

## Оценка привлекательности туризма Казахстана

Смыкова М.Р., Сохатская Н.П.

*Международная академия бизнеса, Алматы*

Мақалада шетелдік туристерді туризмнің әр түріне тартудың нәтижелері келтіріліп, жалпыланған, әрі жалпы көпшілік үшін әлеуметтік-демографиялық сипаттама берілген. Шетелдік туристердің тұтынушылық талғамына жүргізілген талдау олар үшін ең қызықты туризм түрлері: сафари-туризм, танымдық, таулы аймақтар және экологиялық туризм екендігін көрсетті. Зерттеу барысында туризм дамуына әсер ететін ішкі және сыртқы факторлар және туризм дамуын тежейтін себептер анықталды. Отандық туризм инфрақұрылымының мықты және осал тұстары анықталды. Сонымен қатар туризмнің қарқынды дамуына маркетингті қолдану және салаға мемлекет тарапынан үлес қоса алатындығы көрсетілген.

The results of research of appeal of various kinds of tourism for foreign tourists are resulted and generalized in the present article. The social and demographic characteristics of target audience are given. The analysis of consumer preferences of foreign tourists has shown that the most attractive types of tourism are safari, informative tourism, climbing the mountains and ecotourism. The factors influencing the development of inbound and outbound tourism are defined. In the course of research the reasons constraining development of tourism have been stated. Strengths and weaknesses of domestic tourism infrastructure are shown. At the same time, it is noticeable that successful development of tourism can be promoted by marketing and the state support.

В последние годы в мире наблюдается интенсивный рост рынка туристских услуг. Туризм имеет огромный потенциал роста, более значительный, чем какая-либо другая отрасль экономики. Согласно прогнозам Всемирной туристской организации поток туристов возрастет по всему миру в 2012 г. и составит более 1 млрд. чел.

Отечественный туристский рынок активно подключается к международной сфере туристских и гостиничных услуг, что представляет собой сложный организационно-технический и экономический процесс, требующий не только разнообразных знаний в области туризма, профессионализма в туристско-экскурсионной деятельности, но и исследования привлекательности туристского рынка для иностранных туристов.

Маркетинговые исследования рынка туристских услуг создают основу для эффективного использования территориальных потенциалов страны, так как изначально маркетинговые исследования в туризме направлены не только на изучение спроса и определение своих потенциальных клиентов, но и на формирование самого спроса с учетом развития и использования имеющегося туристского потенциала определенных территорий.

Для оценки привлекательности туризма в Казахстане были использованы данные проведенных международной компанией «IPK» маркетинговых исследований.

На основании проведенных исследований определены сегменты иностранных потребителей по социально-демографическим факторам, которые представлены в следующем виде: англичане — 10 % от всего туристского потока Казахстана, возраст — от 35 до 54 лет, образование среднее и высшее, 26 % — семейные; вторая группа — корейцы составляют 8 % от потока туристов, возраст — от 25 до 54 лет образование высшее, 39 % — семейные пары; 3 группа — французы — 6 % от потока туристов, возраст — от 25 до 54 лет, образование среднее и высшее, 32 % семейные пары; 4 группа — немцы, возраст — от 35 до 54 лет, образование высшее и среднее, 24 % — семейные пары; 5 группа — японцы — 1 % от потока туристов, возраст — 45–65 лет, образование высшее, семейные пары составляют 10 % [4].

Потребительские предпочтения иностранных туристов на основании исследований компании «IPK» представлены на рисунке.

Как видно из представленных данных, наибольшим интересом пользуется у иностранных потребителей степное сафари, а именно поездки на джипах по степям и национальная охота. Для данного вида туризма в Казахстане есть 20 ландшафтных зон, представленных степями с солеными и пресными озерами. На основании проведенного анализа вторичных данных сделаны следующие выводы: для привлечения иностранных туристов в Казахстан есть все необходимые ресурсы и определенная инфраструктура. Учитывая рейтинг интереса иностранных туристов к видам туров, можно сделать вы-

вод, что для самого популярного степного сафари-туризма Казахстан обеспечен ресурсами, но вместе с тем наблюдается низкий уровень развития инфраструктуры. Даже при отсутствии инфраструктуры организация путешествия и привлечение иностранных туристов возможны, т.к. не требуется больших финансовых вложений.

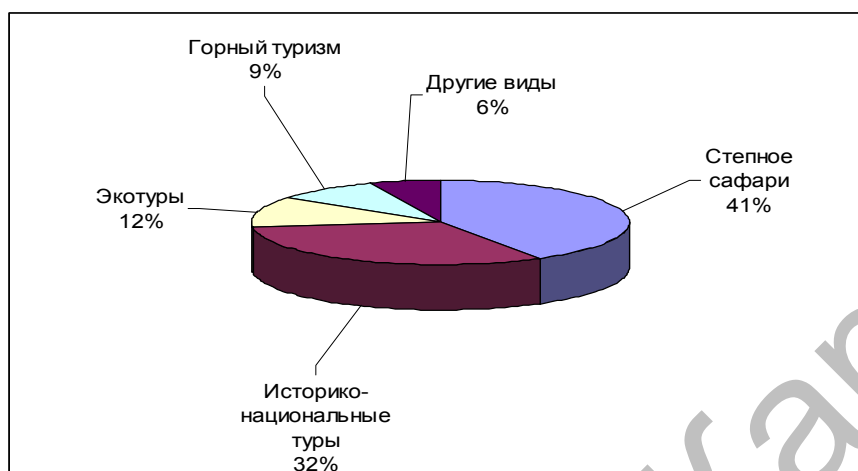


Рис. Предпочтения иностранных туристов по видам туризма в Казахстане

Второе место по значимости отводится культурно-познавательному туризму, который представлен казахской национальной культурой, обычаями и менталитетом. Он особенно актуален в последние годы в контексте интереса со стороны европейских и американских туристов. Для данного туризма выделено 7 зон, в составе которых имеются отрезок Великого шелкового пути, культура кочевников, более 9 тысяч памятников, среди которых мавзолеи «Ходжа-Ахмеда Яссауи», «Айша-Биби», «Бабаджи-Хатун», «Карахана» и «Давутбека», загадочный городище «Акыртас», подземная мечеть Бекет-Ата. Большую часть исторических памятников Казахстана реставрировали и продолжают восстанавливать [3].

Особую привлекательность у иностранных туристов вызывает часть Великого шелкового пути в Казахстане: турист может погрузиться в атмосферу войн древности, пройти путями средневековых батыров, увидеть руины древних городов, мавзолеи, знаменитые когда-то на всю степь бани городища Отрар, великое множество памятников каменного века, стоянок, петроглифов, поучаствовать в раскопках. Основой для развития данного туризма могут стать национальные юрточные городки, восстановленные и возрожденные традиции.

На третьем месте у иностранных туристов по рейтингу экологические туры, так как в Казахстане имеются привлекательные природные ресурсы и заповедные места. Экологический туризм относят к одному из самых малозатратных и привлекательных. Для экологического туризма Казахстан имеет нетронутую красивую и аттрактивную природу, флору и фауну. Экологический туризм в Казахстане дает возможность туристам познать естественную природную среду, увидеть природные памятники и достопримечательности, наблюдать за животными и птицами, предполагает единение с природой.

В Казахстане представлено 900 аттрактивных маршрутов по национальным заповедникам и паркам. Для иностранных туристов есть возможность наблюдать за редкими и исчезающими видами животных, такими как снежный барс, тьянь-шанский медведь, каракал, рысь, джейран и многими многими другими. В Казахстане разработаны 900 маршрутов, «птичий рай» в заповедниках, особый интерес проявляют туристы к Коргалжинскому заповеднику [5].

Получил свое развитие в Казахстане горный туризм: начато формирование и строительство горнолыжных баз. В республике имеются 20 горных зон, представленных такими горными массивами, как Медео, Чимбулак, Табаган, Ак-Булак и казахстанские горы Алатау, Тянь-Шань.

Кроме горного туризма, иностранных туристов привлекает экстремальный, спортивный и приключенческие виды туризма. Перспективным направлением в Казахстане представляется пляжный туризм на Каспийском море, озере Алаколь, Балхаше, Бухтарминском водохранилище. Начали функционировать и туры в форме рафтинга (например, по р.Катунь или по р.Или), и те же горные мар-

шруты, но только проложенные по более интересным (и соответственно, более сложным для достижения) местам, и путешествия на горных велосипедах. Кроме того, на казахстанском рынке культивируются прогулки вертолетные, с парашютом, прыжки с парашютом (аэродром Байсерке), нестандартные туры.

Иностранцы проявляют интерес к Аральскому морю, посещение которого позволит увидеть необычные пейзажи: умерший порт, огромное кладбище кораблей, соляные долины. Не менее интересными являются поездки на Байконур, проживание в гостинице, предназначенной для космонавтов, осмотр места старта легендарных космических кораблей, их моделей и присутствие при запуске новых ракетносителей.

Рассмотренные ресурсы и туристские возможности Казахстана подводят к тому, что целесообразно сформировать современный туристский продукт. Важнейшим компонентом оптимизации рынка туристских услуг является разработка нового туристского продукта Казахстана, который был бы конкурентоспособным на мировом рынке туристских услуг и завоевывал иностранный туристский сегмент для его привлечения в Казахстан. В качестве необходимых компонентов нового туристского продукта можно выделить следующие:

- использование природных ресурсов Казахстана с пользой для страны и как наименее затратного сегмента туристского продукта;
- использование исторических, культурных, архитектурных достопримечательностей, которые могут привлечь туриста и побудить совершить путешествие, с дальнейшим применением туристской прибыли на их поддержание и развитие;
- применение оборудования международного уровня (средства размещения туристов, ресторанное оборудование для отдыха, занятий спортом и т.д.);
- возможности передвижения, которые в определенной мере зависят от моды на различные виды транспорта, используемые туристами.

К специфическим особенностям туристского продукта относятся:

- сложная система взаимоотношений между различными материальными и нематериальными компонентами услуги;
- чрезвычайно эластичный спрос по отношению к уровню дохода и ценам, зависящий от политических и социальных условий;
- потребление в большинстве случаев осуществляется непосредственно на месте производства туристской услуги;
- наличие расстояния, отделяющего потребителя от продукта и места потребления;
- зависимость от таких переменных, как пространство и время;
- негибкое производство;
- влияние внешних факторов, имеющих форс-мажорный характер (погода, природные условия, политика в области туризма, международные события и т.д.).

При этом следует учитывать, что процесс покупки конкретного туристского продукта начинается задолго до совершения акта купли-продажи. Принятие решения потребителем подвержено влиянию ряда факторов. Оно решает проблемы различного масштаба и сложности, однако имеет устойчивую структуру, включающую следующие стадии: осознание потребности в путешествии и формирование цели поездки, поиск информации, предпокупочная оценка альтернатив, покупка и потребление.

Для внедрения конкурентоспособного национального турпродукта следует учитывать его специфику и формировать его с учетом уникальных возможностей туристского пространства республики, а именно:

- культурно-историческое пространство насыщено различными историко-культурными объектами: памятниками истории, культуры, архитектуры, включая музеи, театры, выставочные центры, парки, заповедные зоны и проч.;
- естественное туристское пространство сохранено практически в первозданном виде и привлекает туристов богатыми природными туристскими ресурсами, дающими возможность заниматься активными видами спорта, контактировать с нетронутой природой и малоизменными природными ландшафтами. Такой тип пространства составляют заповедники, заказники, национальные парки и иные природоохранные территории;
- этническое пространство — здесь подразумевается вся совокупность ценностей народа, связанных с конкретным историческим явлением.

Создание привлекательного имиджа невозможно только с помощью ресурсов страны, для этого нужен целый комплекс, а именно развитая инфраструктура, последовательная государственная политика, разнообразные программы и экскурсии [1; 145].

Вместе с тем, разрабатывая стратегию развития туризма, необходимо объективно оценивать сдерживающие негативные факторы и дать рекомендации для устранения существующих проблем, к которым можно отнести:

– высокий уровень риска для туристов — Казахстан относят к небезопасным регионом. В этой связи для формирования позитивного имиджа следует продвигать новые ассоциативные образы этой территории через СМИ, освещать положительные интересные события, активно пропагандировать и рекламировать страну за ее пределами;

– недостаток квалифицированных кадров — наличие квалифицированной рабочей силы в этой области очень ограничено. Для преодоления кадровых проблем необходимо развивать профессиональное туристское образование в республике, в том числе на основе изучения передового опыта и международного сотрудничества;

– неэффективная налоговая политика — налоговые органы взимают незаконные выплаты у бизнесменов, задерживают причитающиеся возвраты, НДС, неравномерно облагают предприятия налогами. В данном случае необходимо усовершенствование налоговой политики государства, в частности, в области совершенствования специальных налоговых режимов и оптимизации всей налоговой политики в целом;

– ограниченные транспортные возможности — ограниченный выбор авиакомпаний, неудобные расписания полетов, высокие цены на авиабилеты, сложный порядок получения визы. В этой связи требуется принятие серьезных политических и экономических решений, направленных на развитие железнодорожного транспорта, строительство качественных автомобильных дорог и всей дорожной инфраструктуры.

Т а б л и ц а

Динамика въездных потоков в Казахстан

Регионы	Годы						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Республика Казахстан	44990	31367	39872	56203	62117	37937	544867
Акмолинская область	20	38	6	364	60	2	4452
Актюбинская область	-	20	10	26	138	256	8224
Алматинская область	608	475	797	301	200	266	3833
Атырауская область	136	104	724	7	156	255	181829
Западно-Казахстанская область	-	2	1313	137	2	-	10739
Жамбылская область	87	242	15	-	217	424	2203
Карагандинская область	23	12	132	6	4	20	19283
Костанайская область	22	16	78	39	42	34	5654
Кызылординская область	-	-	-	-	-	-	1712
Мангистауская область	86	124	358	267	31	25	41578
Южно-Казахстанская область	337	63	143	153	36	53	7221
Павлодарская область	-	2	2	2	-	-	2560
Северо-Казахстанская область	-	-	25	37	-	14	2805
Восточно-Казахстанская область	1407	1649	1395	624	551	1313	15312
г.Астана	559	4339	6128	1522	7663	213	71101
г.Алматы	41705	24281	28746	52718	53017	35062	166361

Совершенно очевидно, что развитие въездного туризма является положительным фактором устойчивого развития экономики республики. Формирование развитой инфраструктуры туризма оказывает положительное влияние на весь хозяйственный комплекс страны, так как рост въездного туристского потока обеспечивает доходы целого ряда отраслей: транспорта, торговли, строительства,

связи и проч. Важность туризма как приоритетной сферы национальной экономики подтверждает факт роста числа иностранных туристов, прибывающих в Казахстан за последние 7 лет [2; 13] (табл.).

Наибольший прирост турпотоков отмечается в Алматы, Астане и Западных регионах Казахстана, где наблюдается высокая деловая активность

Развитие въездного туризма и показатели его конкурентоспособности в государстве находятся в прямой зависимости от таких факторов, как:

- уровень развития экономики страны;
- наличие туристских ресурсов;
- визовая система для иностранных туристов;
- развитие сферы туроператорского продукта и услуг;
- совершенствование продукта в туристских дестинациях;
- состояние транспорта и инфраструктуры;
- политика государства в области туризма;
- эффективный маркетинг.

Формирование сектора выездного туризма зависит от следующих факторов:

- показатели доходов населения;
- показатели расхода и потребления населением материальных благ и услуг;
- показатели дифференциации доходов населения, уровня и границ бедности;
- культурные факторы и отношение потребителей к туризму;
- показатели обобщающей оценки уровня и качества жизни населения;
- социально-демографические характеристики населения страны.

Для Казахстана развитие международного туризма становится одной из перспективных и приоритетных задач. Вопросы повышения конкуренции на данном рынке актуализируются в свете последних правительственных решений.

На основе полученных результатов анализа формирования и развития туристского рынка все существующие стратегии продвижения туристского продукта предлагается объединить по следующим направлениям: стратегия устойчивого развития как важнейший инструмент достижения целей развития территории без истощения природных и культурных ресурсов и без нанесения вреда окружающей среде; стратегия развития уникальных историко-культурных и природных территорий; стратегия избирательного туризма, основанная на четком определении новых перспективных рынков и стремительном продвижении рассматриваемых курортов на эти рынки, а также развитию необходимой для этого инфраструктуры.

На современном этапе основной целью туристской деятельности является создание конкурентоспособной туристской индустрии для обеспечения занятости населения, стабильного роста доходов государства и населения за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма. Для достижения этой цели необходима реализация следующих задач: развитие инфраструктуры туризма, создание эффективного механизма государственного регулирования и поддержки туризма, формирование привлекательного туристского имиджа страны, повышение туристского потенциала, формирование зон с рекреационно-хозяйственной специализацией. Для решения поставленных задач необходимо развитие системы государственного регулирования и поддержки туристской деятельности, использование маркетинга и методов продвижения турпродукта.

На развитие въездного туризма оказывает сильное влияние формирование гостиничной индустрии. Исследования показали, что основными тенденциями в развитии гостиничного бизнеса Казахстана являются:

- специализация ряда гостиниц, позволяющая более четко ориентироваться на определенные сегменты потребителей с учетом различных признаков;
- глобализация и концентрация гостиничного бизнеса, вхождение представителей новых международных гостиничных цепей;
- широкое внедрение новых средств коммуникации и информационных технологий, позволяющее проводить глубокую и системную экономическую диагностику;
- внедрение новых технологий в деловую стратегию гостиничных предприятий, в частности, широкое использование сети Интернет с целью продвижения гостиничных продуктов и услуг.

Одним из инфраструктурных элементов туризма является транспорт. Основными транспортными проблемами в туризме можно назвать следующие:

- необеспеченность авиатранспортом в сезонный период;

– несоответствие качества транспортных услуг уровню цены;  
 – использование транспорта по чартерной программе, имеющее определенные ограничения, например время, так как по чартерной программе тур предлагается только в рамках конкретной продолжительности пребывания.

Особое значение приобретают в индустрии туризма предприятия питания. В качестве основных проблем в сфере питания в Казахстане иностранные туристы отмечают неразнообразную кухню и низкий уровень сервиса.

Анализ деятельности казахстанских турфирм позволил также выявить следующие проблемы и недостатки в их деятельности:

1) в секторе въездного туризма проблемы, связанные с оформлением виз и высокий уровень цен в гостиницах и на авиатранспорт;

2) неразвитость анимационной деятельности. Для туристов, приезжающих семьями, целесообразно разрабатывать отдельную анимационную программу для детей и взрослых членов семьи, так как в разных возрастных категориях различные интересы. Важное значение приобретает знание спроса и предложения, что для них является интересным и привлекательным, какие виды отдыха они предпочитают;

3) несмотря на то, что Министерство туризма РК выделяет средства на участие в международных выставках, большая часть фирм, являясь предприятиями малого бизнеса, не могут позволить участвовать в них, поэтому чаще всего они ограничиваются лишь их посещением;

4) нехватка регулярных и чартерных рейсов местного авиатранспорта в период сезона. На казахстанском рынке функционирует одна крупная авиакомпания «Эйр Астана», которая занимает монопольные позиции на авиарынке. Функционирует несколько зарубежных авиакомпаний, однако имеющийся парк в сезонный период не обеспечивает существующего спроса на авиарейсы. Многие иностранные авиакомпании пытались выйти на казахстанский рынок, однако пока их попытки безуспешны;

5) уровень сервиса и качества обслуживания недостаточно высок. Даже имеющиеся высококлассные гостиницы полностью не соответствуют международным стандартам по уровню сервиса и обслуживания, что обусловлено неэффективной кадровой политикой;

б) ограниченность ресурсов для использования инструментов маркетинга, отсутствие специалистов по маркетингу.

Проведенный анализ позволил сделать вывод, что на современном этапе для создания привлекательного туристского продукта в Казахстане целесообразно решить следующие проблемы:

- формирование и развитие внешних коммуникаций в местах нахождения туристских ресурсов;
- создание условий и преференций для развития деятельности турфирм, занимающихся приемом иностранных туристов;
- формирование эффективной, соответствующей потребностям иностранных туристов индустрии общественного питания и поддержка государства в обеспечении авиатранспортом;
- повышение квалификации туристского персонала, обучение за границей, использование зарубежного опыта ведения туристского бизнеса.

В целом можно сделать вывод, что казахстанский туризм имеет мощный потенциал и привлекает иностранцев не только своими ресурсами, но и самобытным и оригинальным культурным наследием.

#### Список литературы

1. Драчева Е.Л., Заваева Ю.В., Исмаев Д.К. Экономика и организация туризма: международный туризм. — М.: КНОРУС, 2007.
2. Туризм в Казахстане: Стат. сб. — Алматы, 2010.
3. <http://www.turne.kz>
4. <http://sputnik-kras.ru>
5. <http://www.avialine.com/articles/6/6/1902.html>
6. <http://deadlinenews.ru/tucy/turistam/97-nyu-jork-samyj-poseshhaemyj-turisticheskij-gorod-2010-goda.html>