

УДК 338.482(574) + (100)

АНАЛИЗ ИМИДЖА КАЗАХСТАНА НА МИРОВОМ ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ

Оспанов Г.М.

РГПП «Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова»,
Караганда, e-mail: g88888g@mail.ru

В настоящей статье анализируется позиционирование Республики Казахстан на мировом туристском рынке как страны с быстрорастущей экономикой. В частности, приводятся основные результаты исследований мировой компании, занимающейся разработкой стратегий и продвижения туристских продуктов на мировой рынок туристских услуг. Показан прогноз международных туристских прибытий, а также приоритетных видов туристских продуктов в Республике Казахстан. Охарактеризована карта потенциала Казахстана по привлечению туристов, согласно которой наиболее приоритетным рынком является поток туристов из Германии, Великобритании, Южной Кореи и других. Раскрыты основные цели улучшения качества туристского продукта согласно исследованиям международных компаний, в частности – сделать существующие туристские объекты Казахстана конкурентоспособными на международном рынке, создать возможности для увеличения существующего туристского предложения в Республике Казахстан.

Ключевые слова: туристский продукт, имидж страны, мировой рынок туристских услуг, позиционирование туристских услуг, туристские стратегии, карта туристского потенциала

ANALYSIS OF THE IMAGE OF KAZAKHSTAN ON THE WORLD TOURISM MARKET

Ospanov G.M.

Karaganda State University named after academician E.A. Buketov,
Karaganda, e-mail: g88888g@mail.ru

In this article the positioning of the Republic of Kazakhstan on the world tourism market as the country with the fastest growing economy is analyzed. In particular, it presents the main results of the global company engaged in the development of strategies and promotion of tourist products to the world market of tourist services. The forecast of international tourist arrivals, as well as preoritenyh of tourist products in the Republic of Kazakhstan was shown. The map of Kazakhstan's capacity of the attraction the tourists, according to which the highest priority is the market of tourists from Germany, the UK, South Korea, and others was characterized. The main objectives of the improving of the quality of tourism product according to research by international companies, in particular – to make existing tourist facilities Kazakhstan internationally competitive, to create opportunities to enhance existing tourism supply in the Republic of Kazakhstan were disclosed.

Keywords: tourism product, the image of the country, the world market of tourist services, the positioning of tourism services, tourism strategy, the map of tourist potential

В 2006–2010 годах исследовательской компанией «IPK International» («International consulting group on tourism»), которая занимает лидирующие позиции в разработке стратегий и продвижении туристских продуктов на мировой рынок туристских услуг,

проведено исследование имиджа Казахстана на мировом туристском рынке.

Согласно данным исследованиям, выявлены позитивные и негативные ассоциации, связанные с восприятием наименования «Казахстан» (рис. 1) [3].

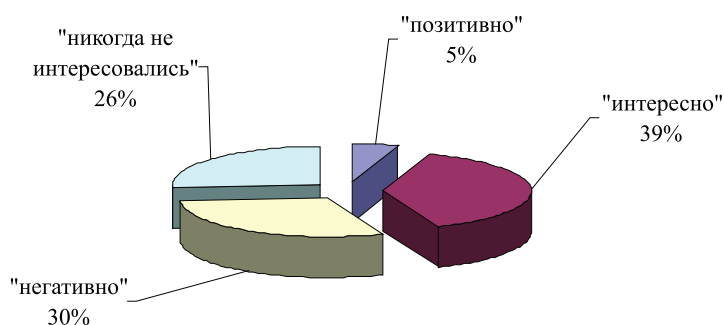


Рис. 1. Ассоциации, связанные с восприятием наименования «Казахстан» (процент от населения на международных рынках)

Данные рисунка показывают, что на международных рынках название страны «Казахстан» больше ассоциируется с чем-

то «интересным» (39%), это означает, что Казахстан вызывает любопытство у иностранцев. Для европейской части населения

(меньше для азиатской части) имя частично ассоциируется с чем-то негативным или нейтральным (30, 26%).

Исследования показали также следующее:

- узнаваемость Казахстана на рынке Азии составляет 80 и 45% на рынке Европы;
- для 44% имя «Казахстан» вызывает любопытство, но не создает ассоциаций Казахстана как туристское направление;
- имидж Казахстана все еще ассоциируется с бывшим Советским Союзом, а также с исламом, но присутствуют некоторые ассоциации, которые потенциально можно использовать для развития туристского на-

правления, такие как необъятная страна, степи, пустыни, а в Азии ассоциируется с футболом;

– 3% или 14,2 миллиона людей на выбранных 5 рынках высказали потенциальный интерес в посещении Казахстана с туристскими целями;

– наибольший интерес в посещении Казахстана наблюдается в Великобритании, Южной Корее, Франции, Германии и только несколько человек в Японии.

Также данной компанией построена карта потенциала Казахстана по привлечению туристов (рис. 2).



Рис. 2 Мировой рынок поездок для Казахстана – 2020

Согласно представленной карте, учитывая комбинацию существующих рынков для Казахстана и те, из которых можно потенциально ожидать туристский поток, рекомендуются следующие рынки:

- наиболее приоритетным рынком является Германия;
- рынками первого приоритета будут являться Великобритания и Южная Корея;
- Франция и Италия будут являться вторыми рынками со вторыми приоритетами.

Остальные рынки могут быть классифицированы как рынки с третьим приоритетом, где не рекомендуется использование активных маркетинговых инструментов, но где в свою очередь необходимо осуществлять «пассивную» поддержку в виде выпуска информационного материала и т.д.

Согласно прогнозу, поток туристов в Казахстан ежегодно будет расти. Так,

в 2015 году прибудет 5 050 000 человек, максимальный поток будет наблюдаться из стран СНГ и Европы.

Основные цели поездок в Казахстан, согласно прогнозу на 2015 год, – это преимущественно посещение родственников и друзей, деловые цели. Об этом свидетельствуют данные табл. 1 [4].

Прогноз объема продаж в туристской отрасли в Казахстане представлен в табл. 2.

Данные таблицы показывают, что туристские расходы к 2020 г. смогут создать 4,2 млрд долларов США дополнительно к ВВП ежегодно, или на 170 USD больше к доходу гражданина ежегодно.

Создание дополнительных 150000 новых рабочих мест как в отрасли туризма, так и в сопутствующей ей отраслях.

Таблица 1

Количество посетителей, приехавших в Казахстан по целям поездки (прогноз 2020 г.)

Цель визита	Количество международных посетителей, въезжающих в Казахстан до 2020			
	2004	2010	2015	2020
1	2	3	4	5
Деловая	825000	1020000	1200000	1400000
Посещение родственников и друзей	2190000	2750000	3250000	4150000
Туризм	58000	280000	600000	950000
Всего въезжающих	3073000	4050000	5050000	6500000

Таблица 2

Прогноз объема продаж в туристской отрасли в Казахстане

Регион	Прогноз объема продаж в туристской отрасли в Казахстане (в млн USD – рассчитан на основе постоянных цен 2004)			
	2004	2010	2015	2020
Внутренний	350	600	950	1400
СНГ	600	840	1160	1400
Вне СНГ	320	600	920	1400
Все расходы	1270	2040	3030	4200

Основные цели улучшения качества туристского продукта согласно проведенному исследованию:

1. Сделать существующие туристские объекты конкурентоспособными на международном рынке.

2. Создать возможности для увеличения существующего туристского предложения в 4 раза с последующей продажей на международном рынке до 2020 года.

Для этого необходимо соответствие транспортных и коммуникационных услуг международным стандартам. На сегодняшний день аэропорты Астаны и Алматы достаточно оснащены в части технической инфраструктуры и инфраструктуры пассажиров, так же как и малый аэропорт в Актау, значительного ремонта требуют аэропорты города Шымкента и Усть-Каменогорска [1].

Основанная сеть дорог Казахстана находится в хорошем состоянии. Несмотря на это, необходим ремонт как главных, так и второстепенных дорог. Также немаловажно создание карт дорог, которые бы соответствовали международным стандартам и были переведены на иностранные языки.

Отсутствуют стандартные и «Туристские» дорожные знаки, а существующие знаки в большинстве своем представляют знаки на русском языке. Информация о расположении и рабочих часах заправочной станции должна быть доступна для международного туриста.

В целом по стране система аренды машин с возможностью оставлять их и арендовать в других местах не функционирует вообще.

Анализ состояния средств размещения показал, что отсутствуют трехзвездочные гостиницы, при постройке и ремонте гостиниц которые были возведены сравнительно недавно, использовалось оборудование и материал невысокого качества. Иностранцы и внутренние туристы ожидают получить комнаты хорошо оборудованные, с высококачественным обслуживанием и частицей национальной культуры Казахстана. Те же самые изменения необходимы с точки зрения «гостеприимности» в оздоровительных центрах [5].

Большинство туров, предлагаемых в Казахстане, относятся к пешеходным, горным и конным видам туристской деятельности, но в целом информация по данным турам является недостаточной, и сам туристский продукт не готов для продажи.

Проведенный анализ показал, что Казахстан обладает потенциалом в туристских ресурсах, но большинству из данного перечня тур продуктов необходимы инвестиции в развитие ресурсов и создание соответствующих условий обслуживания.

Для Казахстана как нового игрока не имеет смысла, а также финансово невозможно представить все туристские продукты на международном рынке единой ценой. По крайней мере, на последующие три года все инвестиции – как государственные, так и частные – должны быть сконцентрированы на создании самых лучших турпродуктов, соответствующих международным стандартам. По крайней мере, такие туристские продукты будут рентабельными.

Анализ показал, что основными сегментами европейского рынка туристских поездок являются пляжный туризм (32%), комбинированные туры (20%) и городской туризм (14%). Если хотя бы один из представленных сегментов не будет сформирован в Казахстане, то привлечение европейского рынка будет затруднительным.

Основными сегментами азиатского рынка туристских поездок являются комбинированные туры (50%), городской туризм (18%) и пляжный туризм (15%). Если хотя бы один из представленных сегментов не будет сформирован в Казахстане, то привлечение азиатского рынка будет также затруднительным.

Для превращения Казахстана в известное туристское направление до 2020 г., согласно исследованиям «IPK International», потребуются вложения в размере 1 миллиарда долларов. Для такого важного решения знание крупнейших сегментов туристского рынка явно считается недостаточным. Большинство международных конкурентов уже заняли данные рынки и сегменты. Для принятия решения по привлечению такого объема инвестиций для туристской общности Казахстана прежде всего необходимо позиционировать страну со стороны спроса, а именно мнения международных туристов.

Исследование показало, что 14,2 миллиона туристов из Европы и Азии испытывают интерес к Казахстану как к туристскому направлению.

Фактически Казахстан предлагает специализированные туры, экстремальные туры, а также туры по Шелковому пути в комбинации с другими странами [2].

Как показал опрос, проведенный компанией IPK, существующие туристские продукты не являются перспективными. Перспективный турпродукт должен быть сконцентрирован на качественном предоставлении услуг.

Для того чтобы поддерживать имидж Казахстана как страны открытой и дружелюбной для иностранных посетителей

(как для туристов, так и для бизнесменов), а также в интересах экономических и туристских отношений, очень важно усилить туристскую политику Казахстана.

Список литературы

1. Можарова В. Транспорт в Казахстане: современная ситуация, проблемы и перспективы развития. – Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2011. – С. 136–139.
2. Основные направления туризма в Казахстане [Электронный ресурс] // Официальный туристский сайт Казахстана. – URL: [http://visitkazakhstan.kz/ru/guide/tours/0/0/?filter\[type\]=73](http://visitkazakhstan.kz/ru/guide/tours/0/0/?filter[type]=73) (дата обращения 19.11.2012).
3. Имидж Казахстана на мировом туристском рынке: Отчет исследовательской компании «IPK International» в 2006–2010 гг.
4. Туризм Казахстана 2006–2010: статистический сборник / под ред. А.А. Смаилова. – Астана: ТОО «Казстатинформ», 2011. – С. 16, 19.
5. Туризм Казахстана 2007–2011: статистический сборник / под ред. А.А. Смаилова. – Астана: ТОО «Казстатинформ», 2012. – С. 44, 47, 50.

References

1. Mozharova V. Transport v Kazahstane: sovremennaja situacija, problemy i perspektivy razvitiya. Almaty: KISI pri Prezidente RK, 2011. pp. 136–139.
2. Osnovnye napravlenija turizma v Kazahstane [Elektronnyj resurs] // Oficial'nyj turistskij sajt Kazahstana. – URL: [http://visitkazakhstan.kz/ru/guide/tours/0/0/?filter\[type\]=73](http://visitkazakhstan.kz/ru/guide/tours/0/0/?filter[type]=73) (data obravnenija 19.11.2012).
3. Otchet issledovatel'skoj kompanii «IPKInternational» v 2006–2010 gg. «Imidzh Kazahstana na mirovom turistskom rynke».
4. Turizm Kazahstana 2006–2010: statisticheskiy sbornik / pod red. A.A. Smailova. Astana: TOO «Kazstatainform», 2011. pp. 16, 19.
5. Turizm Kazahstana 2007–2011: statisticheskiy sbornik / pod red. A.A. Smailova. Astana: TOO «Kazstatainform», 2012. pp. 44, 47, 50.

Рецензенты:

Есенгельдин Б.С., д.э.н., профессор, декан экономического факультета, Карагандинский государственный университет имени Е.А. Букетова, г. Караганда;

Кошебаева д.э.н., профессор кафедры «Менеджмент предприятия», Карагандинский государственный технический университет, г. Караганда.

Работа поступила в редакцию 20.11.2012.