

Құрметті Дариға Нұрсұлтанқызы!

Құрметті депутаттар!

Туристік сала ел экономикасының жалпы дамуына серпін бере алатынын шетелдік прогрессивтік тәжірибе көрсетіп отыр. Ал, бәсекелес артықшылықтарды дұрыс пайдалана алған кезде, аталған индустрияға тікелей тартылған (*көлік, байланыс, құрылыс, ауыл шаруашылығы және басқа осы сияқты*) **отыз екі** саланы дамытуға тікелей немесе жанама әсер етуі мүмкін.

Халықаралық сарапшылардың деректері бойынша, туризм табыстылығы кіріс әкелу жағынан мұнай өндіру өнеркәсібінен және автомобиль жасау саласынан кейін әлем бойынша үшінші орынды иеленеді. Алайда, туристік әлеуетке бай Қазақстанда оның үлесі елдің ЖІӨ-не шаққанда бар болғаны **0,3%**-ды құрайды.

Біздің көзқарасымыз бойынша, Қазақстанның туристік саласының мүмкіндігі қарапайым бағамен алғанда, жылына **10-нан 20** млрд. АҚШ долларына дейінгі аралықта және ЖІӨ құрылымында **6-7%**-ды құрауы мүмкін.

Бүгін Әсет Өрентайұлы бізді Туристік саланы дамытудың 2020 жылға дейінгі жаңа тұжырымдамасымен таныстырды, онда туристік қызмет саласындағы мемлекеттік саясаттың негізгі бағыттары ашып көрсетілген.

Сонымен бірге, Тұжырымдамада ескерілмей қалған жайттарға және біздің түсінуімізше жауабы табылмаған бірқатар мәселелерге тоқталғым келеді.

Біріншіден, туризм және саяхат саласындағы жаһандық бәсекеге қабілеттілік индексіне сәйкес 2013 жылы Қазақстан **140** елдің ішінде **88-орында** тұрды, яғни 2011 жылмен салыстырғанда бар болғаны бес сатыға көтерілді. Алайда, жалпы көрсеткіштерді есепке алатын болсақ, біз **50-ші** орындамыз, яғни, туризмнің жалпы дамуға қосқан үлесі аса таңғаларлықтай емес.

Қазақстанда Туризмді дамытудың бес жылға (2007-2011 жылдар) арналған мемлекеттік бағдарламасы қабылданғанын еске сала кеткен жөн, оның шеңберінде **60** млрд. теңгеге дейін қаражат бөлу жоспарланғанды. 2010 жылы аталған бағдарлама жойылды. Ол индустриалды саясат құрамының бірі ретінде Үдемелі индустриалды-инновациялық даму мемлекеттік бағдарламасына жеке бөлім болып енгізілді. Индустриаландырудың 2015-2019 жылдарға арналған екінші кезең жобасына туристік сала енгізілмеген. Бұл шамасы: «біздің осы сегментте дамудың шегіне жеткеніміздің», ал бұл күмән тудыратын жәйт, ия болмаса «осы салаға немқұрайлы қарағандықтың» белгісі. Сондықтан, Үкіметтен **мемлекеттік бағдарлама шеңберінде көзделген бюджет қаражаты қайда және қалай пайдаланылғанын** сұрайтын уақыт жетті. Оның үстіне, жаңа Тұжырымдамада туризмге әртүрлі көздерден **10** млрд. АҚШ доллары көлемінде қаражат салу ұсынылып отыр.

Аталған фактілерді ескере отырып, тиісті бақылаудың жоқтығы, Үкімет пен жергілікті атқарушы органдар әрекетінің келіспеушілігі мен үйлесімсіздігі экономиканы дамытуға және тұтастай қоғамға үлкен шығын келтіріп отыр деп айтуға болады. Мұндай тәсілмен алға қойылған мақсаттарға қол жеткізу мүмкін емес.

Сондықтан біз толыққанды жұмыс істейтін дамыту бағдарламасын қабылдауымыз қажет, оны іске асыру Қазақстанды еуразиялық туризмінің жаңа әрі серпінді дамыған орталығы болуына мүмкіндік беруі тиіс.

Екіншіден, орталық және жергілікті атқарушы органдардың отандық туристік индустрияның жағдайын жақсарту бойынша үйлестірілген және айқын іс-қимыл жоспары жоқ.

Статистика агенттігінің деректеріне сәйкес соңғы үш жылда *(2011-2013 жылдары)* Қазақстаннан сыртқа шыққандардың саны **27 млн. 200 мың** адам, ал біздің елімізге келген резидент еместердің саны **18 млн. 600 мың** адамды құрады. Яғни, шыққан азаматтардың саны **9 млн.** адамға көп.

Ішкі туризмнің көрсеткіштері тіпті мүшкіл жағдайда. 2011-2013 жылдардың қорытындылары бойынша барлығы **9 млн. 700 мың** адам ішкі туризмнің қызметтерін пайдаланған. Және бұл үш жылдық кезең көрсеткіші, тек бір – 2013 жылғы сыртқа шыққандардың санынан **400 мыңға** аз.

Яғни, отандық туристік саланың қазіргі жағдайы біздің елімізге шетел туристерін тартуды айтпағанның өзінде, тіпті

қазақстандық тұтынушының сыртқы нарыққа бағдарланғанын анық көрсетіп отыр. Туристік қызмет құрылымында **60 %**-дан астамын сыртқа шығу туризмі алып отыр және тек **6 %**-ы ғана кіру туризмінің үлесіне тиеді. Яғни, осы салада оң балансты қалыптастыру үшін, бірінші кезекте, бізге туристік қызметтердің отандық сатып алушылары үшін күресу керек. Бұл тұрғыда тәжірибеміз бар.

Өйткені туризм мемлекетіміз тәуелсіздігін алған күннен бастап дербес сала ретінде жұмыс істеп келеді.

Біздің түпкі мақсатымыз – сырттан келетін және ішкі туризм көлемін ұлғайту есебінен тұрғындарды жұмыспен, мемлекет пен халық кірісінің тұрақты өсімін қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрияны құру.

Осыған байланысты, туристік саланың тартымдылығын арттыру үшін Үкімет және жергілікті атқарушы органдар:

- визалық режимді, көші-қонды және шетелдіктерді тіркеуді оңайлату;

- құқықтық тәртіпке, денсаулық сақтауға және санитарлық-гигиеналық жағдайлардың жай-күйіне бақылауды күшейту;

- «Бизнестің жол картасы – 2020» бағдарламасы шеңберінде шағын және орта кәсіпкерлік субъектілеріне кредит беру шарттарын оңайлату;

- мемлекеттік-жекеменшік әріптестік және инвестициялық преференциялар беру тетіктерін жетілдіру;

- өңірлік деңгейде жеке туризм басқармаларын құру;

-туризм саласындағы саясаттың іске асырылуына бірінші басшылардың дербес жауапкершілігін бекіту жөнінде шаралар қабылдауы қажет.

Үшіншіден, біздің туризмнің ең басты жетіспеушілігінің бірі – инфрақұрылымның дамымай отырғандығы.

Әлемдік нарықтағы бәсекелестік, әсіресе, көлік, байланыс және сервистік қызмет көрсету сияқты салаларда бәсеңсуді көтермейді.

Мемлекет басшысы **Нұрсұлтан Әбішұлы Назарбаев** «Қазақстан-2050» Стратегиясында «инфрақұрылым экономикалық өсімнің мүмкіндіктерін кеңейтуге тиіс» екендігін нақты айқындап берді.

Сондықтан бізге жергілікті жерде көліктік күре тамырды дамыту қажет. Сонымен қатар Тұжырымдамада бес «серпінді» туристік кластер, басым бөлігі ауылдық елді мекендерден тұратын өңірлерде орналасады деп көзделген. Және ол жерлерде туристік объектілерге баратын жақсы әрі қауіпсіз жолдардың, кірме жолдардың жоқ екені және көп көлемде туристер легін тасымалдауға бейімделмегені бәрімізге де белгілі.

Инфрақұрылымы дамыған мемлекеттерге қарағанда, автомобиль жолдарының жүйесі дамымаған елдерде тұрғындарға қызмет көрсету бағасы **2-3** есе жоғары болатынын халықаралық тәжірибе көрсетіп отыр.

Туристік саланы дамытуда теміржол көлігі маңызды рөл атқарады және оның бірқатар артықшылықтары бар. Бұл –

тасымалдаудың реттілігі, қауіпсіздігі және құнының жоғары болмауы.

Сондықтан «Қазақстан темір жолы» акционерлік қоғамының ресурстарын пайдалану қажет және туристерге қызмет көрсету саласына, атап айтқанда, топтық билеттерді брондау мен топтық тасымалдау бөлігінде ұтқырлықты енгізу керек, сондай-ақ халықаралық бағытты қоса алғанда, жол бағыты картасын кеңейту қажет.

Сондай-ақ туризмді дамыту үшін авиация ресурстарын пайдалану қажет. Және де мүдделі авиакомпанияларды авиабилеттердің бағасын төмендетуге, бюджеті аз авиа тасымалдаушылар үшін бәсекелестік орта құруға, өңірлердің туристік әлеуетін ашу үшін серпіліс бере отырып, кіші авиацияны дамытуға бағдарлаған жөн.

Сонымен бірге, су көлігі түрлерін дамытуға ерекше көңіл бөлу қажет.

Төртіншіден, қызмет көрсету саласында кезек күттірмейтін шешім қабылдауды талап ететін бірқатар проблемалық мәселелер бар. Негізгі проблемалардың бірі – туризм индустриясы объектілерінде білікті персоналдардың тапшылығы, сондай-ақ осы сала кадрларын даярлау сапасы болып табылады.

Туристік сала бүгінде – жас кадрлардың келуін қажет ететін, өте перспективті әрі серпінді дамып отырған нарық. Туризм жұмыспен қамтылмаған немесе ішінара жұмыспен қамтылған халықты тарта отырып, жұмыссыздық деңгейін төмендетіп, еңбек

ресурстарын толық және тиімді пайдалану проблемаларын шешуге ықпал етеді, бұл жеткілікті дамымаған өңірлер үшін маңызды.

Туристік маусымның қызған шағында ауыл шаруашылығы, көлік, жергілікті сауда және қолөнер кәсіпшілігінен босаған жұмыс күшін жұмыспен қамтамасыз етуге болады.

Көптеген елдерде осы салада халықтың **5 %-ы** жұмыспен қамтылған. Мысалы, Францияда - **10 %**, Италия мен Швейцарияда - **15 %**. АҚШ-тың туристік сервисінде **4 млн.** адам жұмыс істейді. Батыс Еуропада қонақ үй шаруашылығында **6-7 млн.** адам қызмет жасайды. Ал бізде аталған сала бойынша барлығы **168 мың** адам немесе жұмыспен қамтылған халықтың **2 %-ы** айналысады.

Еліміздің жаһандануына, интеграцияланған процестерге және «**жаңа бастамаларға**» байланысты біз ЭКСПО-2017 және Универсиада сияқты халықаралық көлемді жобаларды өткізу бойынша туристік индустрия бойынша қажет мамандарды даярлаудың тегін курстарын жүргізу, туристермен қарым-қатынас мәдениеті семинарларын өткізу бойынша оқыту орталықтарын құруымыз және жұмыспен қамту мәселелерін шешуіміз қажет.

Сондай-ақ халықаралық туристік білім беру сапасын сертификаттау жүйесінің принциптеріне көңіл бөлуіміз керек. Бұл сервистік қызмет көрсету деңгейін арттыруға, шетелдік әріптестермен ынтымақтастық базасын кеңейтуге, туристік сала өнімі мен қызметтеріне бағаны ырықтандыруға жағымды әсер етеді.

Бесіншіден, проблемалардың бірі туристік объектілер ғимараттары мен құрылыстарының қанағаттанарлықсыз жай-күйі, қонақ үй, пансионаттар, демалыс базалары мен үйлері, сондай-ақ санаторийлік-курорттық мекемелерді қоса алғанда, орналастыру объектілерінің материалдық базасының ескіруі болып табылады.

Курорттық аймақтар мен белгілі тарихи орындарға жетудің қиындығы, туристік инфрақұрылымның дамымай отырғандығы туристер үшін үлкен қолайсыздық туғызып тұр. Көптеген туристік объектілерде автотұрақтар, жол бойы сервисінің элементтері көзделмеген, қарапайым белгілер мен нұсқауыштар ойластырылмаған, туристерді дислокациялау орындарында визит орталығы жоқ. Осындай орындарға мүмкіндігі шектеулі адамдардың қол жеткізуін айтпағанның өзінде, дені сау адам үшін де бұл проблема болып табылады.

Аталған проблемалар бола тұрып, бағаның қызметтер ұсыну сапасына сәйкес келмеуі жағдайды күрделендіре түседі. Отандық санаторийлер, курорттар және қонақ үйлердің бағалары (прайстері) отандық нарыққа пайда әкелмейтін демалыс орындарын таңдауға мәжбүрлейді. Таяу шетелдердегі демалыс осы елдердің экзотикалығында емес, оның бағасына байланысты ғана тартымды болып отыр, өйткені көлікті және тамақты қоса алғандағы шығыстар бізге қарағанда бір жарым немесе екі есеге дейін арзанға түседі.

Сондықтан осы мәселелерді шешу үшін мемлекеттің барлық мүмкін болатын ресурстарын, әсіресе, аталған министрліктің, даму институттарының, Ұлттық кәсіпкерлер палатасының, қоғамдық

ұйымдар мен кәсіпкерлік субъектілерінің ресурстарын тарту қажет деп есептейміз.

Алтыншыдан, еліміздің имидждік сипаттамасын енгізу мәселесі өткір күйінде қалып отыр. Қазақстандық туризмнің ұстанымы бойынша бірыңғай маркетингтік стратегия жоқ.

Өкінішке орай, біз курорттық аймаққа бай емеспіз. Бізде тұрақты қолайлы климат кезеңдері жоқ, сондықтан ұлттық бірегей ортаға бағытталып, біздің Отанымыздың дәстүрі мен тарихына сүйенуіміз қажет.

Туристік лагерьлер орындарында «айтыстар», «ат жарыстары», «көкпар», бүркітпен аң аулауды ұйымдастыру, «саумалы қымыз» сияқты дәстүрлі емдеу әдістері арқылы денсаулықты сауықтыруға демалыс орындарына белсенді түрде тарту, театрландырылған тарихи қойылымдар және т.б. ұйымдастырып, ұлттық салт-дәстүрлерге тарту арқылы келушілердің қатарын ұлғайта түсу қажет.

Халықаралық тәжірибенің өзі осы тақырыпта көптеген мысалға толы, айталық, Канаданың Квебек қаласындағы «Қысқы карнавал» немесе Латын Америкасының «Оруродағы карнавал» 500 мыңдай адамның қатысуымен өтеді, ал «Бразилия карнавалы» жыл сайын 800 мыңнан астам туристі тартады.

Сонымен бірге, біз туристік айналымға қазіргі заманғы ғылым мен техниканың жетістіктерін тарта отырып, шағын және орта бизнестің дамуына серпін беріп, өз қоғамымыздың заманауи технологияларға ие екенімізді көрсете аламыз, айталық:

Байқоңырдағы «Ғарыш айлағы» құрылысы (мысалы, НАСА-ның «Мыс Канаверал» ғарыш орталығын аралап көруге жыл сайын 1 млн. адам келеді); медицинаның қазіргі заманғы жетістіктеріне де туристерді белсенді тарта білу қажет.

Жетіншіден, отандық туристік объектілерде туристік контингенттің болу ұзақтығы басымдық болып қала береді. Табиғи жағынан алғанда туризмнің өзі маусымдық қызмет екені белгілі, сондықтан туристік белсенділіктің тұрақты болуын қамтамасыз ету мақсатында туристік кластерлік объектілерде туристерді тарта білетін және ұстап тұратын әсерлі оқиғаға толы іс-шаралар кешенін құрудың маңыздылығы зор. Клиенттердің сұраныстары мен тілектеріне бірден ден қоя отырып, олардың демалыстары қызықты болуын және өткізген уақыттарының мазмұндылығын арттыру қажет.

Біз тіс қаққан тұтынушыға кең ауқымды көрсетілетін қызметтерді ұсынуымыз керек. Туристік қызметті жоспарлау кезінде түпкі тұтынушылардың қажеттіліктері, талаптары мен тілектері басында тұруы тиіс.

Біздің алдымызда бәсекеге қабілетті туристік индустрияны құру және 2020 жылға қарай Қазақстанды еуразиялық туризм орталығына айналдыру міндеті тұр. Өкінішке орай, бүгінгі таңда туризмнің қандай түрін дамыту қажеттігі туралы туроператорлардың нақты ұстанымдары жоқ. Оларға көмек қажет. Және де жаңа кластерлік зоналарды таныстыру үшін бизнес-қоғамдастықтарды белсенді түрде тарта білуіміз керек.

Сондай-ақ агрессивті жарнамаларды кең түрде пайдалана отырып, бұқаралық ақпарат құралдары арқылы **отандық туризмді насихаттау** және жергілікті демалыс орындарын танымал ету бойынша жұмыстарды жандандыра түсу қажет.

Ал біздің басылымдардың беттерінде, негізінен, таяу және алыс шетелдің курорттық аймақтары жарнамаланады. Міне, сіздерге қарапайым мысал, өзім жиі оқитын «Отдохни» журналының соңғы нөмірлерінде Черногорияның демалыс орындары және Италиядағы Комо көлі туралы жарияланған. Алайда, біздің елдегі табиғаттың сұлулығы да, ем-шарасының пайдалылығы да олардан кем түспейтіні анық.

Құрметті депутаттар!

Сөзімді қорытындылай келе, Әсет Орентайұлына алға қойылған мәселелерді шешуде табыстар тілеймін. Ол үшін барлық мүмкіндіктер бар. Бүгінде министрлік туристік саланы жедел дамытуға серпін бере алады және оны іске асыруға міндетті.

Назарларыңызға рахмет!