

УДК 911.3; 911,3:316

**Бейсембинова Ардак Сериковна – к.г.н., доцент
(Алматы, КазНУ им. аль-Фараби)**

АНАЛИЗ ЕМКОСТИ ТУРИСТСКОГО РЫНКА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

В настоящее время рынок туризма насыщен и перенасыщен различными услугами и товарами, поэтому важнейшим элементом рынка является покупатель. Производители, агенты борются между собой за покупателя. Покупатель же активно использует свою позицию на рынке для совершения акта купли с учетом собственных потребностей и финансовых возможностей. В этих условиях структура туристского рынка определяется структурой платежеспособного спроса и разнообразием потребностей туристов. Разные требования туристов к стоимости, к потребительским показателям качества, к уровню качества туристского продукта делят единое пространство туристского рынка на отдельные части, которые называют сегментами рынка.

Туристская фирма, стремящаяся к завоеванию рынка, должна осознавать, что она не в силах обслужить всех, без исключения, потребителей. Их очень много, несколько десятков миллионов, желания и потребности которых подчас значительно различаются. Поэтому не стоит даже пытаться завоевать весь рынок, целесообразнее выделить только ту его часть, которую фирма в состоянии эффективно обслужить, т.е. фирме следует определить свой целевой рынок, свою нишу.

Потенциал сегмента рынка характеризуется его количественными параметрами, т.е. емкостью. Сегмент должен быть изначально достаточно емким, чтобы можно было покрыть издержки, связанные с внедрением и работой на рынке, и получить прибыль. Кроме того, он должен иметь перспективы дальнейшего роста.

Предварительная оценка туристского рынка в Республике Казахстан может проводиться с помощью метода прогнозирования. Прогнозирование емкости рынка – это научное исследование конкретных перспектив его развития. Прогноз носит предположительный характер. Достоверность прогноза во многом зависит от правильного выбора метода исследования, периода прогнозирования и надежности источника данных. Длительность более или менее достоверного прогноза рыночной емкости большинства товаров или услуг составляет от 6 до 18 месяцев или 0,5-1,5 года. Чем прогноз более детальный и чем дольше период прогноза, тем ниже его надежность.

Емкость туристского рынка – это его способность «поглотить» то или иное количество туристского продукта, т.е. возможный объем реализации отдельных туров, услуг туризма, товаров туристско-сувенирного назначения при существующих ценах и предложениях. Емкость зависит от объемов платежеспособного спроса населения, уровня цен и размеров туристского предложения [1]. Определение емкости рынка проводится путем подсчета числа потенциальных покупателей. Этот метод можно применить для расчета емкости рынка туристских услуг в Казахстане. При расчете потенциальной емкости рынка речь идет о сегменте рынка, на котором работает данное предприятие и его конкуренты внутри страны и за рубежом предлагающие аналогичный продукт в данном регионе. Основой расчета емкости рынка в рассматриваемом случае выступают данные статистики или данные экспертных исследований. Расчет емкости рынка рекомендуется разбить на три этапа:

1. Определение уровня дохода экономически активного населения

На первом этапе определяем целесообразность выхода туристской фирмы на рынок Казахстана. Возможно, рынок заполнен или емкость рынка небольшая, в этом случае

создание новой турфирмы может быть нецелесообразно. Если емкость рынка достаточная для выхода турфирмы на рынок, она может рассчитывать на получение прибыли. Численность населения и его средняя заработная плата представлены в таблице 1 [2].

Таблица 1

Численность населения и средняя заработная плата

Наименование показателя	2005	2006	2007	2008
Число занятых в экономике, всего, тыс. чел.	7901,7	8028,9	8228,3	8415,0
Среднемесячная номинальная заработная плата в госсекторе, тенге	34060	40790	52479	60805
Итого заработная плата населения, тыс. тенге	269131902,0	327498831,0	431812955,7	511674075,0
Темпы роста дохода экономически активного населения, %	-	21	31	18

В качестве данных для расчета следует использовать численность экономически активного населения, так чаще всего клиентами туристских фирм становятся люди, доход которых выше среднего, то есть, базисом для расчета послужит численность экономически активного населения.

Из данных таблицы 1 следует, что общий доход экономически активного населения по Казахстану 2008 году составил 511674 млн. тенге. Наблюдается ежегодный рост доходов населения в пределах от 18 до 31%.

2. Определение наиболее платежеспособных категорий населения по уровню доходов

Известно, что доходы платежеспособного населения на сегодняшний день перераспределяются неравномерно. Исходя из имеющихся статистических данных, население делится на 5 групп, каждая из групп составляет 20 % и имеет определенную долю в общих доходах населения. Распределив доходы по группам, получим сумму доходов населения по каждой категории (см. таблицу 2).

Таблица 2

Распределение доходов и свободных средств по группам населения на 2008 г.

Группы населения	Доля групп, %	Удельный вес доходов от общего дохода, %	Число занятых в экономике, тыс. чел.	Доходы каждой категории населения, тыс. тенге в мес.	Доход ежемесячный на человека, тенге	Ежегодный доход на чел., тенге	Прожи - точный минимум (в год), тенге	Свободные средства на чел., тенге
1	20	38,89	1683	198990048	118235,3	1418823,6	146148	1272675,6
2	20	22,11	1683	113131138	67219,9	806638,8	146148	660490,8
3	20	16,76	1683	85756575	50954,5	611454,0	146148	465306,0

ҚазККА Хабаршысы № 2 (63), 2010

4	20	13,01	1683	66568797	39553,6	474643,2	146148	328495,2
5	20	9,23	1683	47227517	28061,5	336738,0	146148	190590,0
Итого	100	100,00	8415	511674075	-	-	-	-

Из таблицы 2 можно увидеть, что ежегодный доход на 1 человека в каждой категории платежеспособного населения различен, следовательно, у каждого человека остается больше свободных средств, в зависимости от такой категории, к которой он относится. Прожиточный минимум на 4 квартал 2008 г. составил 12179 тенге в среднем на душу населения.

Если исходить из данных прожиточного минимума, можно посчитать минимальные расходы по каждой группе населения. Годовой прожиточный минимум в 2008 г. составил 146148 тенге.

Далее необходимо рассчитать, сколько остается свободных средств, помимо минимальных расходов, каждой категории населения. Сегментация туристского рынка Казахстана представлена в таблице 3.

Таблица 3

Сегментация туристского рынка Казахстана

Группы населения	Доля группы, %	Доход ежемесячный на человека, тенге	Свободные средства на человека, тенге	Доля каждой группы в общем количестве, %	Оценка потенциальных клиентов
1	20	118235,3	1272675,6	47	Зарубежная поездка 1-2 раза в год
2	20	67219,9	660490,8	24	Зарубежная поездка 1 раз в год
3	20	50954,5	465306,0	17	Зарубежная поездка в кредит или поездка по стране
4	20	39553,6	328495,2	12	Недорогая поездка по стране
5	20	28061,5	-	0	Недорогая поездка по стране
Итого	100	-	2726967,6	100	-

Из таблицы 3 мы видим, что в каждой категории остатки средств, за исключением прожиточного минимума, различны. У первой категории, удельный вес доходов которой составляет 38,89 %, в год остается 1272675,6 тенге. У второй категории - 660490,8 тенге, что в 2 раза меньше, чем у первой, а у третьей – всего 465306 тенге в 1,4 раза меньше, чем у второй группы. У четвертой группы - 328495,2 тенге в 1,4 раза меньше, чем у третьей группы, а у последней группы населения, свободные средства составляют 190590 тенге, что в 1,7 раз меньше, чем у четвертой категории.

Таким образом, можем выделить 4 группы с достаточным для туристских поездок уровнем дохода. Это приблизительно 80 % населения. У последней категории, то есть у 20 % населения свободных средств практически не остается.

3. Характеристика потенциальных клиентов

На третьем этапе необходимо охарактеризовать потенциальных клиентов, то есть, 1, 2, 3 и 4 категорию населения.

Исходя из статистических величин среднемесячных доходов, 4 группы населения имеют свободные средства, в общей сложности, составляющие 2726967,6 тенге на человека.

Общее количество рассматриваемых групп населения равно 5. Средняя величина свободных средств может быть выражена отношением суммы свободных средств к количеству групп населения. Средняя величина свободных средств составит 545393,5 тенге.

Общая денежная емкость потенциального рынка сбыта туристских услуг в 2008 г. по первым четырем категориям составляет 1 835 794 588 тыс. тенге.

Сегментация потребителей, приобретающих путевки, показывает, что дорогие туристские путевки готовы приобрести 20 % населения 1 категории доходов; 20 % населения готовы приобрести туры по средней стоимости, и еще 40 % - готовы приобрести недорогие туры.

По возможной сумме средств, которая может быть потенциально потрачена на приобретение туристских услуг, можно выявить следующее:

- потребители первой категории составили 47 %
- потребители второй категории 24 %
- потребители третьей категории 17 %
- потребители четвертой категории только 12 %.

Выводы:

Максимальная доля принадлежит потребителям первой категории. Согласно статистическим данным 2005-2008 гг. и полученным в ходе исследования туристского рынка экономическим расчетам, 62 % населения республики Казахстан потенциально могли позволить себе зарубежную поездку, как минимум, один раз в году, что свидетельствует о наличии перспектив для создания дополнительных предприятий в сфере туризма, а 20 % населения с низким доходом можно отнести к перспективной емкости рынка лишь в случае улучшения их материального положения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Квартальнов В.А. Туризм. М., Финансы и статистика, 2002, 320 с.
2. Туризм Казахстана 2004-2008. Статистический сборник /Под ред. Ж.И. Омарова. Астана, 2009, 107 с.