

## ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

А. Р. Шалбаева, И. Ю. Хан

*Университет «Мирас», Шымкент, Республика Казахстан*

Обосновывается, что особую важность в аспекте активизации экономического развития имеет въездной туризм, обеспечивающий повышение занятости и возникновение мультипликативного эффекта. В пользу этого факта свидетельствует относительное замедление темпа роста объёма оказанных услуг по сравнению с темпами роста числа занятых в сфере туризма. Снижение роста показателей эффективности использования трудового потенциала, а также основных фондов сферы туризма может объясняться существующими проблемами в механизме управления её развитием. В связи с этим в работе исследуется структура существующих отношений между субъектами рынка туризма.

**Ключевые слова:** *процесс, туризм, развитие, эффективность, туристический продукт, конкуренция.*

В начале XXI в. туризм стал одним из ведущих направлений социально-экономической, политической и культурной деятельности для многих государств и регионов мира.

С туризмом прямо или косвенно связано более 30 отраслей экономики. Для его успешного развития требуется качественная инфраструктура, включающая дороги, гостиницы, предприятия питания. Всё это даёт возможность решать сложные региональные проблемы, создавать множество рабочих мест и преодолевать неоднородность экономического пространства. Наконец, туризм — действенное средство сохранения историко-культурного и природного наследия.

В мировой экономике туризм — одна из наиболее быстро развивающихся сфер. По данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO) и МВФ, вклад этой отрасли в мировую экономику оценивается в 3,5 трлн долл., что эквивалентно 10,9% мирового ВВП и 7% мировых инвестиций. С 2000 г. индустрия туризма занимает первое место в мировом экспорте товаров и услуг, обогнав автомобильную, химическую, пищевую и электронную промышленности, до 45% экспорта наименее развитых государств и каждое 12-е рабочее место [1]. В 2014 г. количество международных туристических поездок достигло 980 млн, что на 4% больше показателя 2013 г. Годовой оборот отрасли превысил 1 трлн долл. Число рабочих мест оценивается в 195 млн чел., или 8% от общих показателей занятости в мире. В 2015 г. общее число туристов достигла 1 млрд чел.

По прогнозам специалистов, мировая туристическая индустрия активно участвует во многих процессах, происходящих в мире, в обостре-

ющейся конкуренции между странами и регионами, в то же время это основная организация, обеспечивающая динамично нарастающий объём путешествий и экскурсий.

Следует отметить, что растущая экономическая активность стран, откуда наблюдается основной поток туристов в Казахстан, также способствует росту показателей въездного туризма. Помимо этого, всеобщий интерес к Казахстану вызван также мероприятиями по созданию имиджа страны, его узнаваемости и признания в разных отраслях мировой экономики.

Независимо от экономического уровня страны приоритетность туристической отрасли сомнений не вызывает. Практически в каждом государстве её развитию отдаётся предпочтение. Так, по данным ВТО, в 2014 г. китайцы затратили на загранпоездки свыше 100 млрд долл., что на 41% больше, чем в 2013 г., опередив ФРГ и США, каждая из которых израсходовала почти по 84 млрд долл. на путешествия за рубежом.

Турция датирует до 40% капитальных затрат на строительство отелей. В Израиле и Египте осуществляется возврат до 30% вложенных средств посредством налоговых льгот. В Малайзии за короткий период эта отрасль выросла в мощную индустрию, обеспечив устойчивый прирост ВВП и стимулирующее развитие во многих смежных производствах. За год в это государство прибывает более 24 млн туристов. Доход от отрасли превышает 20 млрд долл., что соответствует 12,5% ВВП этого государства. В туризме занята пятая часть всего трудоспособного населения Малайзии [2].

В последние годы в связи с нарастанием нестабильности в мировой экономике ожидается,

что объёмы туристического рынка, расположенного в Северо-Восточной и Юго-Восточной Азии, Латинской Америке, на Ближнем Востоке, в Африке и Восточной Европе, возрастут. По прогнозам, количество туристов, посетивших эти страны, достигнет 30 млн в год. В развитых государствах Европы, в США и Канаде ежегодное прибытие возрастёт не менее чем на 14 млн чел. [3].

Казахстан, обладая значительным потенциалом для развития важнейшей отрасли, к её созданию приступил сравнительно недавно, упустив и время, и имеющиеся в стране крупные ресурсы. Как известно, на территории государства находятся многие уникальные заповедники и национальные парки, свыше 9 тыс. археологических и исторических памятников, сотни лечебно-оздоровительных учреждений. Специалисты особое внимание обращают на северную часть Великого шёлкового пути. Когда-то Отрар, Сайрам, Сыганак, Сауран, Туркестан обеспечивали функции центров торговли. Историки отмечают такие исторические памятники, как мавзолей Ходжа Ахмеда Ясави, относящийся к концу XV — началу XVI в., сооружение Айша-Биби и Бабаджи-Хатун (X—XII вв.), мавзолей Карахана и Даудбека и другие священные места, открывающие для туристов новые регионы [4].

По данным за 2013–2014 гг., в структуре туристской деятельности удельный вес внутреннего туризма снизился с 35,4 до 32,2% в общей структуре обслуживания туристов, выездного — увеличился с 56,4 до 62,1%.

В 2014 г., по данным Агентства по статистике Республики Казахстан, на рынке внутреннего туризма было обслужено на 3 тыс. меньше клиентов, чем в 2013 г. В 2015 г. этот показатель снизился до 186,4 тыс. чел. За 10 месяцев 2015 г. удельный вес внутреннего туризма составил менее 18,6%, въездного — 31,4%, выездного — 50%. Это свидетельствует о нарастающей динамике поездок казахстанцев за пределы страны.

Многие аналитики убеждены, что нарастающие объёмы выездного туризма способствуют формированию отрицательного туристского сальдо (более чем на 422 млн долл.) в платёжном балансе Казахстана. В результате республика остаётся «платёжным донором» для таких стран, как Турция, Китай, Объединённые Арабские Эмираты, Таиланд. В этих государствах высокими темпами развивается индустрия

туризма, создаются новые рабочие места, растёт и повышается уровень и благосостояние населения [5].

По мнению экспертов, республика недостаточно привлекательна для зарубежных туристов, отстаёт от формирования соответствующей сферы обслуживания, не обладает необходимым уровнем конкурентоспособности, не выдерживая соперничества с иностранными фирмами ни по одному из видов туристических услуг. О посещении Казахстана небольшим количеством иностранных туристов свидетельствуют многочисленные данные.

В 2011 г. в нашу страну прибыли (из 100% общего числа туристов) 4,8% граждан из России, 2,4% — Великобритании и Северной Ирландии, 1,6% — США, 1,4% — Турции, 1,3% — Италии, 0,9% — КНР, 0,9% — ФРГ, 0,8% — Нидерландов и 6,4% — из других стран. Удельный вес казахстанских граждан составил 79,5%.

Значительный потенциал развития сферы туризма связан с проведением выставки EXPO 2017. По мнению специалистов управления туризма Алматы, основная задача выставки — привлечь в страну множество гостей. Для организации этого мероприятия требуются крупные инвестиции, направляемые на подготовку выставочных и гостиничных объектов, что потребует создания не менее тысячи рабочих мест. Приехавшие в Астану гости смогут познакомиться с культурой, традициями Казахстана, работами мастеров-ремесленников.

К препятствиям, сдерживающим имеющийся в стране значительный потенциал, следует отнести:

- 1) высокие цены на все виды услуг, в том числе на транспортные, гостиничные и ресторанные;
- 2) низкий уровень государственного контроля турфирм, что сопровождается неконтролируемостью их деятельности;
- 3) недостаточное развитие транспортной и гостиничной инфраструктуры;
- 4) слабость научно-исследовательской базы для исследования этой сферы;
- 5) недостаток профессиональных кадров;
- 6) несовершенство законодательного и экономического стимулирования въездного и внутреннего туризма на государственном и местном уровне;
- 7) незначительный ассортимент предлагаемых услуг;
- 8) территориальную отдалённость страны;

9) нерешённость визовых проблем и ряд других.

Как свидетельствует практика становления и развития туризма, в последние годы в Республике Казахстан активно формируются деловой, конный и «дикий» туризм (горы Хантенгри и Заилийский Алатау). В числе препятствий: завышенные цены на услуги, в том числе на авиабилеты внутри страны, низкий уровень сервиса и некоторые другие. Практически не развит ряд других видов туризма.

Для преодоления этой тенденции в сфере туризма были разработаны различные варианты проектов, направленные на всемерное развитие внутреннего туризма и существенное повышение уровня важнейшей сферы.

В правительстве Казахстана в марте 2013 г. была обсуждена Концепция развития туристской отрасли до 2020 г. Руководством правления Казахстанского института развития индустрии предлагается, согласно расчётам, инвестировать в туристическую сферу около 10 млрд долл., при этом 55 % общего объёма инвестиций (~6 млрд долл.) составят частные. Около 13 % государственных инвестиций планируется разместить на возвратной основе через Национальную комиссию развития туризма. Ожидается, что до 2020 г. вклад этой отрасли в ВВП страны увеличится с 2,4 до 7 млрд долл. Занятость в этой сфере составит около 270 тыс. чел.

Многие аналитики уверены, что Казахстан обладает рядом привлекательных особенностей как для зарубежных туристов, так и для местного населения, тем не менее многие сдерживающие факторы препятствуют развитию отрасли в стране. В составе Министерства индустрии и новых технологий Казахстана действует Комитет индустрии туризма, регулярно обсуждающий вопросы развития въездного туризма. Для преодоления имеющихся препятствий в республике возобновил свою деятельность Совет по туризму при Правительстве Республики Казахстан. Члены этой организации считают, что развитие этой сферы — процесс сложный, требующий значительных затрат, но осуществимый. Действующая при правительстве, эта организация в настоящее время разрабатывает кластерные зоны.

В центр первого кластера войдёт Астана и её пригородные достопримечательности: Боровое, Коргалжын, Каркаралы, Зеренда, Кокшетау и Баянаул, предполагается его ориентация

на городской и природный туризм. Зона экологического туризма расположится в Восточно-Казахстанской области, где запланировано развитие зон Катон-Карагая и гор Западного Алтая. Алматы и Алматинская область обеспечат развитие горнолыжного и городского туризма. На территории Южно-Казахстанской, Кызылординской и Жамбылской областей планируется создание культурного туризма. Западный Казахстан станет зоной пляжного туризма с центром Кендерли и приключенческого туризма.

Многие известные международные консалтинговые и исследовательские компании, подробно ознакомившись с казахстанскими проектами, достаточно критично их оценили. Их основной аргумент: количество мест размещения туристов по стране сократилось на 13,6 %, то есть до 598 ед., количество въездных туристов-нерезидентов — на 16,2 %, что составило 30,2 тыс. чел. в год. Основные причины: высокие ценовые показатели на турпродукты, низкое качество сервиса, неконкурентоспособность отечественной продукции, низкая осведомлённость о нашей стране за рубежом, неразвитая инфраструктура и многие другие.

Вероятно, в связи с происходящими модификациями и трансформациями в мировой экономике, что не исключает и некоторых изменений на территории Казахстана, продолжится дальнейшее развитие уже сложившихся форм внутреннего туризма, направленного на обслуживание небольших групп населения. Развитие и совершенствование всех форм туристских направлений в Республике Казахстана маловероятно.

Исследования показали также следующее:

- узнаваемость Казахстана на рынке Азии составляет 80 и 45 % на рынке Европы;
- у 44 % имя «Казахстан» вызывает любопытство, но не создаёт ассоциаций Казахстана с туристским направлением;
- имидж Казахстана всё ещё ассоциируется с бывшим Советским Союзом, а также с исламом, но присутствуют некоторые ассоциации, которые потенциально можно использовать для развития туристского направления, такие как необъятная страна, степи, пустыни, а в Азии ассоциируется с футболом;
- 3 %, или 14,2 млн людей на выбранных 5 рынках высказали потенциальный интерес в посещении Казахстана с туристскими целями;
- наибольший интерес в посещении Казахстана наблюдается в Великобритании,

Южной Кореи, Франции, Германии и только несколько человек в Японии.

Также данной компанией построена карта потенциала Казахстана по привлечению туристов (рисунок).

Согласно представленной карте, учитывая комбинацию существующих рынков для Казахстана и те, из которых можно потенциально ожидать туристский поток, рекомендуются следующие рынки:

- наиболее приоритетным рынком является Германия;
- рынки первого приоритета — Великобритания и Южная Корея;
- Франция и Италия будут являться пробными рынками второго приоритета.

Остальные рынки могут быть классифицированы как рынки третьего приоритета, где не рекомендуется использование активных маркетинговых инструментов, но где в свою очередь необходимо осуществлять пассивную поддержку в виде выпуска информационного материала и т. д.

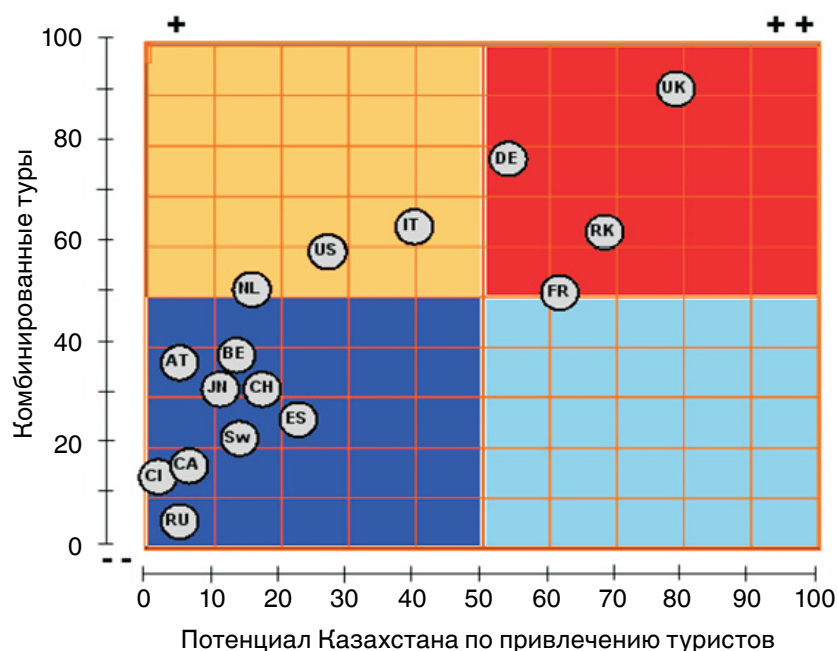
Большинство туров, предлагаемых в Казахстане, относятся к пешеходным, горным и конным видам туристской деятельности, но в целом информация по данным турам является недоста-

точной и сам туристский продукт не готов для продажи.

Проведенный анализ показал, что Казахстан обладает потенциалом в туристских ресурсах, но большинству из данного перечня турпродуктов необходимы инвестиции в развитие ресурсов и создание соответствующих условий обслуживания.

Казахстану как новому игроку не имеет смысла, а также финансово невозможно представить все туристские продукты на международном рынке одновременно. По крайней мере, на последующие три года все инвестиции — как государственные, так и частные — должны быть сконцентрированы на создании самых лучших турпродуктов, соответствующих международным стандартам. По крайней мере, такие туристские продукты будут рентабельными.

Для того чтобы поддерживать имидж Казахстана как страны открытой и дружелюбной для иностранных посетителей (как для туристов, так и для бизнесменов), а также в интересах экономических и туристских отношений, очень важно усилить туристскую политику Казахстана.



Мировой рынок поездок для Казахстана — 2020:

DE — Германия, UK — Великобритания, US — США, FR — Франция, NL — Нидерланды, IT — Италия, JN — Япония, BE — Бельгия, SW — Швейцария, ES — Испания, CA — Канада, RU — Россия, AT — Австрия, RK — Южная Корея, SW — Швеция, CI — Китай (страны приведены в порядке убывания посещений их гражданами Республики Казахстан в 2004 г.)

### Список литературы

1. География мировой информационной индустрии [Электронный ресурс]. – URL: <http://geographyofrussia.ru/geografiya-mirovoj-informacionnoj-industrii-obshhaya-karakteristika/> (дата обращения: 27.11.2012).
2. Панчук, Е. И. Основы туризма и индустрии гостеприимства: программа бакалавриата для абитуриентов, поступающих по направлению подготовки 100400 «Туризм» / Е. И. Панчук. – Вологда : Вологод. ин-т бизнеса, 2010. – 43 с.
3. Жуковская, И. Е. Виртуальные выставки как

новейшие информационные технологии в туризме в условиях мировой интеграции / И. Е. Жуковская // Материалы Двадцать вторых Международных Плехановских чтений 10 апреля 2009. – М., 2009. – С. 328–330.

4. Алексеев, А. А. Маркетинговые исследования рынка туристических услуг / А. А. Алексеев // Мировая экономика и международ. отношения. – 2008. – № 12.

5. Барышев, А. Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве / А. Ф. Барышев. – М. : Финансы и статистика, 2007. – 160 с.

*Поступила в редакцию: 11 декабря 2015 г.*

**Для цитирования:** Шалбаева, А. Р. Оценка современного развития туризма в Республике Казахстан / А. Р. Шалбаева, И. Ю. Хан // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. – 2016. – Т. 1, № 2. – С. 52–56.

### Сведения об авторах

**Шалбаева Акмейир Рахматуллаевна** — магистр, заместитель директора научно-исследовательского центра, университет «Мирас». Шемкент, Республика Казахстан. [akmira777@mail.ru](mailto:akmira777@mail.ru)

**Хан Инна Юрьевна** — кандидат экономических наук, проректор по научно-исследовательской работе, университет «Мирас». Шемкент, Республика Казахстан. [musik711@mail.ru](mailto:musik711@mail.ru)

## PHYSICAL CULTURE. SPORT. TOURISM. MOTOR RECREATION

2016, vol. 1, no. 2, pp. 52–56.

### Assessment of the Modern Development of Tourism in the Republic of Kazakhstan

**A. R. Shalbaeva<sup>1</sup>, I. Yu. Han<sup>2</sup>**

University «Miras», Shymkent, Kazakhstan

<sup>1</sup> [akmira777@mail.ru](mailto:akmira777@mail.ru); <sup>2</sup> [musik711@mail.ru](mailto:musik711@mail.ru)

The article emphasizes special importance of inbound tourism in terms of enhancement of economic development, explains how it provides employment and causes a multiplicative effect. This fact is supported by an observation that as the number of people involved in providing services grows, the amount of services provided decreases. Reduced growth performance of labor potential, as well as fixed assets of the tourism industry can be attributed to the existing problems in the governance of its development. In this regard, the work explores the structure of the existing relations between the subjects of the tourism market.

**Keywords:** *process, tourism, development, efficiency, tourism product competition.*

### References

1. *Geografiya mirovoy informatsionnoy industrii — Obschaya karakteristika* [Geography of the World Information Industry]. Available at: <http://geographyofrussia.ru/geografiya-mirovoj-informacionnoj-industrii-obshhaya-karakteristika/>, accessed 27.11.2012. (In Russ.).
2. Panchuk E.I. *Osnovy turizma i industrii gostepriimstva* [Fundamentals of Tourism and Hospitality Industry]. Bachelor of entrants by field of study 100400 Tourism]. Vologda, 2010. 43 p. (In Russ.).
3. Zhukovskaya I.E. *Virtualnyie vyistavki kak noveyshie informatsionnyie tehnologii v turizme v usloviyah mirovoy integratsii* [Virtual Exhibitions as the

Newest Information Technologies in Tourism in the Global Integration]. *Materialyi Dvadsat vtoryih Mezhdunarodnyih Plehanovskih Chteniy 10 aprelya 2009* [Proceedings of the twenty-second International Plekhanov Readings April 10, 2009]. Moscow, 2009. Pp. 328–330. (In Russ.).

4. Alekseev A.A. *Marketingovyie issledovaniya rynka turisticheskikh uslug* [Marketing Research of the Market of Tourist Services]. *Mezhdunarodnaya ekonomika i mezhdunarodnye otnosheniya* [World Economy and International Relations], 2008, no. 12. (In Russ.).

5. Baryshev A.F. *Marketing v turizme i gostepriimstve* [Marketing in Tourism and Hospitality]. Moscow, 2007. 160 p. (In Russ.).