

АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

**Институт управления**

на правах рукописи

**Джумабаев Аскар Кайратұлы**

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ  
ОБЛАСТИ ЖЕТІСУ)**

Образовательная программа магистратуры «7М04122 – Региональное развитие»  
по направлению подготовки «7М041 Бизнес и управление»

Магистерский проект на соискание степени  
магистра бизнеса и управления

Научный руководитель \_\_\_\_\_ Егемберды Е.Қ. к.п.н.

Проект допущен к защите: « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.

Директор Института Управления \_\_\_\_\_ Гаипов З.С. д.п.н.

**Астана, 2024**

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ .....</b>	<b>3</b>
<b>ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ .....</b>	<b>5</b>
<b>ВВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>6</b>
<b>1 ТУРИЗМ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА.....</b>	<b>9</b>
<b>2 ИСТОРИЯ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ И СРАВНЕНИЕ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ.....</b>	<b>12</b>
2.1 Развитие туризма в Казахстане.....	12
2.2 Сравнение подходов в управлении туризма с другими странами.....	24
<b>3 ПРИМЕР ЭВОЛЮЦИИ ТУРИЗМА И КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЦ ТУРЦИИ.....</b>	<b>28</b>
<b>4 АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНДЕКСЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА.....</b>	<b>34</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>40</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....</b>	<b>42</b>

## 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-П.

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); Турецкого статистического института;
TUIK	-
ВТА	- British Tourist Authority (Британское управление по туризму);
ТЭУ	- Туристско-экскурсионное управление;

## ВВЕДЕНИЕ

**Актуальность исследования.** Усиление рыночного характера экономики Казахстана усилило интерес к различным формам и методам предоставления услуг в туристической отрасли. Быстрое развитие этого сектора и усиление отрицательных последствий конкуренции и коммерциализации туристической деятельности подчеркнули важность государственного контроля и поддержки данной сферы. Устойчивый рост международного туризма в последние годы способствовал экономическому восстановлению многих стран, созданию рабочих мест, увеличению ВВП и улучшению платежного баланса. В настоящее время туризм занимает одно из ключевых мест в стратегиях стран мира по созданию рабочих мест и всестороннему экономическому росту.

В последние годы Казахстан стал уделять больше внимания развитию туристической отрасли. Будущее развитие туризма в Казахстане зависит от продуманной государственной поддержки и регулирования сектора на национальном уровне, что должно быть согласовано с общей стратегией развития страны и ее регионов.

Развитие туризма в Казахстане сталкивается с препятствиями в виде отсутствия четкого государственного регулирования, недостаточно развитой инфраструктуры и недооценки данного сектора как государством, так и малым и средним бизнесом, как прибыльной самостоятельной экономической ниши, способной значительно влиять на экономику государства в целом. Анализ существующей литературы и опубликованных статей выявил недостаточную разработанность концептуального аппарата и необходимость систематизации подходов и научной методологии для обоснования характера и степени государственного регулирования туризма.

**Цель и задачи исследования.** Исследование туристического потенциала регионов в контексте развития туристической сферы, а также анализ деятельности местных исполнительных органов в области туризма.

**Объект исследования.** Туристическая отрасль Республики Казахстан на примере внедрения в области Жетісу.

**Предмет исследования.** Разработка политики развития туристической отрасли Республики Казахстан и оценка её эффективности. Объектом исследования являются экономические отношения, возникающие при реализации политики развития туристической отрасли в стране.

Целью магистерского проекта является формулирование предложений по повышению экономической эффективности реализации политики развития туристической отрасли Республики Казахстан на примере области Жетісу.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

- Исследовать историю развития туризма в рассматриваемых регионах.
- Изучить международный опыт реализации политики развития

туристической отрасли.

- Провести сравнительный анализ подходов к развитию туристической отрасли за рубежом и в Республике Казахстан.

- Проанализировать существующие государственные меры поддержки в сфере туризма на сегодняшний день.

**Степень изученности темы.** Данные работы охватывают теоретические и практические аспекты разработки модели поддержки предпринимателей Республики Казахстан, рассматривая различные методы и исследования в широком контексте. Они подчёркивают значимость международного опыта, профессионального туристического образования, правовой культуры, а также мировых тенденций и национальных особенностей в Казахстане:

- Международный опыт в сфере развития туризма: Успешные примеры развития туризма в таких странах, как Великобритания, Испания и Франция. В исследованиях Кабановой Е. Е. и Фролова Е. В. рассматривается международный опыт в сфере управления туризмом, уделяя особое внимание сотрудничеству государства с предпринимателями [1].

- Историческое и закономерное развитие туризма: Этапы возникновения туристических отношений в мире и взаимодействие различных сфер жизни с туристическим бизнесом. Сайко О. К. и Лыкова Т. Р. анализируют развитие туризма в мире и его функционирование в ведущих туристических державах [2].

- Обзор Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма: Рассматривается методология исследований, проведенных при составлении рейтинга «Индекс конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ)» Всемирного экономического форума (ВЭФ). Анализируются результаты Казахстана в Отчете конкурентоспособности 2017 года и даются рекомендации по улучшению рейтинга в последующие годы [3].

**Теоретическая и методологическая основа исследования** базируется на принципах государственной поддержки, основанных на примерах зарубежных стран, а также на принципах ответственного менеджмента. Методологический каркас исследования включает в себя комплексное изучение научной литературы, проведение статистического анализа и анализ случаев неэффективного управления государственными гостиничными предприятиями.

**Научная новизна исследования** заключается в углублённом понимании специфики модели обслуживания в сфере туризма Казахстана и её влияния на эффективность туристической деятельности. Опираясь на обширный международный опыт, исследование направлено на адаптацию инновационных решений к условиям и вызовам системы управления туризмом в Казахстане.

**Ожидаемые результаты** включают всестороннее изучение опыта зарубежных стран в развитии туристического сектора и оценку его влияния на социально-экономическое развитие, что позволит выявить ключевые факторы, способствующие успешному развитию туризма, такие как государственно-частное

партнёрство, поддержка малого и среднего бизнеса, инфраструктурные инвестиции и маркетинговые стратегии. Основываясь на этих данных, будут разработаны рекомендации по повышению потенциала туристической отрасли в Казахстане, что включает улучшение инфраструктуры, поддержку инноваций, продвижение страны как туристического направления на международной арене, совершенствование государственной политики и развитие человеческого капитала через профессиональное обучение и повышение квалификации кадров. Это, в свою очередь, должно способствовать увеличению вклада туристической отрасли в ВВП Казахстана, созданию рабочих мест, улучшению платёжного баланса и общему социально-экономическому развитию страны.

# 1 ТУРИЗМ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА

Конкурентоспособность региона – это способность региона привлекать и удерживать фирмы и талантливых работников, которые обеспечивают высокий уровень жизни для его жителей и поддерживают устойчивый экономический рост. Это комплексная характеристика, которая включает в себя экономические, социальные и инфраструктурные аспекты, способствующие созданию благоприятных условий для ведения бизнеса и жизни населения. Важно отметить, что конкурентоспособность региона зависит от способности эффективно использовать свои ресурсы, внедрять инновации и адаптироваться к изменениям внешней среды.

Туризм играет ключевую роль в повышении конкурентоспособности региона, выступая в качестве важного драйвера экономического роста, улучшения инфраструктуры и повышения качества жизни населения. Важность туризма для конкурентоспособности региона можно рассматривать с нескольких взаимосвязанных аспектов.

Туризм способствует диверсификации экономики региона. В условиях глобализации и нестабильности мировых рынков регионы, зависящие от одной или нескольких отраслей, оказываются более уязвимыми перед экономическими потрясениями. Развитие туристической отрасли позволяет регионам диверсифицировать источники доходов, что снижает экономические риски и способствует устойчивому развитию. Туризм создаёт рабочие места как непосредственно в сфере обслуживания туристов, так и в смежных отраслях, таких как строительство, транспорт, торговля и сельское хозяйство. Это, в свою очередь, способствует снижению уровня безработицы и повышению уровня жизни местного населения.

Развитие туристической индустрии требует значительных инвестиций в инфраструктуру, включая транспортные сети, гостиницы, рестораны, культурные и развлекательные объекты. Эти улучшения инфраструктуры приносят пользу не только туристам, но и местным жителям, улучшая их доступ к услугам и повышая качество жизни. Современная инфраструктура также повышает привлекательность региона для инвесторов, способствуя притоку капитала и стимулируя дальнейшее экономическое развитие. В Казахстане, согласно Государственной программе развития туристской отрасли на 2019-2025 годы, развитие инфраструктуры является одним из ключевых направлений государственной политики в сфере туризма, что подтверждается активным строительством новых объектов и модернизацией существующих туристических маршрутов и зон отдыха.

Туристический сектор способствует продвижению и сохранению культурных и природных достопримечательностей региона. Это включает в себя реставрацию исторических памятников, развитие музеев и культурных центров, а также охрану природных объектов. Взаимодействие с туристами способствует обмену культурными

ценностями, что обогащает культурную среду региона и повышает его привлекательность как для местных жителей, так и для гостей. В Казахстане важную роль в этом процессе играет акционерное общество "Национальная компания Kazakh Tourism", которое занимается продвижением Казахстана как международной туристической дестинации и профессиональным управлением туристическим брендом страны.

Кроме того, туризм играет важную роль в укреплении регионального имиджа. Привлекательный туристический имидж способствует созданию положительного восприятия региона на международной арене, что может привлечь дополнительные инвестиции и способствовать развитию других секторов экономики. Регион, известный своими туристическими достопримечательностями, культурным и природным наследием, становится более привлекательным для потенциальных резидентов, что может способствовать росту населения и улучшению демографической ситуации.

Туризм стимулирует инновации и развитие малого и среднего бизнеса. Туристическая отрасль требует постоянного обновления и внедрения новых технологий и услуг для удовлетворения потребностей туристов. Это стимулирует развитие малого и среднего предпринимательства, способствует появлению новых бизнес-моделей и инновационных решений. Малые и средние предприятия играют важную роль в экономике региона, создавая рабочие места и способствуя устойчивому экономическому росту. В Казахстане государственная поддержка малого и среднего бизнеса в сфере туризма осуществляется через различные меры субсидирования и грантовые программы, что способствует развитию туристического предпринимательства и улучшению качества туристических услуг.

Таким образом, туризм является важным фактором конкурентоспособности региона. Он способствует экономическому росту, улучшению инфраструктуры, сохранению культурного наследия, укреплению регионального имиджа и развитию инноваций. Эффективное управление туристической отраслью и её интеграция в общую стратегию развития региона могут существенно повысить его конкурентоспособность и обеспечить устойчивое развитие в долгосрочной перспективе. Ключевую роль в этом процессе играет использование передового международного опыта и адаптация его к местным условиям, что подтверждается исследованиями в данной области [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].

## **2 ИСТОРИЯ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В**

## КАЗАХСТАНЕ И СРАВНЕНИЕ С ДРУГИМИ СТРАНАМИ

### 2.1 Развитие туризма в Казахстане

История развития туризма в Республике Казахстан, как и во всём бывшем СССР, может быть условно разделена на четыре основных этапа. Начальный этап охватывает период с начала 1920-х до 1936 года и характеризуется зарождением и формированием организационной структуры. Следующий этап, с 1936 по 1969 год, связан с передачей туризма и экскурсий в ведение профсоюзов и созданием предпосылок для формирования индустрии туризма. Третий этап, с 1969 по 1991 год, представляет собой период интенсивного развития туризма, когда он фактически становится крупной отраслью. Четвёртый этап начинается с 1991 года и продолжается до настоящего времени, охватывая постсоветский период развития туризма.

В начале XX века в городе Верный (ныне Алматы) было учреждено отделение Русского горного общества, существовавшее до 1927 года. Первые шаги в развитии горного туризма были предприняты энтузиастами, такими как Г.И. Белоглазов, Ф.Л. Савин и В.М. Зимин, которые в 1929 году организовали туристские походы по тропам Заилийского Алатау. Одним из значимых событий стал первый туристский поход на озеро Иссык летом того же года с участием 17 учителей школ Алматы [11].

В 1930 году под руководством Ф.Л. Савина коллектив работников Алма-Атинской городской почты и телеграфа отправился в несложный поход по маршруту: Алматы – Медео – Кокджайляу – Большое Алма-Атинское озеро. В 1931 году В.М. Зимин провёл первый зимний лыжный поход туристов по маршруту: Алматы – Узунагач – Курдайский перевал. С 1938 года начались массовые туристские мероприятия, включая слёт 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 Алматы и пять областных советов.

Таким образом, в различные периоды истории Казахстана активно развивались туристские и экскурсионные инициативы, что проложило 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 значительное влияние на развитие туризма. В Казахстане начали

формироваться новые областные советы по туризму и экскурсиям, экскурсионные бюро, бюро путешествий и экскурсий [12].

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 и кинотеатры. Открывались пункты проката туристского инвентаря и снаряжения, моторно-лодочные станции и 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 Костаная, "Южная" в долине Бадамского ущелья в Жетысуской области, "Золотой бор" в районе Кокшетау, и туристская база "Казахстан" на берегу озера Иссык-Куль в Киргизии, среди многих других.

С 1989 года доля активного туризма снизилась, и произошло усиление коммерческого туризма в Казахстане. В городах появились туристские фирмы, занимающиеся 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 также наблюдается слабая инфраструктура.

Для Казахстана, который характеризуется преимущественно сырьевой ориентацией экономики, развитие туристской сферы представляет собой перспективное направление для диверсификации экономики и стимулирования развития как региональных, так 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 партнёрство (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.

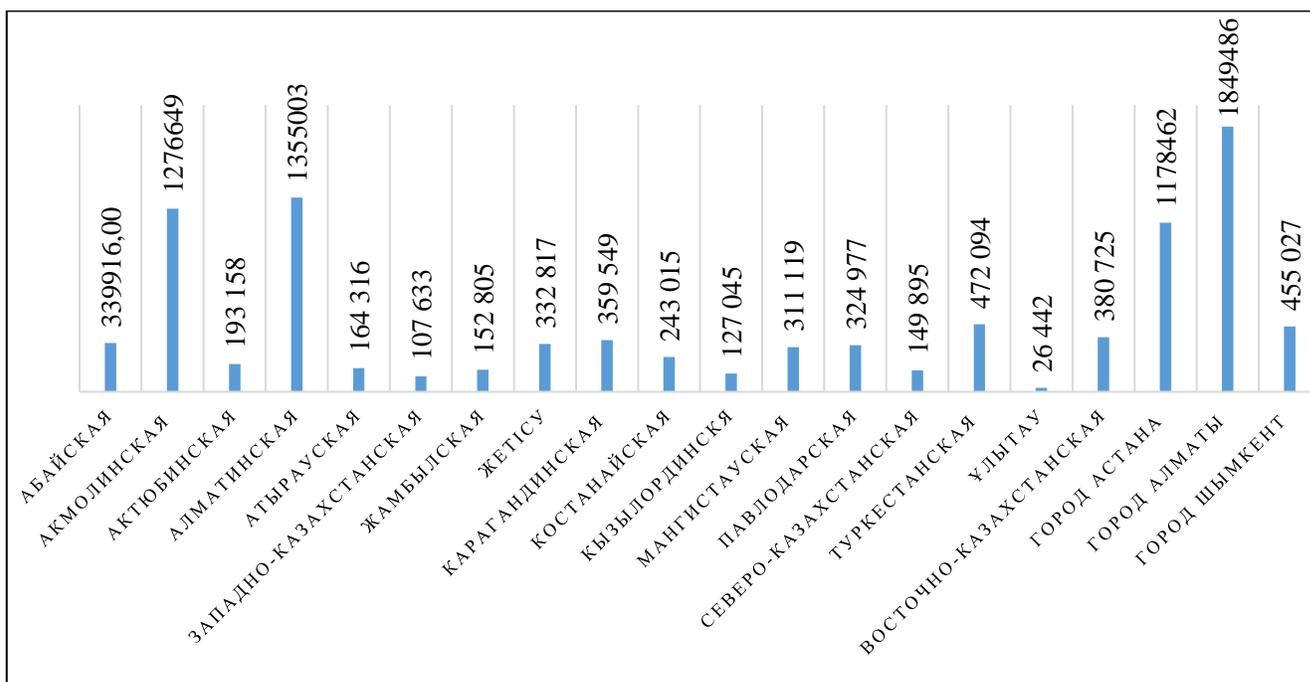


Рисунок – 1 Информация по туристскому потоку страны

Примечание – Составлено автором на основании источника [25]

В 2022 году Казахстан зафиксировал рост туристического потока по сравнению с 2021 годом. Количество внутренних туристов достигло 8,87 млн человек, что на 17,4% больше, чем в 2021 году.

Наиболее популярными направлениями были – Горный туризм (Боровое, Бухтарминское озеро, Катон-Карагай), оздоровительный туризм (Бурабай, Алаколь, Капчагай), культурно-познавательный туризм (Туркестан, Шымкент, Тараз), этнографический туризм (Мангистауская область, Восточно-Казахстанская область). Средняя продолжительность пребывания туристов составила 3-4 дня. Средние расходы на одного туриста составили 20 000 тенге в день.

Количество иностранных туристов, посетивших Казахстан в 2022 году,

составило 1,3 млн человек. Лидерами по числу туристов были:

- Россия (375 тыс. человек);
- Узбекистан (225 тыс. человек);
- Кыргызстан (150 тыс. человек);
- Таджикистан (90 тыс. человек);
- Турция (70 тыс. человек).

Исходя из данных необходимо отметить что туризм может стать одним из локомотивов развития экономики Казахстана, создавая новые рабочие места, стимулируя развитие малого и среднего бизнеса, повышая уровень жизни населения.

Важно отметить, что развитие туризма должно осуществляться с учетом экологических и социальных аспектов. Необходимо сохранять природное наследие Казахстана и улучшать условия жизни местного населения.

При условии правильной государственной поддержки и активной работы частного сектора Казахстан может стать одним из самых привлекательных туристических направлений в мире.

Значительная часть рассмотренных проблем нашли место в предлагаемых решениях новой Концепции развития туристской отрасли 2023 года. Повышение качества туристских продуктов и услуг предполагает обеспечение конкурентоспособности туристских продуктов как на внутреннем рынке страны, так и на международном уровне. В рамках данного направления необходимо содействовать созданию наиболее благоприятных условий для работы туроператоров и производителей туристических 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 семь мер государственной поддержки.

**Первая мера** – субсидирование затрат туроператоров в сфере въездного туризма для каждого иностранного туриста. Субсидия выплачивается туроператорам при регистрации иностранного туриста через информационную систему «eQonag» в местах размещения туристов, при наличии действительных документов и подтверждении пребывания иностранного туриста в местах размещения не менее четырёх и трёх дней, и посещения не менее трёх туристских ресурсов. Размер субсидии составляет 15 000 тенге для каждого иностранного туриста, прибывшего в Казахстан по туристскому продукту, приобретённому у туроператора [13].

**Вторая мера** – субсидирование стоимости билета, включённого в туристский продукт при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Казахстана. Субсидия выплачивается за стоимость билета несовершеннолетнему пассажиру, включённому в туристский продукт, приобретённый у туроператора, работающего в сфере внутреннего туризма. Размер субсидирования составляет

100% от стоимости авиабилета несовершеннолетнего пассажира [14].

**Третья мера** – возмещение части затрат субъектов предпринимательства по приобретению оборудования и техники для горнолыжных курортов. Возмещение включает канатные дороги, системы искусственного оснежения трасс и снегозадерживающую технику. Размер компенсации составляет 25% от стоимости оборудования и техники [15].

**Четвёртая мера** – возмещение затрат по строительству объектов придорожного сервиса. Объектами, подлежащими возмещению, являются здания и сооружения, расположенные в придорожной полосе. Размер возмещения составляет процент от стоимости строительства объектов придорожного сервиса [16].

**Пятая мера** – субсидирование части затрат на содержание санитарно-гигиенических узлов. В рамках правил определены требования к объектам СГТ для лиц с инвалидностью, мужчин и женщин. Субсидирование на содержание СГТ составляет 83 300 тенге ежемесячно [17].

**Шестая мера** – возмещение части затрат субъектов предпринимательства при строительстве и реконструкции объектов туристской деятельности. Объектами, подлежащими возмещению, являются природные объекты и природно-климатические зоны, достопримечательности, объекты исторической и социокультурной демонстрации и иные объекты. Основным требованием при подаче заявки является предоставление соответствующих документов. Размер возмещения составляет 10% от стоимости затрат на строительство и/или реконструкцию объектов туристской деятельности [18].

**Седьмая мера** – возмещение части затрат субъектам предпринимательства, осуществляющим туристскую деятельность, по приобретению автомобильных транспортных средств вместимостью более восьми посадочных мест. Получателями данной государственной поддержки являются субъекты предпринимательства, осуществляющие свою деятельность в соответствии с законом, такие как туроператоры, тур-агенты, гиды, экскурсоводы и инструкторы по туризму. Размер возмещения составляет 25% от стоимости автотранспортного средства [19].

Внедрение и реализация данных мер позволит увеличить приток внутренних туристов за счёт улучшения качества услуг и усиления работы субъектов предпринимательства по продвижению своих туристских продуктов [20].

**Развитие отрасли туризма в области Жетісу.** Область Жетісу, обладая богатым природным и культурным наследием, представляет значительный потенциал для развития туризма. Среди ключевых достопримечательностей региона можно выделить озера Алаколь и Балхаш, горную систему Жонгарского Алатау, а также государственные национальные природные парки «Жонгар-Алатау» и «Алтын-Емел». В рамках плана развития области на 2021-2025 годы, акцент сделан на развитии пляжного и лечебно-оздоровительного туризма, а также

экологического, горного и пешего туризма. Планируется реализация множества проектов, направленных на благоустройство побережья озер, строительство новых объектов туризма и улучшение туристической инфраструктуры.

Статистика свидетельствует о значительном росте туристической активности в регионе. Количество объектов размещения, таких как гостиницы, хостелы и гостевые дома, значительно увеличилось, что позволило обслужить большее число посетителей. В прошлом году количество туристов в регионе достигло более 2 миллионов человек, что является впечатляющим показателем. Этот рост туризма сопровождался масштабными улучшениями транспортной и инженерной инфраструктуры. В частности, были проведены реконструкции автомобильных дорог, что обеспечило более удобный и безопасный доступ к ключевым туристическим достопримечательностям. Строительство новых гостиниц также внесло значительный вклад в развитие туристического потенциала региона.

Кроме того, регион активно внедряет современные технологии для улучшения качества обслуживания туристов. Создаются информационные платформы и интерактивные карты, которые помогают путешественникам планировать свои маршруты и находить интересные места для посещения.

Важным аспектом развития туризма является также улучшение сервиса и повышение квалификации работников в индустрии гостеприимства, что способствует созданию позитивного имиджа региона и привлечению большего числа посетителей в будущем.

В планах также предусмотрено повышение квалификации туристских кадров, что является важным аспектом для улучшения качества предоставляемых услуг. Ожидается, что комплексные меры по развитию туризма в Жетісу не только увеличат туристический поток, но и окажут положительное влияние на социально-экономическое развитие региона, способствуя созданию новых рабочих мест и увеличению вклада туризма в ВВП страны.

**Инвестиции в туристскую отрасль области Жетісу.** В настоящее время, согласно официальным статистическим данным, объём инвестиций в основной капитал в области Жетісу в сфере туризма по итогам 2023 года составил значительные суммы. По итогам 2023 года, привлечены инвестиции на сумму 3,5 млрд тенге. Введено 17 новых объектов туризма.

Кроме того, в 2024 году будет разработан мастер-план по развитию туризма в области Жетісу, в котором будет учтена работа по анализу туристского потенциала, открытию новых точек роста туризма по каждому перспективному локациям и объектам, комплексному развитию инженерной, дорожной инфраструктуры, цифровизации данных, развитию туристской навигации.

Также среди реализуемых проектов можно выделить строительство новой гостиницы в городе Текели. Примеры такого проекта включают гостиницу в с. Алаколь, развлекательный центр, банный комплекс. Эти проекты направлены на создание благоприятных условий для туристов, улучшение качества

предоставляемых услуг и увеличение туристического потока в регион.

В частности, значительные усилия направлены на развитие зон отдыха и санаторно-курортных объектов, что также включает благоустройство побережья озёр и других природных достопримечательностей региона. Ожидается, что реализация данных проектов не только привлечёт больше туристов, но и поспособствует созданию новых рабочих мест и улучшению социально-экономического положения региона, способствуя росту вклада туризма в ВВП страны.

**Осуществление мер государственной поддержки области Жетісу.** На меры государственной поддержки в сфере туристической деятельности и развития инфраструктуры производится строительство дорог «Талдыкорган–Калбатау-Усть-Каменогорск» (287-615 км), «Ушарал - Достык» (180 км), «с. Лепсы - побережье о. Балхаш» (0-27 км), «Алматы-Усть-Каменогорск-Лепсы-Актогай» (0-110 км), ведущих к побережьям Алаколя и Балхаша, будет полностью завершено к концу 2024 года. Кроме того, завершён капитальный ремонт дороги на перевале «Алтынемель» (45-68 км), проведен средний ремонт автодорог «Сарыюзек – Коктал» (68-110 км) и «Коктал – Жаркент» (306-322 км). В 2022 году была проведена реконструкция взлетно-посадочной полосы аэропорта города Ушарал. В 2023 году введен в эксплуатацию поезд «Тальго» по маршруту Астана – Достык. В текущем году начнется строительство инженерно-коммуникационных сетей на побережье озера Балхаш (стоимость – 7,9 млрд. тенге, на 2024 год предусмотрено 2,1 млрд. тенге). Также, для развития экологического туризма на территории национального парка «Алтын-Емел» построен визит-центр [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 обучение кадров туристической сферы использованию передовых цифровых технологий, 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 туристическую 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.

На сегодняшний день как международный, так и внутренний туризм становятся все более популярными. Международный туризм ориентирован на изучение культуры, образа жизни и традиций других стран. В то же время внутренний туризм приобретает все большую востребованность и направлен на знакомство с традициями и особенностями собственной страны, включая как материальное, так и нематериальное культурное наследие различных регионов.

При планировании развития территорий и создании туристических продуктов важно учитывать интересы местного сообщества. Однако культурно-познавательные возможности должны рассматриваться как с точки зрения спроса со стороны туристов, так и с позиции предложения, учитывая, что образ жизни местного населения влияет на туристический опыт.

Это означает, что необходимо анализировать потребности и предпочтения туристов, изучать их интересы в отношении культурных и познавательных активностей. В то же время следует также исследовать особенности и богатство культурного наследия и традиций региона, чтобы предложить туристам уникальный и ценный опыт.

Такой подход позволит разработать туристические продукты, которые

соответствуют ожиданиям и интересам туристов, одновременно уважая и пропагандируя богатство и уникальность культурного наследия и образа жизни местного сообщества в малых городах и других регионах.

Гастрономический опыт становится все более важным как для туристов, так и для компаний, работающих в сфере туризма и гостеприимства. Гастрономия приобретает значительную роль в культурно-познавательных аспектах, становясь важной частью нематериального культурного наследия многих регионов.

Локальная кухня и традиционные продукты питания могут стать ключевыми элементами концепции брендинга региона, а также служить визуальными ассоциациями и сюжетами, которые способствуют узнаваемости и формированию впечатлений у целевой аудитории. Гастрономические особенности могут быть использованы для создания уникальных туристических продуктов и путешествий, привлекая туристов своими уникальными вкусами, традициями и историей.

Местные рестораны, кафе, фермерские рынки и продукты могут стать важными элементами туристического маршрута и обогатить культурный опыт посетителей. Такой подход позволяет не только удовлетворить гастрономические предпочтения туристов, но и способствует развитию местных производителей и экономики, привлекая внимание к уникальным продуктам региона.

Таким образом, гастрономические аспекты имеют большой потенциал для привлечения туристов, укрепления имиджа региона и поддержки местной экономики через развитие туристических продуктов, связанных с кулинарией и традиционной кухней.

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 к казахстанскому туризму.

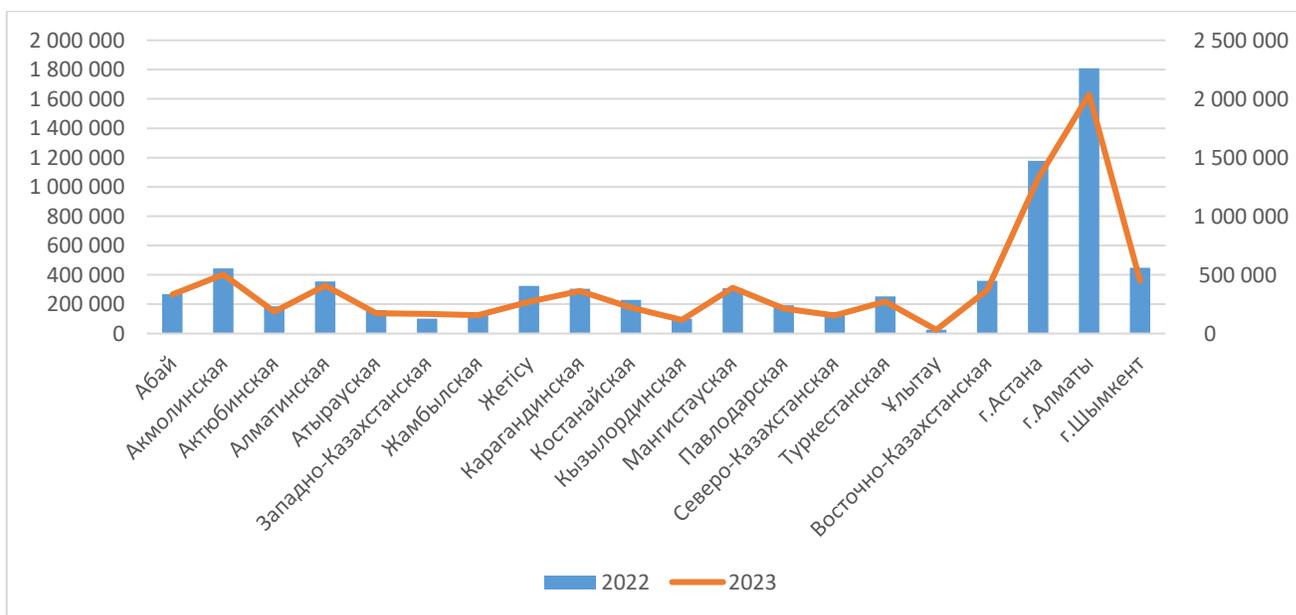
- Идентификация ниш и развитие различных видов туризма в соответствии с интересами и потребностями туристов из целевых рынков.

Принимая во внимание географическую близость (в пределах 5 часов полета до Казахстана), Китай и Индия входят в пятёрку 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 трёх суток на время транзитной стыковки в третьей стране [22].

Помимо мер по расширению и укреплению международного сотрудничества,

согласно обновленной Концепции развития туристической 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 туристической политики в Казахстане невозможно провести полноценный и всесторонний анализ развития туристической отрасли из-за отсутствия некоторых международно применяемых статистических индикаторов и параметров в статистике туризма в Казахстане. Необходимо дополнить статистику в области туризма такими показателями, как расходы внутренних туристов внутри страны, расходы международных туристов внутри страны, сектор туризма в разделе «инвестиции» для определения количества и объёма инвестиций в туристическую отрасль, а также доля туризма в общем вкладе в занятость. Объём инвестиций в основной капитал в туристическом секторе и другие данные позволят провести качественную оценку реализации государственных программ в отрасли и получить реальную картину развития туристического сектора экономики. Эти данные также создадут предпосылки для разработки методологии, с помощью которой можно будет прогнозировать и планировать соответствующие показатели при разработке программ отрасли. Область Жетісу обладает богатым природным и культурным наследием, которое может привлечь туристов из разных регионов. Несмотря на все её преимущества, туризм в области Жетісу находится на ранней стадии развития и не полностью раскрыл свой туристский потенциал.



## Рисунок 2 – Количество обслуженных посетителей в местах размещения

Примечание – Составлено автором на основании источника [25]

Согласно статистическим данным, количество туристов, обслуженных местами размещения в области Жетісу в 2023 году, составило 269 тысяч человек, что на 17.4% меньше, чем в 2022 году. Основной поток туристов приходится на внутренний туризм, а иностранные туристы составляют небольшую часть, их число варьируется в зависимости от сезона и в среднем составляет 5-10%.

В ходе проведённого анализа определены ряд основных проблем развития туризма в области Жетісу. Одной из серьёзных проблем считается недостаточно развитая инфраструктура, на сегодняшний день вблизи большинства туристических объектов отсутствуют места размещения и питания, которые могли бы обеспечить комфортное проживание и питание туристов. Также в регионе отсутствуют хорошо развитые дорожные сети, особенно в отдалённых районах. Некоторые из главных туристических достопримечательностей находятся вдали от областного центра, и доступ к ним затруднён из-за неудовлетворительного состояния дорог.

Другой проблемой является недостаточная квалификация персонала в сфере туризма. Многие работники туристической индустрии в регионе не обладают достаточной квалификацией и опытом работы. Это может привести к негативным последствиям для туристического бизнеса в целом, таким как плохое обслуживание туристов, несоответствие ожиданиям туристов и низкий уровень качества услуг.

Ещё одной проблемой, которая мешает развитию туризма в области Жетісу, являются экологические проблемы. Регион находится в зоне влияния крупных промышленных предприятий, что может привести к загрязнению окружающей среды и негативному воздействию на природные ресурсы. Вместе с этим, в регионе есть проблемы с обращением с отходами и загрязнением водных ресурсов, что может негативно сказаться на здоровье людей и природе в целом. Эти экологические проблемы могут отталкивать туристов от посещения региона и негативно сказываться на развитии туризма в области.

Также важной проблемой всё ещё остаётся низкая осведомлённость туристов о регионе и его достопримечательностях. Однако, стоит отметить, что в последние годы по данному направлению ведётся активная работа путём проведения информационных туров, роуд-шоу, крупных событийных мероприятий и других. Функционирует информационная платформа для туристов [visit-zhetysu.kz](http://visit-zhetysu.kz), на которой туристы могут ознакомиться с достопримечательностями, предстоящими культурными, спортивными и развлекательными мероприятиями, местами проживания и питания и многим другим.

Несмотря на проблемы, которые препятствуют развитию туризма в области Жетісу, существуют перспективы для его дальнейшего развития. Одной из перспектив является развитие экотуризма, так как регион обладает уникальной

природой и ландшафтами. Например, наиболее известными природными объектами являются озеро Балхаш, водопад Бурхан-Булак, Капальское ущелье Суық сай и другие. Различные природные объекты могут привлечь любителей активного отдыха и экстремальных видов спорта.

Также регион богат культурными и историческими достопримечательностями, такими как мавзолеи, памятники, мечети, которые могут привлечь любителей истории и культуры. В частности, одним из посещаемых объектов является мавзолей Жамбыла Жабаева.

Развитие оздоровительного туризма также может стать важным направлением развития туризма в области. Регион богат природными ресурсами, которые могут использоваться для создания оздоровительных курортов и здравниц. В области Жетісу есть множество источников минеральных вод, которые известны своими лечебными свойствами.

Таким образом, развитие туристской отрасли в области Жетісу области имеет большое значение для экономического и социального развития региона. Однако существуют определённые проблемы, которые необходимо решить для привлечения большего количества туристов в регион. Развитие инфраструктуры, привлечение инвестиций, повышение квалификации работников туристической отрасли и проведение активной рекламной кампании могут способствовать развитию туризма в области Жетісу и повышению её привлекательности.

## **2.2 Сравнение подходов в управлении туризма с другими странами**

В странах с развитой туристической отраслью управление данной сферой осуществляют организации, которые подчиняются министерствам, отвечающим за разработку национальных программ развития туризма. В Великобритании управление туризмом осуществляет Министерство культуры, медиа и спорта, под юрисдикцией которого находится British Tourist Authority (BTA). Эта организация занимается привлечением иностранных туристов в страну и развитием внутреннего туризма. В рамках своей деятельности BTA также консультирует правительство и другие государственные органы, связанные с туристической отраслью. Для продвижения своих инициатив за границей BTA проводит рекламные кампании через офисы и представителей, используя радио, прессу и телевидение. Организация также занимается организацией международных конференций, предоставлением консультационных и маркетинговых услуг в сфере международного туризма, а также издательской деятельностью в области

информационно-справочных материалов. С точки зрения 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. Организация возглавляется советом директоров и насчитывает около 300 сотрудников, треть из которых работает в Лондоне, а остальные – в 26 зарубежных представительствах. Примерно 68% финансирования British Tourist Authority поступает из государственного бюджета [24].

В Испании туристическая деятельность регулируется национальным Законом "О компетенции в области туризма" и Декретом "О деятельности частных туристских предприятий" от 14 января 1965 года. Помимо национального закона, каждая из семнадцати автономий имеет своё собственное законодательство по туризму, базовые принципы которого соответствуют упомянутому закону. Законы, регулирующие туризм, определяют отношения между поставщиком туристических услуг и туристом, а также устанавливают условия для ведения туристического бизнеса и предоставления услуг туристам. В законе также предусмотрены меры государственного контроля и санкции для нарушителей. В апреле 1996 года испанский парламент принял Закон "О комбинированных путешествиях", который чётко определяет права и обязанности туристических организаций и потребителей туристических услуг. Ответственность за туристическую деятельность в Испании несёт Государственный секретариат по торговле, туризму и малому бизнесу, который является подразделением Министерства экономики. В дополнение к Государственному секретариату, Министерство экономики также контролирует Центральную дирекцию по туризму, которая управляет административными вопросами и разрабатывает общие стратегии государственной политики в сфере туризма; сеть отелей "Paradores", включающую 83 отеля; и два выставочно-конгрессных центра в Мадриде и Малаге [25].

Полномочия Министерства экономики в Испании довольно ограничены. Важные вопросы, такие как сертификация услуг, лицензирование и разработка стратегии туристической индустрии, решаются на уровне местных властей. Для 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 рекомендательный характер.

Греческое правительство выделило и субсидировало отдых граждан с низким уровнем дохода на сумму 30 млн евро (примерно 36 млн долларов США), обеспечив около 1 млн ночёвок и раздав 250 000 купонов социального туризма. Эта программа субсидировала половину стоимости 4-дневного пребывания в отеле для граждан с годовым индивидуальным доходом до 16 000 евро (19 000 долларов США) и семейным доходом до 28 000 евро (33 400 долларов США).

Италия одобрила праздничный бонус (Bonus Vacanze) для семей, путешествующих внутри страны. Этот бонус представлял собой субсидию до 500 евро (600 долларов США) за проживание в отелях, кемпингах, фермерских домах и отелях типа «постель и завтрак» в Италии. Бенефициарами бонуса могли стать семьи с доходом до 40 000 евро (47 800 долларов США), а сумма бонуса зависела от количества членов семьи и составляла от 150 до 500 евро (от 180 до 600 долларов США). Бонус использовался в размере 80% в виде немедленной скидки на оплату услуг, предоставляемых отелем, а оставшиеся 20% списывались в качестве налогового вычета при подаче налоговой декларации.

Жители Исландии старше 18 лет получали туристические ваучеры на сумму 1,5 млрд исландских крон (11,1 млн долларов США) в рамках пакета поддержки туризма, разработанного правительством Исландии в сотрудничестве с Ассоциацией исландской туристической индустрии.

В Румынии правительство решило сохранить «Туристический праздничный пропуск», предоставляя государственным служащим ваучеры на туристические услуги. Эти ваучеры выдавались и управлялись только лицензированными операторами, уполномоченными Министерством туризма.

Сербия выделила 2,8 млрд сербских динаров (33 млн долларов США) на 560 000 туристических ваучеров стоимостью 5000 динаров (50 долларов 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 долларов США), а дети до 18 лет — 50 евро (60 долларов США).

Польша приняла аналогичную инициативу, предоставив путевки для семей с несовершеннолетними детьми, которые могли претендовать на ваучер в размере 500 польских злотых (130 долларов США). Сумма могла 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 были приняты меры экономического стимулирования развития внутреннего туризма. В их числе выделение 500 млн малайзийских рингитов (113 млн долларов США) ваучеров на скидку на поездки и персональные налоговые льготы на расходы, связанные с внутренним туризмом.

Правительство Таиланда субсидировало 5 млн ночей проживания в отеле при 40% от обычной стоимости номера, при этом субсидия ограничивалась 3000 тайских батов за ночь (98 долларов США) на срок до пяти ночей. Остальные 60% расходов несли туристы. Эта схема также применялась к другим туристическим

услугам, таким как питание и внутренние авиабилеты, под названием «Мы путешествуем вместе».

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

В Турции ставка НДС на внутренних рейсах была снижена до 1% с 18% на три месяца.

Мексика решила продолжить установленные длинные выходные дни для поощрения внутреннего туризма, признавая его важность для экономики страны. В Коста-Рике был принят закон о переносе всех праздничных дней с 2020 и 2021 годов на понедельники, чтобы способствовать долгим выходным и стимулировать внутренний туризм.

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

Коста-Рика запустила национальную рекламную кампанию, направленную на снижение цен для национальных туристов.

Французское правительство начало кампанию #CetÉtéJeVisiteLaFrance (Этим летом я посещаю Францию), подчеркивая разнообразие направлений и призывая граждан исследовать свою собственную культуру, наследие и гастрономию.

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

Аргентинское правительство объявило конкурс Promociona tu Destino (Продвигай свою местность), адресованный студентам-туристам и недавним выпускникам для генерации новых идей по продвижению направлений страны.

Мексика провела цифровую стратегию на основе больших данных и социального прослушивания для стимулирования внутреннего туризма, включая участие 32 штатов и различных муниципалитетов.

Португальская кампания #TuPodes (#Ты можешь) by Turismo de Portugal 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 поощряли датчан использовать #baredenmark (Только Дания) и показывали интересные вещи, которые они делают, находясь в отпуске в Дании. Кампания включала конкурсы в Instagram с призами.

Правительство Грузии запустило программу «Путешествие по Грузии» для продвижения внутреннего туризма, призывая всех заинтересованных сторон принять участие.

Туризм Малайзия укрепил свою кампанию Cuti-Cuti Malaysia, направленную на поощрение граждан путешествовать по стране на выходные.

Корейская туристическая организация запустила акцию «Неделя путешествий» для стимулирования межсезонного отдыха и развития внутреннего туризма.

Парагвай провёл вебинары «Туристические направления Парагвая» для демонстрации продуктов и опыта, включая природный и приключенческий туризм, сельский, культурный и гастрономический туризм [26].

Аргентина организовала конкурс «Продвигайте вашу дестинацию», сосредоточив внимание на сельском туризме и местных районах, чтобы разнообразить предложение внутреннего туризма.

Венгрия и Парагвай поощряли городской туризм в столицах через коммуникационные кампании и оживление инфраструктуры.

Анализ опыта развития туризма в зарубежных странах показывает, что Казахстану необходимо адаптировать следующие аспекты:

- Категоризация объектов размещения по уровням.
- Точное установление прав и обязанностей туристических организаций, и клиентов.
- Взаимодействие государственных органов с частным сектором.
- Эффективное использование туристических ресурсов.
- Продвижение туристического потенциала Казахстана

Эти меры могли бы способствовать более эффективному управлению туристической отраслью в Казахстане и привлечению большего числа туристов.

### **3 ПРИМЕР ЭВОЛЮЦИИ ТУРИЗМА И КЛАССИФИКАЦИЯ ГОСТИНИЦ ТУРЦИИ**

В качестве примера рассмотрим Турцию, которая заслуженно считается одним из лучших направлений для туризма по многим критериям и запросам туристов. Турция давно ассоциируется с высоким качеством обслуживания, что делает её выбором, в котором люди не сомневаются уже многие годы. Исходя из этого, я решил проанализировать историю развития туризма в Турции, методы регулирования и выявить наилучшие средства государственного управления. Со временем туристическая сфера в Турции претерпела значительные изменения, которые оказали влияние на различные области. Экономическая динамика, особенно в 1960-х, 1990-х годах и до настоящего времени, воздействует на социокультурные и экологические структуры. Эти изменения имеют как положительные, так и отрицательные последствия, включая негативные эффекты массового туризма и неорганизованной туристической деятельности. Исследователи часто рассматривают аспекты социально-экономического

окружения, социокультурного воздействия, социальных последствий и экономического контекста, с позиций экономических, социокультурных и экологических последствий.

Благоприятные экономические последствия туризма. Туризм, будучи значимой экономической отраслью, составляет 10,3% от мирового валового внутреннего продукта (ВВП). Экономическое значение туристического сектора неоспоримо. Согласно Турецкому статистическому институту (TUIK), общий доход от туризма в 2019 году составил 34,52 миллиарда долларов США. Доля туризма в общем объеме экспорта составляет около 19%, и этот сектор продолжает оставаться ключевым для Турции. Расходы иностранных туристов формируют 64% общего дохода 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 являются туристическими курортами, и туризм служит источником доходов [6].

Региональный вклад туризма можно выделить как увеличение занятости, поступления иностранной валюты 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 строительство. Платежный баланс представляет собой экономический отчет, отражающий финансовые операции между страной и другими государствами за определенный период. Влияние туризма на платежный баланс считается одним из наиболее значимых экономических результатов. Иностранные туристы оплачивают товары и услуги, приобретаемые внутри страны, через обмен иностранной валюты, что положительно сказывается на платежном балансе.

Кроме вклада в платежный баланс, туризм также оказывает положительное воздействие на внутренний доход. Туризм имеет прямое, косвенное и стимулирующее воздействие на увеличение доходов государства. Прямое воздействие заключается в налоговых поступлениях от туристических услуг. Косвенное воздействие проявляется через налоги и пошлины на товары и услуги, предоставляемые туристам. Стимулирующий эффект возникает из-за расходования доходов работников туристической отрасли в регионе, где они трудятся.

Положительные аспекты туризма включают также мультипликативный эффект, который проявляется в влиянии изменения инвестиционных расходов на национальный доход. Например, это может оказывать прямое или косвенное воздействие на сектор услуг и другие смежные сектора, связанные с потребностями туристов в жилье, строительстве, сельском хозяйстве, питании и напитках, а также промышленности через оборудование для хранения и приготовления продуктов, предоставляемое банками через иностранную валюту.

Прямые, косвенные и стимулирующие эффекты туризма также выражаются в его вкладе в занятость. Прямое воздействие на увеличение занятости связано с работниками туристического сектора, такими как сотрудники туристических предприятий. Косвенное воздействие на занятость связано с созданием рабочих мест в предприятиях, предоставляющих услуги в сфере туризма, но не непосредственно связанных с этим направлением. Например, это может включать рабочих, занятых в строительстве торговых центров, и тех, кто будет там работать. Стимулирующий эффект связан с предоставлением рабочих мест предприятиями, обслуживающими работников туристической отрасли, такими как жилье, питание, одежда и отдых.

Региональное развитие является одним из положительных экономических эффектов туризма. Туризм может стать альтернативной отраслью для развития малоосвоенных или слаборазвитых регионов. В регионах, где сельское хозяйство и промышленность не могут развиваться, туризм играет важную роль. Развитие туристического сектора в конкретном регионе зависит от тесного сотрудничества местных предпринимателей и крупных участников туристического сектора. Таким образом, возможно развитие местных предпринимателей и местного населения.

Для успешного функционирования туризма необходимо создать комфортные условия для инфраструктуры. Примером может служить транспортная доступность до места назначения. Также требуется улучшение инфраструктуры канализации, электричества, водоснабжения, природного газа и телекоммуникаций в регионе, что приносит пользу всем заинтересованным сторонам. Это также считается одним из положительных экономических эффектов туризма [10].

Туризм оказывает как положительное, так и отрицательное воздействие на различные аспекты. Негативные последствия включают утечки, сезонность, проблемы с занятостью, альтернативные издержки, инфляционное давление, чрезмерную зависимость и колебания спроса. При утечках посреднические учреждения могут направлять часть доходов в свои страны. Проблема сезонности особенно актуальна в Турции из-за сезонной туристической активности. Отели на берегу моря заполняются только летом, а малые предприятия не работают зимой, что не способствует экономике. Сезонность также вызывает проблемы с занятостью, так как создаются временные рабочие места. Работники трудятся только в определенные месяцы, и их пенсионные отчисления зависят от числа отработанных дней, что приводит к проблемам с накоплением необходимого стажа для выхода на пенсию и низким пенсиям.

Чрезмерная зависимость от туризма также является важным вопросом. Из-за неэластичного спроса и эластичного предложения сектор становится чувствительным к кризисам, что отрицательно сказывается на экономике Турции, особенно в областях, сильно зависящих от туризма.

Социальные последствия туризма неизбежны, так как туризм включает перемещение людей. Воздействие туристов затрагивает местных жителей, других

туристов и работников региона, который они посещают. Это оценивается через социальный эффект туризма. Взаимодействие социальной и культурной структур происходит через социокультурное взаимодействие между туристом и туристом, туристом и работником, туристом и местным населением, работником и местным населением. Влияние туристов на социальную и культурную структуру оценивается с учетом факторов, таких как количество туристов, продолжительность пребывания, происхождение туристов, экономические характеристики туристов и туристическая деятельность.

Следует учитывать также демографические характеристики региона, экономическую структуру, мнение местных жителей о туристах, пространственные особенности и культурные особенности. Расширение развлекательных возможностей в связи с прибытием туристов может привести к изменениям в обычном образе жизни местного населения, 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. Развитие туризма способствует созданию эстетичной окружающей среды, включая физические сооружения, парки, сады и дороги, что положительно сказывается на комфорте и качестве жизни людей. Представления местных народных танцев, которые привлекают туристов, способствуют развитию туризма и укреплению социальной идентичности.

С другой стороны, туризм имеет и отрицательные социальные последствия. Ухудшение социальных отношений из-за влияния туристов, которые могут привносить современные представления и изменять социальный статус местного населения, может привести к деградации местной культуры и нарушению традиционных семейных структур. Рост уровня преступности связан с привлекательностью туристов, у которых часто есть ценные вещи, привлекающие преступников.

Культура, как составная часть социальной структуры, тесно связана с социологией. Социальные и культурные структуры взаимосвязаны. Влияние туризма 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 стимуляцию защиты культурных ценностей. Туризм способствует сохранению культурного наследия, такого как фестивали, традиции, музеи и кулинарная культура.

Культурные изменения и толерантность также являются положительными.

Типы туристического размещения в Турции: Классификация и распределение.

Классификация туристического размещения может варьироваться в зависимости от страны. Однако в большинстве случаев классификация осуществляется на основе таких критериев, как физическая вместимость, назначение услуги, размер, статус, уровень комфорта и наличие транспортных средств. В Турции объекты размещения туристов 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 категории: традиционное и дополнительное размещение. Средства размещения, сертифицированные Министерством туризма, классифицируются как объекты, предназначенные для туристической деятельности. Объекты размещения, находящиеся в стадии строительства и не введенные в эксплуатацию, также называются объектами размещения, сертифицированными для инвестиций в туризм.

В Турции лидирующие позиции по типу размещения занимают отели различной звездности (74%). Далее следуют частные объекты (10%), частные резиденции (6%), пансионаты (3%), бутик-отели, термальные отели и дачные поселки (по 2% каждая категория). Отели классифицируются следующим образом: 1-звездочные (52), 2-звездочные (381), 3-звездочные (1110), 4-звездочные (869) и 5-звездочные (704). Термальные отели подразделяются на 3-звездочные (18), 4-звездочные (31) и 5-звездочные (41). Термальные отели и курортные поселки относятся к первому (69) и второму (9) классу [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, постоянные 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. В ранние периоды потребность в размещении удовлетворялась в социальных объектах, таких как гостиницы и караван-сарай. Коммерческие помещения, подобные гостиницам, действовали в римский и византийский периоды, а также 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 другие. Для обеспечения работы этих объектов создавались различные фонды.

Первый современный туристический отель в Турции, Pera Palas, был открыт в 1895 году в районе Бейоглу в Стамбуле. В период после Танзимата эффективные движения вестернизации нашли отражение в сфере размещения туристов. Однако исследования в этой области оставались ограниченными. В первые годы республики приоритет отдавался основным институтам вновь созданного государства. Развитие туризма потребовало времени, особенно в условиях двух мировых войн. В Турции в 1955 году государство создало Туристический банк и Пенсионный фонд, что позволило оказывать финансовую поддержку для строительства туристических объектов. Отель Istanbul Hilton, открытый в 1959 году, является первым современным отелем республиканского периода. Благодаря проекту TURBAN, поддержанному Туристическим банком, были сделаны значительные инвестиции в туризм, особенно в западные регионы страны [28].

В настоящее время необходимость ухода от шумной и стрессовой городской среды или монотонной повседневной жизни и проведения времени в другом месте удовлетворяется в туристических объектах размещения, которые предоставляют услуги в рамках туристической деятельности. В этих объектах туристы могут удовлетворить многие свои потребности, включая ночлег, отдых, развлечения, еду и питье, шоппинг, занятия спортом и другие. Туризм является важной частью экономики, обладающей мультипликативным эффектом. Доля туризма в экспорте Турции за последние годы превысила 20%, что делает его важным инструментом для закрытия внешнеторгового дефицита. Туризм также является важным источником занятости и экономического развития страны. Объекты размещения в Турции классифицируются по уровню комфорта и количеству спальных мест. Они делятся на два основных класса: объекты с действующими сертификатами министерства и объекты с действующими сертификатами муниципалитета. Классификация объектов размещения позволяет улучшить контроль стандарта услуг в стране, что подтверждается опытом Турции. Анализ регулирования в сфере туризма Турции позволяет определить наилучшие методы и подходы для совершенствования туризма в Республике Казахстан.

#### **4 АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ В ГЛОБАЛЬНОМ ИНДЕКСЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА**

Постановлением Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360 была утверждена Государственная программа развития туристической отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы (далее – Государственная программа). Основными задачами данных документов являются развитие внутреннего и въездного туризма, создание региональных культурно-туристических кластеров, стимулирование инвестиций, повышение качества и конкурентоспособности туристического продукта, планирование туристического развития, развитие туристической инфраструктуры, продвижение туристических направлений на внутреннем и международном рынках, а также формирование единого национального туристического бренда [29].

Туристическая отрасль взаимодействует с многочисленными смежными секторами, и её эффективность в целом зависит от их скоординированной деятельности. Для выполнения роли единого координатора развития отрасли, а также в целях обеспечения системного и институционального развития туристической отрасли Казахстана, постановлением Правительства Республики Казахстан от 14 июля 2017 года № 428 было создано акционерное общество «Национальная компания "Kazakh Tourism"» (далее – Общество).

Согласно Концепции основными задачами Общества являются:

1. Профессиональное управление туристическим брендом Казахстана;
2. Продвижение Казахстана как международной туристической дестинации;
3. Формирование и реализация стратегии маркетинга;
4. Организация якорных мероприятий, привлекающих туристов;
5. Наполнение единого туристического портала Казахстана;
6. Мониторинг качества оказания услуг и подготовка предложений по их улучшению;
7. Сбор статистики для достижения максимального соответствия получаемого туристического опыта ожиданиям посетителей дестинации;
8. Анализ всего спектра туристической деятельности как в целом по стране, так и в разрезе кластеров, туристических зон, дестинаций;
9. Мониторинг существующей структуры и количества предложений туристических продуктов;
10. Мониторинг тенденций в туризме и своевременная реакция на изменения;
11. Стимулирование притока как внешних, так и внутренних инвестиций в туристическую индустрию и привлечение инвесторов для реализации туристических проектов;
12. Обеспечение повышения качества предоставляемых услуг и квалификации специалистов в области туристической деятельности;
13. Анализ туристического потенциала страны в целом и регионов, выработка предложений по развитию стандартов качества туристического продукта;
14. Формирование и поддержание стратегического партнерства между властью, бизнесом и туристами [30].

Глобальный индекс. Анализ текущей ситуации. В глобальном Индексе конкурентоспособности путешествий и туризма Всемирного экономического форума за 2019 год Казахстан занимает 80-е место из 140 стран, незначительно улучшив свои позиции по сравнению с предыдущим индексом 2017 года, где он занимал 81-е место.

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

1. По количеству культурных объектов всемирного наследия страна занимает 62-е место;
2. По количеству объектов устного и нематериального культурного наследия – 16-е место;
3. По количеству природных объектов всемирного наследия – 32-е место.

Однако, по мнению экспертов Всемирного экономического форума, ряд факторов существенно ухудшает рейтинг Казахстана в сфере туризма:

1. Низкое качество туристической инфраструктуры (отели, курорты, культурно-развлекательные объекты) – 127-е место;
2. Недостаточная открытость воздушного сообщения – 123-е место;

3. Низкое качество дорог – 106-е место;
4. Слабое присутствие компаний по аренде автомобилей – 95-е место;
5. Сложности визового режима – 81-е место.

Помимо законодательных и инфраструктурных аспектов, 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. Низкая активность в продвижении Казахстана как туристического направления также подтверждается цифрами 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 факторов является обеспечение политической стабильности, которая, хотя и не способствует 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.

Основные элементы государственного управления:

1. Закон "О туристской деятельности в Республике Казахстан" от 13 июня 2001 года, который устанавливает правовые, экономические и организационные основы туристической деятельности.

2. Цели создания конкурентоспособной туристической 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 экспортноориентированных 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 туристического потенциала Казахстана.

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 пять объектов, внесённых в список всемирного

наследия ЮНЕСКО, а также 13 объектов, являющихся кандидатами на включение. Уникальный природный потенциал страны создаёт 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.

**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 остаётся 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 учётом 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 туристическую отрасль в Казахстане и по всему миру было 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 негативно сказалась 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 туристических 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 влечёт за собой отрицательное туристское сальдо в платёжном балансе. Это может быть связано с повышением благосостояния, развитием бизнеса за рубежом, обучением за границей и другими факторами. Опросы также показывают, что казахстанцы готовы проводить отпуска в стране при наличии соответствующих условий.

Въездной туризм. Данные статистики показывают, что динамика и структура посетителей Казахстана в целом остаются стабильными. В среднем ежегодно в Казахстан прибывают около 7-8 миллионов посетителей, большинство из которых из стран СНГ (Узбекистан, Россия, Кыргызстан). В динамике наблюдается рост числа въездных туристов из целевых стран. 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%), Нидерландов (на 9,5%), Испании (на 8,1%), Великобритании (на 7,8%), Гонконга (на 6%), Франции (на 5%) и США (на 4,5%).

В 2019 году из 8,5 млн. посетителей-нерезидентов 443 тыс. человек посетили особо охраняемые природные территории Казахстана; 1,2 тыс. человек пролечились или отдохнули в санаторно-курортных организациях; 979,8 тыс. человек воспользовались услугами мест размещения. Таким образом, в среднем услугами туристической инфраструктуры пользуются лишь около 12-14% от общего количества прибывающих в страну нерезидентов. Официальная статистика показывает, что доля посетителей, прибывших в Казахстан с целью туризма, составляет менее 1% от общего числа иностранных граждан, посетивших страну.

Привлечение инвестиций в туризм в Казахстане. Низкая привлекательность туризма в Казахстане для внутренних и 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 объём 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.

Для развития туристической отрасли необходимо внедрять механизмы государственной поддержки и предоставлять "длинные" и доступные кредиты для субъектов отрасли. Положительные примеры других стран, 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 туристической отрасли Казахстана. Это включает 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 партнёрство с частным сектором могут способствовать привлечению инвестиций и развитию туристической отрасли в стране.

Технологические аспекты в развитии туризма в Казахстане. Технологические инновации существенно влияют на туристическую индустрию, создавая новые возможности для предоставления услуг и улучшения обслуживания клиентов. В современной эпохе интернет стал 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 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, что проблема недостаточности дорожной инфраструктуры и номерного фонда в области Жетісу остаётся актуальной, а на данный момент существует лишь одна программа по возмещению части затрат на строительство гостиниц предпринимателями в рамках государственной программы, представляется целесообразным предложить следующие меры для развития туризма и повышения эффективности реализации государственной политики в Казахстане.

Рекомендации на республиканском уровне:

1. Повышение качества инфраструктуры туризма - Создание реестра гостиниц и их категоризация: Необходимо разработать и внедрить реестр гостиничных объектов, соответствующих утверждённым стандартам в области туризма и рекреационного отдыха. Это позволит классифицировать гостиницы и другие объекты размещения по категориям, что поспособствует улучшению качества предоставляемых услуг и повышению уровня комфорта для туристов.

2. Специальные меры поддержки туристической сферы - Государственная поддержка строительства гостиничных комплексов: Следует рассмотреть возможность строительства государственных гостиничных комплексов, которые могут включать номерной фонд, рестораны, бары, спа-салоны, конференц-залы и другие объекты инфраструктуры. Эти комплексы можно сдавать в аренду отдельным предпринимателям по различным направлениям бизнеса.

- Арендная плата с амортизацией: Для обеспечения окупаемости инвестиций государством необходимо предусмотреть расчет арендной платы с учётом

амортизации зданий на срок 10-15 лет. Это позволит вернуть вложенные государством средства, а также создать стабильный источник дохода.

Рекомендации на местном уровне:

#### 1. Озеро Балхаш: Развитие туристической зоны

Предлагается создание ещё одной специальной зоны для азартных игр и игорного бизнеса на побережье озера Балхаш со стороны села Лепсы. Это может быть реализовано через постановление акимата области Жетісу в соответствии с законом "Об игорном бизнесе" Республики Казахстан. Закон позволяет местным исполнительным органам определять границы территорий для размещения казино, залов игровых автоматов, букмекерских контор и тотализаторов по согласованию с уполномоченным органом. Создание такой зоны значительно увеличит приток инвестиций и стимулирует других инвесторов к строительству современных отелей и других необходимых объектов инфраструктуры, что, в свою очередь, повысит туристическую привлекательность региона и привлечёт туристов как из Казахстана, так и из-за рубежа. Следует также отметить, что ремонт дороги между селом Лепсы и побережьем озера Балхаш будет завершён в 2024 году, что значительно улучшит транспортную доступность данной зоны.

Экономическое значение казино - Казино играют важную роль в экономическом развитии региона. Они не только являются местом для развлечения и азарта, но и создают рабочие места, привлекают инвестиции, увеличивают доходы бюджета и способствуют социальному благополучию. В Казахстане казино имеют долгую историю и прошли различные этапы развития, начиная с наземных заведений и до современных онлайн-платформ. Введение новых игорных зон, таких как предлагаемая на побережье озера Балхаш, может способствовать экономическому росту региона и созданию дополнительных возможностей для отдыха и развлечений.

#### 2. Водопад Бурхан-Булак

Для значительного улучшения доступа к водопаду Бурхан-Булак и увеличения туристической привлекательности данного природного объекта необходимо начать со строительства качественной автодороги от трассы АЗ (Алматы-Усть-Каменогорск) до водопада Бурхан-Булак протяжённостью 83 км. Разработка государственного инвестиционного проекта для реализации этой инициативы обеспечит необходимые финансовые и организационные ресурсы для создания всей необходимой инфраструктуры, включая дороги, туристические маршруты, места отдыха и объекты питания.

Ориентировочная стоимость строительства автодороги, исходя из действующей проектно-сметной документации, прошедшей государственную экспертизу, в ценах 2023 года составляет 744 млн. тенге за один километр дорожного полотна. В пересчете, это составляет 62 млрд тенге за 83 км дороги. Следует отметить, что стоимость дороги может изменяться в зависимости от колебаний цен на товары и услуги, а также в расчёты не включены сопутствующие

документы, такие как проектно-сметная документация и другие административные издержки, строительство автодороги возможно из средств республиканского бюджета, а также софинансирования из местного бюджета в соответствии с требованиями бюджетного законодательства.

Сроки реализации проекта, включая получение государственной экспертизы, составляют до двух лет. Создание качественной дорожной инфраструктуры не только повысит доступность водопада Бурхан-Булак, но и станет стимулом для развития туризма в регионе, привлечения дополнительных инвестиций и повышения экономической активности.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1 Специфика культурно-познавательного туризма в городах российской федерации [web-портал]. - <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-kulturno-poznavatel'nogo-turizma-v-gorodah-rossiyskoy-federatsii> Дата обращения 15.05.2024 г

2 Сайко О.К., Лыкова Т.Р. «Международный опыт развития туризма». XIII Международная студенческая научная конференция «Студенческий научный форум 2021». Ссылка – <https://scienceforum.ru/2021/article/2018024053>. Дата обращения 12.04.2024 г

3 Обзор Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (ВЭФ). Ссылка – <https://qaztourism.kz/upload/iblock/13c/13c7f01572df6bfeb54e7e9ba60e13f6.pdf> Дата обращения: 17.01.2024 г.

4 Джумабаев А. Научная статья «Управление конкурентоспособности региона: анализ на примере области Жетісу»// «Актуальные проблемы общества, образования, науки и технологий: состояние и перспективы развития» (программа в международной научно-практической конференции 25 декабря 2023) – №5 Стр. 171-173.

5 Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. – М.: КноРус, 2011. – 392

6 Журнал экономических и управленческих исследований / Том:4 / Выпуск:1 / Июнь 2015 г. «Развитие туризма в Турции и стимулы, связанные с туризмом». Ссылка – <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1355814>. Дата обращения 12.04.2024 г

- 7 Антон Овчаров: Экономика туризма. Учебное пособие  
URL: <https://www.labirint.ru/books/851099/> Дата обращения: 10.05.2024 г.
- 8 Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма: Учебник. М., 2014. 320 с.
- 9 Международные рекомендации по статистике туризма, ООН Мадрид и Нью-Йорк, 2010 год
- 10 Туризм в мире и в Турции эмир Балканский. Ссылка – <https://www.istemiparman.com.tr/dunyada-ve-turkiyede-turizm/>. Дата обращения 10.05.2024 г
- 11 Научная статья История развития туризма в Казахстане: со времен СССР до наших дней URL: <https://tourisonline.kz/projects/53> Дата обращения: 12.03.2024 г.
- 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 Министра 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 Министра 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: 20.03.2023 г.

21 Сайт <https://www.gov.kz/memleket/entities/zhetysu-oblysy/press/news/details/509262?lang=ru>

Дата обращения: 16.01.2024 г.

22 Сайт <https://tengritravel.kz/my-country/Lonely-Planet-priznal-kazahstan-odnoy-luchshih-stran-420375/>. Дата обращения: 11.03.2024 г.

23 Сайт telegraph.co.uk <https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/the-fastest-growing-travel-destinations-in-2019/>. Дата обращения: 23.04.2024 г.

24 Официальный сайт «The Washington post» <https://www.washingtonpost.com/travel/2020/10/27/borat-kazakhstan-tourism-slogan/>. Дата обращения: 17.04.2024 г.

25 Сайт бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. Ссылка – <https://stat.gov.kz/ru/>  
Дата обращения: 17.05.2024 г.

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: 10.04.2024 г.

28 Ali Çimat, Ozan Bahar – Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme  
URL: <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868895.pdf>  
Дата обращения: 08.01.2024 г.

29 Постановление Правительства РК от 22 февраля 2017 года № 85. «О некоторых вопросах Министерства культуры и спорта Республики Казахстан». Әділет [web-портал]. – 2017. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000085>. Дата обращения: 10.04.2024 г.

30 АО «Национальная компания «Kazakh Tourism» (qaztourism.kz) <https://qaztourism.kz/ru/> Дата обращения: 08.05.2024 г.

