

УДК 378
ББК 74.58
S81

Редакционная коллегия

Шакирова С.М. - к.ф.н., и. о. директора Управления по науке

Сапаргалиев Д.Б. – PhD, зам. директора Управления по науке

Никифорова Н.В. - д.э.н., профессор, декан послевузовского образования

Все статьи прошли проверку в системах Антиплагиат.ВУЗ - на русском языке, Turnitin.com - на английском языке, Advego Plagiatus v.1.2.093 – на казахском языке. Уникальность текстов не ниже 75%.

i – START. Предпринимательство: энергия молодых.

Материалы международной научно-практической конференции студентов и магистрантов 16-17 апреля 2015 г.- Алматы, Алматы Менеджмент Университет, 2015 – 320 с.

ISBN: 978-601-7021-36-8

УДК 378
ББК 74.58
S81

ISBN: 978-601-7021-36-8

ҚАЗАҚСТАНДА ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ЖӘНЕ ІШКІ ТУРИЗМДІ ДАМУДЫҢ ПРОБЛЕМАЛАРЫ ЖӘНЕ ОЛАРДЫ ШЕШУ ЖОЛДАРЫ

Қазіргі таңда халықаралық туризм әлемде мықты дамыған құбылыс болып отыр. «Халықаралық туризм ассоциациясының» статистикасына сенетін болсақ әлем бойынша бұл салада 800 миллионнан астам адам жұмыс істейді екен. Осылай Испанияның ЖІӨ-сының 35 пайызын халықаралық туризмнен түскен пайда құрап отыр. Бұл көрсеткіш Кипрде 50 пайыз, ал Гаитиде 70 пайызды құрайды. Халықаралық туризм ең мықты дамыған өңір – Еуропа. Қазіргі таңда әлемдегі туристік бизнесінің 70 пайызы осы Еуропа иелерінің үлесіне тиесілі. Қалған 20 пайызы Америкада, ал соңғы 10 пайызы Австралия, Африка және Азияның үлесінде. Central Asia Traveling компаниясының статистикасы бойынша Орта Азия елдерінің арасында Қазақстанға 2014 жылы демалуға келген шет ел азаматтарының саны Қырғызстан және Өзбекстан мемлекеттеріне келген туристтер санынан аз екен[1]. Бұл айтылғандарды ҚР-ның ҰҚК-нің шекара қызметінің статистикасы мен Қазақстанның «Туроператорлар ассоциациясының» статистикасы да растайды. Оларға сенсек 2014 жылы Қазақстаннан Қырғызстанға 3,5 млн.-нан астам адам барып, олардың 200 мыңнан астамы Ыстық Көлге демалуға барған туристтер болып шықты[2]. Қазіргі таңда бұл Қазақстандағы нөмірі 1-ші туристік бағыт болып отыр. Егер экономикалық тұрғыдан алып қарасақ Қазақстанның экономикасы бұл елдердің экономикасынан әлде-қайда мықты, табиғат байлығы бойынша да ештеңеден қалыспайды. Олай болса, Қазақстанның туризм саласы неліктен әлсіз?

Бұл мақалада біз Қазақстанда халықаралық және ішкі туризмді дамыту жолдарын және оларды жүзеге асыруда қандай қиыншылықтардың бар екенін зерттейтін боламыз. Сондықтан алдымен Қазақстанда туризмді дамыту жолында қандай кедергілердің бар екендігін зерттейік.

1) Алғашқы проблема - бұл Қазақстандағы барлық тауарлар мен қызметтер үшін бағаның шектен тыс, ешбір негізсіз көтеріңкі, тым жоғары екендігінде. Мысалы туризм саласын алатын болсақ Түркия, Кипр, Тайланд, Египет сияқты жетекші мемлекеттерде дем алу бағасы Қазақстандағы бағалардан төмен немесе бір деңгейде. Алайда қызмет сапасы Қазақстандағыға қарағанда әлде-қайда жоғары. Бұл проблеманың себебі неде? Оның басты себебі – біздің елімізде бүкіл тауарларға бағаны құрастырушы негізгі тауарлардың бағасын бірнеше монополиялардың қолдан өсіріп отырғандығында. Мысалы жанар-жағар май бағасы, азық-түлік бағасы, тұрғын-үй бағасы, құрылыс материалдар бағасы, автокөліктер бағасы – бұлардың барлығы Қазақстанда көрші елдерге қарағанда 2 тіпті 3 есеге жоғары. Бұл жағдай Қазақстанда 2001 жылда басталып, 2003 жылдан бері айқын көрінуде. Жай ғана дәлел ретінде қазақстандағы тұрғын-үй бағасын қарастырайық. ҚР-ның статистика агенттігінің деректеріне сенсек 2003 жылдан 2012 жылға дейін Қазақстандағы тұрғын-үй бағасы 1 шаршы метр үшін 49 675 теңгеден 172 770 теңгеге жоғарылаған. Яғни жоғарылау көрсеткіші 300 пайызды құрап отыр[2]. Алайда бұл бағаның көтерілуінің ешбір негізі жоқ. Себебі Қазақстанға алып келінетін құрылыс материалдарының басты бөлігі Қытайдан және де Ресейден алып келінеді. Ал бұл мемлекеттерде құрылыс материалдарына деген баға сол 2003 жылдан 2012 жылға дейін тек қана 50 пайызға өскен. Бұл сол жылдардағы инфляция көрсеткішіне тең баға болып табылады. Яғни біздің еліміздегі бағаларды монополиялар негізсіз 2,5 есеге өсіріп отыр. Мұндай бағаны өсіру спекулятивті сауда-саттық арқылы жүзеге асырылып, заң тұрғысынан ешбір күмәнді жері жоқ болып табылады. Дәл осы тұрғын-үй бизнесіндегі жағдай жоғарыда аталған басқа да салаларда орын алып отыр. Осы себептен еліміздегі барлық тауарлар мен қызметтердің бағасы 2-3 есеге жоғары. Бұл жағдай елімізді туристтердің көзқарасынан тым тиімсіз етіп көрсетеді.

Сондықтан ең алдымен Қазақстанда туризмді дамыту үшін бағаларды бәсекелестікке төзімді ету қажет. Әйтпесе Өзбекстан, Қырғызстан және т.б. көрші елдерде дем алу Қазақстанға қарағанда 2-3 есе арзан болып тұрғанда біздің елде туризмді дамытудың мүмкіндігі болмайды.

2) Екінші мәселе – бұл инфрақұрылымның әлсіздігі. Бұл проблема аса өзекті болғандығымен көп қарастырылып, түсіндіргенді қажет етпейтін мәселе болып табылады. Елімізде осындай мәселе бар, оны шешудің жолын біз ауызша презентация уақытында бірнеше жеке проекттер ретінде көрсететін боламыз. Олардың арасында мысалы «Сибины көлдерінде дем алу санаторийін құру», «Алакөлдің инфрақұрылымын жетілдіру», «Шығыс Қазақстанда арнайы туристік экономикалық аймақ құру» сияқты проекттер болады.

Бұл мәселені шешуде мемлекеттің көмегісіз жұмыс жасау аса қиын болады. Сондықтан мемлекет тарапынан «салықтардан босату», «рекреациялық зоналардағы жерлерді жеңілдетілген талаптар бойынша сату және де жалға беру», «қаржылау көмек беру» сынды инструменттер арқылы туризмді стимуляция жасауы қажеттілігі өзекті болып табылады.

3) Үшінші мәселе – бұл Қазақстанның туристтер үшін қолайлы жер екендігі туралы ойдың қалыптаспағандығы, яғни жарнаманың әлсіздігі, ежелгі стереотиптердің болуы. Мысалы Алакөл мен Ыстық Көлді салыстырып көрейік. Қазіргі таңда Ыстық Көлге Қазақстандықтардың арасынан баратын адамдардың саны Алакөлге барушылардың санынан 3-4 есеге жоғары. Бірақ Алакөлдің табиғи жағдайы мен қолайлылығы, жол жағдайы, Алматыдан қашықтығы сияқты аспектерден алып қарағанда бірдей. Керісінше көрші елде

орналасқандықтан Ыстық Көлде дем алудың бірнеше қиындықтары бар. Сонда неліктен Ыстық Көл Алакөлге қарағанда атақтырақ?

Себебі Ыстық Көл бұрынғы КСРО елдерінің арасында Кеңес дәуірінен атақты болып, сол дәуірлерде ба-рынша дамытылып, жарнамаланған жер болып табылады. Яғни бұл жер ежелден-ақ мықты жарнамаға ие. Сол себептен Алакөл мен Ыстық Көлді салыстырғанда көпшіліктің миында «Алакөлге қарағанда Ыстық Көлде дем алу тиімдірек, жақсырақ» деген стереотип қалып қойған.

Мұндай стереотиптерді жеңу үшін, еліміздегі басты туризм орталықтарының беделін көтеру үшін – ел ішінде және шет елдерде мемлекет тарапынан барынша мықты ақпаратты бомабалау жүргізу қажет.

Осы айтылған мәселелердің барлығын жүйелі түрде шешетін болса Қазақстандағы туризмнің дамуының және де табысты болуында еш күмән жоқ. Әлемде осыған ұқсас мемлекеттің және де жеке кәсіпкерлердің күшімен туризмді мемлекеттің жетекші саласына айналдыру бойынша сәтті орындалған проекттері бар. Олардың біріне мысалы Дубайдың 30 жыл ішінде әлемнің ең атақты туристік орындарының біріне айналуын жатқызуға болады.

Бірақ бұл кішкентай ғана мысал. Себебі Дубай көлемі бойынша кішкентай ғана жер. Ал Қазақстанда туристік жетекші орталықтарға айналдыруға болатын жердің көлемі Дубайдың көлемінен 20-30 есеге көп.

Қолданылған әдебиттер:

1. Халықаралық туризм ассоциациясының ресми сайты - <http://www.global-tourism.org/tourism-industry-for-2014-year/>
2. ҚР-ның статистика агенттігінің ресми сайт - stat.gov.kz