

ӘОЖ 338.43 (574)

ІШКІ ТУРИЗМДІ SWOT ЖӘНЕ PEST ТАЛДАУ

Оспан Сәния Асқарбекқызы

saneka_99@bk.ru

Л. Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, Нур-Сұлтан, Қазақстан
Ғылыми жетекші – Шоқан Р.

Бүгінгі таңда туризм саласы дамыған және дамушы елдер экономикасында маңызды орынға ие болып отыр. Себебі қазіргі кезде нарықтық экономиканың талаптарына сай мемлекеттің экономикалық деңгейін көтеруде, қызмет көрсету нарығы жедел дамуда. Қазақстан Республикасында туризм саласын дамытудың экономикалық маңыздылығы жоғары. Қазіргі таңда дүниежүзілік мәнге ие болып отырған бұл сала тек көркем табиғатымен ғана шектелмей, тарих пен археологиялық қазбалардың, мәдениет пен өркениеттің, ел мен жердің, сәулет пен ескерткіштердің тартымдылығы мен ерекшеленіп отыр. Осы тұста еліміздің туристік шаңыраққа айналуына әбден мүмкін деген болжаумен келісуге болады. Себебі, әр аймақтың өзіне тән тарихы, археологиялық қазбалары, табиғаты, елі және салт-дәстүрі бар. Дәл осы тәрізді көркем де, әсем жеріміздің түкпір-түкпірінде өзіне ғана тән гаухарларын табуға болады. Мәселен, Жамбылдың Мыңбұлағы, Көкшетаудың Оқжетпесі, Алматының шөлейт аймақтарында орналасқан Тамғалысы және басқа да аты аңызға айналған жерлерді айтуымызға болады. Өкінішке орай, туристердің көпшілігінің

әуелі танысып өтетін интернет беттерінде Қазақстанның барлық туристік жерлері туралы ақпараттың жоқтың қасы. Қызғыушылық тудыратындай айтылмаса, жазылмаса, көрсетілмесе шетелдік емес, жергілікті азаматтардың да жеріміздің әсем жерлеріне баруы қиын, және еліміздің ішкі туризмі өкінішке орай әзірге мақтанып айтарлықтай дәрежеде емес. Сол себепті де Қазақстанда қазіргі таңда көтеріліп жатқан өзекті мәселелердің бірі – туризм болғандықтан, біз дәл осы Қазақстанның ішкі туризмінің бүгінгі жетістіктері мен кемшіліктерін қарастырғанды жөн санадық.

Ішкі туризм-Қазақстан Республикасы азаматтарының және оның аумағында, Қазақстан Республикасының шегінде тұрақты тұратын адамдардың саяхаты.

Ішкі туризмнің дамуына кейбір факторлар теріс әсер етеді. Адам мен оның айналасындағы қарым-қатынас керісінше. Бір жағынан адам мен қоршаған орта арасындағы күрделі күрделі қатынастар, екінші жағынан, ғылыми-техникалық прогрестің әсерінен адам қызметінің табиғатының өзгеруінен туындаған қоршаған ортадағы қарқынды өзгерістер. Туризм адам мен қоршаған орта арасындағы қайшылықтарды жоюға бағытталған.

Соңғы он жыл ішінде туризм саласындағы барлық елдердің кірістері мен шығыстарына, туризмнің ел экономикасына әсеріне толық зерттеулер жүргізілді. Туристік шығындар мен экономикалық өсудің негізгі, өзара байланысын зерттеу әр елдің саяси басшылығы үшін өте қажет. Дүниежүзілік саяхат және туризм кеңесінің (WTTC) мәліметтері бойынша, 2019 жылы туризм әлемдік ішкі өнімнің (GDP) 10,4% - ын алып, 8 триллион АҚШ долларына жетіп, 334 миллион орнын құрады. Алайда, өткен жылы басталған COVID-19 пандемиясының салдарынан Халықаралық туризм құлдырауға тап болды. 2020 жылғы мәліметтерге сәйкес, 62 миллион адам жұмыссыз қалды, ал ішкі өнім (GDP) 4,9% төмендеді. Қазақстанда туризм экономиканың басым бағыттарының бірі болып табылады. Ол байланыс, құрылыс, ауыл шаруашылығы және басқа да ішкі тауар өндірісінің маңызды демеушісі болып табылады.

Қазақстан туризмінің цифрлік көрсеткіштеріне келсек, 2019 жылы одан түсетін табыс экономиканың 5,2%-ын құрап, 3,393 миллиард теңгеге жетті, 429000 адамды жұмыспен қамтыды (еліміздегі барлық жұмысшының 4,9%), сырттан келген туристердің экономикаға енгізген кірісі жалпы экспорттың 4,1% иеленді. Дүниежүзілік туризм ұйымының межелеуі бойынша, Қазақстан – Орталық Азиядағы турист қабылдау әлеуеті ең жоғары елге айналу мүмкіндігі зор мемлекет.

COVID-19 кесірінен сыртқа шығуға шектеулер қойылуы ішкі туризмнің дамуына өте ыңғайлы жағдай туғызуда. Отандастарымыз еліміздің көрікті жерлеріне және адам аяғы сирек басатын туристік өңірлерге саяхаттау мүмкіндігін қарастыруда.

Туризм өндірісін қарқынды дамыту үшін туристік маркетингі жақсарту дамыту қажет. Маркетингінің туристік индустриясындағы маңыздылығын – туризмнің экономикалық тиімділігінің артуына, туристік ресурстарды тиімді пайдалануды, туристік индустрияның дамуы үшін жағдай жасауды анықтайтын мемлекеттік іс-шаралардың жиынтығынан біліп байқауымызға болады. Маркетинг – экономикалық дамудың өзекті проблемаларын жан-жақты талдай отырып, бүгінгі таңдауға уақыт талабына сәйкес келетін әрі келешекке бағыт сілтейтін қызмет түрі болып табылады. Маркетинг концепциясының жаңалығы мен құндылығы сонда, ол экономиканың негізгі құрамы: өндірісті, сауданы және адам тіршілігінің мұқтажын өзара ынталы әрі біртұтас қарым-қатынаста қарастыра алады.

Ішкі туризмнің даму деңгейін және мүмкіндіктерін анықтау үшін маркетингтік зерттеулерде жиі қолданылатын SWOT, PEST – талдау әдістерін қолданудың маңыздылығы басым. Аталмыш SWOT– талдау саланың әлді және әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіп-қатерлерін айқындауға мүмкіндік берсе, PEST – талдау саланың сыртқы орта факторларын зерттеуге бағытталады. Отандық ішкі туризм саласына жасалған SWOT – талдау нәтижесі келесі кестеде келтірілген (1-кесте).

Кесте

Отандық ішкі туризмнің SWOT - талдауы

<p>S - Мықты жақтары</p> <p>табиғи ресурстардың болуы; халықаралық маңызы бар объектілерді қоса алғанда, материалдық және материалдық емес мәдени мұра ескерткіштерінің болуы; тұрақты саяси және мемлекетішілік жағдай; Қазақстанның тиімді гесотратегиялық орналасуы; Орталық Азия өңіріндегі дамудың жоғары деңгейі</p>	<p>W - Әлсіз жақтары</p> <p>туризм орындарында инженерлік-көліктік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы; туристік объектілерге қол жеткізу қиындығы; туристік орталықтардағы сервистің төмен деңгейі; жол бойындағы инфрақұрылым объектілерінің жеткіліксіз саны; туризм саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі; туризм саласына сыртқы инвестициялардың жеткіліксіздігі; жетілмеген визалық және көші-қон режимі; әуе кеңістігін реттеудегі шектеу; ішкі және халықаралық нарықтардағы Қазақстанның туристік әлеуеті туралы ақпараттың төмен деңгейі; тұру және әуе тасымалы үшін жоғары бағалар</p>
<p>O - Мүмкіндіктері</p> <p>шығу туризмі жоғары әлеуеті бар елдермен жақын орналасу (Ресей, Қытай); бірегей жергілікті туристік өнімдерді әзірлеу; өңірлерді дамытуға, оның ішінде туристік және көліктік-логистикалық инфрақұрылымды жайластыру есебінен белсенді мемлекеттік қатысу; коммуникация және өнімдерді тарату саласында заманауи технологияларды пайдалану</p>	<p>T - Қауіп-қатерлер</p> <p>жақын орналасқан елдердің ұқсас туристік өнімдері; іскерлік сапарлар көлеміне қатты тәуелділік; көлік қатынасының баяу дамуы (әуе, жер үсті); жаңа әлемдік және аймақтық дағдарыстар</p>

Жоғарыда көрсетілген талдау арқылы біз Отандық ішкі туризмнің мықты және әлсіз жақтарын және мүмкіндіктері мен төніп тұрған қауіп-қатерлерін көре аламыз. Қазақстан жері туристік объектілерге бай, бірақ инфрақұрылым мен қызмет көрсету сапасы орташа деңгейде дамыған. Сол себепті, туристік ағынның даму қарқыны салыстырмалы түрде орташа деген қорытынды жасауға болады.

Кесте 2

Отандық ішкі туризмнің PEST- талдауы

Саяси факторлар	Экономикалық факторлар
Саяси тұрақтылық	Экономиканың даму қарқыны
Туризм саласын мемлекеттік реттеу, заң нормативтер	Инфляция деңгейі
Елдер арасындағы визалық режимдер	Валюта курсы
Кедендік, миграциялық саясат	Тұтынушылық төлем қабілеттілік

	Баға, тарифтік саясат
Әлеуметтік факторлар	Технологиялық факторлар
Денсаулық сақтау және білім беру	Саланың инновация және технология тарапынан даму дәрежесі
Халықтың өмір сүру деңгейі	Электрондық коммерция мүмкіндіктері
Түрөнім мен қызмет сапасы	Жаңа технологияларды қолдану қабілеттілігі
	Жаңа технологияларға жұмсалынатын қаражат

Жоғарыда көрсетілген талдауларға сүйенсек ішкі туризмнің дамуына саяси және экономикалық факторлардың әсер етуі жоғары. Қызмет көрсету саласындағы бағаның өзгеру қарқыны, тұтынушылардың табыс көлемінің арасындағы алшақтық кейбір әлеуметтік топтардың туристік қызметке деген сұраныстарын тежейтін фактор екендігі белгілі. Сондықтан ішкі туризмнің дамуын жоғарылатуда сала кәсіпкерлері «сапа-баға» қатынастарына назар аударуға, түрлі әлеуметтік топтардың туристік қызметке қолжетімділігін қамтамасыз етудің экономикалық тетіктерін жетілдіруге назар аударуы керек.

Саланы дамытуда ақпараттық-технологияларды қолданудың мүмкіндіктері жоғары. Қазіргі уақытта ғаламдық брондау желілерін пайдалану, қолма қолсыз есеп айырысу жүйесін қолдану, туристік индустрияның әртүрлі кәсіпорындарында инновациялық құралдарды қолдану жағдайлары ішкі туризмнің қарқына әсер ететін факторлар болып табылады.

Талдау нәтижелерін қорытындылай келе, отандық ішкі туристік нарықты дамыту мақсатында туристік ресурстардың бірегей мүмкіндіктерін пайдалану үшін саланы ұйымдастыруда, басқаруда және қызмет көрсету сапасын жақсартуда тиімді саясат пен қолдау тетіктерін жетілдіру керек.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Исмаев Д. К. Маркетинг иностранного туризма в РФ. Теория и практика деятельности турфирм. Учебное пособие. – М.: ВШТГ, НОУ «Луч», 1988;
2. Исмаев Д. К. Основы стратегии и планирования маркетинг иностранном туризме: учебное пособие. – М. ТОО «Луч» 1994
3. В.Н.Вуколов. История и теория международного туризма. Алматы, 2002
4. Г.М. Дуйсен Основы формирования и развития индустрии туризма в Казахстане. Алматы, 2002г.
5. Проблемы становления индустрии туризма Казахстана. Материалы международной конференции специалистов туризма. Под редакцией С.Р.Ердавлетова.- Алматы: «Казак университеті», 2001