Қазақстан Республикасының Бірінші Президенті күніне арналған **«Сейфуллин оқулары – 9:** жоғарғы білім және ғылым дамуындағы жаңа бағыт» атты Республикалық ғылыми-теориялық конференция материалдары = Материалы Республиканской научно- теоретической конференции **«Сейфуллинские чтения – 9:** новый вектор развития высшего образования и науки**»** посвященная дню Первого Президента Республики Казахстан. – 2013. – Т.2, ч.1. – Б. 29-32

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫ, ОНЫҢ МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН ӨЗЕКТІЛІГІ

Кенжебай Г.К.

Қазақстан Республикасының теңдесі жоқ табиғи және мәдени әлеуетіне негізделген қазіргі заманғы туристік индустрия туризмнің туристік қызмет көрсетулердің халықаралық саудасы жүйесіне оралымды кірігуінің табиғи жүйе жасаушы факторы, неғұрлым серпінді дамушы және өзінің капитал сыйымдылығына қарамастан, салынған капиталға қайтарымы жөнінен тиімді салалардың бірі болып табылады.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің туризм саласындағы белгілеген барынша маңызды міндеттерінің бірі – Қазақстанды орталық азиялық өңірдегі туризм орталығына айналдыру.

Туризмді дамытудың 2007 – 2011 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы аясында бес жылдың ішінде халықты жұмыспен қамту үшін, сыртқы және ішкі туризм көлемінің артуы есебінен кірістің тұрақты өсімі үшін, сонымен қатар Қазақстанды 2011 жылы Ортаазиялық аймақтың туризм орталығына айналдыру үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрия құру қарастырылған. Аталмыш бағдарламаны іске асыруға республикалық бюджеттен 59 млрд. теңгеден астам сома көлемінде қаржы бөлу жоспарланып отыр.

Кластерлік инициатива шеңберінде туристік инфрақұрылымды дамыту үшін инвестиция жұмылдыру мүмкіндігі маңызды болып саналады.

- Қонақ үйлер жүйесін, Ұлы Жібек Жолы үлгісінде керуен – сарайлар мен өзге де маңызды туристік маршруттардың құрылысына жағдай жасалатын болады.
- Инвестициялық жобалар бойынша ұсыныстар негізінде аймақтық мөлшерде база қалыптасқан. Алғашқы кезеңде 90 инвестициялық жоба сарапталып, жинақталды. Олардың 11–і 386 млн АҚШ долларына өзектірек саналып алынды, және «Қазына» тұрақты даму қорына мемлекеттік қолдау көрсету үшін жіберілді.
- Алматы, Ақмола және Маңғыстау облыстарында әлемдік деңгейдегі заманауи көпфункционалды туристік орталықтар құрудың Тұжырымдамасы жасалды, оны Елбасы мен ел Үкіметі мақұлдап отыр. Аталмыш жоба бойынша инвестиция жұмылдыруға жоспарланып отырған сома 30 млрд АҚШ долларын құрайды.

Мемлекеттік бағдарлама республикада қазіргі заманғы тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға және экономиканың сабақтас секторларын дамытуды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Ол туризмді дамыту саласындағы мемлекеттік саясаттың стратегиясын, негізгі бағыттарын, басымдықтарын, міндеттері мен іске асыру тетіктерін айқындайды және туризм инфрақұрылымын дамытуды, осы саланы мемлекеттік реттеу мен қолдаудың тиімді тетігін құрудың, туристік әлеуетті арттырудың, елдің тартымды туристік имиджін, рекреациялық шаруашылық мамандануы бар аймақтар қалыптастырудың негізгі аспектілерін қамтиды.

Туризмді мемлекеттік басқарудың мақсаттары мен міндеттері

Мемлекеттік бағдарламаның мақсаты – сырттан келушілер туризмі және ішкі туризм көлемін арттыру есебінен халықты жұмыспен қамтуды, мемлекет пен халық кірісінің тұрақты өсуін қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрия құру. Қойылған мақсаттарға сәйкес бірінші кезектегі міндеттер мыналар болып айқындалды: туризм инфрақұрылымын дамыту; туризмді мемлекеттік реттеу менқолдаудың тишді тетігш құру; елдің тартымды туристік имиджін қалыптастыру; туристік әлеуетті арттыру; рекреациялық шаруашылық мамандануы бар аймақтар қалыптастыру. Туризм саласының болашағын айқындайтын ұсыныстар әзірленіп жатыр. Алдымен туристік саланың құқықтық-нормативтік базасын мен мемлекеттік үйлестіруді жетілдіруіміз керек. Бұл туризмді экономиканың кірісті саласымен бәсекеге қабілетті индустрия ретінде дамытуға мүмкіндік береді. Халықаралық міндеттер мен мақсаттарды тереңдете түсу қажет. Қазақстанның туризмдегі имиджін қалыптастыру - аса маңызды міндеттердің бірі. Сол сияқты ішкі және өзге елдерде шығатын туристік басым бағыттардың маңызы зор. Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз етіп олардың мақсаттары мен міндеттерін қорғау, туризм инфрақұрылымын жетілдіру, туризмнің міндеттері мен мақсаттарын туристік сала мамандарын дайындау шараларын дамыту сияқты негізгі мәселелер шешімін тауып жатса, Қазақстан туризімінің болашағы өте зор.

Қазақстанда туристік қызметті дамытудың негізгі мақсаты - қазіргі заманға сай жоғарғы тиімді және бәсекеге қабілетті туристік кешен құру. Ол бір жағынан, қазақстандық және шетел азаматтарының туристік қызметтерге деген қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін кең мүмкіндіктер беретіндей, екінші жағынан – ел экономикасының дамуына айтарлықтай үлес, соның ішінде жұмыс орындары санын арттыру, мемлекет бюджетіне түсетін салық түсімдері, шетел валютасының ағымы, мәдени және табиғи мұраларды сақтау мен рационалды пайдалану есебінен қосатындай болуы керек. Аталмыш мақсаттарды жүзеге асыру бойынша шаралар мынадай:

• Қазақстан экономикасын дамытудың негізгі бағыттары құрамына туристік саланы енгізуді іс жүзінде қолға алу;

• Қазақстанда туристік қызметті дамыту бағытындағы мақсатты бағдарламаларды жүзеге асыру;

• Әлемдік және құқықтық тәжірибиелерге сәйкес туризмнің нормативті -құқықты даму базасын құру;

• Енгізілген туристік қызметті сертификациялау мен лицензиялау жүйесін қатаңдату;

• Туристік банктік құрылымдар, көлік, қонақ үй және сақтандыру компанияларының кооперациясына ұтымды жағдайлар жасау, сол арқылы туристік қызметтің жоғары технологиялық кешеннін қалыптастыру және саланың материялды - техникалық базасын дамыту;

• Шетел және ішкі туризмнің дамуын ынталандыратын экономикалық механизмдерді құру, инвистицияларды тарту және салық пен кедендік жеңілдіктер, мемлекеттік кепілдеме мен мемлекеттік қолдаудың басқада шараларын қосатын жолы мен ішкі туризм нарығын қорғау.

Туризм жүйесінің дамуына маркетинг елеулі әсерін тигізеді. Өкінішке орай туризмде маркетингке дұрыс көңіл бөлінбей жүр. Туристік маркетинг негізгі мысалдар мен әдістерді сипаттап мәселені шешуде қолданылып, адамдардың, психологиялық және әлеуметтік қажеттіліктерін толық қанағаттандыратын, сонымен қатар қаржылық көзқарас бойынша ең тиімді әдістерін анықтауына,

туристік ұйымның жұмыс істеуіне ықпал етеді. Өндірістік ұйымдар көзқарасы бойынша макретингті туризм ортасында пайдаланудың бірқатар ерекшелігі бар. Бір жағынан, туристік ұсыныс бірқалыпты емес, туристік қызмет тек орнында пайдаланылуы мүмкін. Туристік кәсіп ортасы кеңістік пен уақыттың өзгеруіне бейімделе алмайды. Екінші жағынан, туристік қызметтерге сұраныс өте икемді келеді, бағаның және табыстың көлемі саяси-әлеуметтік шартқа, маусымдық ауытқудағы ерекшеліктерге тәуелді.

Пайдаланушы субъектінің жұмысы туристік нарықта маркетинг жолдары мен әдістер табу және тұрақты нарықта тұтынушылар, қоршаған бизнес-орта арасында тиімді қарым-қатынас орнату (дмографиялық, экономикалықғ, экологиялық, саяси, ғылыми-технкиалық).

Маркетинг қызметіндегі туристік фирманың негізгі мақсаты қазіргі кездегі білімге негізделдген коммерциялық қызметке арналған тиімді тұтынушылық шекті табуға негізделген, артықшылықты және инновациялы туристік өнімге сұраныс пен ұсыныс қалыптастыру, сосын бұл стратегиялық білім негізінде тұрақты фирма қызметті ұйымдастыру және қолдану оның тұтынуда және қызмет көрсету нарығында оң әсер қалыптастыру қажет.

Туристік фирманың тиімді жұмыс істеуі үшін маркетингтің маңызды міндеті болып, жаңа бизнес-идея жасау, макретинг ақпараттарын пайдаланып жаңа инновациялық бизнес-идея жоспар жасау, клиенттермен серіктестермен фирма шегінде және одан тыс бизнес-ортада өндірістік потенциалды және фирма мүмкіндігін пайдалану.

Бұл міндетті шешу үшін келісім алдындағы артықшылықты іскерлік ұсыныстар және оның негізінде фирманың стратегиялық жұмысын анықтау қажет. Осыған орай потенциалды тұтынушыларды әртүрлі туристік өнімдерді артықшылықты сегмент нарығы шегінде қажет жұмысты іске асыру қажет. Маңызды сұрақ болып нарықтық конъюнктурасы (нарық сыйымдылығы, турситік өнімнің номенклатурасы, клиенттердің төлем қабілеттілігі, сауда-экономикалық және экологиялық жағдай, географиялық орналасу, табиғи орта) туристік өнімді құрылымын жасау және т.б.).

Бәсекенің күшеюуі және турситік қызметке клиенттердің талаптарының көбеюі мынаған әкеп соғады, көптеген турситік ұйымдар макретингке қарайды, сыртқы ортаныҗ өзгеруіне бейімделуге және бәсекеде сәттілікке жету үшін стратегиялық амкретинг жоспар құрайды.

Біздің ойымызша қазақстанда маркетингті туризм саласында қолданудың негізігі кемшіліктері:

- туристік қызметте бір текті концентрлі ортақ макетинг нарығының болмауы;
- жарнама шетел туристік өнімдердің, турфирмалардың жоғарғы деңгейде жылжытуы;
- туристік ұйымның жұмысшыларының квалификациясының әлсіздігі;
- туроператорлардың бір-бірімен келіспей жұмыс істеуі;
- Қазақстанның табиғи, мәдени – тарихи, қонақжайлылығын жеткіліксіз көрсету.

Осы тұстан қарағанда туризмді басқару шешуші рөл атқарадаы. Фирма локомотиві қозғалысының негізі және туризм индустриясының дамуы ретінде менеджмент жүйесіде басты орын алады. Жалғыз, мүлтіксіз басқару моделі болмайды деп туризм саласындағы мамандар дұрыс ойлайды. Себебі, әр фирманың өзіндік ережелері бар. Ол өзіне тиісті модельді іздеп табуы тиіс.

Қазіргі кезде басқару жүйесі қарапайым және иілгіш болуы тиіс. Оның басты алғы шарты болып: 1. тиімді ықпал етуді қамтамасыз ету; 2. бәсекеге қабілеттілік. Бұл жүйе келесідей мінездемеге ие болу керек: шағын бөлімшелер, шағын басқару деңгейлер, құрылым бұл топ мамандарының негізі, тауардың мінезі мен сапасын тұтынуға негізделген.

Туризмді басқарудың негізгі мақсаты объектіні, затты, функцияны анықтау болып табылады. Туризмді басқарудың объектісі болып ұжым, персонал, адамдар арасында пайда болуы, әлеуметтік, экономикалық, құқықтық қатынастар жиынтығы. Бұл кезде туризм саласын басқару процесі өз табиғаты бойынша адамдар арасындағы өндірістік қарым-қатынасты қозғайды.

Жоғарыда айтылғандар бойынша келесідей қорытынды жасауға болады:

- біріншіден, туризм бір-бірін білу және түсінісуге тұрақты және оңтайы ықпал етеді, яғни әлемдегі бейбітшілікті күшейту және халықаралық шиеліністі шешу; туризмнің даму шиелісністерді жойып, керісінше бейбітшілік орнатады.
- Екіншіден, бос уақыт қоғам қажіттілігі болып табылады, бірақ ол дұрыс пайдаланылмаса кедергі болуы мүмкін, бос уақытты өткізуде көптеген мүмкіндіктердің бір де бірі туризм сияқты мағына алмайды.
- Үшіншіден, туризмнің экономикалық дамуының потцениалы шектелмеген, бірақ мұнда қомақты қаржылық шығын болады.
- Төртіншіден, ішкі туризмнің дамуы мамандарды дайындау және туристік инфрақұрылым базасын қалыптастыруға ықпал етеді.
- Бесіншіден, туризм экологиялық таза бөлім болып табылады, бірақ бұнда табиғи, мәдени потенциалды қауіп бар, бұл мемлекеттің көңілін аударуын талап етеді.
- Алтыншыдан, мемлекеттік күш басқарудың барлық деңгейінде, бүкіл әлемде парламент туризмің дамуына қолайлы жағдай жасап, соның ішінде қаржымен, туризмге қатысты ақпаратпен қамтамасыз ету қажет.

Туризмнің қазіргі және болашақта дамы Үкіметтің белсенді қолдауын қажет етеді.