

А.Ж.Садуов

*Карагандинский государственный университет им. Е.А.Букетова (e-mail: saduovaj@mail.ru)***Анализ современного состояния туризма в Казахстане**

В статье проведен анализ состояния туризма в Республике Казахстан. Выявлены основные тенденции развития туризма, проблемы и направления их решения. Рассмотрены региональные аспекты развития. Выявлены диспропорции развития с точки зрения въездного и выездного туризма. Рассмотрен системный подход в развитии туризма Республики Казахстан. Проанализированы виды туризма с позиции целей поездок. Составлен SWOT-анализ казахстанского турбизнеса.

Ключевые слова: туризм, виды туризма, отрасль туризма, въездной туризм, внутренний туризм, рекреационные ресурсы, региональная политика, туристские услуги, туристский бизнес.

Республика Казахстан имеет все предпосылки для развития туризма: выгодное географическое положение (относительная близость к основным направляющим рынкам — Европе и Азии), обширная территория и разнообразные ландшафты, богатое культурно-историческое наследие, живые традиции, радушное гостеприимство, великолепная гастрономия и относительно низкая стоимость трудовых ресурсов.

Туризм был признан одним из важнейших экономических кластеров и вошел в перечень семи приоритетных несырьевых отраслей экономики Казахстана как кластер № 1 [1; 22].

Доля туризма в ВВП страны еще невелика. В 2002 г. она составляла 0,02 %, в 2010 г. — 1,8 %. Для сравнения: во Франции — 4 %, в Турции — 5 %.

Пока еще сфера туризма вносит небольшой вклад в решение социальных проблем. На сегодняшний день только 5,8 % из общего числа занятых граждан РК работают в сфере обслуживания туристов. Темпы роста численности работающих и уровень заработной платы в сфере туризма показаны в таблицах 1 и 2 [2].

Т а б л и ц а 1

Численность работников, занятых в сфере туризма Республики Казахстан, за 2007–2011 гг., тыс. чел. [2]

Предприятие	Г о д ы				
	2007	2008	2009	2010	2011
Туристские фирмы	7,1	4,0	6,7	6,1	4,9
Гостиницы и рестораны	34,4	36,9	41,0	48,7	47,7
Санаторно-курортные учреждения	10,0	9,9	9,7	10,7	10,9
Учреждения по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта	73,0	75,4	85,0	91,7	95,2

Из таблицы 1 видно, что в 2007–2011 гг. наблюдалось снижение численности работников туристских фирм. Особенно резкое снижение отмечено в 2008 г., что объясняется проявлениями мирового экономического кризиса.

Номинальная заработная плата во всех видах предприятий сферы туризма (табл. 2) неуклонно растет. Наибольший темп роста наблюдается в деятельности санаторно-курортных учреждений.

Казахстан относится к странам-поставщикам туристов. В мировой практике высокоразвитые страны с огромным промышленным потенциалом и высоким уровнем жизни являются странами-поставщиками туристов. Казахстан по многим экономическим параметрам уступает таким странам и должен стараться, напротив, привлечь туристов, чтобы обеспечить прилив капитала в свою страну.

Таблица 2

Ежемесячная номинальная заработная плата за 2007–2011 гг., тенге [2]

Предприятие	Годы				
	2007	2008	2009	2010	2011
Туристские фирмы	42766	42862	44578	55795	60551
Гостиницы и рестораны	47759	54872	55974	59312	66199
Санаторно-курортные учреждения	29652	33161	40877	47760	58097
Учреждения по организации отдыха и развлечений, культуры и спорта	36075	41805	45929	55515	66840

Туристская отрасль выбрана в Казахстане в качестве одной из приоритетных. Правительством Казахстана предприняты значительные шаги по развитию туризма.

Самый главный показатель развития отрасли — количество предприятий, функционирующих на рынке, в данном случае — количество туристских фирм.

Таблица 3

Количество туристских фирм в Республике Казахстан, шт.[2]

Регионы	Годы					
	2009		2010		2011	
	Январь-июнь	Январь-декабрь	Январь-июнь	Январь-декабрь	Январь-июнь	Январь-декабрь
Республика Казахстан	1 122	1 203	1 247	1 252	1 372	1 567
Акмолинская	21	26	21	22	24	31
Актюбинская	24	26	25	27	26	29
Алматинская	45	43	37	37	55	95
Атырауская	20	18	19	21	24	24
Западно-Казахстанская	10	10	11	13	12	12
Жамбылская	20	21	21	19	20	24
Карагандинская	73	76	71	81	81	85
Костанайская	25	26	30	27	32	35
Кызылординская	2	2	3	4	5	8
Мангистауская	30	29	28	30	31	33
Южно-Казахстанская	20	22	24	27	37	45
Павлодарская	55	56	58	59	52	58
Северо-Казахстанская	22	23	24	21	18	18
Восточно-Казахстанская	46	48	39	42	46	51
г.Астана	86	87	129	158	169	187
г.Алматы	623	690	707	664	740	832

Как видно из таблицы 3, количество туристских фирм в Республике Казахстан увеличивается. Наибольшее их число находится в городе Алматы — 832 турфирмы (более 50 % турфирм всего Казахстана). Следующим по численности турфирм идет город Астана, в котором их количество стремительно растет — с 86 турфирм в начале 2009 г. до 187 в конце 2011 г. В целом по Казахстану в период с 2009 по 2011 гг. количество турфирм увеличилось с 1129 до 1567, т.е. на 38 %.

Важным вопросом является анализ динамики числа обслуженных казахстанскими турфирмами туристов. В таблице 4 и на рисунке 1 показано количество обслуженных в Республике Казахстан посетителей по типам туризма.

Обслужено посетителей по типам туризма, чел. [2]

Регионы	Обслужено посетителей по въездному туризму (нерезидентов)			Обслужено посетителей по въездному туризму (резидентов)			Обслужено посетителей по внутреннему туризму		
	Г о д ы								
	2009	2010	2011	2009	2010	2011	2009	2010	2011
Республика Казахстан	24621	39640	36096	193951	261709	375923	122216	157988	135237
Акмолинская	13	-	-	2 997	3 377	3 567	37 716	55 071	58 381
Актюбинская	30	-	-	7 684	7 759	12 122	368	417	326
Алматинская	45	61	100	756	2 497	26 290	10 323	16 097	10 954
Атырауская	32	134	144	5 073	7 053	7 527	750	964	486
Западно-Казахстанская	-	-	-	3 160	5 268	5 786	21	65	275
Жамбылская	123	158	247	2 991	644	1 961	1 163	959	1 000
Карагандинская	-	20	63	8 174	10365	12 177	5 530	4 573	5 730
Костанайская	63	64	60	5 223	6 343	10 145	2 603	1 316	891
Кызылординская	-	-	16	96	302	616	371	463	400
Мангистауская	916	800	22	9 433	12373	23 140	1 686	3 272	3 697
Южно-Казахстанская	7	324	212	4 409	4 470	6 903	936	1 309	1 292
Павлодарская	-	-	-	6 181	8 284	10 287	3 682	5 181	4 932
Северо-Казахстанская	5	3	2	2 932	3 768	4 108	1 777	2 512	1 675
Восточно-Казахстанская	910	1 226	556	3 908	4 729	6 493	17 446	16 356	15 549
г.Астана	221	540	609	15 402	18 713	28 694	12 954	18 829	12 400
г.Алматы	22256	36310	34 065	115532	165764	216 107	24 890	30 604	17 249

Из таблицы 4 видно, что количество обслуженных туристов по выездному туризму имеет тенденцию к увеличению, по въездному и внутреннему — к уменьшению.

Из рисунка 1 видно, что в структуре по видам значительно преобладает выездной туризм — 68 %, въездной составляет только 7 %, внутренний — 25 %. Таким образом, в Республике Казахстан имеются значительные диспропорции по видам туризма, с значительным преобладанием выездного туризма.

В Казахстане наблюдаются значительные диспропорции в развитии различных видов туризма. Преобладает развитие выездного туризма, что приводит к невидимому импорту капитала. Для Казахстана важно развивать въездной и внутренний туризм: въездной обеспечивает валютные поступления в экономику страны, внутренний позволяет населению государства восстановить свои силы, направить денежные поступления от туризма на отечественные рекреационные объекты, развить внутреннюю инфраструктуру экономики. Внутренний туризм также носит воспитательную цель, способствует росту патриотизма и гордости граждан за свою страну.

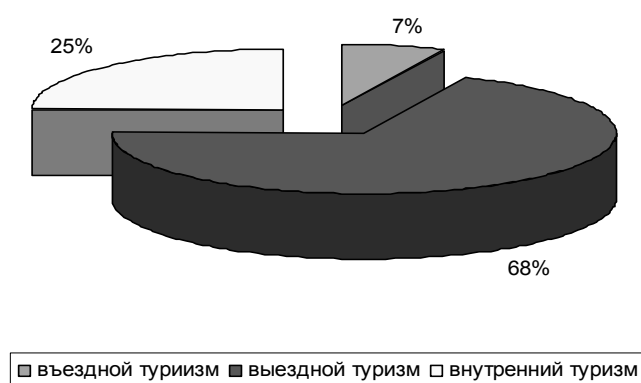


Рисунок 1. Структура распределения туристов в 2011 г. по видам туризма

На рисунке 2 показано соотношение по абсолютному значению и темпам роста въездного, выездного и внутреннего туризма.

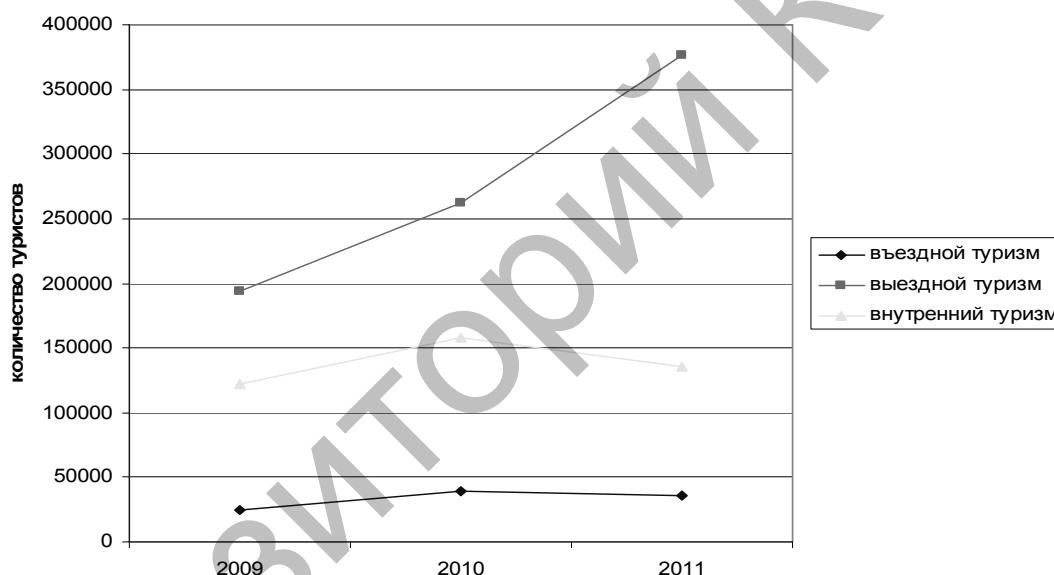


Рисунок 2. Соотношение по абсолютному значению и темпам роста въездного, выездного и внутреннего туризма

Из рисунка 2 видно, что по темпам роста выездной туризм значительно превышает как внутренний, так и въездной, которые имеют тенденцию к снижению.

Необходимо принимать действенные меры по развитию въездного туризма. С точки зрения системного подхода туризм представляет собой систему взаимодействующих между собой элементов (предприятий отрасли туризма). Данная система элементов взаимодействует с внешней средой: внешняя среда влияет на отрасль туризма Казахстана, и, в свою очередь, отрасль туризма влияет на внешнюю среду. Отрасль туризма, как никакая другая отрасль, зависит от внешней среды. Въездной и выездной туризм, международные туристские потоки очень сильно влияют на отрасль туризма Казахстана. Преобладание выездного туризма над въездным определяет большее влияние внешней среды. Казахстан пока ещё слабо представлен на международном туристском рынке. По мере развития туристской отрасли Казахстана и увеличения количества туристов-нерезидентов будет увеличиваться степень влияния отрасли туризма на внешнюю среду — мировые туристские рынки.

Объем туристских услуг в Республике Казахстан по типам туризма, тыс. тенге [2]

Показатели	Годы				
	2007	2008	2009	2010	2011
Объем туристских услуг, всего	13448 927,3	15 486 551,6	17 512 325,4	14 832 562,6	15 347 599,6
В том числе по:					
– въездному туризму	1 454 114,8	963 010,9	805 041,6	1 016 447,2	1 037 114,7
– выездному туризму	10 981 041,1	13 607 635,6	15 468 879,9	12 863 843,3	13 314 123,3
– внутреннему туризму	1 013 771,4	915 905,1	1 238 403,9	952 272,1	996 361,6

Объем туристских услуг по типам туризма показан в таблице 5, из которой видно, что картина по соотношению внутреннего, въездного и выездного туризма нестабильна. С 2007 по 2009 гг. объем услуг по въездному туризму в связи с мировым экономическим кризисом снижался, с 2010 г. объем услуг начал расти. По общему объему услуг в туристской отрасли происходила обратная картина — до 2009 г. общий объем туристских услуг возрастал (в основном за счет выездного туризма), а с 2010 г. начал снижаться. Подобная картина наблюдалась и по внутреннему туризму. Структура объема услуг от туристской деятельности в динамике представлена на рисунке 3.

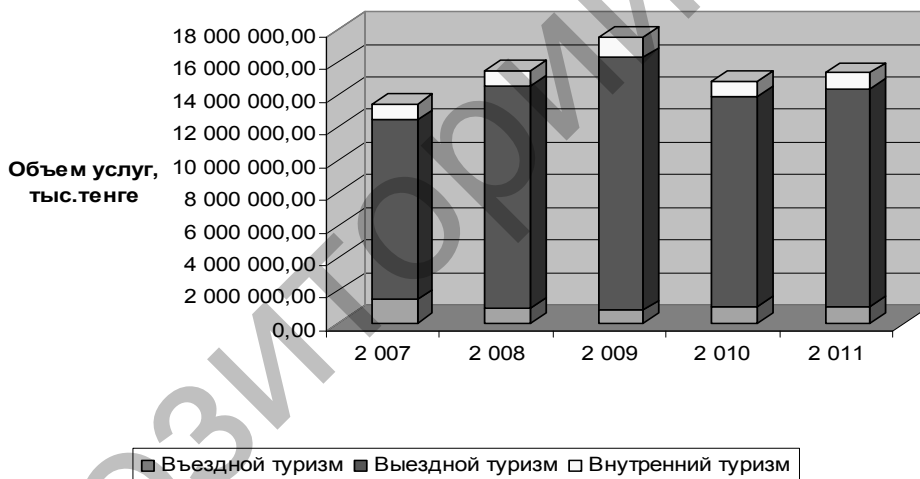


Рисунок 3. Динамика изменения структуры объема услуг от туристской деятельности

Из рисунка 3 видно, что структура объема услуг от туристской деятельности в период с 2007 по 2011 гг. существенно не изменилась. Происходит значительное преобладание выездного туризма.

На рисунке 4 показана структура объема услуг от туристской деятельности по типам туризма в 2011 г.

Из рисунка 4 видно, что в общем объеме услуг 87 % приходится на выездной туризм, 7 % — на въездной и 6 % — на внутренний. Таким образом, происходит невидимый импорт — вывоз капитала из Республики Казахстан.

Если сравнивать показатели рисунков 4 и 1, то видно, что по доле как в общем количестве обслуженных туристов, так и в общем объеме услуг в туристской отрасли въездной туризм составляет 7 %.

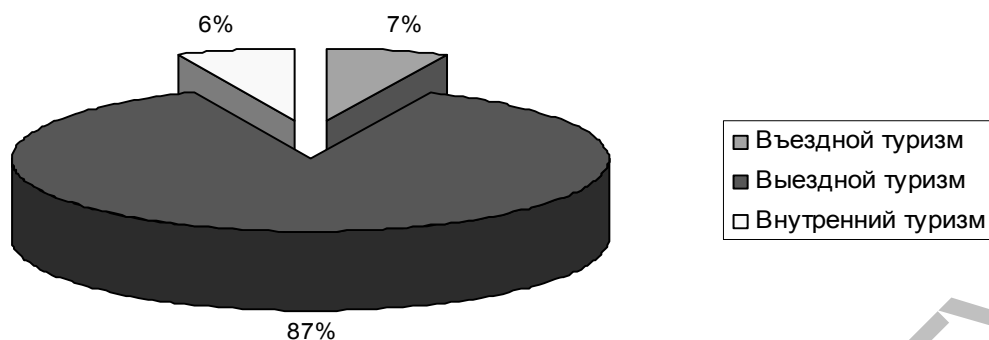


Рисунок 4. Структуры объема услуг от туристской деятельности по типам туризма в 2011 г.

Для того чтобы привлекать в Казахстан больше туристов, необходимо материально-техническое, информационно-рекламное и кадровое обеспечение. Поэтому на въездном туризме работает пока ограниченное число фирм, но стратегия развития туризма в Казахстане направлена на развитие именно въездного туризма. Большое значение в плане привлечения зарубежных туристов играет качество оказываемых услуг. К сожалению, качество казахстанских туристских услуг значительно уступает зарубежным. Невысоким является и качество сервисных услуг, услуг размещения, транспортировки, питания. Наибольший процент среди обслуженных туристов приходится на выездной туризм — 41,3 %, тогда как на долю въездного туризма — лишь 19,6 %. В выездном туризме продолжают доминировать туристы-резиденты, выезжающие в дальнее зарубежье (89,3 %), большинство которых занимаются «шоп-туризмом».

Одним из главных принципов региональной политики является равномерность развития регионов как по уровню жизни населения, так и по уровню развития производительных сил.

Соотношение количества турфирм в разных регионах Казахстана показывает, что в большинстве из них туризм развит слабо и при условии успешного его развития республика имеет огромный потенциал по освоению как внутренних, так и внешних туристских рынков.

Как известно, любая поездка имеет определенные мотивы.

В Казахстане поездки с целью отдыха и рекреации составляют 52 %, с коммерческой (шоп-туры) — 34 %, деловой и профессиональной — 17,8 %.

Туристов, как резидентов, так и нерезидентов, все больше интересует Казахстан с позиции отдыха, а не деловых целей прибытия. Все больше туристов интересуются рекреационными ресурсами Республики Казахстан, его культурным и историческим наследием, обычаями и традициями казахского народа. В таблице 6 показано распределение туристов-нерезидентов по целям поездок.

Таблица 6

Распределение туристов-нерезидентов по целям поездок, чел. [2]

Показатель	Годы				
	2007	2008	2009	2010	2011
1	2	3	4	5	6
Досуг, рекреация и отдых	21359	7765	6221	5113	8 078
Доля, %	34,4	20,5	19,9	12,9	22,3
Посещение знакомых и родственников	1950	1264	1877	1370	898
Доля, %	3,1	3,3	6,0	3,5	2,5
Деловые и профессиональные цели	38360	27518	22651	33097	26 753
Доля, %	61,8	72,5	72,5	83,5	73,9
Лечение	35	464	179	-	9
Доля, %	0,1	1,2	0,6	-	0,02
Религия-паломничество	0	0	0	1	37
Доля, %	0	0	0	0,001	0,1
Коммерческая (шоп-туры)	399	921	311	59	31
Доля, %	0,6	2,4	1,0	0,1	0,08

1	2	3	4	5	6
Прочие цели	14	5	7	-	382
Доля, %	0,023	0,013	0,022	-	1,05

В структуре иностранных граждан, посетивших Казахстан в 2011 г., наибольшую долю составляют лица, прибывшие с деловой и профессиональной целью — 26753 человек (73,9 %) и с целью досуга, рекреации и отдыха — 8078 человек (22,3 %) (табл. 6). Доля деловых и профессиональных целей имеет тенденцию к снижению — с 83,5 % в 2010 г. до 73,9 — в 2011 г.

Таким образом, туристов, как резидентов, так и нерезидентов, все больше интересует Казахстан с позиции отдыха, а не деловых целей прибытия. За последние 3 года динамика численности въехавших в Казахстан нерезидентов имеет негативные тенденции — спад за 3 года произошел в 2,5 раза, т.е. почти на 60 %. Больше всего в РК въезжают в г. Алматы — 22 256 человек. Это почти 90 % всех нерезидентов, причем город не упустил лидерства за все рассматриваемые периоды.

В таблице 7 представлен SWOT-анализ казахстанского турбизнеса.

Т а б л и ц а 7

SWOT-анализ казахстанского турбизнеса

1	2
<p><u>Сильные стороны:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – стабильная политическая ситуация; – гостеприимство казахского народа; – туристские рекреационные ресурсы; – поддержка государством; – высокая доля продаж на отечественном рынке; – широкие и хорошие контакты с иностранными партнерами и контрагентами; – удовлетворительная производительность; – стабильная рыночная конкуренция 	<p><u>Слабые стороны:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – неразвитая инфраструктура туризма для развития въездного туризма; – низкий уровень сервиса для развития въездного туризма; – высокая стоимость и низкая доступность внешних капиталов (высокие процентные ставки, невыгодные условия их выплаты и т.п.); – высокая стоимость и низкая доступность страхового обеспечения риска проводимой деятельности; – низкий научно-исследовательский потенциал; – высокая стоимость участия в ярмарках, особенно международных; – отсутствие взаимодействия с отечественными и иностранными информационными системами, базами данных и т.п.
<p><u>Возможности:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – процесс вступления Казахстана во Всемирную Торговую Организацию откроет новые возможности доступа к секторной и отраслевой информации об иностранных рынках, а также откроет доступ к программам помощи; – поддержки развития туристских регионов; поддержки развития средних и малых предприятий; – непрерывный рост показателя интенсивности туристского движения в стране позволит приобрести новых клиентов и увеличить оборот; – непрерывный рост благосостояния общества позволит привлечь новые, финансово-состоятельные группы клиентов; – среди клиентов усилится тенденция предпочтительного приобретения продуктов отечественных фирм; – вследствие динамичного развития разных форм негосударственного образования, а также благодаря усилиям, предпринимаемым государственными образовательными учреж- 	<p><u>Угрозы:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> – обусловленный процессами вступления Казахстана во Всемирную Торговую Организацию ввод в действие новых нормативных актов, принципиально изменяющих условия функционирования (туристское право, Закон о защите потребителя, экологическое право, торговое и хозяйственное право, банковское право, налоговое право, страховое право и т.п.) и превышающих возможности бизнеса к «дообучению» и способность его адаптации к происходящим переменам; – обусловленная процессами вступления Казахстана во Всемирную Торговую Организацию и выходом на отечественный туристский рынок новых иностранных фирм угроза обострения конкуренции, следствием которой может стать снижение цен и уменьшение рентабельности; – низкие барьеры входа на рынок новых конкурентов и неспособность быстро вырабатывать защитную реакцию вследствие отсутствия финансовых резервов, возможностей получения дешевых кредитов; – непрерывное и длительное уменьшение рентабель-

денями (особенно высшими) для противостояния конкуренции, можно надеяться на более качественные и дешевые отечественные предложения	ности может принудить турфирмы отказаться от стратегии развития и принять стратегию выживания
---	---

Для развития въездного туризма в Республике Казахстан (согласно табл. 7) необходимо нивелировать слабые стороны и использовать имеющиеся возможности.

Список литературы

- 1 Коновалова С. Всё у нас впереди! // Маркетинг товаров и услуг. — 2008. — № 7–8 (77–78). — С. 22–25.
- 2 <http://www.stat.kz/DIGITAL/TURIZM/Pages/default.aspx> — Официальный сайт агентства Республики Казахстан по статистике (раздел туризма и культуры).

А.Ж.Садуов

Қазақстандағы туризмнің қазіргі заманғы жағдайын талдау

Мақалада Қазақстан Республикасындағы туризм жағдайы талданған. Мәселелердің шешімі мен олардың туризмді дамытуға байланысты негізгі даму заңдылықтары және бағыттары анықталған. Туризмнің дамуындағы аймақтық аспектілер қарастырылған. Шығу және кіру туризмнің тұрғысынан туризмнің даму сәйкессіздігі, Қазақстан Республикасында туризмнің дамуындағы жүйелік әдісі, сапарлардың мақсаты тарапынан туризмнің түрлері зерттелген. Қазақстандық туристік бизнес саласына SWOT-талдау жасалған.

A.Zh.Saduov

The analysis of a modern condition of tourism in Kazakhstan

In article the analysis of a condition of tourism in Republic of Kazakhstan is carried out. The basic tendencies of development of tourism, a problem and a direction of their decision are revealed. Regional aspects of development of tourism are considered. Disproportions of development of tourism are revealed from the point of view of entrance and exit tourism. The system approach in development of tourism of Republic of Kazakhstan is considered. Kinds of tourism from a position of the purposes of trips are analysed. It is made SWOT the analysis of the Kazakhstan tourist business.

References

- 1 Konovalova S. *Marketing of the goods and services*, 2008, 7–8. (77–78), with 22–25.
- 2 <http://www.stat.kz/DIGITAL/TURIZM/Pages/default.aspx> — the Official site of agency of Republic of Kazakhstan on statistics (section of tourism and culture).