

УДК 339.54 (574+510) (575.2) (04)

ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ШОП-ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ (НА ПРИМЕРЕ РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНСКО-КИТАЙСКИХ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ)

А.К. Жайлауова, Г.К. Койшинова

Рассматриваются ключевые проблемы и наметившиеся тенденции развития шоп-туризма как отрасли туристского бизнеса в Казахстане на примере казахстанско-китайских торгово-экономических отношений.

Ключевые слова: туризм; шоп-туризм; торгово-экономические отношения.

Современный туризм – это отрасль мировой экономики, не знающая спада. По расчетам специалистов, в среднем для получения доходов эквивалентных тем, которые дает один иностранный турист, надо вывозить на мировой рынок примерно 9 т каменного угля, или 15 т нефти, или 2 т высокосортной пшеницы. При этом продажа сырья истощает энергоносители страны, а туристская индустрия работает на возобновляемых ресурсах. По подсчетам зарубежных экономистов, 100 тыс. туристов, проведя в среднем два часа в городе, расходуют не менее 350 тыс. долл. США, или 17,5 долл. на человека каждый час. Таким образом, продажа сырья – это своего рода экономический тупик, а развитие туризма – длительная, экономически выгодная перспектива [1, с. 232–234].

Туризм в целом оказывает три положительных эффекта на экономику государства:

1. Обеспечивает приток иностранной валюты и оказывает положительное влияние на такие экономические показатели, как платежный баланс и совокупный экспорт.

2. Помогает увеличить занятость населения. По оценкам ВТО и Всемирного совета туризма и путешествий на каждое рабочее место, создаваемое в индустрии туризма, приходится от 5 до 9 рабочих мест, появляющихся в других отраслях. Туризм прямо или косвенно влияет на развитие 32 отраслей экономики.

3. Способствует развитию инфраструктуры страны.

Туризм активно воздействует на экономику целых районов страны, Создание и функционирование хозяйствующих субъектов в области туризма тесно связано с развитием дорожного транспорта, торгового, коммунально-бытового, культурного, медицинского обслуживания. Таким образом, ин-

дустрия туризма обладает более сильным эффектом мультипликатора, чем большинство других экономических секторов.

Туризм – деятельность, непосредственно связанная с отдыхом, досугом, спортом и общением с культурой и природой, которая должна планироваться и практиковаться как средство индивидуального и коллективного совершенствования. В этом случае он становится незаменимым фактором самообразования, толерантности и познания различий между народами и культурами в их разнообразии.

Принимая во внимание быстрый и постоянный рост туризма, его мощное воздействие на окружающую среду, на все сектора экономики и благосостояние общества, правительство в долгосрочной программе развития Казахстана определило туристскую отрасль приоритетной.

До обретения Казахстаном независимости туризм, как и все другие отрасли экономики, был жестко регламентирован центром. С приобретением независимости в Казахстане была заложена основа для регулирования туристской деятельности и возрождения исторического и культурного наследия народа.

На сегодня развитие туризма обеспечивается Законом Республики Казахстан “О туризме” № 1508-ХІІ от 3 июля 1992 года, Указами Президента Республики Казахстан “О реализации Ташкентской декларации глав тюрко-язычных государств, проекта ЮНЕСКО и Всемирной Туристской Организации по развитию инфраструктуры туризма на Великом Шелковом пути в Республике Казахстан” № 3476 от 30 апреля 1997 года и «О Государственной программе Республики Казахстан “Возрождение исторических центров Шелкового пути, сохранение и преемственное развитие культурного наследия тюрко-язычных государств,

создание инфраструктуры туризма» № 3859 от 27 февраля 1998 года [2, с. 3].

Принятие этих документов положительно сказалось на развитии казахстанского рынка туризма.

Однако на сегодняшний день одной из острых проблем формирования туристской индустрии в Казахстане является приоритетное место и преобладающее значение выездного туризма, удельный вес в котором занимает так называемый «шоп-туризм». Неэквивалентное соотношение выездного и въездного туризма остается на сегодняшний день открытой проблемой [3].

Анализируя ситуацию прошлого года по данным Департамента микроэкономической статистики РК, мы наблюдаем тенденцию роста выездного туризма и сохранение дисбаланса между выездным и въездным типами туризма. В 2011 г. выехали за рубеж 40830 чел., а посетили Казахстан 10494 туристов, преследуя различные цели путешествий, а именно: с целью досуга и отдыха выехали 20845 чел., посетили родственников 1647 чел., деловые туристы – 4655 чел., с целью лечения – 363 чел., паломничества – 403, коммерческими целями (шоп-туризм) – 12917 чел., что составляет почти 1/3 часть общей численности выезжающих за пределы республики [4, с. 33]. Преобладающее место туризма с коммерческими целями сохраняется со времени образования суверенного Казахстана. Из 17 млн населения Казахстана «челночным бизнесом» в 1996 г. занимались 1 млн человек. По сей день ежегодно они завозят в Казахстан товаров на сумму около 1 млрд 500 млн долл. США [5, с. 44]. Термин «шоп-туризм» возник и был широко распространен в начале 90-х гг. XX в., другими словами, он означает деятельность по участию частных, индивидуальных предпринимателей в торговле с другими государствами. Может показаться, что шоп-туризм является порождением современной жизни, однако это не так: международная торговля именно в этом виде в течение тысячелетий носила характер «чел-

ночных» торговых путешествий. Этого показателя в официальной статистике внешнеэкономической деятельности республики не существует, показатель импорта представляет дополнение к осуществленному государством импорту в сумме 3,5 млрд долл. США. «Челноки» осуществляют около половины импортных операций от суммы всех ввозимых товаров в Казахстан, и соседние страны уже осознали полезность такой торговой деятельности. Так, благодаря торговым операциям с «челноками» из СНГ, и Казахстана в частности, ежегодный торговый оборот Китая в середине 90-х гг. составляет 8–10 млрд долл. США [6]. Конечно же, такие «купцы» когда-нибудь уйдут в историю, однако и сегодня они являются составным элементом во внешней торговле Казахстана. Крупнейшим соседом Казахстана выступает Китай. В своих пресс-релизах Посольства КНР в Казахстане Китай приветствует приезд иностранцев. Согласно данным МИД КНР, в 2005 г. гражданам иностранных государств было выдано 6,5 млн китайских виз, в 2008 г. – 7,4 млн, а в 2011 г. – 8,13 млн. В последние годы МИД КНР разработало ряд мер с целью облегчения поездок иностранцев в Китай [6, с. 32].

Если прежде сотрудничество между странами носило фрагментарный характер, то в последнее время оно активно развивается в энергетической, производственной, торговой, туристской, образовательной и иных сферах деятельности. Сравнительно недавно эти страны официально закрепили за собой статус стратегических партнеров. По мнению официальных лиц Китая, Казахстан считается «самым важным торговым партнером в Центральной Азии». По посещаемости нашими туристами зарубежных стран, Китай занимает одно из лидирующих мест, сохраняя тенденцию посещения страны с целью шоп-туризма. Для более успешного анализа в графическом выражении статистические данные выглядят следующим образом (рисунок 1):

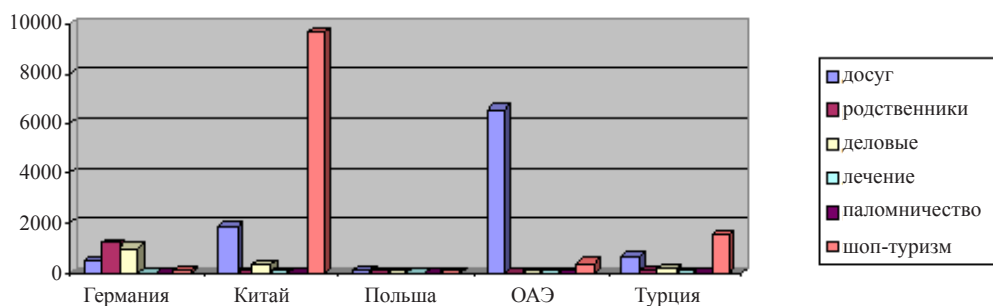


Рисунок 1 – Количество туристов по видам туризма и целям путешествий в РК за 2011 г. в разрезе основных посещаемых стран (тыс.чел.)

Анализируя данные, мы четко наблюдаем позицию нарастания и приоритетного места Китая в разрезе посещаемых стран – 11901 чел., когда Турция составила – 2386, Германия – 2688, Польша – 102, ОАЭ – 7251 чел. В разрезе по целям путешествий, а именно, интересующая нас категория шоп-туризма составляет: Китай – 9690 чел., Турция – 1538, Германия – 260, Польша – 22, ОАЭ – 431 чел.

Сегодня Китай для Казахстана является не только сопредельным государством, но и одновременно партнером и конкурентом на мировом рынке товаров и капитала. Все это обуславливает необходимость тщательного осмысления китайского опыта экономической модернизации. Затрагивая актуальную на сегодняшний день тему в сфере развития индустрии туризма, а именно проблемы и перспективы уникального явления постсоветского периода, так называемого “шоп-туризма”, необходимо сказать о его постепенном переходе в одну из крупнейших отраслей зарождающейся туристской индустрии в Казахстане.

Несмотря на цифры статистики, проблемы сегодняшнего казахстанского туризма остаются и имеют, прежде всего, экономические последствия. Главными проблемами “топтания на месте” и отсутствия прогресса в индустрии туризма является то, что на государственном уровне туризмом, как отраслью экономики, не занимаются целенаправленно. Она до сих пор остается в искусственном соединении с другими отраслями и подчас неэкономическими. До сих пор существует Управление по туризму и спорту, где чиновники не уделяют внимание развитию комплексного прогнозирования, долгосрочному планированию, территориальной организации туризма и негосударственным туристским структурам. Фактором, тормозящим развитие отрасли, является непризнание со стороны местных органов управления приоритета туристской деятельности, несмотря на то, что большая часть доходов от туризма поступает в местный бюджет.

В развитии казахстанско-китайского сотрудничества, в частности, по мнению китайских специалистов, занимающихся международной торговлей, экономики соседних стран взаимно дополняют друг друга. Поскольку в эффективности торгово-экономических связей заинтересованы обе стороны, необходимо постепенно уходить от позиции одностороннего характера торгово-экономических отношений, которая сохраняется до сих пор. Представляется, что подобная позиция носит односторонний характер и не отражает в достаточной мере противоречивого взаимодействия соседних

стран. Связи между ними ограничиваются в основном торговым сотрудничеством, где “взимодополнение” – это нарастающие поставки казахстанского сырья, продукции низких переделов (руда, металлолом, нефть, черные и цветные металлы) и встречные потоки китайского капитала и готовой продукции, практически заполняющие все ниши внутреннего рынка. Положительное сальдо в торговле с КНР представляется позитивным результатом, однако за ним скрывается отсталая структура казахстанских поставок, а следовательно, и отечественной экономики.

На сегодняшний день, исходя из многих факторов, выездной туризм, как и шоп-туризм – один из инструментов и механизмов реализации торгово-экономического сотрудничества стран – сохраняет свои преобладающие тенденции. Потенциал туристских ресурсов Казахстана огромен и для динамичного развития страны, как объекта, представляющего уникальный туристский продукт, необходимы тщательное изучение, анализ, прогнозирование и разработка действенных экономических мер по наращиванию и активизации туристской деятельности Казахстана. На сегодняшний день важно не увеличение количества выезжающего населения в сфере шоп-туризма, а формирование казахстанской индустрии туризма в новой качественной формации.

Литература

1. *Ашимбаева А.Т.* Китай в мировой экономике: динамика роста, стратегия и тактика преобразований, факторы конкурентоспособности / А.Т. Ашимбаева. Алматы, 2008.
2. *Сыроежкин К.Л.* Казахстан – Китай: от приграничной торговли к стратегическому партнерству / К.Л. Сыроежкин. Алматы: КИСИ при Президенте РК, 2010.
3. Концепция развития туризма в Республике Казахстан // Постановление Правительства Республики Казахстан № 333 от 6 марта 2001 года. С. 2, 3, 5.
4. Развитие туризма и гостиничного хозяйства в РК за 2009 год // Департамент микроэкономической статистики Исх. № 1809 26/25 от 01.12.2008, 2009, 2011 гг. [Электронный ресурс]: <http://www.stat.kz>
5. Пресс-релиз № 11 Посольства КНР в РК от 07.04.2011 года. с.1 [Электронный ресурс]: <http://kz.china-embassy.org.rus>
6. Газета “Жэньминь жибао” он-лайн от 29.10.2011. С. 3. [Электронный ресурс]: <http://russian.people.com.cn>