

Х. М. МАМАНОВА

(Абай атындағы Қазақ ұлттық педагогикалық университеті, Алматы, Қазақстан)

## ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМНІҢ ИНСТИТУТТЫҚ ҚАЛЫПТАСУЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЭКОНОМИКАЛЫҚ ШАРТТАРЫ

**Аннотация.** Туризмнің институттық қалыптасуы мен дамуы кез келген қоғамда бірқатар шарттар мен факторларға бағынады. Шарттар мен факторлардың бірі туризмнің әлеуметтік институттық дамуына себепші болса, бірі тежей отырып, оның институттық ортақ нормалары мен мінездемелік стандарттарына, заңдылықтары мен қызметтеріне қарамастан, әрбір қоғамдағы даму процесін ерекшелейді. Туризмнің институттық қалыптасуы мен дамуы табиғи-жағрафиялық, әлеуметтік-жағрафиялық, тарихи-мәдени, әлеуметтік-саяси, әлеуметтік-экономикалық шарттар мен факторлар арқылы анықталады.

Мақалада Қазақстанның туризм әлеуметтік институтының толыққанды қалыптасуы мен дамуына себепші әлеуметтік-экономикалық шарттардың ерекшеліктері қарастырылады.

**Тірек сөздер:** туризмнің институттық қалыптасуының әлеуметтік-экономикалық шарттары.

**Ключевые слова:** социально-экономические условия формирования и развития социального института туризма.

**Keywords:** socio-economic conditions of formation and development of social tourism institute.

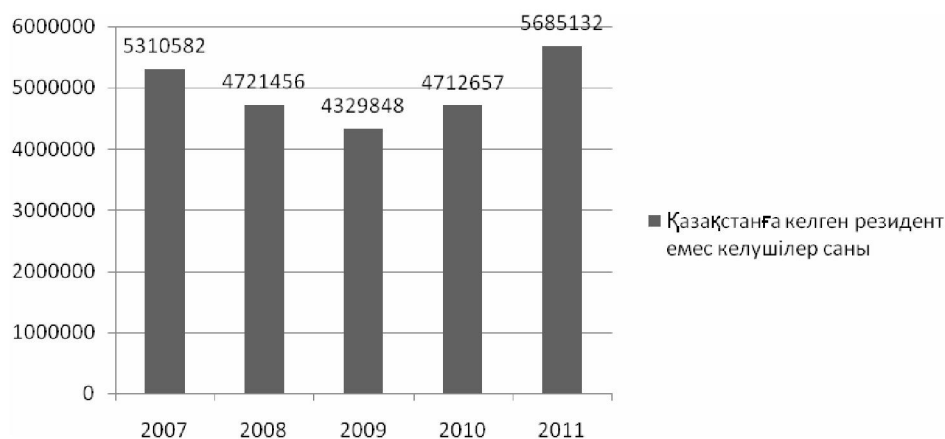
Туризмнің институттық қалыптасуы мен дамуы кез келген қоғамда бірқатар шарттар мен факторларға бағынады. Шарттар мен факторлардың бірі туризмнің әлеуметтік институттық дамуына себепші болса, бірі тежей отырып, оның институттық ортақ нормалары мен мінездемелік стандарттарына, заңдылықтары мен қызметтеріне қарамастан, әрбір қоғамдағы даму процесін ерекшелейді. Туризмнің институттық дамуының әлеуметтік-экономикалық шарттары, туристердің қажеттіліктері мен қызығушылықтарының қанағаттандыруын қамтамасыз ететін, туризмнің материалды-техникалық базасының жақсаруына әсер ететін қоғамның экономикалық даму деңгейін, еңбек потенциалының бөлінуін, әлеуметтік дифференциациясын, халықтың өмір сүру деңгейін анықтайды.

Қазақстан тәуелсіздік алған 1990 жылдарда бастан кешірген созылмалы экономикалық дағдарыстар тізгіні, нарықтық қатынастың орнауы, халықтың өмір сүру деңгейінің төмендеуі, қалыптасқан тұтынушылық ерекшеліктерді өзгертіп, елдегі туризм институтының қалыптасуындағы әлеуметтік-экономикалық шарттарға кері әсер етті. Кеңес үкіметінен мирас қалған туристік техникалық-база талан-таражға ұшырап, мамандар саны азайды. Құлдыраудан кейінгі еліміздің жарқын болашақ жолында атқарған ісі аз болған жоқ, нәтижесінде еңбегі ақталып, туризм және басқа да ағымдағы салалар сапалық әрі сандық өзгерістерге ұшырады.

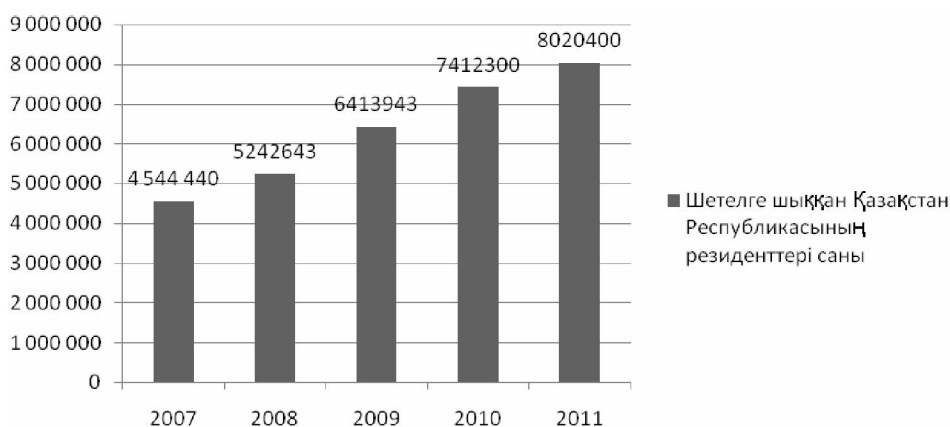
Әлемдік тәжірибеде туризм саласының даму деңгейі елдің келу туризмі және ішкі туризмінің даму динамикасымен анықталады. Қазақстанның статистика агенттігінің мәліметтеріне сүйенсек, 2007 жылы елге келген резидент емес туристер саны 5,3 млн адамнан 2011 жылы 5,6 млн адамға өскен (1-сурет). Елімізде саяхаттаушы резидент емес туристердің 89%-ы Ресей, Қырғыстан, Өзбекстан, ал, алыс шетелден Қытай, Германия, Түркия мен Ұлыбритания азаматтары қызығушылық танытады екен.

Ал ішкі туризм нарығы өзгелеріне қарағанда белсенділік танытып, резидент туристердің саяхаттары 2007 жылы 3932,6 мың адамды құраса, 2011 жылы олардың саны 5327,7 мың адамды құраған.

Қазіргі таңда Қазақстанда туризм тек бір жақты дамуда. Қазақстан Республикасының статистика агенттігінің мәліметтері бойынша, 2007 жылы шетелге шыққан ел азаматтарының саны 4,5 млн адамнан, 2011 жылы 8 млн адамға өскен (2-урет). Мұндай тенденция ең алдымен елдегі туристік материалдық базаның ескіруімен, туристік қызмет сапасының төмендігі және туристік қызмет бағасының жоғарылығымен түсіндіріміз.



1-сурет – Қазақстанға келген резидент емес туристердің 2007–2011 жж. динамикасы (адам)

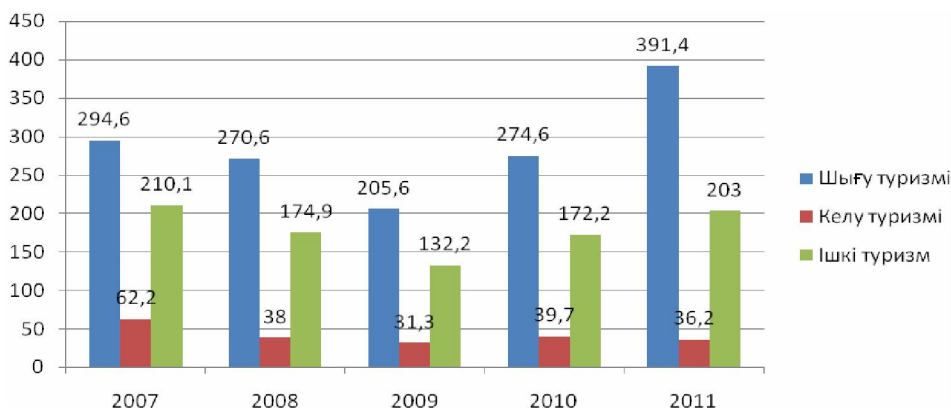


2-сурет – Шетелге шыққан Қазақстан Республикасының резиденттері санының динамикасы 2007–2011 жж. (адам)

Қазақстанның шығу, келу және ішкі туризм түрлерінің жалпы шолуы, туристік сегменттердің тепе-теңсіздігін анықтады. Жоғарыда көрсетілгендей, елдің туризм нарығының шығу туризміне негізделуі, туристік ұйымдардың осы бағытқа бағытталуына себеп болды. Даму жолында күрделі шешімдерді қажет ететін бағыт келу туризмі болды, өкінішке орай қазақстандық саяхатты таңдайтын шетелдік туристер саны туристік нарықты ынталандыруға негіз бола алмайды.

Осылайша, туристік ұйымдардың артуы, шығу туризмінің артуымен тікелей байланысты деп пайымдай аламыз. Статистика көрсеткендей, әлемдік экономикалық дағдарыс орын алған 2008–2009 жылдарында шетелге шыққан туристер тұрақты болды. Өзінің біржақты маманданған ерекшеліктерінің негізінде, қазақстандық туристік ұйымдар экономикалық дағдарыс әсерін сезінбеді, керісінше 2008–2010 жылдар аралығында 7,2% саны артты.

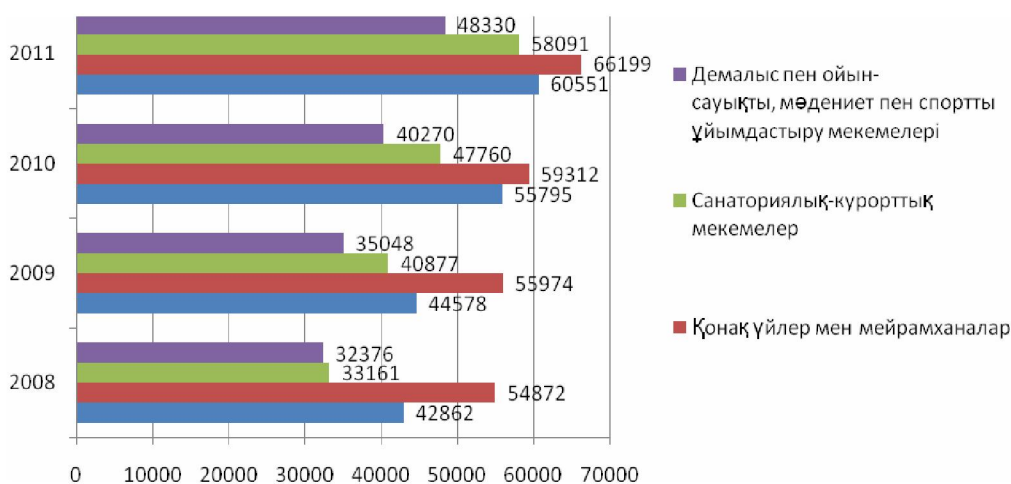
Соңғы бес жылда туристік ұйымдар қызметін қолданған ішкі туризм туристерінің саны 2007 жылы 210,1 мың адамнан, 2011 жылы 203 мың адамға түскен. 2011 жылы елде 1715 туристік ұйым жұмыс істеді және туристік фирмалар 630,6 мың адамға қызмет көрсетті, бұл алдыңғы жылмен салыстырғанда 29,6 %-ға артық, 2010 жылға 486,5 мың адам. Туристік қызметтің құрылымында ішкі туризм 32,2 %, кіру туризмі – 5,7 %, сыртқа шығушылар туризмі – 62,1 % құраған. Егер осы көрсеткіштерді 2010 жылғы деректермен салыстырсақ, онда сыртқа шығушылар туризмінің 56,4 %-дан 62,1 %-ға дейін ұлғаюы, ішкі туризмнің туристерге қызмет көрсетудің жалпы құрылымында 35,4 %-дан 32,2 %-ға азайғаны байқалады. Алайда, ішкі туризм белсенділігінің ең төменгі нүктесі әлемдік экономикалық дағдарыс жайлаған 2009 жылы тіркелді. Бұл жылы туристік агенттіктер мен туристік операторлар және басқа да ұйымдар қызметін қолданған жалпы саны 369,1 мың адамнан, 132,2 мың адамы ішкі туристер болды (3-сурет).



3-сурет – Туристік агенттіктер мен туристік операторлар және туристік қызмет көрсететін басқа да ұйымдар қызметін қолданушы туристер саны, туризм түрі бойынша (мың адам)

Сәйкесінше, туризм саласының қызметкерлерінің айлық атаулы жалақы мөлшері жылдан жылға өсуде. Оған, төмендегі суретте көрсетілгендей туристік операторлар мен туристік агенттіктерде және туристік қызмет көрсететін басқа да ұйымдардағы қызметкерлердің жалақысы 2008 жылы 42 862 теңгеден, 2011 жылы 60 551 теңгеге, қонақ үйлер мен мейрамханалар қызметкерлерінің жалақысы 2008 жылы 54 872 теңгеден, 2011 жылы 66 119 теңгеге өскені дәлел бола алады.

Жалпы жалақы мөлшерінің өсу көрсеткіші демалыс пен ойын-сауықты, мәдениет пен спортты ұйымдастыру мекемелері мен санаториялық-курорттық мекемелерде де байқалған (4-сурет). Алайда, 2011 жылғы туристік сала қызметкерлерінің атаулы жалақы көрсеткішінің, орташа айлық атаулы жалақының Республикалық көрсеткішінен (90 028) төмендігі, саланың әліде болса «төмен төлемді» салалар қатарында екенін дәлелдейді.

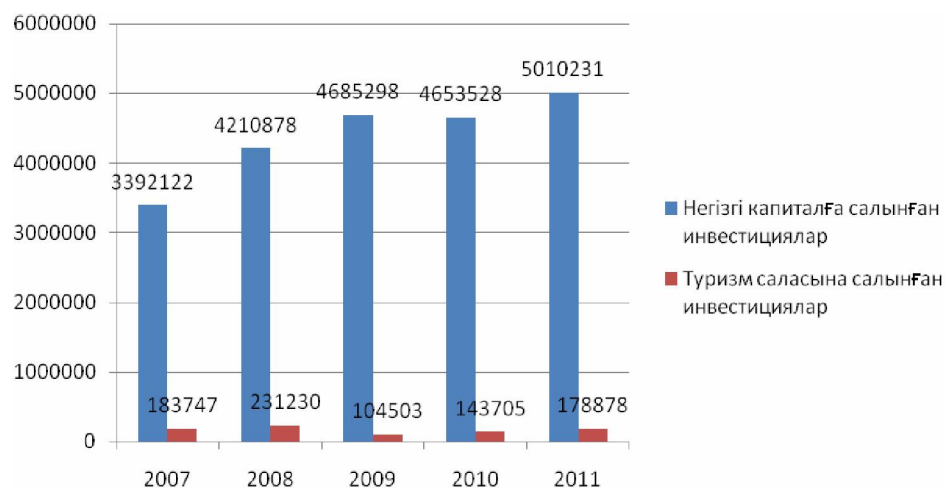


4-сурет – Туризм саласы қызметкерлерінің орташа айлық атаулы жалақысы 2008–2011 жж. (теңге)

БАҚ көздеріндегі туристік ұйымдар басшыларының сұқбаттарына сай, туристік ұйымдар тұтынушылардың негізгі бөлігінің қаржылық жағдайларының өзгеруіне байланысты, қолжетімді ортақолды өнімдеріне өтті. Шығу туризміне бағытталған туристік ұйымдардың санының артуына тағы бір себеп, шығу және келу туризмдері ұйымдастырылу тұрғысынан өз болуы. Туристік ұйымға шығу туризм саяхатын ұйымдастыру үшін, бастапқы капитал, жалдық орын және білікті маман қажет болса; келу туризмнің ұйымдастыру үшін, орта және жоғары деңгейлі инфрақұрылым, білікті мамандар қызмет атқаратын – орналасу орындары, тамақтану орындары, атракциялық орындар, тасымалдау құралдарын құрайтын материалды база және ең бастысы салыстырмалы қолжетімді бағалары болуы тиіс.

Ресми статистикаға сүйенсек, 2011 жылы мемлекеттің негізгі капиталына құйылған 5 010 231 мың теңгенің, туризм саласының негізгі капиталына 178 878 мың теңгесі инвестицияланған. Жалпы инвестициялар көлемінің 2007 жылғы көрсеткішіне қарағанда, 2011 жылы қарқынды өсу темпін көрсетеді, ал туризм саласының негізгі капиталына тартылған инвестициялар көрсеткіштерінде әлемдік экономикалық дағдарыстан кейін бірқалыпты өсім байқалады (5-сурет).

Туризм материалдық базасының қанағаттанарлық жағдайда болмауының себебі көп. Оларға автокөлік және темір жолдар, қалалардағы қонақ үйлер мен мотельдердің, тіпті емдік-сауықтыру санаторийлердің де тозығының жетуі болып отыр. Қазіргі таңда салыстырмалы дамыған қонақ үй қоры тек Алматы мен Астана қалаларында бар.



5-сурет – Қазақстандағы жалпы және туризм саласының негізгі капиталына салынған инвестициялары 2007–2011 жж. (млн теңге)

Ресми мәліметтерге сай, Қазақстандағы орналасу орындарының мөлшерлігі бойынша аз саны ірі кәсіпорындарға тиесілі, керісінше шағын орналасу орындарының саны жылдан жылға артуда. Орта деңгейлі кәсіпорындар саны 2007 жылы 100-ден, 2010 жылы 119-ға жеткен. Әлемдік туристік нарықта ортақол туризмі дамуда болса, Қазақстанда қолжетімді және сапалы қызмет көрсетілетін орта деңгейлі кәсіпорындар санатында айтулы өсім байқалмайды.

Әлемдік тәжірибеде қонақ үй жүйесінің тиімділігі толымдылық деңгейі 60% құраған жағдайда, анықталады. Қазіргі таңда Қазақстанның орналасу орындарының толымдылығы шарттарына Маңғыстау мен Атырау облыстары сай келеді. 2011 жылғы жағдай бойынша Қазақстанда 1642 орналасу орындарында 81 015 төсек-орын болды, бұл 2010 жылға қарағанда 6,5 % төсек-орынға артық. Төсек орындарды жалпы орналастыру орындарының санының 63,5 %-ын қонақ үйлер құрады, олардың 27,0 %-ы – санаты бар қонақ үйлер және 36,5 % – санаты жоқ қонақ үйлер. Орналасу орындарының 40,5 % негізгі бөлігі Алматы – 17,1 %, Астана – 9,6 % қалаларында шоғырланған, сондай-ақ оларға жақын Алматы және Ақмола облыстары тиісінше 6,6 және 7,2 %. Шығыс Қазақстан облысында 19,7 %, Қарағандыда – 11,7 %, Павлодарда – 6,2 % және республиканың басқа да облыстарында 21,9 % орналасу орындары шоғырланған. Сыйымдылығы 29 584 төсек-орын болатын 873 қонақ үйлер төсек-орындарының 57,5 %-ын құрайтыны және санаты жоқ екенін атап өткен жөн. Санаты бар, сыйымдылығы 213 қонақ үйде төсек-орындардың жалпы санынан 42,5 %-ын құрайтын 21 882 төсек-орын, олардың көпшілігі төсек-орындар 4 жұлдызды санатты – 35,6 %, 3 жұлдызды – 29,3 %, және 5 жұлдызды – 19,5 % қонақ үйде шоғырланған, қонақ үй төсек-орындарының 15,6 %-ы 2 жұлдызды және 1 жұлдызды санатты қонақ үйлерге тиесілі. Нөмірлік қор жүктемесінің жоғарғы коэффициенті Маңғыстау – 88,4 % және Атырау облыстарында – 47,8 %-ды құрайды. Ең төменгі коэффициент Солтүстік Қазақстан – 11,6 %-ды және Алматы облыстарында – 8,4 %-ды құрайды. Астана және Алматы қалаларында тіркелген нөмірлік қор жүктемесінің орташа деңгейі тиісінше 31,1 %-ды және 26,8 %-ды құрайды.

Ел ішіндегі қатынас автомобиль жолдарының ұзақтығы 2011 жылғы мәліметтер бойынша 97 160 км құрады. Ішкі су жолдарының ұзақтығы 4049 км, ал жалпы темір жол ұзақтығы 14 892 км



құрады. Республика бойынша 2011 жылы әуежай саны 23, темір жол вокзалдары 32, ал теңіз порттары 2 тіркелді. Статистикалық мәліметтерге сай, 2011 жылы Қазақстанда көп қолданылған тасымал түріне қара жолдар, тасымал құралына автобус және жеңіл көлік ие болған. Осы тасымал түрінен жалпы тасымалданғандар саны 13 259,2 млн адамды құраған. Екінші орында темір жол жолаушылары орын алған, олардың саны 2011 жылы 20,5 млн адамды құраған. Сәйкесінше, келесі орынды әуе жолдардың саны 4,1 млн адамды қолданушылары және 0,11 млн адамды құраған су жолдарының жолаушылары алған.

Қазақстандағы ойын-сауық және демалыс парктерінің саны 2007 жылда 63-тен 2011 жылы 92-ге жеткен. Концерттік ұйымдардың саны 2007 жылы 67-ден, 2011 жылы 74 ұйым тіркелген. Мұражайлар соңғы жылдардағы мәдени қолдаудың арқасында 2007 жылы 195-ден, 2011 жылы 216 жеткен. Ал театрлар 2007 жылы 55-тен, 2011 жылы 64-кежеткен. Есесіне цирктер мен хайуанаттар парктерінің саны аса өзгеріске ұшыраған жоқ, олардың саны 2007 жылы 4-тен, 2011 жылы 7 және 6 болды.

Қазақстанның табиғи туристік ресурстары-хайуанаттар парктері, ескерткіштер, табиғат ескерткіштері, әрбір аймақта табылатын әрі ерекшелейтін элементтер. Олардың танымалдылығы туристердің танып-білу қажеттіліктерінен және қызығушылықтарына байланысты. Алайда, Қазақстанның ішкі туризмнің дамуына негіз болатын, аймақтық деңгейдегі туристік ресурстардың ашылуы мен танылуы, археологиялық және өлкетану мұражайларының ашылуы, түрлі атракциялық және мәдени шаралар жасалуда.

Туризм әлеуметтік институтының әлеуметтанулық зерттеуі, қоғамның барлық салаларында көрініс тапқан көпжақты әрі көпаспектілі құбылыс. Осы салалардың мазмұндық және қызметтік ерекшеліктері туризмнің басқа әлеуметтік институттарға интеграциясына әсер етеді. Осылайша, Қазақстанның туризм әлеуметтік институтының қалыптасуы мен даму кезеңдерінің соңғы, яғни ұлттық және халықаралық деңгейге шығу кезеңінің бастықы шарықтау кезеңін бастан кешіруде. Оған дәлел – жан-жақты зерделенген әлеуметтік-экономикалық шарттарының даму көрсеткіштері.

### **Резюме**

*Х. М. Маманова*

(Казахский национальный педагогический университет им. Абая, Алматы, Казахстан)

#### **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ИНСТИТУАЛИЗАЦИИ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА**

Становление и развитие туризма в обществе зависит от целого ряда условий и факторов, способствующих или, напротив, препятствующих его становление как формы устоявшейся социальной практики, то есть социального института. Поэтому, несмотря на то, что туризм как социальный институт предполагает общие нормы и стандарты поведения, общие закономерности и функции, его институционализация в каждом обществе имеет свою специфику.

В статье автор исследует особенности социально-экономических условий формирования и развития социального института туризма Казахстана.

**Ключевые слова:** социально-экономические условия формирования и развития социального института туризма.

### **Summary**

*Kh. M. Mamanova*

Kazakh national pedagogical university named after Abai, Almaty, Kazakhstan

#### **SOCIO-ECONOMIC CONDITIONS OF INSTITUALIZATION OF TOURISM IN KAZAKHSTAN**

Formation and development of tourism in any society depends on conditions and factors which helps or stops the tourism formation like a social practices, in other words like a social institutions. Therefore, despite the fact that tourism as a social institution implies common rules and standards of behavior, general patterns and functions, the institutionalization in every society has its own specifics.

In this article the author examines the socio-economic conditions of formation and development of the social institution of tourism in Kazakhstan.

**Keywords:** socio-economic conditions of formation and development of social tourism institute.

*Поступила 05.06.2014г.*