

**АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН**

Институт управления

На правах рукописи

Шерім Сұңқар Арманұлы

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ В СФЕРЕ
РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ Г.
ШЫМКЕНТ И ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Образовательная программа «7М04118 – Региональное развитие»
по направлению подготовки «7М041 – Бизнес и управление»

Магистерский проект на соискание степени магистра бизнеса и управления по образовательной
программе «7М04118 – Региональное развитие»

Научный руководитель _____ Джаненова С.А., PhD

Проект допущен к защите: « _____ » _____ 2023г.

Директор института управления _____ Гаипов З.С.
Доктор политических наук

Астана, 2023

СОДЕРЖАНИЕ

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ	3
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ.....	5
ВВЕДЕНИЕ.....	6
ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ	9
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	39
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	41

Нормативные ссылки

В настоящем магистерском проекте использованы ссылки на следующие нормативные документы:

Послание Главы государства К.К. Токаева народу Казахстана от 2 сентября 2019 года. «Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана».

Об утверждении Правил возмещения части затрат субъектов предпринимательства при строительстве, реконструкции объектов туристской деятельности Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 31 декабря 2021 года № 415

Об утверждении Правил субсидирования части затрат субъектов предпринимательства на содержание санитарно-гигиенических узлов Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 10 декабря 2021 года № 382

Об утверждении Правил возмещения части затрат субъектов предпринимательства по строительству объектов придорожного сервиса Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 30 декабря 2021 года № 411

Об утверждении Правил субсидирования затрат туроператоров в сфере въездного туризма за каждого иностранного туриста Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 15 декабря 2021 года № 387

Об утверждении Правил возмещения части затрат субъектов предпринимательства по приобретению оборудования и техники для горнолыжных курортов Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 29 декабря 2021 года № 407.

Об утверждении Правил субсидирования стоимости билета, включенного в туристский продукт, при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Республики Казахстан Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 7 декабря 2021 года № 375. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 10 декабря 2021 года № 25724

Закон Республики Казахстан. «О туристской деятельности в Республике Казахстан», принят 13 июня 2001 года, №211-II.

Указ Президента Республики Казахстан. «Об утверждении Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года и признании утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан», утвержден 15 февраля 2018 года № 636.

Постановление Правительства Республики Казахстан. «Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы», утверждено 31 мая 2019 года, № 360.

Постановление Правительства Республики Казахстан. «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года», утверждено 30 июня 2017 года, № 406.

Постановление Правительства Республики Казахстан. «Об утверждении

национального проекта по развитию предпринимательства на 2021-2025 годы», утверждено 12 октября 2021 года, № 728.

Об утверждении Правил возмещения части затрат по приобретению автомобильных транспортных средств вместимостью более восьми мест для сидения, исключая место водителя, субъектам предпринимательства, осуществляющим туристскую деятельность Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 30 декабря 2021 года № 412

Постановление Правительства Республики Казахстан. «О некоторых мерах государственной поддержки частного предпринимательства», утверждено 31 декабря 2019 года № 1060.

Обозначения и сокращения

ВВП	– Валовой внутренний продукт
НДС	– Налог на добавленную стоимость
МТС	– Министерство туризма и спорта
МФ	– Министерство финансов
НПА	– Нормативные правовые акты
РК	– Республика Казахстан
СНГ	– Содружество независимых государств
СМИ	– Средства массовой информации
США	– Соединенные штаты Америки
ОАЭ	– Объединенные Арабские Эмираты
ИКПТ	– «Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ) Всемирного экономического форума (ВЭФ)
TUIK	– Турецкого статистического института
ВТА	British Tourist Authority (Британское управление по туризму)
ТЭУ	туристско-экскурсионное управление

Введение

Актуальность исследования. Укрепление рыночного характера рынка в Казахстане повысило интерес к формам и методам услуг в сфере туризма для населения. Динамическое развитие этой отрасли и усиление негативных последствий конкуренции и коммерциализации туристической деятельности привели к пониманию необходимости государственного контроля и поддержки данной сферы. Устойчивый рост международного туризма в последние годы, способствовал поддержанию и экономическому восстановлению многих стран, созданию рабочих мест, росту ВВП и платежного баланса. Сегодня туризм является одной из ключевых приоритетов стратегии стран мира по созданию рабочих мест и всестороннему росту.

В последние годы Казахстан начал уделять больше внимания развитию туризма. Перспективы развития туристской сферы Казахстана в настоящем зависят от осознанной государственной поддержки, регулирования сектора туризма на национальном уровне, что должно сочетаться со стратегией развития Казахстана, регионов страны в целом.

Эффективному развитию туризма в Казахстане в значительной степени препятствует отсутствие четкого государственного регулирования развития туризма, недостаточно развитая инфраструктура и восприятие, осознание данного сектора как государством, так и малым и средним бизнесом страны как прибыльной самостоятельной ниши экономики, способной воздействовать на экономику государства в целом. Анализ опубликованных статей, имеющейся литературы показал недостаточное развитие концептуального аппарата, необходимость систематизации подхода и научной методологии для обоснования характера и степени регулирования туризма на государственном уровне.

Цель и задачи исследования. Изучение туристского потенциала данных регионов в развитии в сфере туризма и ознакомление с работой местных исполнительных органов в отрасли туризма.

Объект исследования. Туристская отрасль Республики Казахстан на примере внедрения в г. Шымкент и Туркестанской области

Предмет исследования. Политика развития туристской отрасли Республики Казахстан и эффективность ее реализации. Объектом исследования выступают экономические отношения, которые возникают в процессе реализации политики развития туристской отрасли в стране.

Целью магистерского проекта является выработка предложений по повышению экономической эффективности реализации политики развития туристской отрасли Республики Казахстан на примере двух южных регионов.

Для достижения цели требуется решить следующие задачи:

- Рассмотреть историю развития туризма в данных регионах;
- Изучить зарубежный опыт реализации политики развития туристской отрасли;

- Провести сравнительный анализ подхода к политике развития туристской отрасли зарубежом и в Республике Казахстан;
- Провести социологический опрос для оценки развития внутреннего и въездного туризма;
- Проанализировать существующие на сегодня государственные поддержки в сфере туризма.

Степень изученности темы. Эти работы раскрывают теоретические и практические аспекты разработки модели поддержки предпринимателей Республики Казахстан, охватывая различные методы и исследования в широком контексте. Они подчеркивают важность международного опыта, профессионального туристского образования и правовой культуры, а также контекста мировых тенденций и национальных особенностей в Казахстане:

- Международный опыт в сфере развития туризма. Успешный опыт развития туризма в таких странах, как Великобритания, Испания, Франция. Кабанова Е. Е. и Фролов Е.В. Рассматривается международный опыт в сфере управления туризмом с сотрудничеством государства с предпринимателями [1].
- Историческое и закономерное развитие туризма, этапы возникновения туристских отношений в мире, сферы жизни, которые так или иначе взаимодействуют с сферой туристического бизнеса. Сайко О.К., Лыкова Т.Р. Анализ развития туризма в мире, его функционирования в мировых туристских державах [2].
- Обзор Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма. Данный обзор рассматривает методологию исследований, которые проводились при составлении рейтинга «Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ) ВЭФ» (далее ИКПТ), анализирует результаты Казахстана в Отчете конкурентоспособности 2017 г. и дает рекомендации по улучшению рейтинга в последующие годы [3].

Теоретическая и методологическая основа исследования зиждется на принципах государственной поддержки по примеру зарубежных стран и ответственного менеджмента. Методологический каркас включает в себя комплексное изучение научной литературы, статистический анализ, а также анализ случаев неправильного решения в управлении государственной гостиницей.

Научная новизна исследования способствует более глубокому пониманию специфики модели обслуживания в сфере туризма Казахстана и ее влиянию на эффективность туристической деятельности. Основываясь на обширном международном опыте, исследование направлено на адаптацию инновационных решений к условиям и вызовам системы управления туризмом в Казахстане.

Ожидаемые результаты – изучение опыта зарубежных стран в развитии туристского сектора и его влияние на социально-экономическое развитие, выработка рекомендаций по повышению потенциала отрасли в Казахстане и

увеличения его вклада в ВВП страны.

В рамках магистерского проекта была опубликована 1 статья «Путешествие в Шымкент: парадигма развития туризма в Казахстане» в научном журнале «Актуальные исследования» [4].

Обзор литературы

В рамках исследования изучен ряд литературы научных источников и аналитических докладов международных организаций, охватывающей вопросы экономики туризма.

В книге «Основы туризма» А.С. Кускова экономику туризма описывает как сложную экономическую структуру, объединяющую различные самостоятельные элементы в рамках национальной экономики страны во взаимосвязке с мировой экономикой [5].

В научной статье турецкого специалиста в сфере туризма были рассмотрены все государственные поддержки и регулирования в сфере туризма [6].

А.О. Овчаров в своем учебном пособии «Экономика туризма» раскрывает сущность туризма как одной из важнейших отраслей экономики и проблемы туристского рынка, а также уделяет большое внимание экономическому анализу туристской индустрии [7].

В учебном пособии «Экономика туризма» М.А. Морозова с соавторами раскрываются вводные концепции и значение экономики туризма, дается анализ экономической важности туризма как фактора и прогресса страны, а также прогнозы и тенденции развития отрасли [8].

В докладе Всемирной туристской организации ООН «Понимание внутреннего туризма и использование его возможностей» детально описывается вклад внутренних поездок в мировой индустрии туризма и изменение структуры расходов путешествующих с учетом влияния внешних факторов [9].

Анализ от Международной организации рассматривает методологию исследований, которые проводились при составлении рейтинга «Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ) ВЭФ» (далее ИКПТ), анализирует результаты Казахстана в Отчете конкурентоспособности 2017 г. и дает рекомендации по улучшению рейтинга в последующие годы [3].

В статье посвященной дню туризма в Турции раскрывается тема развития туризма и ее история с характерными откликами со стороны Европы [10].

3. История и особенности развития туризма в Казахстане и сравнение с другими странами.

3.1. Развитие туризма в Казахстане.

В Республике Казахстан, подобно всему бывшему СССР, история развития туризма может быть условно разделена на четыре основных этапа. Начнем с зарождения и формирования организационной структуры в период с начала 1920-х по 1936 год. Затем переходим к этапу передачи туризма и экскурсий в ведение профсоюзов и создания предпосылок для формирования индустрии туризма, охватывающего период с 1936 по 1969 год. Далее рассмотрим период интенсивного развития туризма, когда он фактически становится крупной отраслью, в промежутке с 1969 по 1991 год. Завершим обзор с постсоветским периодом развития туризма, начиная с 1991 года и до настоящего времени.

В начале XX века в городе Верный (ныне Алма-Ата) было учреждено отделение Русского горного общества, существовавшее до 1927 года. Первые шаги в развитии горного туризма были предприняты энтузиастами, включая Г.И. Белоглазова, Ф.Л. Савина и В.М. Зимина, которые в 1929 году организовали туристские походы по тропам Заилийского Алатау. Наиболее значимым событием стал первый туристский поход на озеро Иссык летом того же года с участием 17 учителей школ Алма-Аты [11].

В 1930 году под руководством Ф.Л. Савина коллектив работников Алма-Атинской городской почты и телеграфа отправился в несложный поход: Алма-Ата - Медео - Кокджайляу - Большое Алма-Атинское озеро. В 1931 году В.М. Зимин провел первый зимний лыжный поход туристов по маршруту: Алма-Ата - Узунагач - Курдайский перевал.

С 1938 года начались массовые туристские мероприятия, включая слет в урочище Кокджайляу, собравший около 200 участников. Однако с началом Великой Отечественной войны деятельность Казахстанского совета ОПТЭ была приостановлена, так как его работники ушли на фронт.

В 1952 году Всесоюзный центральный совет профессиональных союзов открыл в Казахстане туристско-экскурсионное управление (ТЭУ), которое позже стало Среднеазиатским ТЭУ. В 1960 году появилось Республиканское управление по туризму при Казсовпрофе, а в 1962 году бывшие ТЭУ реорганизовались в советы по туризму и экскурсиям. В 1965 году были созданы Казахский республиканский совет по туризму и экскурсиям в Алма-Ате и 5 областных советов.

Таким образом, в различные периоды истории Казахстана активно развивались туристские и экскурсионные инициативы, проложив путь к формированию современной туристической индустрии в регионе.

Постановление Центрального Комитета Коммунистической партии Советского Союза, Совета Министров СССР и Всесоюзного Центрального совета профсоюзов от 30 мая 1969 года № 411 "О мерах по дальнейшему развитию туризма и экскурсий в стране" оказало существенное воздействие на развитие туризма. В Казахстане начали формироваться новые областные советы по туризму и экскурсиям, экскурсионные бюро, бюро путешествий и экскурсий.

Особое внимание уделялось укреплению материальной базы туризма в республике, включая строительство и оснащение новых туристских баз и гостиниц с разнообразными культурными и бытовыми услугами, такими как рестораны, кинотеатры и другие [12].

Открывались пункты проката туристского инвентаря и снаряжения, моторно-лодочные станции, специализированные автобазы. В живописных местах республики строились новые туристские базы, такие как "Баянаул" на берегу озера Жосыбай в Павлодарской области, "Каркаралинская" в горно-лесном оазисе в Карагандинской области, "Алтайская бухта" на берегу Бухтарминского водохранилища в Восточно-Казахстанской области, "Уральская" близ Уральска на берегу реки Урал, "Лесная" недалеко от Кустаная, "Южная" в долине Бадамского ущелья в Чимкентской области, "Золотой бор" в районе Кокчетавских гор, и туристская база "Казахстан" на берегу озера Иссык-Куль в Киргизии, среди многих других.

В период с 1989 года снизилась доля активного вида туризма, и произошло усиление коммерческого туризма в Казахстане. В городах появились туристские фирмы, занимавшиеся отправкой туристов за рубеж. Руководители этих фирм, часто не имеющие опыта в туризме, столкнулись с ограничениями в развитии въездного и внутреннего туризма. Однако, выездной туризм развивался стремительно, что привело к выводу валюты за рубеж и распространению шоп-туризма.

Одной из главных причин замедления развития туризма в последующие годы стало отсутствие профессионально подготовленных кадров в Республике Казахстан. В стране не было специализированных учебных заведений для подготовки специалистов в сфере туризма. В связи с этим прекратилась деятельность туристских баз, клубов туристов, и обучение общественных кадров для туризма. В Республике Казахстан отмечается слабая инфра

Для Республики Казахстан, которая характеризуется преимущественно сырьевой ориентацией экономики, развитие туристской сферы представляет собой перспективное направление для диверсификации экономики, а также для стимулирования развития региональных и общенациональных аспектов.

Президент страны выделяет туристический сектор как один из ключевых приоритетов в посланиях, таких как "Казахстанский путь – 2050: Единая цель, единые интересы, единое будущее" и "Нұрлы Жол – путь в будущее", подчеркивая основное преимущество в создании рабочих мест. Несмотря на это, туристическая индустрия Казахстана по-прежнему характеризуется низкими темпами роста и уровнем развития. В настоящее время доля туризма в ВВП страны составляет 0,9%, что существенно ниже как показателей развитых стран, так и среднемирового уровня.

Мировой опыт подтверждает, что достижение конкурентоспособности на глобальном туристическом рынке возможно через развитие новых форм экономической интеграции между государством, туристическим бизнесом и населением. Одними из наиболее эффективных форм такой интеграции являются государственно-частное партнерство (ГЧП) и формирование туристических кластеров.

Тенденции развития мирового туристского рынка свидетельствуют о характерных особенностях нового типа массового потребителя туристических услуг, таких как высокий уровень образованности, требовательность к комфорту и качеству услуг, индивидуализм, экологическое сознание, спонтанность решений, мобильность, активный образ жизни и стремление к разнообразным впечатлениям. Эти тенденции указывают на необходимость адаптации государственной политики поддержки туризма к новым реалиям, включая разработку гибких турпродуктов, акцент на онлайн-технологиях и поддержку разнообразных туристических направлений.

Значительная часть рассмотренных проблем в начале второй главы нашли место в предлагаемых решениях в новой Концепции развития туристской отрасли 2023.

Повышение качества туристских продуктов и услуг предполагает обеспечение конкурентоспособности туристских продуктов как на внутреннем рынке страны и на международном уровне.

В рамках данного направления необходимо содействовать созданию наиболее благоприятных условий для работы туроператоров и производителей туристских услуг, работающих в секторе внутреннего и въездного туризма.

Что касается мер государственной поддержки в сфере туризма, то с 1 января 2022 года для субъектов предпринимательства в сфере туризма действуют 7 мер государственной поддержки.

Первое: субсидирование затрат туроператоров в сфере въездного туризма для каждого иностранного туриста. Субсидия выплачивается туроператорам в сфере въездного туризма при регистрации иностранного туриста через информационную систему «eQonag» в местах размещения туристов в случаях представления действительных документов, а также при подтверждении пребывания иностранного туриста в местах размещения туристов не менее четырех и трех дней, посещения иностранного туриста не менее трех туристских ресурсов.

Размер субсидии составляет 150000 (пятнадцать тысяч) тенге для каждого иностранного туриста, прибывшего в Республику Казахстан по туристскому продукту, приобретенному у туроператора, осуществляющего деятельность в сфере въездного туризма [13].

Второе: субсидирование стоимости билета, включенного в туристский продукт при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Республики Казахстан. Субсидия выплачивается за стоимость билета несовершеннолетнему пассажиру, включенному в туристский продукт, приобретенный у туроператора, осуществляющего деятельность в сфере внутреннего туризма.

Размер субсидирования: 100 процентов от стоимости авиабилета несовершеннолетнего пассажира [14].

Третье: возмещение части затрат субъектов предпринимательства по приобретению оборудования и техники для горнолыжных курортов, согласно правилам, часть затрат субъектов предпринимательства по приобретению оборудования и техники для горнолыжных курортов подлежит возмещению

следующим образом:

1) канатные дороги (траволаторы (ленточные подъемники), бугельный (цепной) подъемник), канатно-кресельный путь, гондольный путь в виде кабины, комби (комбинированный путь (кабина с креслами), бейби лифт (петельный подъемник без опоры);

2) системы искусственного сопротивления трасс (мобильные снегогенераторы (переносные), стационарные снегогенераторы, снежные пушки и пушки.

3) Снегозадерживающая техника

Размер компенсации составляет 25 процентов от стоимости оборудования и техники для горнолыжных курортов [15].

Четвертое: возмещение затрат по строительству объектов придорожного сервиса.

Объектами сервиса на проезде, подлежащими возмещению части затрат в соответствии с правилами, являются здания и сооружения, расположенные в придорожной полосе (мотели, гостиницы, кемпинги, станции технического обслуживания, автозаправочные станции, пункты питания, торговли, связи, медицинской помощи, объекты наружной (визуальной) рекламы и иные объекты обслуживания.

Размер возмещения: процент от стоимости строительства объектов придорожного сервиса, указанных в экспертном заключении по ПСД (проектно-сметной документации), представленной в соответствии с подпунктом 4 пункта 4 Правил [16].

Пятое: субсидирование части затрат на содержание санитарно – гигиенических узлов. В рамках правил определены несколько требований к объектам СГТ для лиц с инвалидностью, мужчин и женщин, например, наличие благоустроенных туалетов с отдельными кабинками, оборудованными унитазами, енотами, системами вентиляции, теплоснабжения, системами освещения и средствами личной гигиены.

Субсидирование на содержание СГТ составляет 83 300 тенге ежемесячно для поддержания их санитарного состояния [17].

Шестое: возмещение части затрат субъектов предпринимательства при строительстве, реконструкции объектов туристской деятельности. Объектами туристской деятельности, подлежащими возмещению, являются природные объекты и природно-климатические зоны, достопримечательности, объекты исторической и социокультурной демонстрации и иные объекты, способные удовлетворить потребности туриста во время путешествия.

Основным требованием при подаче заявки является предоставление таких документов, как копия акта о приемке объекта туристской деятельности в эксплуатацию, копия ПСД, копия статформы 1-Инвест, фото-и видеофиксационные материалы построенного, реконструированного заявленного туробъекта.

Размер возмещения составил 10 процентов от стоимости затрат на строительство и (или) реконструкцию объектов туристской деятельности [18].

Седьмое: возмещение части затрат субъектам предпринимательства, осуществляющим туристскую деятельность, по приобретению автомобильных

транспортных средств вместимостью более восьми посадочных мест, за исключением места водителя.

Получателями данной государственной поддержки являются субъекты предпринимательства, осуществляющие свою деятельность в соответствии с законом, а именно туроператоры, тур-агенты, гиды, экскурсоводы и инструкторы по туризму.

Не допускается нецелевое использование и отчуждение автотранспортного средства в течение 5 лет.

Размер возмещения части затрат составляет 25 процентов от стоимости автотранспортного средства [19].

Внедрение и реализация данных мер позволит увеличить приток внутренних туристов за счет улучшения качества услуг и усиления работы субъектов предпринимательства по продвижению своих туристских продуктов. В рамках национального проекта совместно с г. Шымкент и Туркестанской областью на 2021-2025 годы (туризм) включены 5 показателей.

Они:

- Увеличение количества внутренних туристов до 2025 года – 1.5 млн. человек;
- Увеличение количества въездных туристов до 150 тыс. человек к 2025 году;
- Увеличение номерного фонда до 7000 коек до 2025 года;
- Увеличение объема инвестиций в сфере туризма до 2025 года до 87,5 млрд. тенге;
- Создание 850 новых рабочих мест в сфере туризма.[20]

Развитие отрасли туризма в г. Шымкент и Туркестанской области:

Шымкент и Туркестанская область богата историческим и культурным наследием и является своеобразным музеем под открытым небом. На территории города и области находятся 1870 памятников истории и культуры, в том числе 1 объект международного значения (мавзолей Х. А. Ясави), 34 памятника республиканского значения, 403 памятника местного значения и 1332 объекта в предварительном списке.

Также в области функционируют 340 мест размещения (гостиницы, хостелы, зоны отдыха, детские лагеря) и 72 санаторно-курортных организации.

Кроме того, на территории области расположены 4 особо охраняемых природных объекта. Это: заповедники «Аксу-Жабаглы» и «Каратау», включенные в реестр биосферных объектов ЮНЕСКО, а также национальный природный парк «Сайрам-Угам» и региональный природный парк «Сырдария-Туркестан».

Кроме того, по итогам 8 месяцев 2023 года количество однодневных посещений государственного историко-культурного заповедника-музея «Азрет Султан» составило 461 657 человек, однодневных посещений государственного археологического заповедника-музея «Отырар» - 197 649 человек.

Инвестиции в туристскую отрасль

В настоящее время, согласно официальным статистическим данным, объем инвестиций в основной капитал в г. Шымкент и Туркестанской области в сфере туризма по итогам 8 месяцев 2023 года составил 22,9 млрд. тг.

В настоящее время разработан пул туристских инвестиционных проектов, реализуемых на территории города и области. Согласно пулу проектов на территории регионов на 2023-2024 годы на общую сумму 37,9 млрд. тг. ведется строительство 50 туристских инвестиционных проектов.

В частности, реализуются такие проекты, как гостиница «Yassy hall and apartments», гостиница на 30 номеров, гостиница на 100 номеров, гостиница «Medina Palace», развлекательный центр «Отау», Фитнес-клуб, каток.

Осуществление мер государственной поддержки

На меры государственной поддержки в сфере туристской деятельности по г. Шымкент Туркестанской области на 2023 год поступило 22 заявки от субъектов предпринимательства.

Были поданы 4 заявки на возмещение части затрат на содержание санитарно-гигиенических узлов. На одну из них было отказано.

Одна заявка на возмещение части затрат по строительству объектов придорожного сервиса.

Принято положительное решение о возмещении части затрат на заявку.

Четыре заявки на возмещение субъектам предпринимательства, осуществляющим туристскую деятельность, части затрат по приобретению автомобильных транспортных средств вместимостью более восьми посадочных мест, за исключением места водителя. Все заявки были отклонены на возмещение части затрат.

Заявки на возмещение части затрат субъектов предпринимательства при строительстве, реконструкции объектов туристской деятельности – 13, из них, положительное решение к 2 заявкам, отказано в возмещении части затрат к 11 заявкам [21].

Характерной особенностью индустрии туризма является предоставление услуг, связанных с потребностью в отдыхе, которые неотделимы от источника их предоставления. В связи с этим важность оказания качественных услуг в туризме становится сопоставимой с наличием ресурсов и благоприятных условий для туристической деятельности. Повышение уровня культуры ведения туристического бизнеса и развитие профессиональных навыков сотрудников в этой области будет способствовать улучшению качества обслуживания туристов. В то же время одним из ключевых методов достижения реальных конкурентных преимуществ в настоящее время является внедрение инноваций и цифровизация отрасли, особенно в контексте международной деятельности. Интеграция инновационных технологий в эту отрасль включает в себя обучение кадров туристической сферы использованию передовых цифровых технологий в туризме, а также активное внедрение современных цифровых технологий, таких как мобильные приложения, онлайн-продажи и онлайн-сервисы, среди участников туристической деятельности.

При цифровизации этой отрасли приоритетным направлением должно быть содействие внедрению технологий онлайн-взаимодействия между участниками туристического бизнеса, туристами и органами власти. Сфера инноваций, охватывая использование научно-технических разработок и изменения в продукте, процессах, маркетинге и организации, представляет собой

глобальный процесс. Внедрение инноваций в сферу туризма направлено на создание новых продуктов, улучшение услуг и технологий, а также освоение новых рынков.

Анализ опыта развития туризма в других странах подчеркивает необходимость решительных действий государства в поддержке малого и среднего бизнеса в сфере туризма. Чтобы привлечь большие инвестиции в туристскую отрасль, государство должно принять решительные меры для вовлечения предприятий малого и среднего бизнеса в эту сферу.

Важно отметить, что туризм в настоящее время не рассматривается как самостоятельное направление государственной поддержки. Согласно статье 92 Предпринимательского кодекса РК, государственная поддержка частного предпринимательства охватывает несколько основных направлений, и туризм не выделен как отдельный вектор. Субъекты туристической сферы могут получать поддержку только в рамках мер, предусмотренных для субъектов малого и среднего бизнеса, таких как специальные экономические зоны и инвестиционная деятельность.

На мировом уровне одним из ключевых мероприятий, способствующих эффективной реализации туристической политики в стране, является увеличение узнаваемости Казахстана в качестве международного туристического направления. Создание туристического бренда для Казахстана имеет потенциал значительного увеличения общей нематериальной оценки страны на мировом рынке, и, следовательно, требует системного и централизованного подхода в его формировании и продвижении. До настоящего времени, из-за отсутствия институциональной базы, такие усилия в Казахстане систематически не проводились.

Управление и формирование туристического бренда Казахстана могут осуществляться через:

- Позиционирование туристических направлений, продуктов и объектов в Казахстане на мировом туристском рынке, включая формулирование уникальных конкурентных преимуществ, ценностей и идей казахстанской культуры.
- Определение целевых аудиторий для привлечения внимания и интереса казахстанского туризма.
- Идентификация ниш и развитие различных видов туризма в соответствии с интересами и потребностями туристов из целевых рынков.

Принимая во внимание географическую близость (в пределах 5 часов полета до РК), Китай и Индия входят в пятерку целевых рынков для привлечения въездного туризма в Республику Казахстан, наряду с Россией, Евросоюзом и странами Персидского залива, включая Иран.

Для этих стран Казахстан разработал сбалансированный подход, который тестируется в пилотном режиме с последующим внедрением успешных механизмов для постоянного использования. Например, для граждан Китая и Индии, следующих транзитными рейсами казахстанских авиаперевозчиков, предоставлено право безвизового пребывания в Казахстане до 3 суток на время

транзитной стыковки в третьей стране [22].

Помимо мер по расширению и укреплению международного сотрудничества, согласно обновленной Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2025 года, упрощение процедуры оформления казахстанских виз является одним из ключевых приоритетов для обеспечения притока туристов в страну. В настоящее время гражданам 90 экономически развитых и политически стабильных стран предоставлено право на безвизовый въезд на территорию Республики Казахстан [23].

Следует отметить, что на данном этапе реализации туристской политики в Казахстане невозможно провести полноценный и всесторонний анализ развития туристской отрасли из-за отсутствия некоторых международно применяемых статистических индикаторов и параметров в статистике туризма в Казахстане. Необходимо дополнить статистику в области "туризм" такими показателями, как:

- расходы внутренних туристов внутри страны;
- расходы международных туристов внутри страны;
- раздел «инвестиции» дополнить сектором туризма для определения количества, объема инвестиции в туристскую отрасль;
- доля туризма общий вклад в занятость;

объем инвестиций в основной капитал в туристском секторе и другие, что даст возможность проведения качественной оценки реализации государственных программ в отрасли и реальную картину развития туристского сектора экономики. И создаст предпосылки создания методологии с помощью которой можно будет прогнозировать и планировать соответствующие показатели при разработке программ отрасли.

3.2. Сравнение подходов в управлении туризмом с другими странами

В странах, где туристическая отрасль развита, деятельностью в этой сфере управляют организации, обычно подчиненные министерствам, ответственным за разработку национальных программ развития туризма.

В Великобритании направление туризма управляется Министерством культуры, зрелищ и спорта, под юрисдикцией которого действует British Tourist Authority (BTA). Эта организация фокусируется на привлечении иностранных туристов в страну и развитии внутреннего туризма. В рамках своей деятельности BTA также консультирует правительство и другие государственные органы, связанные с туристической индустрией. Для продвижения своих инициатив за границей проводятся рекламные кампании через офисы и представителей, включая использование радио, прессы и телевидения. Организацией международных конференций, предоставлением консультационных и маркетинговых услуг в области международного туризма, а также издательской деятельностью в сфере информационно-справочных материалов занимается местная администрация. Касательно правовой формы, следует отметить, что

British Tourist Authority является частным предприятием. Она ответственна за организацию семинаров, выставок, реализацию проектов с привлечением иностранного капитала, а также выпуск путеводителей, видеофильмов и другой рекламной продукции. Состав ВТА включает пять членов и президента. [ссылка]

Организацию возглавляет совет директоров, и её штат состоит примерно из 300 сотрудников, примерно треть из которых работает в Лондоне, а остальные заняты в 26 зарубежных представительствах. Приблизительно 68% необходимого финансирования British Tourist Authority получает из государственного бюджета [24].

В Испании туристическая деятельность национально определена Законом "О компетенции в области туризма" и Декретом "О деятельности частных туристских предприятий" от 14 января 1965 года. Кроме национального закона, у каждой из семнадцати автономий есть собственное законодательство по туризму, базовые принципы которого соответствуют упомянутому закону. Статьи, регулирующие туризм, определяют отношения между поставщиком туристических услуг и туристом, а также устанавливают условия для туристского бизнеса и предоставления услуг туристам. В законе также предусмотрены меры контроля со стороны государства и санкции для нарушителей. В апреле 1996 года испанский парламент принял Закон "О комбинированных путешествиях", который четко определяет права и обязанности туристических организаций и потребителей туристских услуг. Ответственность за туристическую деятельность в Испании несет Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу, который является непосредственным подразделением Министерства экономики. В дополнение к Государственному секретариату, Министерство экономики также контролирует следующие организации:

- Центральная дирекция по туризму, которая управляет административными вопросами и разрабатывает общие стратегии государственной политики в сфере туризма.
- Сеть отелей "Paradores", включающая 83 отеля.
- Два выставочно-конгрессных центра в Мадриде и Малаге. [25]

Полномочия Министерства экономики довольно ограничены. Такие важные вопросы как сертификация услуг, лицензирование и разработка стратегии туристской индустрии принадлежат местным властям. С целью координации деятельности этих организаций в Испании создан Совет по развитию туризма, в состав которого входят представители государственной власти всех уровней, а также представители частного бизнеса. В большинстве случаев решения Совета носят только рекомендательный характер. Греческое правительство выделило просубсидировало на сумму 30 млн. евро (примерно 36 млн. долл. США) отдых граждан с низким уровнем дохода, то есть с годовым индивидуальным доходом в размере 16 000 евро (19 000 долл. США) и семейным доходом в размере 28 000 евро (33 400 долл. США). Программа субсидировала половину 4-дневного пребывания в отеле,

который включен в программу, и обеспечивала около 1 млн. ночевок с 250 000 купонами социального туризма, которые раздавались греческим гражданам.

- Италия одобрила праздничный бонус (Bonus Vacanze) семьям, путешествующим внутри страны. Праздничный бонус представлял взнос в размере до 500 евро (600 долл. США) за проживание в отелях, кемпингах, фермерских домах и отелях типа «постель и завтрак» в Италии. Бенефициарами являлись семьи с доходом до 40 000 евро (47 800 долл. США), а сумма бонуса зависела от количества членов семьи (от 150 до 500 евро; от 180 до 600 долл. США). Бонус использовался в размере 80% в виде немедленной скидки на оплату услуг, предоставляемых отельером, в то время как оставшиеся 20% списывались в качестве налогового вычета при подаче налоговой декларации членом семьи, которому выставляется счет за пребывание.

- Жители Исландии старше 18 лет коллективно получали туристические ваучеры на сумму 1,5 млрд. исландских крон (11,1 млн. долл. США) которые являлись «*Дорожным подарком*» от правительства, чтобы потратить его внутри страны. Частные лица могли получить туристический подарок в размере 5 000 исландских крон (примерно 37 долл. США) в рамках пакета поддержки туризма, разработанного правительством Исландии в сотрудничестве с Ассоциацией исландской туристической индустрии.

- В целях поддержки туризма в связи с кризисом COVID-19 румынское правительство решило сохранить «*Туристический праздничный пропуск*», предоставляя государственным служащим ваучеры на туристские услуги (сектор проживания, питания и транспортных услуг). Эти ваучеры выдавались и управлялись только лицензированными операторами, уполномоченными Министерством туризма.

- Сербия выделила 2,8 млрд. сербских динаров (33 млн. долл. США) на 560 000 туристических ваучеров стоимостью 5000 динаров (50 долл. США), предназначенных для граждан Сербии, желающих провести свой отпуск в стране. Ваучеры можно было использовать только в гостиничных комплексах Сербии.

- Словения также одобрила схему, по которой каждый взрослый получает ваучер в размере 200 евро (240 долл. США), а дети до 18 лет-50 евро (60 долл. США).

- Польша приняла аналогичную инициативу путевки для семей с несовершеннолетними детьми, которые могли претендовать на ваучер в размере 500 польских злотых (130 долл. США). Сумма может быть потрачена на гостиничные услуги или туристические мероприятия, проводимые предпринимателем или общественной организацией по всей стране.

- В Дании в июле 2020 года правительство запустило схему бесплатного проезда на 53 паромах в рамках более широкого пакета мер по развитию внутреннего туризма.

- В Малайзии также приняли ряд экономических стимулов развития внутреннего туризма. Среди них выделение 500 млн. малайзийских рингитов

(113 млн. долл. США) ваучеров на скидку на поездки для поощрения внутреннего туризма в стране, дополненное персональными налоговыми льготами в размере до 1000 млн. малайзийских рингитов (227 долл. США) на расходы, связанные с внутренним туризмом.

- Правительство Таиланда субсидировало 5 млн. ночей проживания в отеле при 40% от обычной стоимости номера, при этом субсидия ограничена 3000 тайских батов за ночь (98 долл. США) на срок до пяти ночей. Остальные 60% расходов несли туристы. Под названием «*Мы путешествуем вместе*» эта схема стимулирования также применяется к другим туристическим услугам, таким как питание и внутренние авиабилеты.

- Правительство Республики Корея выделило 1 млн. купонов на скидку в размере 30 000 или 40 000 корейских вон (25-35 долл. США), которые можно использовать в отелях по всей стране.

- В Турции снижена ставка НДС на внутренних рейсах до 1% с 18% в течение трех месяцев.

«Длинные выходные»

- Признавая важность внутреннего туризма для мексиканской экономики, которая составляет 82% от общего объема туристического потребления, с расходами в размере 142 000 млн. долл. США, Мексика решила продолжить установленные длинные выходные дни для поощрения внутреннего туризма.

- Коста-Рика одобрила закон о переносе всех праздничных дней с 2020 и 2021 годов по понедельникам, чтобы коста-риканцы могли наслаждаться долгими выходными, путешествуя внутри страны и продлевая свое пребывание в туристических местах по всей стране, способствуя оживлению сектора.

- Новая Зеландия также поощряла длинные выходные или дополнительные каникулы как меру стимулирования внутреннего туризма.

Примеры маркетинговых и рекламных инициатив

- Коста-Рика объявила о начале беспрецедентной национальной рекламной кампании, направленной на снижение цен для национальных туристов.

- Французское правительство приступило к кампании *#CetÉtéJeVisiteLaFrance* (*Этим летом я посещаю Францию*), подчеркивая разнообразие направлений по всей стране и призывая ее граждан заново открыть для себя свою собственную культуру, наследие и гастрономию.

- Впервые в истории Испания запустила кампанию по внутреннему туризму *#DescubreLoIncreible* (*Откройте для себя невероятное*) с продвижением в социальных сетях.

- В Аргентине правительство объявило о Конкурсе *Promociona tu Destino* (*Продвигай свою местность*) адресованного студентам-туристам и недавним выпускникам с целью генерирования новых и инновационных идей о том, как продвигать направления стран.

- Мексика провела амбициозную цифровую стратегию на основе больших данных и социального прослушивания для стимулирования внутреннего туризма. Кампания включила в себя участие 32 штатов и различных

муниципалитетов, чтобы помочь построить повествовательную и стратегическую линию коммуникации, которая гарантировала, что контент достигнет нужной аудитории.

- В июне 2020 года началась кампания внутреннего туризма # #TuPodes (*#Ты можешь*) by Turismo de Portugal которая вдохновляла португальских путешественников посетить места, которые сделали Португалию лучшим местом в мире три года подряд.

- Национальная организация Дании по развитию прибрежного и сельского туризма (Dansk Storbyturisme) и Visit Denmark (национальный совет по туризму) поощряли датчан использовать #baredenmark (Только Дания) и продемонстрировали интересные вещи, которые они делают, находясь в отпуске в Дании. Они также запустили кампанию, чтобы побудить датчан размещать посты в Instagram и выиграть 200 000 датских крон (32 000 долл. США).

- Правительство Грузии запустило новую программу *Путешествие по Грузии* с целью продвижения внутреннего туризма в стране. Правительство призвало все заинтересованные стороны принять участие в программе и возродить внутренний туризм.

- Туризм Малайзия укрепила свою кампанию по внутреннему туризму *Cuti-Cuti Malaysia*. Кампания направлена на то, чтобы побудить граждан путешествовать в близлежащие места страны на выходные и таким образом возродить туристическую индустрию страны.

- В Корейской туристической организации запустили акцию *Неделя путешествий*, направленную на активизацию межсезонного отдыха и рассредоточение отпусков корейских граждан, которые обычно концентрируются летом, а также на развитие внутреннего туризма.

Примеры инициатив по разработке продуктов

- Парагвай воспользовался серией вебинаров *Туристические направления Парагвая* для демонстрации различных продуктов и опыта, которые Парагвай предлагает в своих 17 департаментах, в основном выделяя природный (наблюдение за птицами и рыбалка) и (эко)приключенческий туризм, сельский туризм, культурный и гастрономический туризм, а также виртуальное путешествие по 22 национальным маршрутам с подробным описанием каждого из них и их исторических, культурных, природных и гастрономических предложений.

- Аргентина организовала конкурс *Продвигайте вашу дестинацию* который направлен на то, чтобы сосредоточить внимание на сельском туризме и местных районах и сделать видимыми менее известные направления, чтобы разнообразить свое предложение внутреннего туризма.

- Венгрия и Парагвай приложили усилия для поощрения городского туризма в их столицах, либо путем коммуникационной кампании (Будапешт), либо путем оживления инфраструктуры центра города (Асунсьон).

Примеры партнерств

- В Перу Министерство внешней торговли и туризма объединило усилия с Министерством культуры и Национальной службой охраняемых природных

территорий для запуска серии стимулов для государственных служащих, детей, подростков и пожилых людей, которые имели бесплатный доступ к археологическим памятникам, музеям, историческим местам и природным зонам страны. В общей сложности 55 культурных объектов и 22 охраняемые природные территории, включая археологический парк Мачу-Пикчу и сеть дорог инков, выиграли от этой меры по оживлению и экономическому продвижению туризма внутри страны.

- Укрепление координации между национальными и на региональном уровне Atout France организовали в партнерстве с Региональными комитетами по туризму мощную цифровую кампанию, которая включила в себя визиты влиятельных лиц во Францию в течение всего лета.

- Destination Canada объявила о новом партнерстве с провинциями и территориями для реализации местных маркетинговых программ, поощряющих канадцев открывать свой собственный «задний двор».

- В Чили налажена тесная координация между национальными и местными органами власти. Заместитель министра туризма совместно с Национальной службой туризма организовал виртуальное мероприятие «Национальная встреча муниципальных координаторов туризма» с целью укрепления ассоциативности между муниципалитетами и подготовки координаторов туризма, отвечающих за планирование и управление туризмом в каждом муниципалитете.

Примеры государственно-частного партнерства

- Atout France запустила кампанию *#CetÉtéJeVisiteLaFrance* (*Этим летом я посещаю Францию*) в сотрудничестве с рядом туристических компаний и заинтересованных сторон в рамках своей стратегии по стимулированию внутреннего туристического спроса. 60 туристических компаний и институциональных партнеров присоединились к этой кампании, которая направлена на то, чтобы побудить граждан встретиться со своими семьями и друзьями, поддерживая местную экономику, подчеркивая разнообразие французских направлений, которые позволяют путешественникам заново открыть для себя свою собственную культуру, гастрономию и наследие.

- Кампания *100 причин путешествовать в Финляндии* реализованная Финской ассоциацией туристических организаций Suoma ry и поддержанная Министерством занятости и экономики, побудила туристических операторов по всей стране объединить усилия. Часть государственного финансирования внутреннего туризма направлена на повышение узнаваемости туристических компаний, их продуктов и услуг на специальной платформе с целью расширения кампании для охвата большего числа малых и средних туристических компаний со всех уголков Финляндии.

- В Коста-Рике, коста-риканский институт туризма создал стратегические альянсы с частным сектором для продвижения специальных предложений и более легких условий оплаты в целях стимулирования внутреннего туризма.

- Аналогичным образом, Республика Корея сотрудничала с местными органами власти и частным сектором для проведения кампании по внутреннему туризму *Неделя путешествий*, для которой Корейская туристическая

организация рекомендовала туристические объекты, и национальные путешественники могли воспользоваться скидками на достопримечательности, транспорт и проживание, которые являются частью кампании.

Примеры инициатив маркетингового исследования.

- На Филиппинах департамент туризма провел онлайн-опрос о последствиях пандемии для внутреннего и международного туризма и о поведении филиппинцев в путешествиях в новой нормальной обстановке. Результаты опроса были представлены различным заинтересованным сторонам в сфере туризма на вебинаре. Опрос, в котором приняли участие более 12 000 респондентов по всей стране, показал настроения и опасения филиппинцев по поводу внутренних поездок и дал представление туристическим компаниям о том, как лучше подготовиться и реагировать на национальных туристов.

- В ответ на ситуацию и ограничения поездок, наложенные на международный туризм, правительство Китая провело исследование рынка с целью прогнозирования доли внутреннего туризма в общем туристическом спросе.

- Туризм Австралия разработала новую онлайн карту чтобы помочь австралийцам ориентироваться во внутренних поездках, поскольку ограничения продолжали ослабевать по всей территории. Интерактивная карта содержит обзор национальной картины Австралии, а также активные ссылки на каждый штат и территорию для получения дополнительных консультаций, включая статус государственных границ, последнюю туристическую информацию и другие полезные отраслевые ресурсы.

Примеры инициатив по наращиванию потенциала и подготовке кадров.

- Коста - риканский институт туризма запустил свою цифровую учебную платформу *Потенциал*, направленную на содействие личностному и профессиональному развитию тех людей, которые работают по уходу за национальными и международными туристами. Среди запрограммированных курсов эта платформа предложила обучение оздоровительному туризму в рамках туристической стратегии по привлечению внутреннего туризма в этот сегмент.

- В Чили организовали серию тренингов по теме *Chile, tu mejor apuesta (Чили, ваш лучший выбор)*, которая направлена на укрепление маркетинговой цепочки с национальными туристическими агентствами, углубляя их знания о национальных направлениях, которые будут продвигаться на первом этапе активизации туризма. Также организовывались региональные круглые столы со всеми туроператорами по всей стране, чтобы объяснить эти изменения в тенденциях и важность работы с маркетинговыми каналами для продвижения национального туризма.

Парагвай организовал серию вебинаров *Туристические направления Парагвая*, направленную на демонстрацию различных продуктов и опыта, которые Парагвай может предложить в своих 17 департаментах. Некоторые из представленных сегментов включали: природный (наблюдение за птицами и рыбалка) и (эко) приключенческий туризм, сельский туризм, культурный и

гастрономический туризм, а также виртуальное путешествие по 22 национальным маршрутам с подробным описанием каждого национального маршрута и того, что люди могут найти вокруг городов: исторические, культурные, социальные, гастрономические достопримечательности, традиционные фестивали, символические здания, разнообразие природы, охраняемые дикие территории [26].

Проанализировав опыт развития сферы туризма в зарубежных странах, можно заметить существенное отличие между типами субсидирования. По сравнению с субсидированием вышеуказанных стран Казахстану не хватает вовлеченности предпринимателей во вложение в туристский бизнес. В казахстанских условиях интересным представляется адаптировать следующие аспекты:

- Классификация объектов размещения по категориям.
- Четкое определение прав и обязанностей, как туристических организаций, так и самого потребителя туристских услуг.
- Сотрудничество государственных органов власти с представителями частного бизнеса.
- Рациональное использование туристического потенциала.
- Пропаганда туристических возможностей Казахстана.

4. ПРИМЕР РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И КЛАССИФИКАЦИЯ ОТЕЛЕЙ ТУРЦИИ

В качестве примера возьмем Турцию. Ни для кого не секрет, что, Турция по праву является одним из лучших мест по туризму по многим критериям и запросам туриста. Именно поэтому, Турция даже ассоциируется с тем, что это место, выбрав которое люди не сомневаются в сервисе уже многие годы. Исходя из вышесказанного я решил проанализировать историю развития туризма Турци, методы и выявить наилучшие средства государственного регулирования. С течением времени туристическая сфера в Турции претерпела существенные изменения, которые оказали определенное воздействие в различных областях. Заметно, что экономическая динамика, особенно в 1960-х, 1990-х годах и вплоть до настоящего времени, оказывает влияние на социокультурную, культурную и экологическую структуры. Подобные изменения обладают как положительными, так и отрицательными последствиями. В частности, заметны негативные эффекты от массового туризма и неорганизованной туристической деятельности. Важно отметить, что исследователи часто изучают такие аспекты, как социально-экономическое окружение, социокультурное воздействие, социальные последствия и экономический контекст. Общеизвестно, что такое воздействие рассматривается с позиций экономических, социокультурных и экологических последствий.

Благоприятные экономические последствия туризма

Туризм, рассматриваемый как существенная экономическая отрасль, представляет собой 10,3% от общемирового валового внутреннего продукта (ВВП). Следовательно, экономическое значение туристического сектора неоспоримо. По информации Турецкого статистического института (TUIK), общий доход от туризма в 2019 году составил 34,52 миллиарда долларов США. Доля туризма в общем объеме экспорта приблизительно равна 19%, и этот сектор продолжает оставаться ключевым для нашей страны. Затраты иностранных туристов формируют 64% общих доходов от туризма в Турции, в то время как внутренние туристические расходы составляют 36%. Восемьдесят шесть процентов доходов от туризма в Турции используются для отдыха, а оставшиеся 14% – для деловых поездок. Многие районы Турции выступают в качестве туристических курортов, и туризм служит источником средств к существованию. [6]

Региональный вклад туризма можно перечислить как увеличение занятости, получение доходов в иностранной валюте и поддержание экономической активности. Основные положительные экономические эффекты включают улучшение платежного баланса, рост доходов, повышение уровня занятости, стимулирование регионального развития, а также модернизацию инфраструктуры и строительства.

Платежный баланс представляет собой экономический отчет, отражающий финансовые операции между страной и другими государствами за определённый период времени. Сущность его заключается в регистрации денежных операций между странами. Воздействие туризма на платежный баланс считается одним из

наиболее известных экономических результатов. Иностранцы туристы также осуществляют оплату товаров и услуг, приобретаемых внутри страны, через обмен иностранной валюты, что благоприятно сказывается на платежном балансе. Помимо вклада в платежный баланс, туризм также рассматривается с точки зрения его положительного воздействия на внутренний доход. Туризм оказывает прямое, косвенное и стимулирующее воздействие на увеличение доходов государства. Прямое воздействие заключается в налоговых поступлениях, полученных государством от этой услуги. Косвенное воздействие проявляется через налоги и пошлины, взимаемые с товаров и услуг, предоставляемых туристам. Стимулирующий эффект возникает из-за расходования доходов работников туристической отрасли в регионе, где они трудятся.

Среди положительных аспектов стоит выделить также эффект мультипликатора. Этот эффект проявляется в влиянии изменения инвестиционных расходов на национальный доход. Например, он может оказывать прямое или косвенное воздействие на сектор услуг (и другие смежные секторы), связанный с потребностями прибывающих местных и иностранных туристов в жилье, строительстве, сельском хозяйстве из-за их запросов на продукты питания и напитки, а также промышленности из-за связанных с этим устройств и оборудования для хранения и приготовления этих продуктов, обеспечиваемых банками посредством иностранной валюты.

Прямые, косвенные и стимулирующие эффекты туризма также отмечаются в контексте его вклада в занятость. Прямое воздействие на увеличение занятости связано с теми, кто занят в туристическом секторе, например, работниками туристических предприятий. Косвенное воздействие, повышающее уровень занятости, происходит благодаря предоставлению рабочих мест предприятиями, предоставляющими услуги в сфере туризма, непосредственно не связанными с этим направлением, в зависимости от развития туристического сектора. Например, это может включать рабочих, занятых в строительстве торговых центров, открываемых в туристических направлениях, и тех, кто будет работать там после открытия. Стимулирующий эффект связан с предоставлением рабочих мест предприятиями, оказывающими услуги работникам туристической отрасли, например, трудоустройство для удовлетворения потребностей работников в жилье, питании, одежде и отдыхе.

Обеспечение регионального развития является одним из положительных экономических эффектов туризма. Туризм может стать альтернативной отраслью развития таких неосвоенных или слаборазвитых регионов. Туризм играет спасительную роль в некоторых регионах, где сельское хозяйство и промышленность не могут развиваться. Развитие туристического сектора в конкретном регионе зависит от тесного сотрудничества местных предпринимателей и других крупных субъектов туристического сектора. Таким образом, также возможно развитие местных предпринимателей и местного населения.

Для того чтобы туризм осуществлялся здоровым образом, необходимо сделать комфортными объекты инфраструктуры и надстройки. Простейший

пример: транспорт до места назначения должен быть комфортным. Кроме того, инфраструктура канализации, электричества, водоснабжения, природного газа и телекоммуникаций в этом регионе пересматривается, и все заинтересованные стороны могут извлечь из этого положительную пользу. Это также считается одним из положительных экономических эффектов туризма. [10]

Туризм оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие, проявляющееся в ряде аспектов. Среди негативных последствий выделяются факторы, такие как утечки, сезонность, проблемы с занятостью, альтернативные издержки, инфляционное давление, чрезмерная зависимость и колебания спроса. В случае утечек посреднические учреждения, осуществляющие операции купли-продажи, могут направлять часть доходов в свои страны. Проблема сезонности становится наиболее заметной в Турции из-за сезонной туристической активности. Отели на берегу моря полностью загружаются только летом, особенно малые предприятия не работают зимой, что не способствует экономике. Эта ситуация также вызывает проблемы с занятостью, поскольку сезонность является преградой для создания постоянных рабочих мест. Человек работает только в определенные месяцы, и пенсионные отчисления зависят от числа отработанных дней, что влечет проблемы с набором обязательных рабочих дней для выхода на пенсию и, следовательно, низкую пенсию. Еще одним важным вопросом является чрезмерная зависимость от туризма. Из-за неэластичного спроса и эластичного предложения сектор становится чувствительным к кризисам, что отрицательно сказывается на экономике Турции, особенно в тех областях, которые сильно зависят от туристической деятельности.

Социальные последствия туризма становятся неизбежными, поскольку туризм включает в себя перемещение человеческих сообществ. Воздействие туристов затрагивает местных жителей, других туристов и работников региона, который они посещают. Обычно это оценивается через социальный эффект туризма. В условиях взаимодействия социальной и культурной структур, происходит социокультурное взаимодействие между туристом-туристом, туристом-работником, туристом-местным населением и работником-местным населением. Влияние туристов на социальную и культурную структуру оценивается с учетом следующих факторов:

- Количество туристов
- Продолжительность пребывания
- Происхождение туриста
- Экономические характеристики туристов
- Туристическая деятельность
- Необходимо учитывать следующие переменные на региональной основе:
- Демографические характеристики региона
- Экономическая структура
- Мнение местных жителей о туристах
- Пространственные особенности
- Культурные особенности

- **Другие социологические особенности**

Расширение развлекательных и отдыховых возможностей в связи с прибытием туристов в регион может привести к изменениям в обычном образе жизни местного населения, а также к сохранению или повреждению культурных ценностей и наследия. Таким образом, туризм оказывает как положительные, так и отрицательные социальные последствия.

Положительные социальные эффекты туризма включают улучшение качества жизни, укрепление социальных связей и повышение качества государственных услуг. Вместе с тем, развитие туризма может способствовать созданию эстетичной окружающей среды, включая физические сооружения, парки, сады и дороги. Это может положительно сказаться на комфорте и качестве жизни людей. Например, представления местных народных танцев, которые привлекают туристов, способствуют развитию туризма и укреплению социальной идентичности.

С другой стороны, туризм сопровождается и отрицательными социальными последствиями. Одним из них является ухудшение социальных отношений из-за влияния туристов, которые могут привносить с собой современные представления и воздействовать на социальный статус местного населения. Это может привести к деградации местной культуры и нарушению традиционных семейных структур. Дополнительно, рост уровня преступности связан с привлекательностью туристов, у которых часто есть ценности, привлекающие преступников.

Когда рассматривается сущность культуры, становится очевидным, что передаваемые материальные и духовные ценности реализуются внутри общества. Культура, следовательно, представляет собой составную часть социальной структуры и тесно связана с социологией. Важно учитывать, что социальные и культурные структуры взаимосвязаны. Как и воздействие туризма на социальную структуру, его влияние на культурную структуру следует рассматривать с учетом как положительных, так и отрицательных аспектов.

Положительные культурные эффекты туризма включают рост интереса к местному искусству и ремеслам, возрождение традиционных культурных мероприятий, оживление социальной и культурной жизни, защиту и обновление местной архитектурной структуры, а также стимулирование возможности защиты активов и территорий с эстетической и культурной ценностью. В этом контексте туризм способствует сохранению элементов культурного наследия, таких как фестивали, традиции, обычаи, музеи и кулинарная культура.

Другим положительным аспектом культурного влияния являются культурные изменения и связанная с ними толерантность. Воздействие туризма позволяет туристам и местным жителям взаимно влиять друг на друга, интегрировать понравившиеся культурные элементы в свои собственные. Этот процесс способствует гордости местного населения за свою культуру и уважению к разнообразию культур. Эффекты, такие как церемонии ANZSAC, служат примерами толерантной среды, формируемой благодаря туризму.

С другой стороны, в сфере туризма возможно возникновение

межкультурных конфликтов. Несмотря на обычное понимание и гостеприимство со стороны местных жителей, направленные на туристов, возможны серьезные разногласия между туристами и теми местными жителями, которые считают, что оплата за услуги дает им безоговорочное право на любые свободы. Особенно при путевках "все включено" туристы из определенных стран, сконцентрированные в конкретных регионах, могут сохранять свой образ жизни, минуя взаимодействие и игнорируя ценности и социокультурные особенности страны, в которую они прибыли, что может вызвать конфликты. Еще одним негативным аспектом является влияние глобализации. Несмотря на положительные стороны глобализации, она часто ведет к унификации и стандартизации. Таким образом, глобализация может постепенно разрушать местные ценности и наследие. Другим негативным аспектом, идущим в связке с этим, является процесс стандартизации. Этот процесс, особенно ярко выраженный в международной сфере питания, приводит к исчезновению уникальных продуктов питания. Например, Starbucks запретили открывать филиалы в некоторых регионах из-за опасений разрушения уникальной кофейной культуры Италии. Тем не менее, некоторые ученые считают, что слияние культурных ценностей с туризмом может привести к коммерциализации культуры, и, следовательно, оригинальность и реальность этих ценностей со временем могут утратить свое значение. Это также рассматривается как одно из отрицательных культурных последствий туризма.

Воздействие туризма на окружающую среду можно разделить на физическую и социальную среду. В отношении физических элементов окружающей среды рассматриваются как положительные, так и отрицательные аспекты.

С положительной стороны, туризм оказывает благоприятное воздействие на окружающую среду, включая защиту природных ресурсов, археологических памятников и культурных ценностей, а также развитие экологической инфраструктуры. Природные ресурсы, которые являются неотъемлемой частью туристической деятельности, нуждаются в защите для обеспечения устойчивости туризма. Охрана археологических объектов и культурных ценностей также приобретает важное значение в контексте туристической привлекательности. Инвентаризация и защита этих ценностей, проводимые ведомствами культуры и туризма, представляют собой положительный шаг в направлении сохранения культурного наследия.

Однако необходимо отметить, что охрана не должна ограничиваться только бумажными документами, и активные меры должны приниматься для поддержания их сохранности. Также ожидания туристов часто играют решающую роль в вопросах загрязнения окружающей среды. Высокий уровень экологической осведомленности у туристов способствует соблюдению мер по уходу за окружающей средой и снижению загрязнения. Кроме того, собранный на туристических объектах мусор может быть подвергнут переработке, что не только способствует поддержанию чистоты, но и приносит доход.

С другой стороны, туризм может оказывать негативное воздействие на окружающую среду через чрезмерное использование природных ресурсов, что

мешает их восстановлению. Это может проявляться в:

- Избыточном использовании водных ресурсов;
- Повреждении почвы и земли;
- Увеличении движения, загрязнении воздуха и создании шума;
- Увеличении объема твердых и жидких отходов;
- Визуальном загрязнении;
- Угрозе биоразнообразию;
- Повреждении археологических объектов и культурных ценностей.

Таким образом, важно балансировать положительные и отрицательные аспекты воздействия туризма на окружающую среду, стремясь к устойчивому и ответственному туризму.

Типы туристического размещения в Турции, их распределение и классификация размещения могут варьироваться от страны к стране. Однако при классификации обычно используются такие критерии, как физическая вместимость, назначение услуги, размер, статус, уровень комфорта и транспортные средства. Объекты размещения туристов в Турции делятся на две основные группы: сертифицированные Министерством туризма и сертифицированные муниципальные предприятия. Положение о квалификации туристических объектов, опубликованное в Официальном вестнике № 30791 от 01.06.2019, подробно определяет типы и особенности средств размещения, лицензируемых Министерством туризма Турции. В географии туризма они делятся на две основные группы: традиционное и дополнительное размещение. Те, которые эксплуатируют сертифицированные Министерством объекты размещения туристов, определяются как объекты размещения, сертифицированные для туристической деятельности. Объекты размещения, находящиеся в стадии строительства и не введенные в эксплуатацию, называются также объектами размещения, сертифицированными для инвестиций в туризм. В Турции отели с различными звездами занимают лидирующие позиции по типу размещения (74%). Далее следуют 10% для частных объектов, 6% для частных резиденций, 3% для пансион и по 2% для бутик-отелей, термальных отелей и дачных поселков. Отели классифицируются как 1-звездочные (52), 2-звездочные (381), 3-звездочные (1110), 4-звездочные (869) и 5-звездочные (704), а термальные отели- 3-звездочные (18), 4-звездочные (31) и 5-звездочные (41) термальные отели и курортные поселки относятся к первому (69) и второму классу (9). [27]

Учреждения или предприятия, удовлетворяющие потребности туристов в ночлеге, еде, питье и отдыхе, называются гостиницами. Эти объекты заменили по функциям исторические гостиницы (постоялые дворы). В исторические периоды, особенно в Анатолии, постоялые дворы служили социальными объектами, удовлетворяющими различные потребности путешественников. Позже объекты, предоставляющие эту услугу, в виде гостиниц были построены в более современной структуре. Кроме того, работающие здесь сотрудники прошли обучение, стали более оснащенными и профессионально квалифицированными в своей работе. История коммерческого жилья в Турции

довольно древняя. Удовлетворена потребность в размещении в социальных объектах, таких как гостиницы и караван-сараи. Коммерческие помещения, подобные гостиницам, действовали в римский и византийский периоды. Но они служили в периоды Сельджуков и Османской империи, еще больше развивая свои функции. Например, «Хорозлу Хан», «Султан Хан», «Везирхан», «Хекимхан», «Ташан», «Делиллер Хан», «Обрук Хан», «Кызылорен Хан», «Зазадин Хан» и т. д.. Это лишь некоторые из десятков важных отелей Анатолии. Также были созданы различные фонды для продолжения работы гостиниц и караван-сараев. Первый современный туристический отель, вступивший в эксплуатацию в Турции, — это Pera Palas, расположенный в районе Бейоглу в Стамбуле. Этот отель был открыт в 1895 году. В период после Танзимата эффективные движения вестернизации нашли отражение в сфере размещения туристов, а также во всех сферах. Однако исследования в этой области не получили широкого распространения, поскольку остаются ограниченными. В первые годы республики приоритет отдавался основным институтам вновь созданного государства. Поскольку туризм — это деятельность, которая осуществляется после удовлетворения основных потребностей, для развития отрасли потребовалось время. Возникновение двух крупных войн за короткий период времени в мире вызвало кровавую бойню. Поэтому развитие, связанное с туризмом и размещением, было отложено до Второй мировой войны. В Турции в 1955 году государство создало Туристический банк и Пенсионный фонд, а также оказало финансовую поддержку на строительство туристических объектов размещения. [28] Отель Istanbul Hilton открытый в 1959 году, является первым современным отелем в период Республики. Благодаря проекту TURBAN, поддержанному Туристическим банком, были сделаны значительные инвестиции в туризм, особенно в западные регионы страны.

В настоящее время стала важной потребностью уйти от шумной и стрессовой городской среды или монотонной повседневной жизни и провести время в другом месте. Эта потребность в основном удовлетворяется в туристических объектах размещения, которые предоставляют услуги в рамках туристической деятельности. В этих объектах туристы удовлетворяют многие свои потребности, включая ночлег, отдых, развлечения, еду и питье, шоппинг, занятия спортом и так далее. В результате всего этого возникает крупный сектор экономики, также называемый безотходной промышленностью. Сектор туризма, обладающий мультипликативным эффектом, оказывает широкомасштабное воздействие. Один из них можно увидеть в сфере экономики. Этому сектору, доля которого в экономике страны увеличивается с каждым годом, принадлежит важная роль в закрытии внешнеторгового дефицита. Фактически, доля туризма в экспорте за последние годы превысила 20%. В то же время сектор туризма представляет собой важный источник занятости и развития экономики страны. Поскольку туристические объекты размещения являются коммерческими предприятиями, они, как правило, поддерживают широкий ассортимент своей продукции, чтобы удовлетворить клиентов с различными требованиями и ожиданиями. Таким образом, тип и размер средств размещения формируются в

соответствии с их возможностями предоставления услуг. Размещение классифицируется по уровню комфорта и количеству спальных мест. Объекты размещения в Турции делятся на два основных класса: объекты с действующими сертификатами министерства и объекты с действующими сертификатами муниципалитета. Несмотря на то, что средства размещения, имеющие сертификаты эксплуатации министерства, подразделяются на типы, существует также классификация по типам объектов с сертификатами эксплуатации муниципалитета.

Исходя из опыта Турции по их классифицированию отелей определяемый Министерством туризма, стоит отметить, что подобное разграничение конкретных типов Объектов размещения положительно влияет на развитие и контроль стандарта услуг в стране. Исходя из вышеизложенного, не осталось никаких сомнений в том, что нужно добавить в нашу Республику Казахстан категоричность и классификацию отелей. Анализ регулирования в сфере туризма Турции позволил нам определить наилучшие методы и подходы которые можно перенять в Республику Казахстан для совершенствования туризма.

5. АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНДЕКСЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА

В целях системного развития туристской отрасли постановлением Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 406 утверждена Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года (далее – Концепция) и постановлением Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360 утверждена Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы (далее – Государственная программа), задачами которых являются развитие внутреннего и въездного туризма, развитие региональных культурно-туристических кластеров, стимулирование инвестиций, повышение качества и конкурентоспособности туристского продукта, планирование туристского развития, развитие туристской инфраструктуры, продвижение туристских дестинаций на внутреннем и международном рынках, формирование единого национального туристского бренда. [29]

Вместе с тем, туристская отрасль взаимодействует с большим количеством смежных отраслей, и ее эффективность в целом зависит от их скоординированной деятельности.

Для выполнения роли единого координатора развития отрасли, а также в целях обеспечения системного и институционального развития туристской отрасли Казахстана постановлением Правительства Республики Казахстан от 14 июля 2017 года № 428 создано акционерное общество «Национальная компания «Kazakh Tourism» (далее - Общество).

Согласно Концепции основными задачами Общества являются:

- 1) профессиональное управление туристским брендом Казахстана;
- 2) продвижение Казахстана как международной туристской дестинации;
- 3) формирование и реализация стратегии маркетинга;
- 4) организации якорных мероприятий, привлекающих туристов;
- 5) наполнение единого туристского портала Казахстана;
- 6) мониторинг качества оказания услуг и подготовки предложений по их улучшению;
- 7) сбор статистики для достижения максимального соответствия получаемого туристского опыта ожиданиям посетителей дестинации;
- 8) анализ всего спектра туристской деятельности как в целом по стране, так и разрезе кластеров, туристских зон, дестинаций;
- 9) мониторинг существующей структуры и количества предложений туристских продуктов;
- 10) мониторинг тенденций в туризме, своевременная реакция на изменения;
- 11) стимулирование притока как внешних, так и внутренних инвестиций в туристскую индустрию, привлечение инвесторов для реализации туристских

проектов;

12) обеспечение повышения качества предоставляемых услуг и квалификации специалистов в области туристской деятельности;

13) анализ туристского потенциала страны в целом и регионов, выработка предложений по развитию стандартов качества туристского продукта;

14) формирование и поддержание стратегического партнерства власти, бизнеса и туристов. [30]

Глобальный индекс. Анализ текущей ситуации.

В глобальном Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма Всемирного экономического форума-2019 Казахстан занимает 80-е место из 140 стран, ненамного улучшив свои позиции по сравнению с предыдущим индексом 2017 года – 81-е место. [3- 3 стр.]

Высокий потенциал для развития туризма в Казахстане отражен в следующих показателях рейтинга:

1) по количеству культурных объектов всемирного наследия страна занимает 62 место;

2) по количеству объектов устного и неосязаемого культурного наследия – 16 место;

3) по количеству природных объектов всемирного наследия – 32 место.

При этом, по мнению экспертов Всемирного экономического форума, существенно ухудшают казахстанский рейтинг в сфере туризма следующие факторы:

1) невысокое качество туристской инфраструктуры (отели, курорты, культурно-развлекательные объекты) – 127 место;

2) недостаточная открытость воздушного сообщения – 123 место;

3) низкое качество дорог – 106 место;

4) слабое присутствие компаний по аренде автомобилей – 95 место.

5) сложности визового режима – 81 место; [3 15 стр.]

Кроме законодательства и инфраструктуры, рейтинг указывает на недостаточный уровень развития маркетинга туризма в Казахстане. Например, по показателю эффективности маркетинга и стратегии бренда для привлечения туристов, Казахстан занимает 99-е место. Заметно низкую активность в продвижении Казахстана как туристического направления демонстрируют цифры цифрового спроса: в онлайн-поиске культурного и развлекательного туризма Казахстан занимает 104-е место, а по природному туризму - 116-е место.

Политические факторы играют важную роль в развитии туризма в Казахстане. Одним из ключевых политических факторов является обеспечение политической стабильности, которая, хотя не содействует напрямую развитию туризма, является необходимым условием для его процветания.

Государственная политика в области туризма в Казахстане претерпела значительные изменения за последние двадцать лет. Если в начале 1990-х годов туристическая деятельность практически отсутствовала, то в 2000-е годы государство стало активно содействовать решению проблем в этой сфере. Задача развития туризма сегодня сформулирована как достижение доли отрасли в ВВП на уровне около 8% к 2025 году.

В рамках государственного управления существует ряд ключевых элементов:

1. Закон "О туристской деятельности в Республике Казахстан" от 13 июня 2001 года, который устанавливает правовые, экономические и организационные основы туристской деятельности.
2. Цели создания конкурентоспособной туристской отрасли, интегрированной в мировой туристический рынок, определены в Концепции и Государственной программе.
3. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2025 года, где туризм является одним из приоритетных экспортоориентированных направлений деятельности.
4. Вовлечение центральных и местных исполнительных органов, отраслевых и предпринимательских ассоциаций, общественных организаций и экспертного сообщества в развитие туризма.
5. Создание Общества по развитию внутреннего и въездного туризма и продвижению туристского потенциала Казахстана.

Однако, несмотря на положительные изменения, существуют ключевые проблемы на уровне государственного управления, такие как слабая координация и контроль развития туризма, недостаточно развитая инфраструктура и отсутствие комплексной маркетинговой стратегии для продвижения Казахстана как туристического направления на мировой арене.

Историко-культурные факторы:

Казахстан обладает богатым историко-культурным наследием, включая 5 объектов, внесенных в список всемирного наследия ЮНЕСКО, а также 13 объектов, являющихся кандидатами на включение. Уникальный природный потенциал страны создает благоприятные условия для развития экотуризма, привлекая внимание зарубежных туристов. Казахстан также представляет собой стабильное и безопасное направление для туризма, что способствует формированию положительного международного имиджа. Рейтинг Country Brand Index 2012-2013, составленный Future Brand, включил Казахстан в топ-15 ведущих страновых брендов будущего, отмечая его лидерство в регионе и подчеркивая перспективы страны при условии реализации эффективной политики. [3. 7 стр.]

Социальные факторы:

Среди социальных факторов, влияющих на развитие туризма, ключевую роль играют численность населения и степень его урбанизации. Численность населения Казахстана (19 млн. человек) стабильна, при этом естественный прирост остается положительным, а миграционное сальдо - отрицательным. Однако, наблюдается тенденция к уменьшению численности взрослого населения. Степень урбанизации, прямо пропорциональная интенсивности туристических поездок, в Казахстане составляет 30%, что оказывает влияние на предпочтения жителей городов в выборе форм отдыха. Горожане, имея более высокий уровень жизни, оценивают туристические возможности с учетом комфорта, ценовой доступности и критериев соотношения цены и качества. Несмотря на это, внутренний туризм в стране поддерживается преимущественно

корпоративными и семейными поездками в близлежащие местности.

Внешние экономические факторы:

Влияние пандемии COVID-19 на туристскую отрасль в Казахстане и по всему миру стало разрушительным. Введение чрезвычайного положения и карантинных ограничений, включая закрытие границ, привело к полной остановке туристического бизнеса, вызвав крупные финансовые потери и ограничив сроки туристического сезона внутри страны. В ответ на эти вызовы правительство приняло пакет антикризисных мер, включающий налоговые послабления, отсрочки и социальные выплаты, направленные на поддержку предпринимательства в туристической отрасли. Однако восстановление туристического бизнеса зависит от снятия карантинных ограничений и восстановления передвижения населения.

Социально-экономические факторы:

Пандемия COVID-19 сказалась отрицательно на экономике, увеличив число безработных, снизив доходы и покупательскую способность населения. Это также повлияло на сферу досуга и отдыха. Внутренний туризм столкнулся с вызовами из-за высоких цен, низкого уровня сервиса и несовершенной инфраструктуры. Для казахстанцев выездной туризм предпочтителен из-за дороговизны внутренних услуг и недостаточного уровня качества. Снижение покупательной способности и низкая заполняемость мест размещения свидетельствуют о слабом спросе и теневом обороте в отрасли. Оценки показывают, что только около 20% из более чем 500 туристских операторов занимаются внутренним туризмом.

Внутренние экономические факторы:

Развитие внутреннего туризма в Казахстане связано с благосостоянием населения. Несмотря на стабильные денежные доходы, снижение покупательной способности и высокие цены на услуги туристической индустрии ограничивают спрос. Низкая заполняемость мест размещения, даже при увеличении предложения услуг и инфраструктуры, свидетельствует о низком интересе населения к внутреннему туризму. Выездной туризм значительно превышает въездной, что влечет за собой отрицательное туристское сальдо в платежном балансе. Это может быть связано с повышением благосостояния, развитием бизнеса за рубежом, обучением за границей и т.д. Опросы также показывают, что казахстанцы готовы проводить отпуска в стране при наличии соответствующих условий.

Въездной туризм

Как показывают данные статистики, динамика и структура посетителей Казахстана в целом не претерпевает значительных изменений.

В среднем ежегодно в Казахстан прибывают порядка 7-8 миллионов посетителей, большинство из которых из стран Содружества независимых государств (Узбекистан, Россия, Кыргызстан).

При этом в динамике наблюдается рост въездных туристов из целевых стран.

Так, статистика по итогам 2019 года показывает рост прибытий из ОАЭ (на 54,2%), КНР (на 50,9%), Бельгии (на 33,5%), Канады (на 19,7%), Финляндии (на

22,6%), Турции (на 22,3%), Швеции (на 18,2%), Японии (на 17,7%), Австралии (на 16,6%), Южной Кореи (на 14,3%), Австрии (на 12,6%), Швейцарии (на 11,6%), Нидерланд (на 9,5%), Испании (на 8,1%), Великобритании (на 7,8%), Гонконга (на 6%), Франции (на 5%) и США (на 4,5%).

При этом по данным статистики в 2019 году из 8,5 млн. человек посетителей-нерезидентов 443 тыс. человек посетили казахстанские особо охраняемые природные территории; 1,2 тыс. человек пролечились/отдохнули в санаторно-курортных организациях; 979,8 тыс. человек было обслужено в местах размещения. Таким образом, в среднем услугами туристской инфраструктуры пользуются лишь порядка 12-14% от общего количества прибывающих в страну посетителей-нерезидентов.

Данные официальной статистики о количестве посетителей-нерезидентов, прибывших в Казахстан с прямой целью туризма показывают еще более тревожную картину: их доля менее 1% от общего числа посетивших страну иностранных граждан:

Таблица – 1. Количество посетителей РК

	2014	2015	2016	2017	2018
Всего посетило страну нерезидентов, тыс. человек, в том числе по целям:	6 332,7	6 430,2	6 509,4	7 701,2	8 789,3
Деловая и профессиональная	1 178,9	1 044,7	1 096,9	1 186,5	1 223,3
Личная, из них:	5 153,8	5 385,4	5 412,5	6 514,7	7 566,0
Туризм	62	54,4	56,2	81,6	65,8
Доля от посетивших, %	1	0,8	0,9	1,1	0,7
Частная	4 439,6	4 846,9	4 823,3	5 853,8	6 865,3
Транзит	652,3	484,1	532,9	579,2	634,9
Примечание – составлено автором на основании источников [25]					

Таким образом, приведенные статистические данные, с одной стороны, фиксируют факт слабого развития в Казахстане сектора въездного туризма, с другой – несовершенство статистического учета, неоднозначность статистической информации.

В целом сектор въездного туризма в Казахстане на сегодняшний день поддерживается за счет деловых событийных мероприятий, проводимых на территории Казахстана. Перспективы развития в Казахстане делового туризма также существенны в связи с тем, что страна находится в центре самого быстрорастущего рынка туризма в мире.

Привлечение инвестиций в туризм в Казахстане:

Низкая привлекательность туризма в Казахстане как для внутренних, так и для внешних туристов сказывается на общей инвестиционной привлекательности отрасли. Согласно рейтингу Всемирного экономического форума, страна занимает 92-е место по эффективности привлечения инвестиций. В 2019 году общий объем инвестиций в туристический сектор составил 469,5 млрд. тенге. Однако, доля инвестиций в развитие услуг по проживанию и питанию снизилась на 12 процентных пунктов по сравнению с предыдущим

годом. [39 с.]

В туристской отрасли необходимо развивать механизмы государственной поддержки и предоставления "длинных" и доступных кредитов для субъектов отрасли. Примеры положительных практик в других странах, таких как Испания, Португалия, Южно-Африканская республика и Малайзия, показывают, что государственная поддержка может стимулировать инвестиции в туризм. В этих странах предоставляются гранты, беспроцентные кредиты и налоговые льготы для развития туристических проектов.

Важным направлением является улучшение инвестиционного климата в туристской отрасли Казахстана. Это включает в себя привлечение иностранных инвесторов, создание прозрачных и стабильных правил для бизнеса в сфере туризма, а также разработку мер по улучшению качества туристических услуг. Эффективные инструменты государственной поддержки и партнерство с частным сектором могут способствовать привлечению инвестиций и развитию туристической отрасли в стране.

Технологические аспекты в развитии туризма в Казахстане:

Технологические инновации в значительной мере влияют на туристическую индустрию, создавая новые возможности для предоставления услуг и улучшения обслуживания клиентов. В современной эпохе интернет уже не только передает информацию, но и становится основным инструментом продвижения и продажи туристических услуг, обеспечивая прямую связь между потребителями и поставщиками.

На текущий момент Казахстан занимает 90-е место в рейтинге использования информационно-коммуникационных технологий. Низкая активность предпринимательской среды в вопросах внедрения новых технологий, в том числе в туризме, является причиной этого положения. Уровень инновационной активности бизнеса составляет всего 7%.

Содействие участникам турбизнеса в технологическом развитии и поддержка цифровизации отрасли могут существенно способствовать развитию внутреннего и въездного туризма. Это включает в себя повышение информированности потенциальных туристов о предложениях, а также упрощение процессов бронирования и приобретения туристических пакетов. Внедрение новых технологий, таких как онлайн-платформы, мобильные приложения и системы бронирования, может улучшить взаимодействие между участниками рынка и сделать туристический опыт более доступным и удобным для потребителей.

Заключение

Подводя итоги и учитывая то, что проблема номерного фонда в выбранных регионах существует, но на данное время есть только одна программа по возмещению части затраченных средств на строительство гостиниц предпринимателями в рамках государственной программы, хочется внести такие предложения для развития туризма и повышения эффективности реализации государственной политики в Казахстане считаю необходимым:

1. Повышение качества инфраструктуры туризма остается главной проблемой отечественного туризма. В связи с чем, необходимо создать реестр и организовать категоричность гостиниц, соответствующих утвержденным стандартам в области туризма, рекреационного отдыха и предоставляющего качественные услуги населения. Вместе с тем, на государственном уровне остается не решенной проблема обустройства дорог и подъездных путей к туристским объектам.

2. В настоящее время в Казахстане многие дома отдыха стали морально и физически устаревшими, и количество объектов, соответствующих международным стандартам, недостаточно. Решение этой проблемы потребует значительных финансовых вложений и долгосрочных инвестиций. В связи с этим для полноценного развития туристической сферы Казахстана необходимы долгосрочные инвестиции, однако для предприятий малого и среднего бизнеса такие проекты часто не привлекательны из-за длительного срока окупаемости и короткого сезона отдыха. В настоящее время малый и средний бизнес играют ключевую роль как база для стабильного развития экономики в различных странах.

Исходя из этого предлагаем предусмотреть специальные меры поддержки туристской сферы государством как в зарубежных странах. Например, в Турции это строительство государственных отелей осуществляемый путем государственного заказа. гостиничный комплекс (далее – Комплекс). Комплекс делится на 6 отдельных бизнесов (номерной фонд, ресторан, бар, спа-салон, Ballroom вместе с конференц-залами итд). Выдается в аренду отдельно шести предпринимателям. Предварительно рассчитывается арендная плата за каждое отдельное направление и амортизация здания. Это будет окупаемая инвестиция в будущее со стороны Государства, потому как:

- создадутся новые рабочие места;
- весомые налоговые поступления в бюджет;
- здоровая конкуренция предпринимателей в сфере туризма
- повышение номерного фонда в регионе в дальнейшем позволит проводить крупные мероприятия которые требуют этого (такие как Чемпионат мира по футболу);

- арендная плата будет рассчитана с амортизацией на 10/15 лет и деньги вложенные государством будут возвращены с плюсами перечисленными выше.

Список литературы

- 1 Специфика культурно-познавательного туризма в городах российской федерации [web-портал]. - URL:<file:///C:/Users/Professional/Downloads/spetsifika-kulturno-poznavatel'nogo-turizma-v-gorodah-rossiyskoy-federatsii.pdf> Дата обращения: 17.10.2023 г.
- 2 Сайко О.К., Лыкова Т.Р. «Международный опыт развития туризма». XIII Международная студенческая научная конференция «Студенческий научный форум 2021», 2021 года. URL: https://repository.apa.kz/bitstream/handle/123456789/1238/%D0%9A%D0%B0%D0%B8%D1%80%D0%BB%D1%8B%D0%B5%D0%B2_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B5%D0%BA%D1%82.pdf?sequence=1&isAllowed=y Дата обращения: 17.11.2023 г.
- 3 Обзор Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (ВЭФ) – URL: <https://qaztourism.kz/upload/iblock/13c/13c7f01572df6bfeb54e7e9ba60e13f6.pdf> Дата обращения: 17.11.2023 г.
- 4 Шерим С. А. Путешествие в Шымкент: парадигма развития туризма в Казахстане // Актуальные исследования. 2023. №45 (175). Ч.II. С. 18-23. URL: <https://apni.ru/article/7400-puteshestvie-v-shimkent-paradigma-razvitiya> дата обращения: 07.12.2023 .
- 5 Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. - М.: КноРус, 2011. – 392
- 6 <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1355814>
- 7 Антон Овчаров: Экономика туризма. Учебное пособие URL: <https://www.labyrinth.ru/books/851099/> Дата обращения: 17.10.2023 г.
- 8 Учебник. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. 320 с.
- 9 Международные рекомендации по статистике туризма, ООН Мадрид и Нью-Йорк, 2010 год
- 10 Dünyada ve türkiye’de turizm emir balkan url: <https://www.istemiparman.com.tr/dunyada-ve-turkiyede-turizm/>
- 11 Научная статья История развития туризма в Казахстане: со времен СССР до наших дней URL: <https://tourisonline.kz/projects/53>
- 12 Завьялова С.В. Формирование и развитие законодательства СССР о туристско-экскурсионном обслуживании: первый этап. 2017. - 15стр.
- 13 Об утверждении Правил субсидирования затрат туроператоров в сфере въездного туризма за каждого иностранного туриста Приказ Министерства культуры и спорта Республики Казахстан от 15 декабря 2021 года № 387
- 14 Об утверждении Правил субсидирования стоимости билета, включенного в туристский продукт, при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Республики Казахстан Приказ Министерства культуры и спорта Республики Казахстан от 7 декабря 2021 года № 375. Зарегистрирован в Министерстве юстиции Республики Казахстан 10 декабря 2021 года № 25724
- 15 Об утверждении Правил возмещения части затрат субъектов

предпринимательства по приобретению оборудования и техники для горнолыжных курортов Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 29 декабря 2021 года № 407.

16 Об утверждении Правил возмещения части затрат субъектов предпринимательства по строительству объектов придорожного сервиса Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 30 декабря 2021 года № 411

17 Об утверждении Правил субсидирования части затрат субъектов предпринимательства на содержание санитарно-гигиенических узлов Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 10 декабря 2021 года № 382

18 Об утверждении Правил возмещения части затрат субъектов предпринимательства при строительстве, реконструкции объектов туристской деятельности Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 31 декабря 2021 года № 415

19 Об утверждении Правил возмещения части затрат по приобретению автомобильных транспортных средств вместимостью более восьми мест для сидения, исключая место водителя, субъектам предпринимательства, осуществляющим туристскую деятельность Приказ Министра культуры и спорта Республики Казахстан от 30 декабря 2021 года № 412

20 Послание Главы государства народу Казахстана от 2 сентября 2019 года. Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана. Әділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1900002019>. Дата обращения: 15.09.2023 г.

21 <https://www.gov.kz/memleket/entities/turkestan-madeniet-turizm/documents/details/536640?lang=ru>

22 Сайт <https://tengritravel.kz/my-country/Lonely-Planet-priznal-kazahstan-odnoy-luchshih-stran-420375/>. Дата обращения: 17.08.2023 г.

23 Сайт telegraph.co.uk <https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/the-fastest-growing-travel-destinations-in-2019/>. Дата обращения: 17.10.2023 г.

24 Сайт [washingtonpost.com https://www.washingtonpost.com/travel/2020/10/27/borat-kazakhstan-tourism-slogan/](https://www.washingtonpost.com/travel/2020/10/27/borat-kazakhstan-tourism-slogan/). Дата обращения: 17.11.2023 г.

25 <https://stat.gov.kz/ru/>

26 Brief Descriptions: Sites Inscribed in the World Heritage List. World Heritage Center UNESCO, Paris, 2003

27 WORLD TOURISM ORGANIZATION: Tourism Enjoys Strong Start to 2022 while Facing New Uncertainties. Madrid [web-портал]. – 2022. – URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-enjoys-strong-start-to-2022-while-facing-new-uncertainties>. Дата обращения: 08.11.2023 г.

28 Ali ÇİMAT* Ozan BAĖAR** TURİZM SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME URL: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868895.pdf> Дата обращения: 08.11.2023 г.

29 Постановление Правительства РК от 22 февраля 2017 года № 85. «О

некоторых вопросах Министерства культуры и спорта Республики Казахстан». Эділет [web-портал]. – 2017. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000085>.
Дата обращения: 15.11.2023 г.
30 <https://qaztourism.kz/ru/>

