ыштык сө здөр	Жыштык	жогорку ж ыштык сө здөр	Жыштык
Кыргызста н	215	сулуулук	212	жер	199
Ысык-Көл	162	сүзүү	103	тоолор	80
саякат	73	таза	72	каникул	71
ачык	69	каньон	68	жээк	64
Аба	62	айланасын	56	көл жээги	53
мейманкан	49	да	48	нде	48
а		көп		убакыт	
көбү	47	жаратылы	46	мүмкүндүк	46
		ш		алуу	
сунуш	44	көл	44	жай	44
Бишкек	43	сулуу	42	каракол	41
жакын же	40	пейзаж	40	эс алуу	39
рде					
зыярат кы	39	каалаган	37	Бөлмө	36
луу					
аймак	35	Кызмат к	35	объект	35
		ылуу			
түндүк жэ	35	пляж	35	курорт	34
эги					
аба ырайы	34	тамак	33	ырахат ал	31
				уу	
Мейманка	30	жергиликт	30	зор	30
на		үү			
түн	29	Отургузуу	29	түштүк ба	29
				нкы	
кызыктуу	28	жергиликт	27	Ыңгайлуу	27
		үү тургун			
		дар			
курорт	27	Күн нуру	26	тандоо	26
түндүк	25	айда	25	Fresh	25
туристтер	25	тоо	жыйырма	чатыр	жыйырма
			төрт		төрт
бийиктик	жыйырма	жабуу	жыйырма	дээрлик	жыйырма
	төрт		төрт		үч
чыныгы	жыйырма	сыйкыр	жыйырма	жылуулук	жыйырма
	үч		үч		үч
Жаратылы	жыйырма	өзү	жыйырма	жатакана	жыйырма
ш	эки		эки		эки
түштүк	жыйырма	Орусия	жыйырма	керек	жыйырма
	эки		эки		эки
Советтер	жыйырма	доллар	жыйырма	Күз	жыйырма
Союзу	бир		бир		бир
Тяньшань	жыйырма	түс	жыйырма	улут	жыйырма

уникалдуу	бир 20	Эс алыңыз	бир 20	жөө	бир 20
күн	20	баалуу	20	кафелер	19
адамдар	19	майрам	19	абдан жак шы	19
дени сак	18	бала	17	Мектеп	17
Борбордук	17	деңиз	17	даамдуу	17
Азия					
үй-бүлө	17	таза	17	температур а	17
жашыл	16	шаар	16	көлдүн су усу	15
тынч	15				

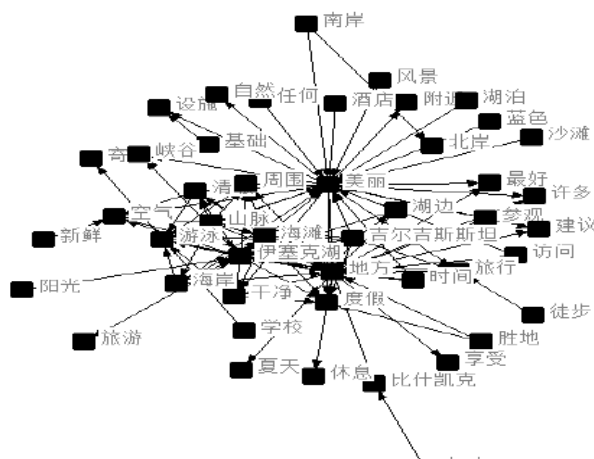
6. Туристтердин жаратылышты кабыл алуу жыштыгын талдоо

Tripadvisor'до чогулган жогорку жыштыктагы сөздөрдүн жана мүнөздүү сөздөрдүн жалпы абалына ылайык, Ысык-Көлдүн туристтик тажрыйбасы көл пейзажи, табигый ден соолукту сактоо тажрыйбасы, тарыхый жана маданий тажрыйба, ачык спорт тажрыйбасы сыяктуу бир нече негизги категорияларга жалпыланган. жана коомдук тамактануу кызматынын тажрыйбасы. Анализдин жыйынтыгы көрсөткөндөй, Ысык-Көлдүн кооз аймагынын көлдөрүн жана жаратылыш чөйрөсүн сыпаттоо 296 жолу айтылып, туристтик комментарийлердин жалпы санынын 53,2%ын түздү, мисалы, «Ысык-Көл – Кыргызстандын улуттук байлыгы» деген комментарий. (жергиликтүү тилде) Кыскача айтканда, туристтер Ысык-Көлдүн пейзажын эң жакшы түшүнүшөт, бирок сырттагы спорттук тажрыйбага алмаштырылган табигый ден соолукту сактоо тажрыйбасы азыраак.

в. Туристтердин онлайн баалоонун семантикалык тармактык анализи

ROST CM6.0 программасына жогорку жыштыктагы сөздөрдү импорттоо менен жана Newdraw программасын колдонуу менен Ысык-Көлдүн туристтеринин тармагын баалоонун семантикалык тармак диаграммасы түзүлдү (2-4-сүрөт) . Ысык-Көлдүн туристтерди карап чыгуу борбору "Ысык-Көлдүн" аттракциондорунда жана үзгүлтүксүз жайылууда. Эң жогорку даражадагы сөздөргө "Кыргызстан", "сүзүү" ж.б., ошондой эле "көл жээгинде", "Бишкек", "жээк", "түндүк жээк", "каньон" жана "Каракол" сыяктуу кооз жерлер кирет. интуитивдик Бул туристтердин саякат процессинде көңүл бурган бир нече аспектилерин жана алардын бул сапарга болгон каалоолорун билдирет. Ысык-Көлдүн кооз аймагындагы көлдүн ден соолугунун жана ден соолугунун физикалык тажрыйбасы жөнүндө ачкыч сөздөр "пейзаж", "күн", "жаратылыш",

"уникалдуу", "көк", "таза" жана "татыктуу" сыяктуу ачкыч сөздөрдү камтыйт. Комментарийлер негизинен туристтердин саякат учурунда көргөн пейзаждарына жана ошол кездеги маанайларына багытталган. Ачкыч сөздөр ошондой эле кооз аймактын жеткиликтүүлүгүн, көлдүн ичин жана анын көлдүн айланасындагы саякат жолдорун камтыйт. менен Ысык-Көл эң тыгыз байланышта.



Сүрөт 2-4 Ысык-Көлдөгү туристтердин онлайн комментарийлеринин семантикалык анализинин схемалык диаграммасы

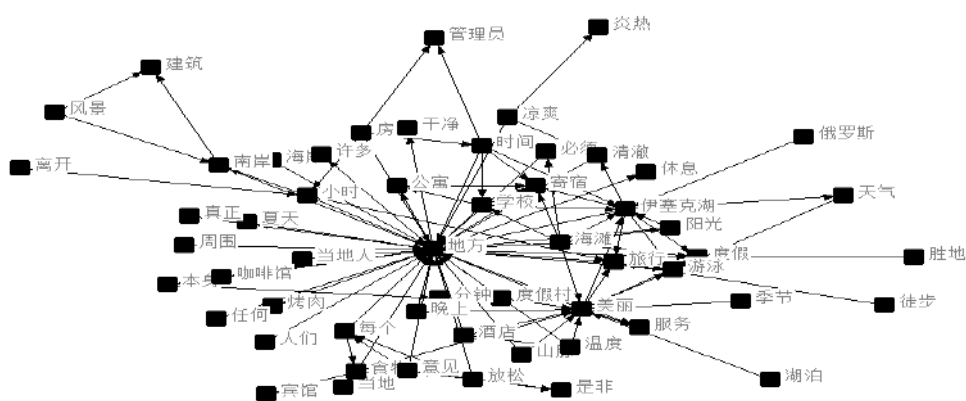
г. Туристтердин онлайн баалоо сезимин талдоо

Туристтердин Ысык-Көлдүн ден соолук туризмине эмоционалдык баа берүүсүндө оң эмоциялар 78,06%, нейтралдуу эмоциялар 1,18%, терс эмоциялар 20,76%ды түздү. Бул көпчүлүк туристтердин Ысык-Көлгө болгон ден соолугуна жана сергектик сапарына канааттангандыгын көрсөтүп турат. Ысык-Көлдөгү туристтер тарабынан айтылган позитивдүү эмоциялардын көбү "ырахат алуу", "тынчтык", "баалоо" жана башкалар. Бул позитивдүү эмоциялардын пайда болушу дестинациянын негизги кызыктуу жерлери менен тыгыз байланыштуу (2-4-таблица). .

Таблица 2-4 Туристтердин Ысык-Көл жөнүндө онлайн комментарийлеринин эмоционалдык бөлүштүрүлүшү

эмоционалдык тенденциялар	Пропорция (%)	күч	Пропорция(%)
оң эмоциялар	78.06	жалпысынан	16.37
		Орто	17.81
		бийик	43.88
нейтралдуу эмоция	1.18	_____	_____
терс эмоциялар	20.76	жалпысынан	4.22
		Орто	2.52
		бийик	1.26

Терс эмоциялар көбүнчө жамандык, көңүл калуу, ой-пикирлер сыяктуу абстракттуу эмоциялар менен чагылдырылат. Терс эмоциялардын себептери туристтик кызматтардын сапатына, аба ырайына, каада-салттарга, саясатка, жергиликтүү тургундарга, кооз жерлерди башкарууга жана башка факторлорго



байланыштуу. туризм, мисалы, туристтердин өз таанып-билүүсү менен байланыштуу. Кыргызстан эгемендүүлүктү алгандан кийин жыл бою тейлөөнүн начардыгы, жергиликтүү булуттуу аба ырайы жана суук температура туристтердин саякатына таасирин тийгизген. терс сезимдердин пайда болушуна алып келди.

2-6- сүрөт Ысык-Көлдөгү туристтердин интернеттеги терс эмоционалдык комментарийлеринин семантикалык структурасынын схемалык диаграммасы

Ысык-Көлдүн туристтеринин көлдүн ден соолук туризмине кабыл алуусу да терс эмоцияларды пайда кылуучу маанилүү фактор болуп саналат (2-6-сүрөт). Терс эмоциялуу жогорку жыштыктагы сөздөрдүн ичинен “инфраструктура”, “пикир” деген сөздөр кездешет жана бул сөздөр көбүнчө “мейманкана”, “Ысык-Көл”, “Кыргызстан” ж.б., чагылдырылган сөздөргө байланышат. кээ бир туристтердин негизги сезимдери жана кооз чөйрө менен көңүл калуу. Оригиналдуу комментарийлерди талдоо аркылуу бул туристтердин көпчүлүгү кооз пейзажга жана таасирдүү архитектурага жана башкаларга көбүрөөк көңүл буруп, көлдөрдүн ден соолукка тийгизген таасири, мисалы, жергиликтүү тамак-аштар жөнүндө үстүртөн түшүнүккө ээ экени аныкталган. жана альп туздуу сууну калыбына келтирүү, ошондуктан «Ысык-Көл», «Кыргызстан» жана «Тоолор» сыяктуу негизги аттракциондорго туш болгондо терс эмоциялар пайда болот.

Туристтик керектөөчүлөрдүн жүрүм-турумун талдоо

а. Керектөө алдында чечим кабыл алуу

Саякатка мотивация туристтердин саякат кылуунун ордун, убактысын жана ыкмасын тандоосу үчүн негиз болуп саналат, ошондой эле саякатка байланыштуу чечимдерди кабыл алуу үчүн кыймылдаткыч күч болуп саналат. Негизинен саякатка чыгуунун максаты жана себептери интернеттеги комментарийлердин аталышында же башында айтылат. Ысык-Көлдүк туристтердин саякатка болгон мотивациясын үч түргө жалпылоого болот: маданий мотивация (81), ден соолук жана ден соолукту чыңдоо мотивациясы (249) жана тышкы тажрыйба мотивациясы (227) ден соолук жана сергектик мотивациясы эң маанилүү мотивация болуп саналат (2-5-таблица).).

Таблица 2-5 Ысык-Көлдөгү туристтердин керектөө алдында чечим кабыл алуу жүрүм-турумунун талдоо таблицасы

Саякатка мотива ция	жогорку жыштык сөздөр	Жалпы сөз ж ыштыгы
маданий мотивац	Ленин эстелиги, Улуттук Баатырлар э	81

ия	стелиги, Музей, Мусулман маданияты, Советтер Союзу, Орто Азия ж.б.	
Ден соолук мотивациясы	аба, жөө саякат, күн нуру, ден соолук, туздуу суу, минералдар, музсуз көл, тынч, тунук, ысык булактар, дары	249
Тышкы тажрыйба мотивация	Саякат, суу спорту, ат минүү, эко-сейилдөө, айдоо, дайвинг, жаа атуу жана башкалар.	227

6. Туризм учурундагы керектөө жүрүм-туруму

Ысык-Көлгө онлайн сереп салуу көптөгөн туристтик долбоорлорду колдонууну камтыйт. Онлайн-рецензиялардын мазмунун талдоодон кийин, Ысык-Көлдөгү туристтердин керектөө жүрүм-туруму негизинен туристтик тажрыйбага жана жайгаштыруу беренелерине, мисалы, “суу салуу”, “саякатка чыгуу” жана “көңүл ачууга” багытталганы аныкталган. Туристтер турак жайга байланыштуу керектөө жүрүм-турумдарынын ичинен көбүнчө “үйдө коноктоо” жана “чолпон-ата” дегенди камтыйт. Эң жакшысы Чолпон-Атада, анда көптөгөн жеке, ыңгайлуу турак-жайлар жана арзан баада дүкөндөр бар. Туристтер 26 жолу жана 19 жолу кездешкен «кафе» жана «ресторан» деген эки диеталык керектөө түрүнө өзгөчө көңүл бурушат жана көптөгөн терс пикирлер бар, мисалы: «Жергиликтүү дүкөндөрдө баалар күлкүлүү кымбат, майонез 100 сом, колбаса 450 сом, сыр 100 сом, чай 150 сом» ж.б.

в) саякаттан кийинки психологиялык жүрүм-турум

Саякаттан кийинки канааттануу менен байланышкан "ырахат алуу", "кызыктуу" жана "сыйкыр" сыяктуу жогорку жыштыктагы сөздөрдүн ичинен "улуу", "көл", "сулуу", "таза" сыяктуу сөздөр Ысык-Көлдөгү туристтердин материалдык канааттануусу. Ал эми жогорку жыштыктагы 100 сөздүн арасында терс сөздөр жок. Кайра карап чыгууга жана сунуштоого даярдыгы боюнча, жогорку жыштыктагы "сунуштоо" сөзү 26 жолу, ал эми "татыктуу" деген сөз жалпысынан 20 жолу чыккан мамиле жана онлайн комментарийлерде комментарий берген туристтер көпчүлүктү түзөт.

(2) Анкета сурамжылоонун негизинде туристтик тандоону талдоо

Тармактык тексттик анализдин жыйынтыгы боюнча Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми туристтер тарабынан талап кылынган ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризминин продуктыларын жана Ысык-Көлдүн ден соолугуна жана ага таасир этүүчү факторлорун терең түшүнүү үчүн жогорку илимий мааниге ээ. Wellness туристтик продуктулары,

Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу туристтик продуктуларынын негизинде дизайн иштелип чыккан.

Тандоо максаты катары Ысык-Көлгө келген туристтерди алып, 2023-жылдын июлунан августуна чейин жана 2024-жылдын январына чейин кокусунан ыңгайлуу тандоо тандалып алынган. WeChat топтору, мисалы, мугалимдер, классташтар, Бишкек, Кыргызстандагы кытайлар ж.б. WhatAPP адамдар менен байланышат. изилдөө максаттары катары топко. Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми боюнча электрондук анкета ар улуттун өкүлдөрүнө орус же кытай тилдеринде таратылып, 206 нускасы туура анкета болуп, эффективдүү көрсөткүчү 100%ды түздү.

-Демографиялык мүнөздөмөлөрдүн сүрөттөлүшү

Бул сурамжылоодо респонденттердин арасында 85 эркек (41,3%) жана 121 аял (58,7%) болгон, эркектер менен аялдардын катышы 1:1,4.

Жаш курак курамы боюнча респонденттердин эң көп саны 18-25 жаштагылар (28,2%), андан кийин 26-35 жаштагылар (20,9%), андан кийин 36-45 жаштагылар (19,9%). Анкета бул сурамжылоого көптөгөн пункттарды камтыгандыктан жана орто жаштагы жана улгайган адамдардын кызматташуусу салыштырмалуу начар болгондуктан, орто жана улгайган адамдардан алынган үлгүлөрдүн саны салыштырмалуу аз болгон.

Респонденттердин кесиптик курамы ар түрдүү жана тандалма белгилүү бир деңгээлде репрезентативдик болуп саналат. Алардын ичинен студенттер эң көп (30,6%), андан кийин мугалимдер (28,3%), мамлекеттик жана ишканалардын кызматкерлери (22,9%), штаттан тышкаркылар 12,3%, жумушчулар жана медициналык кызматкерлер 2,4%, пенсионерлер 2,4%ды түзгөн. Сурамжыланган калктын билим деңгээли салыштырмалуу жогору, жогорку билим деңгээли жогорураак. Алардын ичинен эң жогорку үлүшү 37,4% менен магистранттар, 36,4% менен аспиранттар (магистратура/докторантура) жана 16,0% орто мектеп/техникалык орто окуу жайлары.

Респонденттердин орточо айлык кирешеси боюнча 2000 сомдон азы респонденттердин 35,0%, андан кийин 29,6% 5000ден 10000 сомго чейин жана 2000 сомдон 5000%га чейин түзөт. 3 10 000 сомдон ашык менен эң аз үлүш 12,1%ды түздү.

-Көлдүн ден соолук туризминде таасир этүүчү факторлорду талдоо

Туристтердин Ысык-Көлдү ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми

үчүн тандоосуна таасир эткен негизги факторлор: кооз пейзаж (4,21), таза аба жана таза суу (4,19), сезондук факторлор (3,97), Ысык-Көлдүн тургундарынын жылуу мамилеси (3,92), тынчтык Жайлуу турак-жай чөйрөсү (3.87), экологиялык жактан таза дизайн концепциясы (3.76) Туристтердин ден соолукту чыңдоочу дестинациялардын табигый чөйрөсүнө жана кабыл алуу чөйрөсүнө көбүрөөк көңүл буарын көрүүгө болот. Салыштырмалуу айтсак, туристтер дестинациянын жогорку сапаттагы ден соолук мекемелери (3,42), ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу маданий көргөзмө залдары (3,40) жана ыңгайлуулук Транспорт (3.39) алардын ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмнин багыттарын тандоосуна салыштырмалуу жалпы таасир этет.

Таблица 2-6 Таасир кылуучу факторлордун каражаттарынын сүрөттөлүшү
(N=206)

Көл туризмдин тандоого таасир этүүчү факторлор	дегенди билдирет ($\bar{X}$)	Стандарттык четтөө(S)
кооз пейзаж	4.21	0.778
Таза аба жана таза суу	4.19	0.706
сезондук факторлор	3.97	0.777
Ысык-Көлдүн айланасындагы тургундар ынтымактуу	3.92	0.931
Тынч жана жайлуу турак-жай	3.87	0.817
Айлана-чөйрөгө кам көрүү дизайн концепциясы	3.76	1.025
Социалдык ден соолук атмосферасы	3.63	0.978
Дени сак тамактар	3.59	1.012
Кесипкөй команда жана сапаттуу тейлөө	3.54	1.133
Ден соолук тажрыйбасы туризм долбоорлору	3.53	0.940
Жергиликтүү ден соолукту чыңдоо маданияты	3.51	1.006
Бай ден соолук жана ден соолук продуктылары	3.48	1.001
Квалификациялуу	3.44	1.023

саламаттык сактоо борбору		
Жогорку сапаттагы ден соолукту чыңдоочу мекемелер	3.42	1.100
Ден соолук жана ден соолук маданиятынын көргөзмө залы	3.40	0.991
Ыңгайлуу транспорт	3.39	1.124

Талдоо аркылуу, туристтерди көлдүн ден соолукту чыңдоочу туризм багыттарын тандоого кызыктырган эң биринчи нерсе бул дестинациянын кооз пейзаждары, таза абасы жана таза суу булактары, сезондук факторлор жана дестинациянын жашоочуларынын достук мамилеси, тынч жана ыңгайлуулугу экенин билүүгө болот. Ден соолук туризми үчүн жайгаштыруу чөйрөсү , экинчиден, туристтер дестинациянын экологиялык дизайн концепциясын, ден соолукту чыңдоочу тамактарды, ден соолукту чыңдоочу долбоорлорду жана ден соолукту чыңдоо маданиятын эске алышат туристтердин тандоосу эмес.

Таблица 2-7. Изилдөөчү анализдин натыйжалары жана таасир этүүчү факторлордун ишенимдүүлүгүн текшерүү

Таасир берүүчү факторлор (жашыруун өзгөрмөлөр)	Таасир кылуучу факторлор (манифест өзгөрмө)	факт ордук жүктөөлөр	Cronbach's Альфа мааниси	Eigenvalue	Кумулятивдүү түшүндүрмө дисперсия
Ден соолук маданияты жана продуктылары F1	Ден соолук жана ден соолук маданиятынын көргөзмө залы Бай ден соолук жана ден соолук продуктылары Жергиликтүү ден соолукту чыңдоо маданияты Дени сак тамактар	0.791 0.782 0.706 0.715	0,88	7.17	55.12
Саламаттык сактоо мекемелери жана	Ыңгайлуу транспорт Жогорку сапаттагы ден	0.766 0.794			

кызматтары F2	соолукту чыңдоочу мекемелер		0,89	1.39	65.80
	Ден соолук тажрыйбасы туризм долбоору	0.699			
	Квалификациялуу Wellness борбору	0.710			
	Кесипкөй саламаттыкты сактоо командасы жана жогорку сапаттагы кызматтар	0.787			
Ден-соолук атмосферасы F3	Айлана-чөйрөгө кам көрүү дизайн концепциясы	0.901	0,84	0,75	71.53
	Социалдык ден соолук атмосферасы	0.794			
Табигый чөйрө F4	кооз пейзаж	0.784	0,63	0,65	76.53
	Таза аба жана таза суу	0.721			

Фактордук анализдин жардамы менен туристтердин ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмнин дестинациясын тандоосуна таасир этүүчү факторлор өлчөмдүүлүккө чейин төмөндөйт, ден соолук жана ден соолук туризмине таасир этүүчү факторлор негизинен төрт негизги категорияга бөлүнөт: ден соолук жана ден соолукту чыңдоо маданияты жана продуктулары. ден соолук жана ден соолукту чыңдоо мекемелери жана кызматтары, ден соолукту чыңдоо атмосферасы жана жаратылыш чөйрөсү. Демек, туристтердин Ысык-Көлдүн ден соолук туризмнин дестинациясын тандоосуна таасир этүүчү негизги факторлор ден-соолукту чыңдоо маданияты жана ден соолукту чыңдоочу жердин объекттери болуп саналат жана көмөкчү объектилер.

-Көлдүн ден соолук туризмнин мотивацияларын талдоо

Туристтердин ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмине болгон мотивацияларын изилдөө менен биз туристтерге алардын сүйүктүү ден соолук жана сергектик туризмнин продуктулары менен натыйжалуураак камсыздай алабыз, рынокто көбүрөөк популярдуу болгон тажрыйба долбоорлорун иштеп чыга алабыз, ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмнин мазмунун дестинацияларда байыта алабыз жана аларды колдоно алабыз. SPSS ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмнин мотивацияларын

орточо эсепке алуу боюнча туристтердин ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмине болгон мотивациясынын негизги мотиви – бул ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризминин негизги мотивациясы деп жыйынтык чыгарууга болот жаратылышка жана өздөрүнүн физикалык жана психикалык саламаттыгына кам көрүшөт. Мындан тышкары, ден соолукту чыңдоочу продуктуларды сатып алууга мотивация эң төмөн, бул туристтер ден соолукту чыңдоочу продукттарды сатып алгандыктан ден соолукту чыңдоо туризмине катышпай турганын көрсөтөт.

-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми үчүн маалымат каналдарын талдоо

SPSS туристтердин ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми боюнча чечимдерди кабыл алууларына таасир этүүчү маалымат каналдарынын маанилүүлүгү боюнча сыпаттама статистикалык анализ жүргүзүү үчүн колдонулган. Андан кийин онлайн жарыялоо, туристтик агенттиктердин жарыялоосу, мезгилдүү басылмалар жана журналдар ооруканага тиешелүү мекемелер менен кызматташуу жана мамлекеттик колдоо документтери туристтердин ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризминин багыттарын тандоосуна анчалык деле таасир этпейт.

-Саламаттыкты сактоо туризминин жүрүш-туруш өзгөчөлүктөрүн талдоо

Туристтердин ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмине сарптоо өзгөчөлүктөрү боюнча сурамжылоо жүргүзүлдү. Изилдөөнүн жыйынтыктарын талдоодон көрүнүп тургандай, Ысык-Көлгө ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризми үчүн барган туристтер эң көп каражат жумшашат. Турак жай, андан кийин тамак-аш жана суусундуктар, ошондой эле тажрыйба долбоорлору.

Чексиз тандоо ыкмасы менен туристтердин ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмине калган күндөрдүн саны боюнча сурамжылоо аркылуу, сурамжылоонун жыйынтыктарынын анализи көлгө саякаттаган туристтердин эң көп убактысын көздөгөн жерде 3-5 күн өткөрүшөрүн көрсөттү. Көл туризминин дестинациясы шаардан алыс жайгашкандыктан, шаарлардан келген туристтердин көбү 6-7 күн же андан көп убакытка турууну тандашат жана эс алуу туризмине көбүрөөк ыкташат. Денени жана акыл-эсти өстүрүү процессинде алар жаратылышты сезип, кучактап, көлдөн ырахат алышат.

Ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризми үчүн мезгилдерди тандоо боюнча белгисиз бир нече варианттуу суроо менен туристтерди сурамжылоо аркылуу, сурамжылоонун жыйынтыктарын талдоо көрсөткөндөй, көпчүлүк туристтер жай мезгилинде көл туризмин тандашат, ал эми көлдүн ден соолугун жана ден соолугун чыңдоо үчүн тандоо азыраак болот. кыш.

(3) Ысык-Көлдүн туристтик суроо-талаптын мүнөздөмөлөрүн талдоо

Tripadvisor веб-сайтындагы туристтерди карап чыгуу маалыматынын жана жеринде тандап алуу анкетасынын натыйжаларынын негизинде Ысык -Көлдөгү туристтердин суроо-талаптын мүнөздөмөлөрү төмөнкүдөй:

Биринчиден, туристтик булактардын курамы боюнча Ысык-Көлгө келген туристтердин 59,6% Европага, 30,1% Азияга, 7% Америкага, 2,9% Океанияга, 0,4% Африкага туура келет. Улуту боюнча Кыргызстан, Орусия, Казакстан, Япония, АКШ, Улуу Британия, Австралия, Канада жана башка өлкөлөрдөн туристтер көбүрөөк келишет. Эркектер менен аялдардын катышы болжол менен 1:1,4 18-25 курактагылар, андан кийин 26-35 жаш, андан кийин 36-45 жаш курактагылар. Кесиптик курамын студенттер, мугалимдер, мамлекеттик жана ишканалардын кызматкерлери, штаттан тышкаркы кызматкерлер, жумушчулар жана медицина кызматкерлери, пенсионерлер түзөт. Маектешкендердин билими – бакалавриат, аспирантура (магистратура/докторантура), орто мектеп/техникалык орто мектеп.

Экинчиден, Ысык-Көлгө келүү мотивациясы боюнча туристтердин мотивациясын төмөнкүдөй жыйынтыктоого болот: маданий мотивация, ден соолукту чыңдоо мотивациясы жана тышкы тажрыйба мотивациясы. Туристтерге Ысык-Көлдүн ден соолук туризмин тандоосуна таасир эткен факторлордун ичинен булар негизинен ден соолукту чыңдоо маданияты жана продуктылары, саламаттыкты сактоо мекемелери жана кызматтары, ден соолукту чыңдоо атмосферасы жана жаратылыш чөйрөсү.

Үчүнчүдөн, маалымат каналдары боюнча туристтер, негизинен, тааныштар жана достор чөйрөлөрү, кино жана телекөрсөтүү эстрадалык көрсөтүүлөрү, туристтик агенттиктердин жарнамалары сыяктуу социалдык тармактардагы сунуштар аркылуу маалымат алышат Туристтерге ден соолук жана ден соолукту чыңдоо боюнча чечим кабыл алууга жардам берет.

Төртүнчүдөн, жүрүм-турум өзгөчөлүктөрү боюнча июнь айынан сентябрга чейин туристтер эң көп келген мезгил, андан кийин күз, Жаз майрамы, ал эми кыш мезгили туристтер 3-5 күн, андан кийин 6-7 күн саякатташат; - күндүк

искусство. Боз үй лагери (монгол боз үйү), ат минүү (ат минүү), бишкек (Бишкек) жана туздуу (туздуу суу) туристтер эң көп көңүл бурган туристтик иш-чаралар. Саякат ыкмалары жагынан достор менен саякаттоо 37%, түгөйлөр жана үй-бүлөлүк саякаттар тиешелүүлүгүнө жараша 21% жана 22%, жеке жана иштиктүү саякаттар 14% жана 6% түзөт. Туристтердин негизги керектөө чыгашалары туристтик аймактын өзү тарабынан белгиленген тарифтик статьяларга жана аймактагы саякатка жана транспорттук шарттарга байланыштуу.

Бешинчиден, туризм тажрыйбасы жагынан көл пейзажынын тажрыйбасы 53,2%, табигый ден соолукту чыңдоо тажрыйбасы 10,2%, ачык спорттук тажрыйба 31,4%, тарых, маданият жана коомдук тамактануу боюнча тейлөө тажрыйбасы 5,2% түзөт. Туристтердин Ысык-Көлдөгү ден соолукту чыңдоо туризмине баа берүүлөрү сулуулук, пейзаж, күн, жаратылыш, кайталангыс, көк, таза жана баалуу сыяктуу сөздөрдү камтыйт. Туристтер саякат учурунда сууга түшүүнү, саякаттоону жана көңүл ачууну жактырышат жана кафе-ресторандарда тамак-аш жана суусундуктарды колдонууга өзгөчө көңүл бурушат.

Алтынчыдан, экскурсиядан кийинки баалоодо туристтердин позитивдүү эмоциялары туристтердин Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоо туризмине берген баасынын 78,06%ын түздү, негизинен “ырахат алуу”, “тынчтык”, “баалоо” ж.б. Терс эмоциялар 20,76%ды түздү, негизинен жаман, көңүлүн калтырган, нааразы болгон ж.б. таанып билүү менен байланышкан факторлор. Нейтралдуу эмоциялар 1,18% түзөт.

Tripadvisor веб-сайтындагы туристтик комментарийлердин маалыматына жана жеринде тандалып алынган анкета сурамжылоонун натыйжаларына таянып, Ысык-Көлдүн туристтеринин суроо-талаптын мүнөздөмөлөрү төмөнкүдөй: өнүмдөрдүн, кызматтардын, башкаруунун ж.б. Ысык-Көл ден соолукту чыңдоо туризми.

(4) Ысык-Көлдөгү ден соолукту чыңдоо туризминин маселелерин талдоо

Ысык-Көл ден соолукту чыңдоочу туристтик ресурстардын ар түрдүүлүгүнө жана чоң потенциалдуу рынокко ээ. Азыркы учурда Ысык-Көл ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүү мамлекеттик саясаттын жетишсиздиги, продукцияны өнүктүрүүнүн тереңдиги, артта калган туристтик инфраструктура жана туристтик кызмат көрсөтүүлөр сыяктуу көйгөйлөргө дуушар болууда.

– Мамлекеттик саясаттын жетишсиз колдоосу

Саякат коопсуздугу боюнча маселелер бар. "Ысык-Көлдүн лагеринде эс алуучуларга эскертким келет. Өткөн жылы бизди "Күн нуру" мектеп-интернатында тоноп кетишти. Тоноодон кийин баары (администраторлор, күзөтчүлөр, милициялар) бул жагдайга көңүл бурбай, бизди тез арада бошотууга аракет кылышты эч кандай уурдалган буюмдар же уурунун өзү табылган эмес» деп билдирди.

Жол инфраструктурасы боюнча көйгөйлөр бар. Мисалы: "Биз Түндүк жээкте эс алып, жээкти бойлоп Каракасса жөнөдүк. Пржевский музейине жана анын мүрзөсүнө зыярат кылдык. Баары сонун болчу, бирок бардыгын жаман жолдор талкалап кеткен. Сиз муну айтсаңыз болот, жолдун өзү дээрлик болгон. жок болгондуктан, шаркыратмага чыгуудан да экстремалдуу көрүндү, мунун баары жаратылыштын кооздугуна жана жергиликтүү элдин боорукердигине көлөкө түшүрдү».

–Продукцияны иштеп чыгуунун жетишсиз тереңдиги

Туристтик продукт жалгыз. Комментарийде айтылгандай, "Мен жаратылыштын кереметтүү кооздугун көрсөм да, көңүл ачуу дагы эле көйгөй бойдон калууда. Көлгө бара жаткан жолдо пейзаж коркунучтуу."

– Туризм инфраструктурасынын артта калышы

Көлдүн аймагы өтө чоң жана транспортко ыңгайлуу эмес. "Бишкектен көлгө чейин таксиге отуруп, Бомбей капчыгайы аркылуу 4 саатка жетип, эки аялдама жасадык. Учурда башка эң жакшы вариант жок, бирок Чжэн Кеминг өрөөнү аркылуу өтүүнүн башка жолу бар". Комментарийде айтылгандай: "Узундугу 170+ километр жана туурасы 70+ километрдик дүйнөдөгү экинчи эң чоң альп көлү болгон бул кереметтүү көл дүйнөнүн бардык булуң-бурчунан элди өзүнө тартат. Мен эртең менен жана түштөн кийин орусиялык туристтерге толгон автобуска отурдум. Бишкекке келүү узак жол жана жетиштүү тамактануу жана ичүүчү сууну алуу сунушталат». Комментарийде айтылгандай: "Бул кооз чоң тоо көлү. Инфраструктурасы өтө жөнөкөй жана маанисиз болгондуктан, ал жок болуп кетти деп ойлошуңар мүмкүн. Бирок бул көлдүн кооздугун жашырбайт."

–Туристтик тейлөөнү жакшыртуу керек

"Орустар, эмне кылсаңар да, Ысык-Көлгө эс алганы келбегиле! Бул жаман эс алуу болот, коркунучтуу! Бул менин эле оюм эмес. Көл муздак, пляж ылай, отоо

чөп баскан. Тамак-аш Россиядагыдан эки эсе кымбат, аны ким көргүсү келет? "Эч кандай кафеге, өзгөчө көл жээгиндеги чатырларга шашылбаңыз. Бул гигиеналык талаптарга жооп бербейт" деген сындуу пикирлер. Комментарий бергендей: "Суу жакшы, бирок кымбат. Тейлөө коркунучтуу! Кечки саат 8ден кийин такси менен эч жакка барууга болбойт. Таксилер токтобойт. Кафеде тамактын кээ бирлери жакшы, кээ бирлери жок. башкы официант (Менеджер билбеди) жана бармен 120мл шараптын баасы канча экенин билбейт, алардын кебабтары кургап, маринад жок жана официант мени жакшы тейлеген жок вилка менен тарелкамды өзүм алышым керек болчу».

3-глава Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрүү боюнча каршы чаралар жана сунуштар

Учурдагы рыноктун суроо-талабынын жана орун алган көйгөйлөрдүн негизинде , максаттуу оптималдаштыруу боюнча сунуштар сунушталат, анын ичинде: серияланган саясатты колдоо, продуктуну диверсификациялоо, кардарлардын тобун так аныктоо, так маркетинг жана сапаттуу ден-соолук кызматтары .

- Сериялык саясатты колдоо

Өнүгүү пландарын даярдоо . Өкмөт Ысык-Көлдүн туризмин өнүктүрүү планын иштеп чыгып, көлдөрдү коргоо жана экологияны калыбына келтирүү, жаратылыш аймактарын өнүктүрүү жана долбоорлорду куруу, объектилерди жакшыртуу жана жакшыртуу, ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрүү боюнча орун алган көйгөйлөрдү чечүү үчүн, ошондой эле аны өнүктүрүү планын иштеп чыгуусу керек. Ысык-Көлдөгү ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризминин стратегиялык максаттары, өнүгүү позициясы, тематикалык мүнөздөмөлөрү, негизги милдеттери, мейкиндиктин жайгашуусу, негизги долбоорлор, продукт системасы, бренд имиджи, тейлөө объектилери, жогорку деңгээлдеги дизайн жана макро координация . Ысык-Көлдүн ден соолук туризмин сергек өнүктүрүү .

Өнүгүү үчүн инвестициялоону уланта бер . Өкмөт Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу туризминин ресурстарын өнүктүрүүгө инвестициялоо үчүн каражатты көлдүн айланасындагы жолдор, медициналык мекемелер, көрнөк-жарнактар, коомдук кызматтар, тематикалык маршруттар, портал пейзаждары, архитектуралык долбоорлор аркылуу багыттай алат. стилдери, экологиялык атмосфера жана колдоочу объектилер Ысык-Көлдүн ден

соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмнин деңгээлин жана сапатын жогорулатуу . Ошол эле учурда реалдуулуктан чыгып , Ысык-Көл облусунун транспорттук каражаттарын, жайгаштырууну, коомдук тамактанууну, оюн-зоок жайларын, санитардык-гигиеналык объекттерди, коопсуздукту камсыздоону, суу менен камсыздоону, электр менен камсыздоо объекттерин жана байланыш каражаттарын жакшыртууну жана жаңылоону улантуу зарыл . Көл Көл аймагы этап менен жана жакшыраак тейлөө тажрыйбасын камсыз кылуу үчүн кадамдар.

Колдоо саясатын киргизүү . Финансылык колдоо, жер коопсуздугу, салыктык стимулдар, таланттарды киргизүү, технологиялык инновациялар ж.б. аспектилерден саясий колдоону жогорулатуу, көлдүн ден соолугун чыңдоо туризми жана маданий чыгармачылык, технологиялык изилдөө жана өнүктүрүү, билим берүү жана окутуу жана башка тиешелүү тармактардын интеграциясын жана инновациясын стимулдаштыруу. , жана эл аралык туристтик транзакцияларга катышуу жана башка платформалар Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоочу туризм брендинин имиджин жана туристтерди саякатка тартуу үчүн жигердүү көмөктөшөт. Мындан тышкары, өкмөт ар кандай саясаттарды натыйжалуу ишке ашырууну жана ишке ашырууну камсыз кылуу үчүн ден-соолукту чыңдоочу туризм саясатын координациялоону жана жетекчиликти күчөтүшү керек.

Тармактык көзөмөлдү күчөтүү . Өкмөт анын сапатын жана коопсуздугун камсыз кылуу жана туристтердин канааттануусун жана ишенимин жогорулатуу үчүн көлдүн ден соолугун чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмнин бизнес чөйрөсүн, продукциянын сапатын, тейлөө сапатын, баанын деңгээлин ж.б. стандартташтыра жана көзөмөлдөй алат. Ошол эле учурда өкмөт Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоочу туризмнин адистери үчүн кызмат көрсөтүүнүн сапатын жана деңгээлин жогорулатуу үчүн тиешелүү кесиптик ченемдерди жана тармактык стандарттарды иштеп чыгууга тийиш. Окутуу жана байланыш аянтчалары өнөр жай бирикмелери аркылуу да берилиши мүмкүн.

Фискалдык жана салыктык колдоону күчөтүү . Өкмөт тиешелүү салык жана фискалдык саясатты жарыялоо менен көлдүн ден соолук туризмин стимулдай алат жана колдой алат. Биринчиси - каржылык колдоо. Көлдүн ден соолугун чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо боюнча туризм долбоорлорун каржылык бөлүү, долбоорду субсидиялоо, кредиттик пайыздык арзандатуу ж.б. Экинчиси - салыктык жеңилдиктер. Корпоративдик чыгымдарды азайтуу жана

корпоративдик рентабелдүүлүктү жогорулатуу максатында кошумча нарк салыгын, корпоративдик киреше салыгын жана башка салыктарды азайтуу же бошотуу сыяктуу көлдүн ден соолугун чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризми менен байланышкан ишканалар үчүн жеңилдетилген салык саясатын ишке ашыруу. Үчүнчүсү – каржылык кредиттик колдоо. Финансылык институттар ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмнин продуктуларын өнүктүрүүнү жана камсыздоону колдоо үчүн көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмнин долбоорлоруна жана ишканаларына кредиттин пайыздык чендерин төмөндөтүү жана кредиттик мөөнөттөрдү узартуу сыяктуу жеңилдетилген насыяларды бере алат. Төртүнчүсү, көлдүн ден соолук туризми индустриясынын фондун түзүү. Өкмөттүн жетекчилиги жана ишкананын жетекчилиги менен биз социалдык капиталды тартууга жана көлдүн ден соолугун чыңдоочу туристтик продуктыларды жана колдоочу объектилерди жеткирүү үчүн туруктуу финансылык колдоо көрсөтөбүз. Бешинчи - каржылык продуктыларды жана кызматтарды жаңылоо. Финансылык институттар туристтердин диверсификацияланган муктаждыктарын канааттандыруу үчүн көлдүн ден соолук жана сергектик туризм индустриясынын өзгөчөлүктөрүнө негизделген инновациялык финансылык продуктыларды жана кызматтарды өнүктүрө алышат, мисалы, ден соолук жана сергектик туризмдин кредиттик карталары, ден соолук жана сергектик саякат камсыздандыруусу жана башкалар.

- диверсификацияланган продуктуну өнүктүрүү

Ден соолук жана сергектик темасын баса белгилеңиз. Көлдөр, айылдар, тоолор, суулар, күн нуру, өсүмдүктөр ж.б. сыяктуу ар кандай элементтерди айкалыштыруу жана көлдүн ден соолугуна кам көрүү, жайыттардын ден соолугуна кам көрүү, спорттук саламаттыкты сактоо, тамак-аш саламаттыкты сактоо, маданий ден соолук жана ысык булак ден соолук сыяктуу темаларга басым жасоо мейманканада физикалык кароо, сулуулук жана ден соолукту сактоо, медициналык тейлөө, реабилитация жана реабилитация, ден соолукту башкаруу, физикалык жана психикалык айыктыруу жана туризм жана эс алуу Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу туристтик ресурстарын өзгөртүү үчүн эң сонун айкалыштырылган. ден соолук жана сергектик туризмдин продуктуларына, иш-чараларына жана долбоорлоруна кирип, ден соолук жана сергектик туризм тармагынын чынжырын түзүңүз.

Бай ден соолук жана сергектик функциялары. Ысык-Көлдө ден соолукту

чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүү үчүн эс алуу анын атрибуту, ден соолук жана ден соолукту чыңдоо темасы, туризм борбору жана иш-аракеттер анын ташуучусу катары кабыл алынышы керек. Функционалдык агломерацияларды түзүү үчүн жергиликтүү айыл чарба продукцияларына жана дары-дармектерге таяна алабыз, мисалы, тамак-аш терапиясы жана саламаттыкты сактоо, дени сак тамактануу, эс алуу жана көңүл ачуу, ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо үчүн эс алуу, биз оригиналдуу экологиялык ресурстарга таянып, ден соолукту чыңдоо жана эс алуу туризмине басым жасай алабыз; тарыхый жана маданий эстеликтерге таянуу менен саламаттыкты сактоону жана карыларды тейлөөнү, эс алуу туризмдин, экологиялык жашылдандыруу жана башка тармактарды өнүктүрүү үчүн тарыхый-маданий изилдөө, диний жана маданий ден соолукту сактоо сыяктуу долбоорлорду түзүү; элдик маданий тажрыйба, поэзия жана маданиятты баалоо.

Бизнес интеграцияга көмөктөшүү . Ысык-Көлдүн ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризмдин өнүктүрүү медициналык дарылоого, психологиялык консультацияларга, реабилитациялык жардамга, медициналык жабдууларга, реабилитациялык жабдууларга, үй шартына жана башка мазмунга багытталган жана маданий тажрыйбаны, саламаттыкты сактоону, медициналык сулуулукту, эко-туризмди, эс алууну бириктирет. эс алуу, спорт Спорт жана ден соолукту чыңдоочу продуктулар сыяктуу ишканалар туризмди жана ден соолукту чыңдоо менен байланышкан керектөө агломерациясын ишке ашыруу үчүн бириктирилген. Ал ден соолук жана улгайган адамдарга кам көрүү темасын бекемдөө үчүн медициналык жана саламаттыкты сактоо тармагынын функциялары менен орнотулушу мүмкүн жана өнөкөт ооруларды калыбына келтирүү, сулуулук жана ден соолукту сактоо, спорт жана фитнес, эс алуу жана көңүл ачуу, ден соолук жана карыларга кам көрүү сыяктуу көп функциялуу өнүгүүнү жүзөгө ашырат. жана эс алуу. Ден соолукту тестирлөөгө, ден соолукту башкарууга, диагностикага жана дарылоого, реабилитацияга жана ден соолукту сактоого, сулуулукка жана денеге кам көрүү жана башка медициналык жана саламаттыкты сактоо долбоорлоруна көңүл буруп, жогорку сапаттагы, уникалдуу, жогорку сапаттагы жана атайын продуктылар кардарлардын булагы рыногун кеңейтүү.

Продукцияны жаңыртууну тездетүү . Продукциянын формасы боюнча, ал бир рекуперация жана экскурсиялык туризмден рекуперация жана экскурсиялык туризм - көлдүн ден соолук жана эс алуу туризми - көлдү ден соолук жана

тажрыйба туризмнин жолу менен диверсификацияланган жана татаал жаңы бизнес форматка өтүшү керек. Продукциянын функциялары боюнча ал медициналык функциялар – «медициналык+туризм» функциялары – «медициналык+туризм+Н» багытында өнүккөн. Бизнес формасы боюнча, ал бирдиктүү операциядан биргелешкен операцияга жана тармактык операцияга өтүшү керек, бизнес форматы бирдиктүү ишкана - топтук ишкана - супер ишканалар тобу (тармактык альянс) - өнөр жай кластери жана башка бизнес формалары боюнча өнүгөт. Техникалык каражаттар боюнча, виртуалдык чындык технологиясы туристтерге иммерсивдүү саякат тажрыйбасын берүү үчүн колдонулушу мүмкүн, чоң маалымат технологиясы туристтердин керектөө жүрүм-турумун жана кызыкчылыктарын талдоо үчүн колдонулушу мүмкүн.

Продукциянын кемчиликтерин толуктап . Ысык-Көлдүн туристтик жерлери чачыранды, инфраструктурасы кынтыксыз, түнү көрүүгө жана ойноого аз, туристтик сезон да көрүнүп турат. Биринчиси, түнкү тур продукциясын иштеп чыгуу. От жагуучу элдик салттуу аткаруу аянтчасын, түнкү маданий туризмди керектөө аянтын, түнкү туризм жана эс алуу блогун, дарылык мончо жана калыбына келтирүүчү ысык булак аянтын жана жылдыздуу асман чатырынын лагерин түзүү. Экинчиси, төрт мезгилдүү продукцияны иштеп чыгуу. Жазында негизги иш-чаралар гүл көрүү, жапайы жашылчаларды казуу жана жайкысын, сууга түшүү жана сууда сүзүү сыяктуу спорттун түрлөрү, кышында велоспорт, балык уулоо жана башка спорт түрлөрү; лыжа жана чана тебүү, кышкы сууда сүзүү сыяктуу муз жана кар спортуна басым жасалат. Үчүнчүсү – «Элдик үрп-адаттар+эс алуу+иш-чаралары», «Экскурсия+эс алуу+саламаттык сактоо», «эс алуу+маданият+ден соолукту тейлөө» жана башка туристтик продуктулардын айкалыштырылган маршруттары сыяктуу сапаттуу маршруттарды иштеп чыгуу.

- Кардарлар тобунун позициясын тазалоо

Бардык курактагы кардарлардын топторун өнүктүрүү . Жаштарга багытталган, эс алуу жана тарбиялоо функциялары баса белгиленген. Иш-чаралардын түрлөрүнө төмөнкүлөр кирет: (1) экологиялык билимди жогорулатуу үчүн көлдүн экологиялык тажрыйбасы, мисалы, табигый экология, ар түрдүү организмдер ж.б.у.с. (2) Көлдөгү спорт жана эс алуу. Физикалык даярдыкты жакшыртуу үчүн сууда сүзүү, кайыкта сүзүү, сууга секирүү ж.б. (3) Көлдүн маданияты жана билим берүү. Маданий сабаттуулукту жогорулатуу үчүн музейлер, китепканалар, маданий борборлор , тарыхый жерлер ж.б. Орто

жаштагы жана улгайган адамдар үчүн оорунун алдын алуу жана дарылоо, өнөкөт ооруларды башкаруу, ден соолукту текшерүү жана аш болумдуу тамактар сыяктуу функцияларды баса белгилейт. Иш-чаралар төмөнкүлөрдү камтыйт: (1) Көлдөгү эс алуу жана саламаттыкты сактоо. Орто жана улгайган адамдарга медициналык кызмат көрсөтүү, ден соолукту чыңдоо, спорт жана ден соолукту чыңдоо, маданият жана көңүл ачуу, карылар үчүн билим берүү сыяктуу атайын туристтик продуктыларды өнүктүрүүгө көмөктөшүү. (2) Көлдөгү эс алуу. Анда опералык спектакль, каллиграфия, живопись, шахмат, кагаз кесүү, сүрөт тартуу, гүлдөрдүн композициясы, чай искусствосу, жыпар жыттуу зат түтөтүү аземи, мөөр кесүү, искусствону баалоо жана башка долбоорлор каралган. (3) Көлдөгү ачык иш-чаралар. Ал көңүл ачууну жана катышууну жогорулатуу үчүн фитнес, балык уулоо, сүрөткө тартуу, жөө жүрүү, велосипед тебүү, согуш өнөрү, укмуштуу окуялар жана башка атайын ден соолук жана сергектик долбоорлорун камсыз кылат.

Көп кырдуу саламаттыкты сактоо кызматтары. Ысык-Көл ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрөт, жашыл жана ден-соолукка пайдалуу коондор, мөмө-жемиштер, кой этинен турган айыл чарба азыктары, сууга түшүү, сууда сүзүү, кайыкта сүзүү, ысык аба шарлары, яхталар, круиздер, тамак-аш жана башка көл жээгиндеги курорттук-ден соолукту чыңдоо ресурстары, примитивдүү ресурстарга таянуу менен. токой парктары, оригиналдуу экологиялык каньондор, муз спорту, кар спорту жана тоо көлдөрү сыяктуу экологиялык тажрыйба ресурстары, ошондой эле реликтер, этникалык фестивалдар, элдик каада-салттар жана фольклор сыяктуу маданий туризм ресурстары туристтердин ден соолугуна, сулуулугуна жана денесине жооп бере алат. камкордук, маданий азыктандыруу жана акыл-эсти азыктандыруу үчүн тажрыйба. Ден-соолукка кам көрүүнүн негизинде биз медитация, вегетариандык тамак-аш, дарыланган тамактар, дарыланган ванналар, массаж, массаж, акупунктура, моксибус, кыргыз жана бут массажы сыяктуу өнүмдөр же кызматтар аркылуу дененин функцияларын сактап жана жакшыртабыз. Акыл-эсти тарбиялоочу ден соолукту сактоонун негизинде биз психологиялык консультация, маданий тасма жана телекөрсөтүү, көркөм спектаклдер жана кол өнөрчүлүк сыяктуу өнүмдөр же кызматтар аркылуу психикалык ден соолукка көңүл бурабыз жана сактайбыз. Акыл-эстин ден соолугуна кам көрүүнүн негизинде туристтердин ден соолугу жана ыңгайлуулугу акыл эсин тынчтандыруу, диний изилдөөлөр, искусствону баалоо, коллекциялык

кызматтар, көркөм көргөзмөлөр ж.б.

- Толук чынжырлуу өнөр жайды өнүктүрүү . Төмөнкү беш категорияны өнүктүрүүгө багытталышы мүмкүн: Биринчиден, көл жээгиндеги экскурсияларды, илимди жана эс алууну жүзөгө ашыруу үчүн Ысык-Көл аймагындагы чөптөргө, балыктарга, суу канаттууларына, жапайы жаныбарларга, дарыяларга жана токойлорго таянган эко-туризм. , таанышуу экскурсиялары, экологиялык билим берүү жана жашылча-жемиш терүү, экинчиси, 23 000 чарчы километр түздүк түздүктөн алынган тамак-ашка (буудай, картошка, жашылча жана дарылык апиийим), жемиштерге (алма, жүзүм) таянган эс алуу айыл чарбасы. Ысык-Көл бассейнинин аймагы. Айыл чарба азыктары, мисалы, коон жана мөмө-жемиштер), жайыттар (мал, уй жана койдун этин өстүрүү), дарылык гүлдөр (эдельвейс нектары), жергиликтүү өзгөчөлүктөрдү, көлдүн деликатестерин, дары-дармек менен ден соолукту чыңдоо жана башка иш-чаралардын түрлөрүнө таянуу; Көл чөйрөсүндөгү мейманканалар, санаторийлер, эс алуу жайлары, пансионаттар, мейманканалар жана туристтик мейманканалар ж. Төртүнчүсү – спорт тармагы. Фестивалдын иш-чаралары ат минүү, жөө жүрүү, тоого чыгуу, сууга түшүү, сууда сүзүү, кайыкта сүзүү, лыжа тебүү жана башка оюндар аркылуу өткөрүлөт. Бешинчиси - жабдууларды өндүрүү өнөр жайы. Круиздик яхталарды, чоң круиздик кемелерди, туристтик RVs, чакан туристтик учактарды, аркан жолдорду, чоң эс алуу жайларын ж . туризм технологиясы.

Сегменттелген тема өнүмдөрү . Көлдүн ден соолук туризминин продуктылары ар кандай курактарга, ар кандай деңгээлдерге, ар кандай мотивацияларга жана башка бурчтарга жараша бөлүнүшү мүмкүн жана экологиялык туризм, спорттук туризм, окуу турлары, ата-эне-бала турлары, тамак-аш турлары жана ден соолук турлары сыяктуу тематикалык жана мүнөздүү туризм болушу мүмкүн. Ушул негизде биз туристтердин түрдүү муктаждыктарына негизделген жекелештирилген, тажрыйбалуу жана инновациялык туристтик продуктыларды иштеп чыгабыз, туристтер ар кандай туристтердин саякат муктаждыктарын канааттандырабыз.

- Так маркетинг

Маркетинг позициясы айкын болот . Мазмунга төмөнкүлөр кирет: Борбор Азиядагы курорт-Ысык-Көл – Ысык-Көлгө кел, туризм ден соолукту чыңдоо; Шаардын ызы-чуусунан Ысык-Көл сизди эс жана бактылуу сезет! Ден соолук – алтын, саякат – күмүш, Ысык-Көл – алтын жашоого мүмкүнчүлүк берет!

Кадимки жарнамалык ыкмалардан тышкары, өзүн-өзү медиа жаратуучулар тобун кыска видеолорду жарыялоо, булут оюндарын түз берүү жана көлдүн ден соолук продуктыларын онлайн сатуу аркылуу көлдүн ден соолук туризминин имиджин системалуу түрдө илгерилетүүгө чакырса болот. Биз ошондой эле көлдүн кооз жеринин ден соолук жана ден соолукту чыңдоо өзгөчөлүктөрүн илгерилетүү жана спорт, билим берүү, илим жана технология, айыл чарба жана башка тармактар менен өнүгүүнү бириктирүү жана координациялоо үчүн бир катар фестивалдарды жана иш-чараларды киргизе алабыз.

Маркетингдик сатуу пункттарын дифференциациялоо . Ысык-Көлдүн ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрүүгө өзүнүн уникалдуу позициясын аныктоо, ден соолуктун белгилүү тармактарына (мисалы, йога, ысык булактар, салттуу кытай медицинасы ж. аялдар, орто жаштагы адамдар жана улгайган адамдар ж.б.), дифференциацияны калыптандыруу үчүн ден-соолукка өзгөчө таасирлерди (мисалы, денени жана акылды эс алуу, ден соолукту аң-сезимди жогорулатуу ж.б.) көздөйт. Уникалдуу бренддин баасын уникалдуу ден соолукту дарылоо ыкмаларын көрсөтүү, уникалдуу ден соолукту чыңдоо ыкмаларын жана ыкмаларын колдонуу жана жекелештирилген ден соолук кызматтарын көрсөтүү аркылуу түзүүгө болот. Же кесиптик саламаттыкты сактоо боюнча эксперттер жана медициналык топтор тарабынан көрсөтүлүүчү кызматтар, ошондой эле авторитеттүү сертификаттар жана квалификациялар аркылуу керектөөчүлөрдүн ишенимине жана таануусуна ээ болуңуз. Саламаттыкты сактоонун алдыңкы технологиялары жана жабдуулары да колдонулушу мүмкүн, Интернет менен акылдуу технология керектөөчүлөрдүн көңүлүн буруу үчүн жекелештирилген саламаттыкты сактоо кызматтарын көрсөтүү үчүн айкалыштырылышы мүмкүн.

Тажрыйбалуу маркетинг сценарийлери . Ысык-Көлдө ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризмин өнүктүрүү , биринчиден, ден соолукту чыңдоо жана ден соолукту чыңдоо туризминин орчундуу сахнасын түзүү болуп саналат. Жарыктандыруу, проекциялоо жана үн сыяктуу жогорку технологиялык каражаттар, ошондой эле ориентирлүү имараттар, пейзаждык эскиздер, скульптуралар, байкоо мунаралары жана башка физикалык объекттер аркылуу туристтик көрүнүштү визуалдык стимулдаштыруучу көрүнүш түзүлөт. Экинчиси - темага негизделген жана аткаруучулук искусствого негизделген ден соолук жана сергектик туризминин тажрыйбасы сахналарын түзүү. Ден соолук жана ден соолукту чыңдоо туризминин алмашуу жолугушуусун түзүү менен, ден

соолукту сактоо көндүмдөрү, саякат тажрыйбасы, фитнес-түшүнүк жана экологиялык ден соолук элементтери сценаны түзүү үчүн колдонулат ж. Үчүнчүсү - ден соолукту чыңдоо жана сергектик туризмдин маданий ландшафттын символун түзүү. Жибек Жолунун калдыктарына таянуу менен, үч дүйнөлүк маданий мурас объектилери, Ак Бешим урандылары (Зуйе шаары), Бурана урандылары (Зуйе шаары) жана Коласная Решка урандылары тематикалык маданият жана кооз жерлерди жакшыртуу, чыгармачылык объектилер аркылуу өнүктүрүлдү, стилди өзгөртүү жана пейзажды түзүү, иконалдуу туристтик ландшафт жана курчап турган экологиялык ден соолук жана сергектик маданий пейзаждары чогуу экологиялык ден соолук жана ден соолукту чыңдоочу маданий туризмдин символдук системасын түзөт.

Акылдуу маркетинг ыкмалары. Маалыматтарга негизделген рынок изилдөөлөрү жана колдонуучулардын түшүнүктөрү, жекелештирилген маркетинг стратегиялары жана илгерилетүү каналдары, акылдуу ээлөө жана тажрыйба башкаруу, маалыматтарга негизделген кызматты оптималдаштыруу жана бренд куруу, колдонуучунун катышуусу жана интерактивдүү тажрыйба аркылуу биз ден соолук жана сергектик туристтик продуктыларын жана Маркетингдин натыйжалуулугун жогорулатабыз. жана кызматтардын колдонуучу тажрыйбасы. Медицина, медайымдык иш, жасалма интеллект жана чоң маалыматтар сыяктуу дисциплиналардын конвергенциясы аркылуу биз колдонуучулардын керектөө жүрүм-турумун, артыкчылыктарын жана муктаждыктарын чогултабыз жана талдайбыз, колдонуучулардын саламаттыкты сактоо муктаждыктарын жана тынчсызданууларын түшүнөбүз, максаттуу рынокту так аныктайбыз жана саламаттык сактоо продуктыларын долбоорлоо так клиникалык изилдөө жана сот илимий клиникалык далилдер менен камсыз кылат жана керектөөчүлөрдүн ден соолук муктаждыктарын чече алат. Жекелештирилген ден-соолукту чыңдоо маркетингинин стратегияларын иштеп чыгуу, анын ичинде ыңгайлаштырылган продуктуну жылдыруу, колдонуучунун так позициясын аныктоо, жекелештирилген мазмун маркетинги ж.б.

Маркетингдик ой жүгүртүү жашыраак. Биринчиси - ыңгайлуу саламаттык сактоо каражаттары. Жаш саламаттыкты сактоо керектөөчүлөрдүн топтору үчүн биз жаңы керектөө концепциялары жана саламаттыкты сактоо продуктыларынын жаңы функцияларын изилдөө аркылуу рынокту басып алуу үчүн аш болумдуу жана фармацевтикалык өнүмдөрдү түзөбүз. Экинчиси —

жогорку баалуу продукцияларды тузуу. Так жана жогорку көрүнгөн таңгак дизайны аркылуу, ал жаштардын эстетикалык жагына таасир этет жана аларды жаш саламаттыкты сактоо топтору тарабынан көп колдонулган платформа аркылуу сатып алууга түртөт, алардын керектөө жүрүм-турумун башкаруу үчүн жогорку деңгээлдеги саламаттыкты сактоо долбоорунун чөйрөсүн чыгарат. Үчүнчүсү - кызыктуу жана пайдалуу тажрыйба. Индивидуалдуулукту жана көңүл ачууну, жаңылыкты жана көңүл ачууну көздөп, ден соолук жана сергектик концепциялары менен тааныштырыңыз, мисалы, чөптөн жасалган мастерлер, фитнес Тай Чи жана тамак-аштын өз ара чектөөлөрү. Төртүнчүсү – маданиятка, ден соолукка чөмүлүү. Ысык-Көл аймагындагы диний ден соолук маданиятынын жана жергиликтүү ден соолукту чыңдоо маданиятынын коннотацияларын ачып, аларды ден соолукту чыңдоочу продуктыларды түзүүгө интеграциялаңыз жана ден соолукту чыңдоо тажрыйбасы аркылуу жаш керектөөчүлөрдүн аң-сезимин тартуунун жаңы жолу болуп калыңыз.

-Сапаттуу медициналык тейлөө

Интеллектуалдык кызмат . Биринчиден, саламаттыкты сактоо кызматын санариптик реформалоого көмөктөшүү. Булуттагы эсептөөлөр, нерселердин интернетти, чоң маалыматтар жана башка технологиялар аркылуу ден соолук жана сергектик туристтери өнөкөт ооруларды башкаруу, дары-дармектерди башкаруу, туура тамактануу, шашылыш жардам жана башка аспектилер боюнча консультацияларды ала алышат, дистанциялык медициналык консультация жана диагностика жана дарылоо кызматтары, туристтерди жакшыртуу ' саякат ыңгайлуулугу жана канааттануу. Экинчиден, акылдуу ден соолук жана сергектик туризми үчүн комплекстүү санариптик тиркеме платформасын иштеп чыгып , кардарларга маалыматтык платформаларды байланыштыруу, акылдуу жабдууларды жаңыртуу, акылдуу көрүнүштөрдү түзүү жана акылдуу тагынуучу жабдыктар менен камсыздоо аркылуу жекелештирилген жана так онлайн заказдарды, жекелештирилген сунуштарды, аудио гиддерди ж.б. камсыз кылуу. комплекстүү саламаттык сактоо кызматтары.

Кызматтар ар түрдүү . Фитнесс-спорт жагынан биз ден-соолукту чыңдоо жана сергектик боюнча спорттук долбоорлорду сунуштайбыз, мисалы, суу йогасы, парус, байдарка, суу велосипеди ж.б. Ден соолукту башкаруу жагынан биз жогорку сапаттагы массаж, сауна, сулуулук, ден соолукту чыңдоочу тамактар жана башка кызматтарды көрсөтүү үчүн эксклюзивдүү ден соолук борборлорун

жана СПА борборлорун курабыз. Маданий ден соолук жагынан биз салттуу маданиятты сергектик туризми менен айкалыштырабыз жана салттуу маданиятты үйрөнүү, сүрөт көргөзмөлөрү, кол өнөрчүлүк ж.б.у.с. ар түрдүү маданий тажрыйба долбоорлорун ишке киргизебиз. Элге пайдалуу кызмат көрсөтүүлөр боюнча, өзгөчө учурларда, компаниялар биргелешип көлдүн ден соолук туризми үчүн ар кандай преференциялык саясаттарды ишке киргизе алышат, мисалы, билеттерден бошотуу, арзандатылган турак жай, акысыз тажрыйба, упай алмашуу, мүчөлүк системалары жана башка иш-чаралар, туристтерди саякаттоого багыттоо. убакыт жана жер боюнча көлдүн ден соолук жана туризм керектөө.

Кызматты профессионалдаштыруу . Биринчи кезекте саламаттыкты сактоо тармагындагы алдыңкы саламаттык сактоо компаниялары, мамлекеттик органдар жана тармактык ассоциациялар менен тармактык-университеттин кызматташтыгын чыңдоо, саламаттыкты сактоо тармагындагы көйгөйлөргө жана көйгөйлөргө көңүл буруу жана "тартиптер аралык таланттарды окутуу" моделин түзүү. саламаттыкты сактоо продуктуларын долбоорлоо жана тейлөөнү өнүктүрүү, жогорку сапаттагы саламаттыкты сактоо таланттарын өстүрүү. Экинчиден, туристтик тейлөөнүн деңгээлин жогорулатуу үчүн жайгаштыруу, коомдук тамактануу, медициналык тейлөө, авариялык-куткаруу жана башка аспектилерде туристтик тейлөө объектерин курууну күчөтүү.

Кызматты жеңилдетүү . Сек көлүндө үзгүлтүксүз жүк ташуулар бар жана көлдүн айланасында жол курулган. Көлдүн аянтынын чоңдугуна жана көлдүн боюндагы айланма жолдун узундугуна байланыштуу, биринчи кезекте туристтердин тынымсыз айлануусу, транспорттук чыгымдардын көптүгү, такталбаган системалардын көйгөйлөрүн чечүү зарыл автобустар жана туристтик автобустар, таксилер, жалпы унаалар ж.б. сыяктуу ыңгайлуу, коопсуз жана тез транспорт кызматтарын камсыз кылуу. Экинчиден, туристтер көлдүн кооз жаратылышынан ырахат алуусу үчүн круиздик кемелер, ылдам жүрүүчү кайыктар, парустук кайыктар жана башкалар сыяктуу суу транспортун камсыз кылуу керек. Эгер шарттар түзүлсө, туризм тажрыйбасын байытуу үчүн төмөн тоолуу туризм долбоорлорун иштеп чыгууну да караштырсак болот. Мындан тышкары, Ысык-Көл облусунда туризмди кабыл алуудагы кемчиликтерди жоюу, туризмди транспорттук каражаттарды, туристтик жайларды кабыл алуу пункттарын, туристтик оюн-зоок жайларын жана туристтик соода объектилерин

мындан ары жакшыртуу, туризмди бөлүштүрүү кызматтарын, кабыл алуу кызматтарын, ошондой эле коомдук тейлөөнү күчөтүү зарыл. кызматтары, жана толук логотип Signage багыттоо системасын жана котормо кызматынын системасын түзүү.