

**Кому:** Министерство туризма и спорта Республики Казахстан  
**ФИО и должность автора:** Нұрхатова Б.Н., ГУ «Управление строительства области Абай» главный специалист  
**Дата:** 08.11.2024 г.

### **Аналитическая записка**

**Тема:** Проблемы в туризме Республики Казахстан.

**Ключевые слова:** туризм, инфраструктура, турист, обслуживания, специалисты.

Туризм – один из видов активного отдыха, который проводит человек в свое свободное время, цели бывают самые разные: спортивные, оздоровительные, познавательные, религиозные, профессиональные и другие. Туризм направлен на знакомство с особенностями других стран, регионов, делает человека более выносливым и здоровым, кроме того, занимаясь туризмом, человек может отвлечься от рутины и насытиться положительными эмоциями.

Туризм в Казахстане – это важная, но еще не полностью раскрытая отрасль экономики страны, которая имеет значительный потенциал для роста. Казахстан обладает разнообразными природными ландшафтами (степи, горы, озера) и культурным наследием, что создает благоприятные условия для развития различных видов туризма – экотуризма, горнолыжного, культурного и исторического туризма. Закон о туристской деятельности в Республике Казахстан был принят 13 июня 2001 года. Существуют различные государственные программы для развития туризма одна из них, это «Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019 – 2025 годы (ППРК от 31 мая 2019 года № 360)» [1]. Внутренний туризм в Казахстане, несмотря на богатый потенциал, сталкивается с рядом значительных проблем, которые мешают его развитию. Основные из них включают:

1. Инфраструктура (электроэнергия, канализация, очистные сооружения, питьевая вода, дороги, мобильная связь)
2. Низкая осведомленность иностранных туристов о возможностях Казахстана
3. Недостаточное развитие рекламных компаний и маркетинга
4. Отсутствие комплексных туристических пакетов
5. Низкое качество обслуживания
6. Повышенная стоимость отдыха, которая не соответствует предоставляемым услугам

**Инфраструктура:** недостаточное развитие туристической инфраструктуры, включая дороги, гостиницы, рестораны и развлекательные заведения. Многим объектам не хватает

качественного обслуживания и удобств для туристов, ограниченная транспортная доступность к популярным туристическим местам. Внутренние и международные транспортные связи не всегда удобны и доступны, что затрудняет перемещение туристов.

Низкая осведомленность иностранных туристов о возможностях Казахстана: нехватка информации на иностранных языках, такие как сайты, рекламные материалы, онлайн-платформы и гиды, часто не доступны на основных мировых языках (например, на английском). Это ограничивает доступ к информации для международных туристов.

Недостаточное развитие рекламных компаний и маркетинга: в сравнении с другими странами, активно развивающими туризм, Казахстан не вкладывает достаточно средств в международную рекламную деятельность. Это ограничивает видимость страны как туристической дестинации и не позволяет привлекать широкий круг иностранных туристов.

Отсутствие комплексных туристических пакетов: разрозненность туристических предложений. Существует большое количество интересных туристических объектов, однако часто предлагают отдельные услуги, а не целые туристические пакеты. Это затрудняет планирование путешествия для иностранных туристов, которым часто нужно заранее купить весь набор услуг.

Низкое качество обслуживания: низкий уровень сервиса в некоторых туристических объектах и учреждениях. Персоналу не всегда хватает профессиональной подготовки и навыков в области гостеприимства.

Повышенная стоимость отдыха, которая не соответствует предоставляемым услугам: к примеру на начальном этапе планирования поездки появляются при оценке бюджета – в большинстве случаев (73,8%) турист ориентируется на бюджет путешествия до 300 тыс. тенге. Тут внутреннему туризму будет сложно конкурировать с горящими турами по направлениям в зарубежные страны за 170–190 тыс. тенге [2]. К тому же уровень сервиса и условия отдыха за границей значительно лучше местного, а сама структура и организация отдыха хорошо отлажена, при условии обращения к квалифицированным посредникам (турфирмам). Это может включать устаревшие гостиницы, ограниченные удобства, отсутствие современных сервисов, что не оправдывает высокие цены для туристов [3].

Среди проблем, связанных с профессиональными участниками рынка, можно выделить следующие:

Вопрос с субсидиями. Несмотря на существующие субсидии, профессиональные участники рынка отмечали сложность в их получении и недостаточность выделяемых средств. Однако они давали положительные комментарии в части юридического сопровождения и

помощи со стороны фонда «Даму», а также хорошо проработанной структуры государственных онлайн-порталов и систем. Экспертами отмечены определенные сложности при запуске стартапа в туризме, а некоторые в целом не владели информацией о программах господдержки.

Низкая конкуренция. Как упоминалось выше, невысокая конкуренция в популярных туристских локациях ведет к низкой заинтересованности владельцев туристских зон отдыха в улучшении сервиса. Такой бизнес мало заинтересован в расширении, государственных программах, обновлении инфраструктуры (лодок, аттракционов и т. д.) либо каких-либо других инвестициях в развитие.

Сезонные ограничения. Практика закрытия курортных мест размещения и других туристских объектов в зимний период ведет к тому, что владельцы вынуждены поднимать цены в высокий сезон (летние месяцы, для юга – с апреля по октябрь включительно) для покрытия убытков на содержание объекта и выплату заработной платы в низкий сезон.

Отсутствие крупных мероприятий: национальных фестивалей, которые стали бы центром притяжения для внутренних и иностранных туристов.

Культура внутренних туристов. Отсутствие экологического воспитания и бережного отношения к природе у казахстанцев. Разведение костров в неположенных местах, оставленный после отдыха мусор, потребительское отношение к существующей инфраструктуре оставляют плохое впечатление как у самих туристов, так и у профессиональных участников данной сферы.

Проблемы с кадрами в отрасли. Нехватка квалифицированных специалистов и низкие заработные платы обслуживающего персонала оказывают прямое воздействие на качество сервиса и популярность туристских мест. К тому же работа в сфере обслуживания не воспринимается как перспективная среди молодежи, а, скорее, как временная (даже без учета сезонности) [4].

Дополнительно: за пределами наиболее популярных локаций нередко встречается присутствие неквалифицированных гидов. Это порождает негативные отзывы, снижая вероятность повторного возвращения или рекомендации локации друзьям и знакомым.

Таким образом, исходя из вышеизложенного проблема в сфере туризма в Казахстане действительно существует и предлагается ряд мер для его решения:

✓ Развитие инфраструктуры – строительство и модернизация дорог, развитие воздушных и железнодорожных маршрутов между туристическими регионами, строительство современных гостиниц и улучшение сервиса в уже существующих объектах. Введение международных гостиничных брендов поможет повысить качество

обслуживания. Развитие онлайн-ресурсов для бронирования туров, отелей и билетов. Разработка мобильных приложений для туристов с картами, информацией о достопримечательностях и вариантах отдыха.

✓ Маркетинг и информированность – организация и участие в международных туристических выставках, чтобы увеличить узнаваемость страны как туристического направления. Создание онлайн-платформ для бронирования туров, социальные сети и другие цифровые источники информации (больше всего востребован Instagram, высокий уровень доверия к 2GIS). Работает популяризация туристских мест через блогеров.

✓ Образование и подготовка кадров – повышение квалификации гидов, работников сферы обслуживания. Обучение местных жителей экологическим и культурным стандартам обслуживания туристов, с акцентом на сохранение природных ресурсов и традиций.

✓ Создание благоприятной законодательной и налоговой среды – введение безвизового въезда для граждан некоторых стран или упрощение процесса получения визы для привлечения большего числа туристов. Снижение налоговой нагрузки на туроператоров и другие предприятия, работающие в сфере туризма, предоставление грантов и субсидий для создания новых туристических продуктов.

✓ Развитие событийного туризма – организация крупных международных фестивалей, спортивных событий, ярмарок, выставок, которые привлекут туристов [5].

Эти пути решения в комплексе помогут Казахстану стать более привлекательным туристическим направлением, улучшить инфраструктуру и обслуживание, а также значительно повысить конкурентоспособность на международной арене.

Список используемой литературы:

1. Электронный портал Gov.kz  
<https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm?lang=ru>
2. Информация о туризме  
<https://ffin.kz/research/9-turizm-v-kazahstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy>
3. Электронный портал Atameken Business  
<https://inbusiness.kz/ru/news/chto-tormozit-razvitie-turizma-v-kazahstane>
4. Информация о туризме  
<https://dknews.kz/ru/v-strane/330015-tokaev-oboznachil-glavnye-problemy-turizma-v>
5. Информация из личных источников.