

АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

**Институт управления**  
на правах рукописи

**Мусрепов Габит Даулетович**

**РАЗВИТИЕ ПЛЯЖНОГО ТУРИЗМА ГОРОДА АКТАУ**

Образовательная программа магистратуры  
«Региональное развитие»  
(направление подготовки «7М041 – Бизнес и управление»)

Магистерский проект на соискание степени магистра  
регионального развития

Научный руководитель \_\_\_\_\_ Кусаинова А.Ж., PhD,  
руководитель Управления  
административной работы  
АО Центр международных  
программ «Болашак»

Проект допущен к защите: « \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021г.

Директор Института управления: \_\_\_\_\_ к.э.н. Турчкенова Р.А.,

**Нур-Султан, 2021**

## Содержание магистерского проекта

Нормативные ссылки	3
Обозначения и сокращения	4
Введение	5
Обзор литературы	11
Методы исследования	15
Анализ и результаты исследования	22
1 Международный опыт	27
2 Рекомендации по развитию пляжного туризма в городе Актау	29
3 Маркетинговая стратегия развития пляжного туризма города Актау	32
Заключение	42
Список использованных источников	43
Приложение А	45
Приложение Б	47
Аналитическая записка	51

## Нормативные ссылки

Закон Республики Казахстан. О туристской деятельности в Республике Казахстан: принят 13 июня 2001 года, № 211-П.

Закон Республики Казахстан. О специальных экономических и индустриальных зонах: принят 3 апреля 2019 года, № 242.

Постановление Правительства Республики Казахстан. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы: введена в действие 31 мая 2019 года, № 360.

Постановление Правительства Республики Казахстан. Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года: введена в действие 30 июня 2017 года, № 406.

## Обозначения и сокращения

ВВП	–	Внутренний валовый продукт
СЭЗ	–	Специальная экономическая зона
НПА	–	Нормативные правовые акты
ГО	–	Государственный орган
МИО	–	Местные исполнительные органы
ТИЦ	–	Туристский информационный центр
ЕС	–	Европейский союз
ИС	–	Информационная система
г.	–	год
РК	–	Республика Казахстан

## Введение

### Актуальность и проблема исследования

Мангистауская область полностью зависима от добычи углеводородного сырья. В настоящее время мы можем наблюдать смену экономических ориентиров, перед регионом поставлены новые задачи: диверсифицировать экономику, отойти от основной специализации региона - добычи и переработки полезных ископаемых (углеводородное сырьё) в пользу развития туристкой отрасли, чему будут способствовать и географические и климатические предпосылки.

Мангистауский регион расположен на удалении от остальных регионов страны. Регион граничит на Востоке с Узбекистаном, а с Юга Туркменистаном, на Севере и Западе полуостров омывает Каспийское море.

С момента образования Мангистауская область была ориентирована лишь на разработку месторождений полезных ископаемых. Изначально это была урановая руда, а затем нефть и газ. В советский период туристический потенциал региона не рассматривался, город Шевченко (ныне Актау) был закрытым (секретным) промышленным центром [1].

Регион имеет как сухопутные, так и морские границы. Основа экономики региона – это нефтегазовая промышленность. Ввиду наличия богатых запасов нефти и газа здесь сосредоточены значительные финансовые интересы крупных иностранных компаний. Основное направление экспорта нефти – это страны Европы.

Казахстан с момента обретения независимости определил туристскую отрасль одной из приоритетных и высокодоходных сегментов торговли услугами. В стране начата реализация Государственной программы развития туристской отрасли до 2025 года.

Предполагается, что государственная программа повысит потенциал ресурсов, а также уровень качества услуг, товаров и транспортной доступности.

Решение вышеперечисленных задач обеспечит рост доли туризма в объеме ВВП к 2025 году (в соответствии с целями государственной программы, в 2020 году эта цифра составляла менее 6%), объем инвестиций в развитие туризма должен достичь порядка 2 трлн тенге, ожидается создание 200 тыс. новых рабочих мест и рост количества туристов с 7 до 15 млн. человек в год [2].

Казахстан обладает уникальным природным разнообразием и объектами мирового культурного и исторического наследия, которые могли бы привлечь миллионы туристов. Для определения приоритетов из сотни потенциальных объектов для успешного развития туризма была разработана так называемая Карта туристификации Казахстана, в числе которых развитие пляжного туризма на берегу Каспийского моря в Мангистауской области с потенциалом в 750 тыс. туристов в год.

Интерес к развитию пляжного туризма в Мангистау проявляют на самом высоком уровне. В соответствии с программными документами, создание

кластера в регионе позволит создать новые рабочие места и привлечь инвестиции (50 тыс. рабочих мест и 2 млрд. долларов) [3].

Актуальность данного исследования обуславливается тем, что развитие туризма в принципе (в том числе пляжного туризма) будет способствовать решению социальных проблем, в том числе основанных на безработице в результате высвобождения рабочей силы из нефтегазодобывающего сектора региона.

Наша страна ставит перед собой задачу активизировать работу по геологоразведке. По мнению Министерства экологии, геологии и природных ресурсов РК в ближайшее время в Мангистауской области и в ряде других областей ожидается уменьшение объемов добычи нефти.

Добывающий сектор экономики необходимо обеспечить устойчивой сырьевой базой. Существующие месторождения постепенно истощаются.

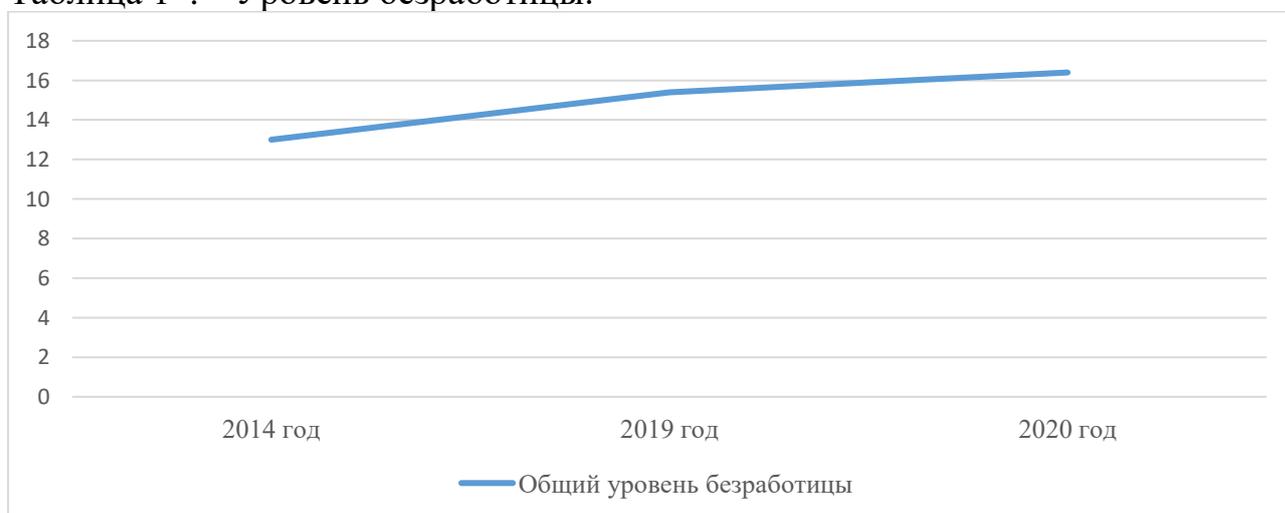
По данным Департамента Статистики Мангистауской области в 2020 году численность рабочей силы в возрасте 15 лет и старше достигла 331,2 тыс. человек и по сравнению с этим же периодом 2016 года увеличилась на 45,6 тыс. человек (285,6 тыс. человек), доля рабочей силы в численности населения в возрасте 15 лет и старше составила 73,7%, что больше аналогичного периода в 2016 году на 4,3% процента.

Растет уровень безработного населения: в 2020 году зарегистрировано 16,4 тыс. человек или 5,0% от общего населения области и по сравнению с этим же периодом 2016 года увеличился на 1,9 тыс. человек (показатель 2016 года был равен 14,5 тыс. человек).

Происходит рост лиц, не входящих в состав рабочей силы, так численность этой группы в 2016 году составляла 115,1 тыс. человек, а уже в 2020 году численность составила 118 тыс. человек. На протяжении этого периода рост был неравномерным, но у процесса имеется постоянная динамика к росту.

В целом ввиду имеющейся пока загруженности действующих предприятий и месторождений уровень безработицы колеблется в довольно допустимых интервалах (Таблица 1).

Таблица 1\*. – Уровень безработицы.



\* составлено автором на основе источника [4]

Однако, если посмотреть данные прошлых лет, то можно наблюдать, что, например, численность безработного населения в 2019г. составила 15,4 тыс. человек (в 2014 году – 13 тыс. человек). Уровень безработицы в том же году складывался в 4,8%.

Доля лиц - в возрасте 25-34 лет составляла - 34,9%, в возрасте 15-24 года - 7,3%. Из числа безработных лиц были незаняты по причине увольнения в связи с ликвидацией (банкротством) организации, сокращением штата 28,4%, 2,2% - уволены по собственному желанию, 2,4% - уволены в связи с семейными обстоятельствами.

В регионе наблюдается несоответствие уровня профессиональной подготовки безработного населения. Рынок труда ощущает избыток специалистов в сфере нефти и газа. Ощущается недостаток технических специалистов и работников сферы услуг, что влечет поток трудовых ресурсов из других регионов Казахстана и зарубежья, в том числе Турции, Грузии, Узбекистана. Отмечается и высокий уровень молодежной безработицы, который связан с низким качеством образования, а также с намеренным ожиданием работы в нефтегазодобывающей отрасли ввиду высокой оплаты труда. При этом у большинства представителей молодежи нет соответствующих знаний и опыта [5].

Данные статистики показывают нам, что в городе Актау в связи с высоким естественным приростом населения, наблюдающегося в последнее время, увеличивается доля лиц, не входящих в состав рабочей силы, также происходит постоянный прирост массы безработного населения за счет внутренней миграции из районов Мангистауской области и внешней из приграничных регионов соседних государств, в основном Республики Узбекистан. Как видно из таблицы, особенно большой прирост населения отмечен в 2020 году (Таблица 2).

Таблица 2\*. – «Численность населения города Актау»

	Период	Прирост населения				
		Численность	Общий	Естественный	Миграционный	Общий прирост, в %
г. Актау	На 1 января 2021 г.	204 560	Нет данных	Нет данных	Нет данных	Нет данных
	На 1 января 2020 г.	193 494	11 066	5 178	5 888	5,71%
	На 1 января 2019 г.	187 690	5 831	4 944	887	3,11 %
	На 1 января 2018 г.	186 238	1 361	5 056	- 3 695	0,73%

	На 1 января 2017 г.	185 894	459	5 456	- 4 997	0,25%
--	---------------------------	---------	-----	-------	---------	-------

\* составлено автором на основе источника [6]

В настоящее время город Актау переживает очередную волну «строительного бума». Из года в год в связи с высоким естественным приростом населения увеличивается доля лиц, не входящих в состав рабочей силы, а также происходит постоянный прирост массы безработного населения. В соответствии с утвержденным Постановлением Правительства Республики Казахстан от 5 сентября 2012 года № 1147, город Актау до 2035 года будет территориально развиваться в северо-западном направлении в соответствии с береговой полосой Каспийского моря, при этом планируется ввести в эксплуатацию 6770,8 тыс. кв. метров жилищной площади.

В целом по региону наблюдается очень высокий темп естественного прироста населения, что через 5-6 лет будет создавать дополнительную нагрузку на социальные объекты региона и, в частности, областного центра.

К проблемным аспектам развития пляжного туризма косвенно также относятся следующие проблемы:

- слабое качество строительства и содержания автомобильных сетей;
- бессистемная работа по озеленению населенных пунктов (отсутствие единого подхода и стратегии развития озеленения населённых пунктов);
- использование шаблонных и линейных подходов в вопросах городской архитектуры и благоустройства;
- бессистемность в вопросах санитарной очистки побережья, городских массивов, сельских округов вблизи города Актау, придорожных территорий, мест массового отдыха.

**Целью исследования** является выработка практических рекомендаций по определению перспективных точек роста и определение направления развития пляжного туризма города Актау, а также придание проводимым работам по развитию туристской сферы системного характера.

Поставленные цели показывают путь по постановке и решению ключевых задач:

- исследование нормативно-правового обеспечения развития туристской отрасли, в том числе пляжного туризма;
- изучение опыта создания маркетинговой стратегии в целях развития пляжного туризма;
- анализ зарубежного опыта по развитию пляжного туризма в регионах со схожими климатическими, политическими, экономическими и социальными условиями;
- исследование системы туристской индустрии на предмет эффективности и результативности для экономики региона в целом;
- выработка практических рекомендаций по повышению эффективности и результативности проводимых мер в развитии туристской отрасли.

**Объектом исследования** является пляжный туризм города Актау.

**Предмет исследования** – организационно-экономическое отношение, возникающее в процессе развития пляжного туризма города Актау.

Теория и методология проекта сформировалась на основе уже имеющихся работ, литературы, отечественных и зарубежных исследований.

**Эмпирическая база исследования** сформирована из нормативных правовых актов Республики Казахстан, научных разработок и исследований, научных конференций и массового опроса населения.

**Исследовательская гипотеза.** Развитие человеческого капитала, уделение должного внимания вопросам развития инфраструктуры, повышение уровня оказываемых услуг, повышение инвестиционной привлекательности региона является залогом развития отрасли и становления ее одной из основных в экономической системе региона.

**Методы исследования.** Подготовительные работы в рамках проекта включали в себя анкетирование, компаративный анализ и анализ литературных источников по вопросам перспектив развития пляжного туризма и выработки практических рекомендаций по повышению привлекательности региона.

**Научная новизна исследовательского проекта** заключается в следующем:

1. Исследована база нормативных правовых актов в сфере перспектив развития пляжного туризма города Актау.
2. Проанализирован международный опыт развития пляжного туризма, даны рекомендации по их применению на практике:
  - развитие специальных экономических зон пляжного туризма;
  - разработана Маркетинговая стратегия развития пляжного туризма;
  - создание Туристского сервисно-информационного центра по принципу единого окна.
3. Определена и исследована система негативных факторов и причин прямо или косвенно влияющих на развитие пляжного туризма города Актау.
4. Разработаны практические рекомендации по повышению привлекательности региона у потенциальных туристов и инвесторов города Актау.

**Теоретическая и практическая значимость** магистерского проекта определяется возможностью применения основных результатов выполненной работы для развития пляжного туризма города Актау.

Так, результаты, полученные в ходе исследований в рамках исследовательского проекта, могут найти свое применение при реализации программ туристской отрасли и других прямо или косвенно связанных с ней программ:

- развить сферу услуг;
- увеличить количество мест размещения;
- обеспечить высокую долю в общем объеме ВВП РК к 2025 году;
- обеспечить отрасль квалифицированными кадрами;
- создать условия для модернизации ЖКХ и повышения уровня инфраструктурного развития.

**Публикации.** По теме магистерского проекта опубликована научная статья в объеме 20-ти печатных листов в Научном издании «Россия и Европа: связь культур и экономики» (материалы XXVIII международной научно-практической конференции, Прага, Чешская Республика 25.11.2020 года).

## Обзор литературы

В этом разделе был изучен спектр литературы, посвященной развитию пляжного туризма.

По вопросу определения понятия «пляж» нами был изучен целый ряд литературных источников. Так, под пляжем мы понимаем относительно ровную поверхность берега водоёма, образованную под воздействием природных факторов (ветер, вода, энергия волн, сила трения). В переводе с тюркских языков, «пляж» означает лысину. Пляж образуется в результате аккумуляции наносов. Пляжи характерны не только морским берегам, но и образуются во внутриконтинентальных водоемах вне зависимости от состава воды их содержащей. Термин «пляж» также используется для обозначения места массового отдыха, купания и приёма солнечных, воздушных и грязевых ванн.

В книге Долматова Г.М. «Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы», пляжный туризм характеризуется поездками с умеренными передвижениями по определенному маршруту с одной или двумя остановками, данные поездки обычно бывают двух типов: индивидуальные и групповые. Целью таких поездок становится отдых вместе с оздоровительными процедурами.

В статье Татьяны Киселевой «Массового туризма в Казахстане не будет никогда — эксперты», где спикером выступала, Президент Казахстанской Ассоциации гостиниц и ресторанов Шайкенова Р.Р. говорится, что сегодня у многих людей сложился стереотип, что туризм — это пляжный отдых. По словам спикера в Казахстане нет пляжного туризма в общепринятом смысле. У нас есть собственный продукт, который нуждается в развитии.

В одном из Посланий народу Казахстана Первый Президент Казахстана — Елбасы Назарбаев Н.А. сказал, что доля туристического кластера в ВВП Казахстана составляет всего менее 1-го процента, тогда как в развитых странах этот показатель приближен к 10-ти процентам.

В книге Ф. Котлера «Основы маркетинга» описывается путь создания Маркетинговой стратегии, которая может быть применима к созданию стратегии пляжного туризма в городе Актау.

Туристический менеджмент в книге Стивена Дж. Пейджа описывается как отдельное направление в сфере туризма, менеджменту, выделено особое место в структуре развития туризма и повышения привлекательности. Менеджменту в туристской сфере уделено серьезное внимание как инструменту по привлечению квалифицированных кадров в эту сферу.

В книге «Поведение потребителя в сфере туризма» (3-е издание) С. Горнер и Д.Сварбука про успешную деятельность на рынке туристских услуг сказано, что успех продвижения туристских услуг напрямую зависит в первую очередь от прогнозирования потребительского спроса, а затем на удовлетворение данного спроса качественным продуктом. Поведение потребителей туристских услуг отличается от запросов других потребителей. Поведение потребителей невозможно предсказать, это происходит ввиду того, что потенциальный

потребитель желает получить самый лучший продукт в виде сервиса и услуг. В данной книге нам дается попытка смоделировать поведение потребителей.

В книге С.П. Шпилько «Морские круизы» теория и практика рассматриваются в основном как практические аспекты организации морских круизов, включая вопросы, связанные с обеспечением системой питания, инфраструктуры на борту, типов кают и других вопросов, связанных с восприятием предлагаемого продукта у потребителей. Город Актау, являясь морской столицей Казахстана, способен в перспективе стать центром круизного туризма Каспийского моря. Казахстан, обладая своим собственным судостроительным заводом в городе Уральске, способен при благоприятных экономических условиях построить свой прогулочный (яхты, катера, лодки) и круизный флот. Этот литературный источник обладает практическими рекомендациями по организации морских круизов, порядку взаимодействия с туроператорами и другими специфическими вопросами этой сферы.

В книге «Психология туристской деятельности» автора О. Кубаева представлены психологические аспекты туристской деятельности, особенностями управления в туризме, инструментами продвижения продукта. Книга формирует у нас представление о психологических особенностях туристской деятельности. В целях подготовки проекта из книги взята информация для изучения деятельности в туристской сфере. Представлен анализ деятельности ученых, развивавших данное направление.

Следующая книга «Персонал туристской индустрии» автора Л. Трухановича имеет практический характер. В книге описывается применение инструментов по подбору кадров, разработки стандартов сервиса и должностных инструкций. Подготовка кадров довольно серьезный вопрос для Мангистауской области. В проекте описываются возможные шаги по совершенствованию процесса образования и подготовки квалифицированной рабочей силы. Литературные источники, наподобие этой книги, дают нам возможность получить дополнительные знания в данном направлении. Сфера подготовки молодых кадров требует перезагрузки. Система подготовки и переподготовки должна отвечать современным требованиям рынка.

Действенным способом по форсированному развитию пляжного туризма города Актау могло бы стать нововведение такое, как Маркетинговая стратегия. Создание рабочей маркетинговой стратегии в туризме является непростой задачей. Маркетинговая система - это комплекс, направленный на развитие социально-культурного сервиса и туризма. В учебном пособии «Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме» предоставляется подробная информация по исследованию рынка услуг в сфере туризма, вопросах ценообразования, рекламы и работы PR служб, схемы взаимодействий между игроками этого рынка. Так принято, что в прошлых годах анализу кейсов не уделяли должного внимания. Считалось, что анализ не сможет дать фундаментального представления по выработке дальнейшего вектора развития. Учебные пособия такого рода позволяют развивать навыки критического

мышления, оценки, применения альтернативных решений и строить коммуникации с заинтересованными сторонами.

Казахстан, ориентируясь на опыт зарубежных стран по диверсификации своих экономик, уже имеет полностью сформированное мнение по вопросу развития отечественной туристской отрасли, способной создавать новые рабочие места и привлекать дополнительные финансовые источники в целях пополнения бюджета. Страна активно заявляет о себе как о региональном центре туризма на Евразийском пространстве. Для того, чтобы эффективно использовать имеющиеся ресурсы, было принято решение выделить наиболее приоритетные территории для развития. Данные территории будут якорными проектами для развития отрасли в целом.

В стратегии развития приоритетных территорий отрасли упор делается на кластерный подход. Кластерный подход позволяет сосредоточить основные усилия на определенном направлении, избегая при этом дополнительных расходов. У регионов появляется своеобразная тематическая направленность, делая при этом каждую территорию особенной и неповторимой.

В учебнике «Основы туризма» под научной редакцией доктора юридических наук Е. Л. Писаревского, Москва 2014 год, автор указывает нам на то, что туризм так и не получил общепринятого понятия, данный термин понимается всеми имеющими причастность к нему по-разному. Например, жители Мангистауской области представляют под термином «туризм» только посещение гостями региона «святых мест» или по-другому паломничество. Особенностью туризма является то, что он не имеет шаблонного и общепризнанного определения, академические и научные круги до сих пор не пришли к общему пониманию этого вопроса. Туризм в настоящее время стремительно трансформируется, возрастает доступность совершения туристских поездок. Жителям развитых стран становится интересным побывать в некогда закрытых уголках мира. Туризм в будущем ожидает все большая трансформация и внедрение цифровизации.

Считается, что первое определение туристов относится к 1876 г. и встречается во «Всеобщем словаре XIX столетия» («Dictionnaire universel du XIX sie `cle»), в котором «туристы» определены как «люди, путешествующие из любопытства или из-за безделья».

Литературные источники по-разному трактуют термин «туризм». Данный термин один из наиболее расплывчатых и используемых в сфере развлечений.

В соответствии со словарем Обухова под пляжным туризмом следует понимать разновидность туризма, целью которого является получение услуг в пляжной зоне, посещение пляжей. Обычно пляжный туризм предполагает нахождение в одном месте с целью отдыха и оздоровления без активного передвижения по маршруту индивидуально, так и в составе группы. Пляжный туризм является наиболее распространенным. Собственно, пляжный туризм можно условно разделить на: пляжно-оздоровительный, пляжно-спортивный и пляжно-развлекательный. Пляжи, к слову, тоже имеют свое деление, и

подразделяются на песчаные, песчано-галечные, галечные, мелко-галечные, ракушечные, каменистые и бетонные пляжи.

В соответствии с Французско-русским словарем по туристическому бизнесу автора Кирилловой – отдых на берегу моря является самым распространенным видом туризма в мире и самым первым в истории развития туризма.

В соответствии с Российским энциклопедическим словарем - пляжный туризм является основным видом отдыха в непосредственной близости от береговой линии моря или океана.

## Методы исследования

В рамках подготовки магистерского проекта с целью выявления факторов, влияющих на развитие сферы пляжного туризма, использованы такие методы исследования, как анкетирование и метод анализа литературных источников.

Данные методы отличаются от других универсальностью в применении.

Написание магистерского проекта требует изучения широкого круга информационных источников, в том числе международный опыт, дополнительная литература, компаративный анализ.

Из вышеперечисленного, анкетирование является самым удобным методом сбора данных среди респондентов в аспекте исследуемой темы. Анкета позволяет определить правдивый и прикладной ответ.

С помощью анкетирования можно получить информацию, не всегда доступную на бумажных источниках или доступную через наблюдение.

Таким образом, данные факторы обусловили выбор указанных методов исследования.

В ходе исследования сформулированы следующие исследовательские вопросы:

- что мы понимаем под пляжным туризмом, как и чем регулируются вопросы развития этой сферы?

- как реализуются меры по повышению инвестиционной привлекательности региона?

- есть ли перспективы у создания маршрутов морских круизов по Каспийскому морю?

- Какие перспективы и точки роста есть у профессиональной подготовки местных квалифицированных кадров для дальнейшего развития отрасли?

- будет ли системно работать маркетинговая стратегия при её создании и внедрении в систему туристской отрасли региона?

### **При проведении анкетирования:**

- Оценка развития инфраструктуры туризма в городе Актау.

- Оценка поддержки развития туризма в городе Актау.

- Причины, мешающие рассматривать город Актау как потенциальное место для отдыха туристов?

- Оценка уровня развития пляжного туризма в городе Актау.

- Какие меры помогли бы сделать город Актау более привлекательным для туристов.

- Осведомленность о свободных экономических зонах и поддержка создания таковых в рамках развития пляжного туризма в городе Актау.

### **Представлен следующий исследовательский план:**

1. Провести социологический срез среди целевых групп респондентов;

2. Произвести работу по исследовательским вопросам, поставленным на этапе проведения анализа информационных источников;

3. Произвести работу по исследовательским вопросам, поставленным на этапе проведения социологического опроса.

4. Выработка практических рекомендаций по решению вопросов, связанных с развитием пляжного туризма.

**Техника сбора эмпирических данных:**

1. составить анкету социологического опроса (анкета социологического опроса, приложение А) через интернет-портал [survio.com](http://survio.com);

2. проведение социологического опроса;

3. анализ полученных данных, обобщение, обработка, вывод предварительных данных, формулирование выводов;

4. осуществить анализ полезных источников из числа нормативных правовых актов из официальных информационных систем.

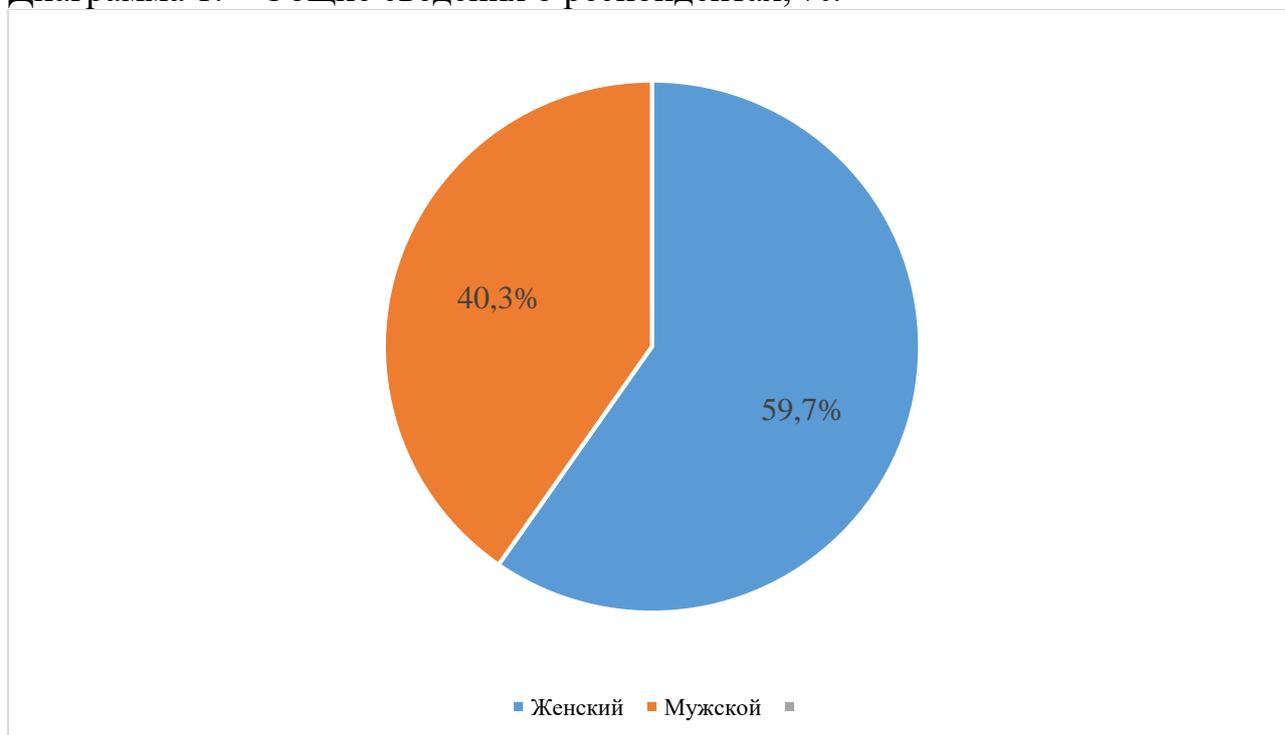
5. выполнить поиск материалов из отечественной и зарубежной научной литературы, а также различных исследований.

Обоснование и характеристика выборки исследования

Выборка в проводимом исследовании реализовывалась с учетом потенциальной целевой аудитории (перспективный рынок въездного туризма) в соответствии с разработанной маркетинговой стратегией (аудитория для опроса включала жителей Костанайской, Атырауской, Мангистауской и Астраханской области РФ).

Разработанную анкету в сети интернет посетили 206 человек. В опросе приняли участие 206 человек (83 мужчин и 123 женщины, диаграмма 1).

Диаграмма 1. – Общие сведения о респондентах, %.

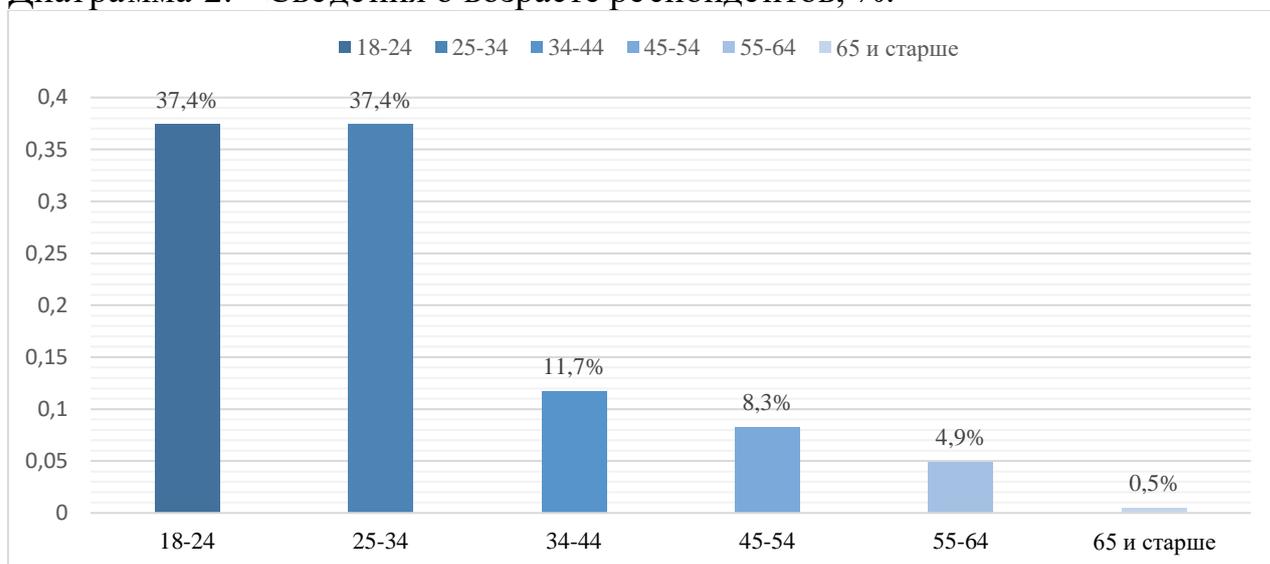


\* составлено автором на основе источника [7]

Основная часть респондентов – 154 человека или 74,8%, принявших участие находятся в возрастной категории от 18 до 34 лет (молодое и перспективно мыслящее поколение, активные и состоявшиеся люди). Далее идут группы от 35-

44 лет (11,7%), от 45 до 54 лет (8,3%), от 55 – 64 лет (4,9%) – зрелое взрослое поколение с жизненным опытом (Диаграмма 2).

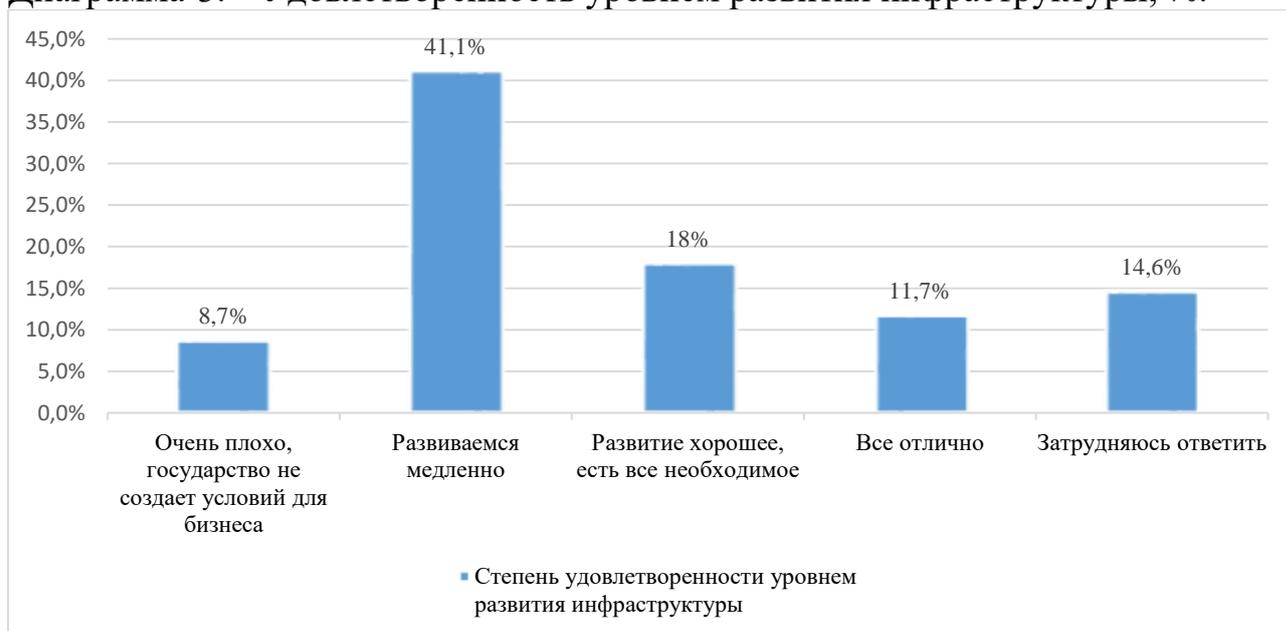
Диаграмма 2. – Сведения о возрасте респондентов, %.



\* составлено автором на основе источника [7]

На вопрос «Как вы оцениваете развитие инфраструктуры туризма в городе Актау» 97 человек или 47,1% респондентов отмечают, что процесс развития продвигается медленно. 37 человек или 18% респондентов отметили, что развитие идёт хорошими темпами и для дальнейшего роста есть все необходимые условия. 24 человека или 11,7% респондентов отметили, что все отлично, 30 человек или 14,6% респондентов затруднились дать ответ. Вместе с тем, 18 человек или 8,7% отмечают, что туристская сфера развивается очень плохо и государство не создает условий для бизнеса (Диаграмма 3.).

Диаграмма 3. – Удовлетворенность уровнем развития инфраструктуры, %.



\* составлено автором на основе источника [7]

На вопрос «Как Вы считаете, оказывает ли государство поддержку в развитии туризма в городе Актау» 84 респондента или 40,8% ответили положительно, 48 респондентов или 23,3%, наоборот, ответили, что государство не поддерживает развитие туризма в городе. 74 респондентов или 35,9% отметили, что затрудняются дать ответ (диаграмма 4).

Диаграмма 4. – Степень удовлетворенности уровнем поддержки сферы со стороны государства, %.



\* составлено автором на основе источника [7]

На вопрос «Какие причины мешают рассматривать город Актау как потенциальное место для отдыха туристов» 120 респондентов считают, что причиной, мешающей рассматривать город Актау как туристский центр, является низкий уровень развития туризма. 79 человек указали, что город Актау является не столь интересным местом отдыха. 50 человек отметили слабое транспортное сообщение, в том числе качество предоставляемых транспортных услуг.

Вместе с тем необходимо отметить, что 34 человека указали на нехватку денежных средств для поездки (диаграмма 5).

Диаграмма 5.– Причины, мешающие рассматривать город Актау в качестве потенциального места для отдыха, чел.



\* составлено автором на основе источника [7]

На просьбу оценить уровень развития пляжного туризма в городе Актау 106 человек или 51,5% респондентов считают, что развитие имеет средний уровень, но сфера требует особого внимания. 48 человек или 23,3% ответивших считают, что сфера развивается довольно успешно. Вместе с тем, 29 человек или 14,1% опрошенных считают, что ситуация плачевная и находится на низком уровне. 16 человек или 7,8% респондентов затруднились дать ответ. Однако, 7 человек или 3,4% респондентов, наоборот, считают, что мы имеем развитую инфраструктуру, не требующую особых вложений (Диаграмма 6).

Диаграмма 6. – Оценка уровня развития пляжного туризма в городе Актау, %.



\* составлено автором на основе источника [7]

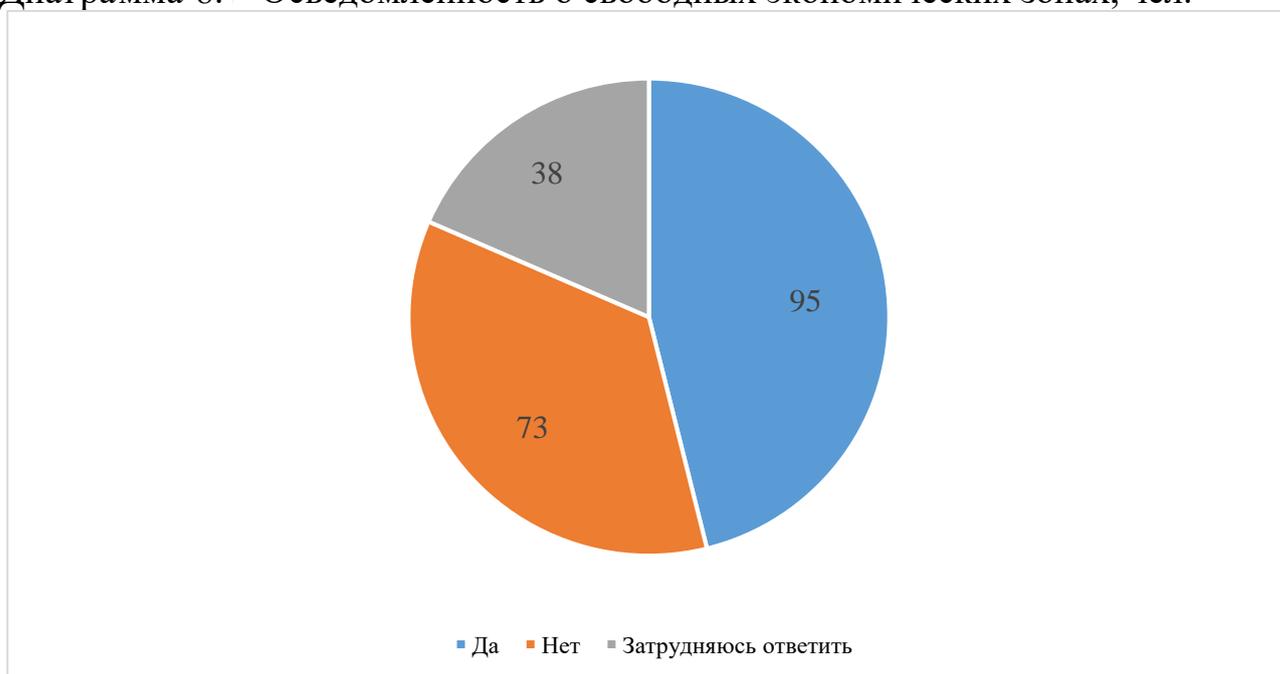
На вопрос «Какие из перечисленных мер, на ваш взгляд, помогут сделать город Актау более привлекательным для туристов» большинство - 112 человек или 54,6% респондентов ответили, что властям города необходимо больше всего уделять внимание вопросам озеленения и благоустройства. На втором по значимости месте стоит вопрос развития необходимой инфраструктуры для обеспечения нормальной жизнедеятельности человека (79 человек или 38,5% респондентов). Опрошенные, считающие, что региону необходим Туристский информационный центр с единой электронной платформой по системе «одного окна», составляют 72 человек или 35,1% респондентов. Привлечение квалифицированных иностранных специалистов и активную рекламную кампанию поддержали 64 человек (31,2% респондентов) и 57 человек (27,8% респондентов) соответственно (Диаграмма 7).

Диаграмма 7. – Повышение привлекательности города Актау, чел. и %.



\* составлено автором на основе источника [7]

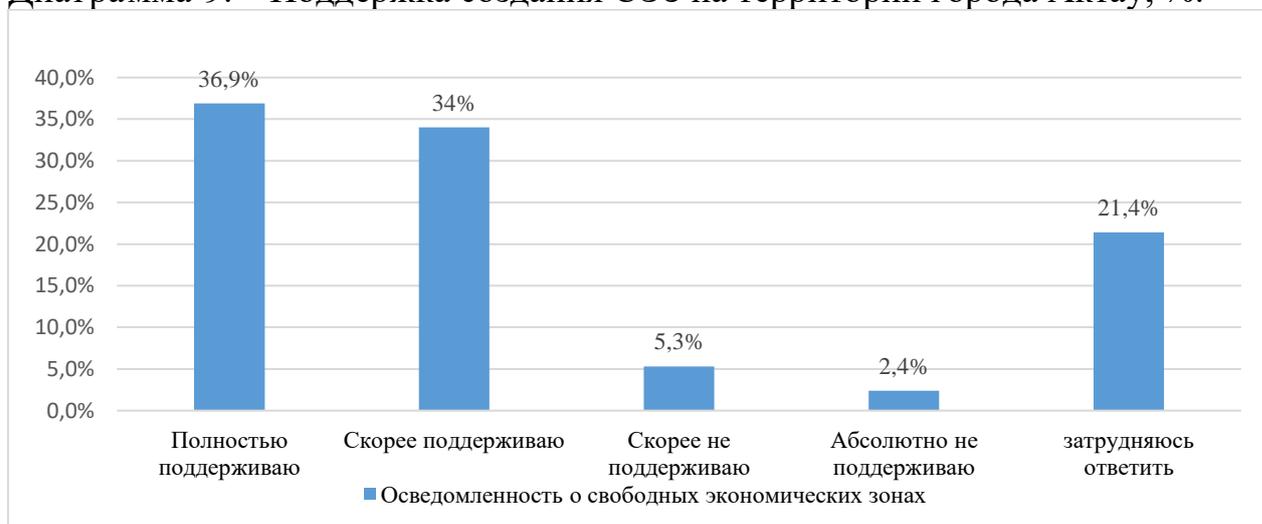
На вопрос «Читали или слышали ли вы раньше что-либо о свободных экономических зонах» 95 человек ответили, что слышали о таких зонах, 73 человека не слышали и 38 человек затруднились дать ответ (Диаграмма 8).  
Диаграмма 8. – Осведомленность о свободных экономических зонах, чел.



\* составлено автором на основе источника [7]

И наконец, на вопрос о том поддерживают ли опрошенные создание подобных зон в пляжной зоне города Актау 76 человек или 36,9% респондентов ответили, что полностью поддерживают создание таких зон, 70 человек или 34% респондентов выразили, что скорее поддерживают это направление. Доля тех опрошенных, которые не поддерживают или скорее не поддерживают составляет в общей сложности 16 человек или 7,7% респондентов. Также необходимо отметить, что 44 человека или 21,4% респондентов затруднились дать ответ (Диаграмма 9 и 10).

Диаграмма 9. – Поддержка создания СЭЗ на территории города Актау, %.



\* составлено автором на основе источника [7]

Радиальная диаграмма 10. – Сведения о поддержке создания таковых на территории города Актау.



\* составлено автором на основе источника [7]

## **Анализ преимуществ и недостатков, оказывающих влияние на развитие пляжного туризма города Актау**

Главной задачей анализа является:

- определение существующих условий для развития пляжного туризма, определение слабых сторон и угроз;
- выявление внешних и внутренних факторов в качестве резерва развития туризма;
- определение круга причин, сдерживающих дальнейшее развитие туризма;
- на основании проведённого анализа, учитывая сильные и слабые стороны, сформировать осязаемые цели развития пляжного туризма в городе Актау.

Проведённый социологический опрос в рамках реализации магистерского проекта показал следующие результаты.

Респондентам в рамках исследования были заданы 9 основных вопросов, связанных с развитием пляжного туризма региона. Респондентами выступали представители туристских фирм, эксперты и гражданское общество.

Из всех заданных респондентам вопросов интерес представляют только некоторые, которые напрямую отражают ситуацию.

Так проведенный опрос показал, что в целом сфера туризма развивается медленно, доля тех, кто дает отрицательную оценку довольно высока и составляет 47,1 % опрошенных. Город Актау является одним из самых молодых городов Казахстана, однако, в связи с высоким приростом населения из года в год усиливается давление на инфраструктуру населенного пункта, не рассчитанного на такое количество населения, основное давление направлено на дороги, общественный транспорт, электричество и водоснабжение. Как следствие, мы имеем изношенный автобусный парк, перебои с электричеством и водоснабжением.

Эти же, по мнению опрошенных, причины являются теми самыми факторами, которые мешают рассматривать город Актау как потенциальное место для отдыха (так считают 58,5% респондентов).

По мнению опрошенных уровень развития пляжного туризма в настоящее время находится на среднем уровне (51,5% респондентов), т.е. сфера обладает определенными условиями, но требует системного подхода со стороны заинтересованных сторон и, в первую очередь, со стороны органов власти.

Вместе с тем, опрошенные указывают на то, что создание Туристского информационного центра (работа по принципу единого окна) могла бы стать одной из самых результативных мер по повышению привлекательности города Актау. Данный центр смог бы объединить в себе функции по продвижению, сервисному обслуживанию, взаимодействию с туроператорами, помощи в миграционном сопровождении и другие виды услуг.

Еще одним предложением, имеющим поддержку у опрошенных (36,9% респондентов), стало продвижение идеи расширения уже имеющейся свободной экономической зоны на территории города Актау. Цель – расширить зону с включением в нее набережных районов города Актау. Вместе с тем необходимо

отметить, что, вероятно, крупная часть опрошенных не знакома с деятельностью Свободных экономических зон (21,4% респондентов).

Несмотря на большое количество отрицательных и негативных ответов, респонденты указали, что чувствуют поддержку отрасли со стороны государства (40,8% респондентов), особенно в последние годы. По данному вопросу также высока доля тех респондентов, которые указали, что затрудняются дать ответ (35,9% опрошенных).

Резюмируя итоги социологического опроса необходимо отметить, что в регионе имеются направления, которые требуют внимания со стороны государства. Местным исполнительным органам совместно с центральным отраслевым исполнительным органом необходимо уделить внимание организациям, осуществляющим свою деятельность в сфере туризма.

Анализ показал, что в ходе опроса была выявлена значительная группа людей, которые затруднялись давать ответы на определенные вопросы, касающиеся туристской отрасли. Причины таких ответов могут заключаться в слабой информационной работе либо пассивном отношении самих граждан.

Особого внимания требует сфера ЖКХ, в том числе вопросы озеленения, благоустройства и развития необходимой инфраструктуры. Городу Актау чуть больше 55 лет, однако период начала 90-х годов оказал на город негативное влияние, в связи со сложностями финансирования были почти полностью утеряны зеленые насаждения в парках и скверах областного центра. Передача жилищного хозяйства в конкурентную среду заметно повлияла на качество жизни горожан. В настоящее время ввиду изношенности жилищного хозяйства, капитального ремонта требуют дома, находящиеся в старой части города (с 1 -го по 5-й мкр.)

7 ноября 2020 года в ходе рабочей поездки в Мангистаускую область Премьер Министр Республики Казахстан Аскар Мамин дал старт 2-му этапу развития курортной зоны города Актау. В рамках запланированных работ будет усовершенствована имеющаяся инфраструктура курортной зоны Актау – автомобильные дороги, газопровод, водоснабжение, водоотведение и электроснабжение. Развитие курортной зоны Актау является приоритетным проектом. К реализации проекта планируется привлечь иностранных инвесторов под брендами Fairmont, Double Tree by Hilton, Movenpick Hotels and Resorts [8].

1-й этап данного проекта уже успешно реализован. Можно с уверенностью считать, что ввод в эксплуатацию первой очереди многофункционального гостинично-туристского комплекса «Rixos Water World Aktau» с концепцией «All inclusive All exclusive» оказался, действительно, прорывным в деле развития пляжного туризма в Мангистау. Только за два месяца работы данного комплекса город Актау посетили 35 тысяч человек. Отель расположен в 19 километрах от Актау на побережье так называемого «тёплого пляжа». Во время строительства комплекса было создано 1 250 рабочих мест, а во время эксплуатации отеля количество будет варьироваться от 500 до 700 человек в зависимости от сезона. Кроме того, отели такого класса имеют высокие стандарты обслуживания,

в связи с чем планируется постоянное обучение и повышение квалификации местных специалистов [9].

Дополнительным инструментом анализа был выбран SWOT – анализ. Данный тип анализа позволяет нам наглядно продемонстрировать сильные и слабые стороны, возможности и угрозы прямо или косвенно влияющие на развитие пляжного туризма города Актау (Таблица 1. SWOT - анализ).

Таблица 1. – SWOT – анализ, «Оценка состояния потенциала развития пляжного туризма Мангистауской области».

<b>Сильные стороны:</b>	<b>Слабые стороны:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Тёплый климат (<i>средняя температура в январе –7 °С, в июле +27 °С</i>)</li> <li>• Длительный купальный сезон (<i>май- сентябрь</i>).</li> <li>• Более 200 км. береговой линии, на которой можно развивать пляжный туризм.</li> <li>• Наличие крупных гостиничных комплексов.</li> <li>• Транспортная инфраструктура (железнодорожный вокзал, международный аэропорт, морской торговый порт).</li> <li>• Разнообразный природно-ресурсный потенциал.</li> <li>• Наличие богатого историко-культурного наследия.</li> <li>• Наличие малых судов, которые могут быть использованы для осуществления круизов.</li> <li>• Наличие биоресурсов для развития охотничье-рыболовного туризма.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Отсутствие нормальных дорог в крупных и в мелких населенных пунктах.</li> <li>• Ненадлежащий уход за зелёными насаждениями (<i>отсутствие единого подхода и стратегии развития озеленения населенных пунктов</i>).</li> <li>• Хаос в вопросах благоустройства и застройки населенных пунктов региона.</li> <li>• Проблемы с санитарной очисткой побережья, городских массивов, придорожных территорий, мест массового отдыха и т.д.</li> <li>• Изношенность материально-технической базы уже имеющихся мест отдыха.</li> <li>• Ограниченное количество рекламных материалов и в целом слабая маркетинговая политика продвижения туристских продуктов на внутреннем и международном рынке.</li> <li>• Отсутствие условий для развития экологического туризма города Актау.</li> <li>• Высокая стоимость туристского продукта по отношению к уровню обслуживания.</li> <li>• Недостаток стимулирующих факторов для развития въездного и внутреннего туризма.</li> <li>• Дефицит квалифицированных специалистов в туристской индустрии.</li> <li>• Отсутствие доступной информационной базы, содержащей все доступные сервисы, услуги, места общественного питания и т.п.</li> <li>• Сезонность оказания туристских услуг, связанных с климатическими условиями.</li> </ul>
<b>Угрозы:</b>	<b>Возможности:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Безработица среди коренного населения.</li> <li>• Проблемы с поставкой товаров и продовольствия.</li> <li>• Проблемы с нехваткой питьевой воды.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Создание крупного туристического центра пляжного туризма.</li> <li>• Создание новых рабочих мест.</li> <li>• Увеличение поступлений налогов и платежей в бюджеты населенных пунктов региона.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Проблемы с поставкой электроэнергии населению и промышленным предприятиям региона.</li> <li>• Проблемы с горюче-смазочными материалами.</li> <li>• Несовершенство нормативно-правовой базы.</li> <li>• Низкий спрос населения на услуги въездного и внутреннего туризма Мангистауской области.</li> <li>• Высокая стоимость туристских путевок в связи с высокими транспортными издержками.</li> <li>• Отсутствие программы поддержки фирм, занимающихся въездным туризмом.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Создание региональной программы по озеленению и благоустройству населенных пунктов.</li> <li>• Изъятие незаконно выданных земельных участков вдоль береговой линии.</li> <li>• Стимулирование развития пляжного туризма, например, внедрением бонусных платежей и системы «cashback» для туристов, посещающих Мангистау.</li> <li>• Наличие международных связей.</li> <li>• Возможность сочетать несколько видов туризма</li> </ul>
---	---

\* составлено автором самостоятельно

#### **«Сильные стороны» - «Возможности».**

В целях реализации возможностей и перевода их в сильные стороны необходимо реализовать следующее.

1. Использовать относительно тёплые Мангистауские зимы для строительства крупных круглогодичных (крытых) аквапарков в прибрежной полосе в целях создания крупного центра круглогодичного пляжного туризма.

2. В сотрудничестве с субъектами предпринимательства, учитывая возможность выделения разного рода субсидий и преференций, решить вопрос трудоустройства коренных жителей.

3. В целях поддержки субъектов предпринимательства, используя принцип ГЧП, развернуть массовое строительство объектов туристской инфраструктуры.

4. Используя богатый природно-рекреационный потенциал сочетанием развития нескольких видов туризма, имеющих прямое или косвенное отношение к пляжному туризму.

5. Использовать международные связи в привлечении инвесторов для модернизации уже имеющейся транспортной инфраструктуры.

#### **«Слабые стороны» - «Возможности».**

В целях нивелирования слабых сторон необходимо реализовать следующее.

1. Развивать сеть автомобильных дорог в соответствии с международными стандартами.

2. Учитывать природно-климатические условия местности, необходимо создать специальную региональную программу по озеленению.

3. Усилить требования к качеству строительных работ.

4. Усилить ответственность за загрязнение окружающей среды твёрдо-бытовым мусором.

5. Привлечь потенциальных инвесторов для модернизации материально-технической базы уже имеющихся мест отдыха.

6. Использовать возможности местных исполнительных органов, организовать постоянную и действенную рекламную кампанию и выработать собственную маркетинговую стратегию. Создать доступную и постоянно обновляемую базу данных (возможно совместно с популярными платформами такими как: «Яндекс», «2 GIS», «Chocotravel», «Aviata. kz», «Колёса.кз», «Chocolife»).

7. Используя ландшафт городского побережья, в местах массового скопления людей в прибрежной полосе (скалы в районе 1-го и 4-го микрорайонов, а также в мкр. Самал) соорудить смотровые площадки с необходимым оптическим оснащением.

8. Повышать качество туристского продукта путём повышения квалификации обслуживающего персонала и привлечения профессорско-преподавательского состава из числа мировых лидеров отрасли, проведения грамотной информационной политики среди населения,

#### **«Сильные стороны» - «Угрозы».**

Для парирования возникающих угроз необходимо провести следующие мероприятия:

1. На базе уже существующих учебных заведений и учебных центров в целях наращивания критической массы организовать курсы за счет бюджетных средств. Цели курса – подготовка квалифицированной рабочей силы для удовлетворения потребностей рынка (официанты, спасатели, ресепшн, повара, горничные, озеленители, слесари, продавцы и т.д.).

2. Создать продовольственный пояс, который обеспечивал бы растущие потребности в продовольствии.

3. Увеличить количество вырабатываемой питьевой воды с использованием новых технологий переработки морской воды.

4. В целях решения вопроса нехватки электроэнергии и дефицита природного газа, необходимо создать все условия для увеличения числа ветровых электростанций.

5. Местным исполнительным органам необходимо проанализировать нормативно-правовую базу на предмет коллизий, препятствующих развитию пляжного и иных видов туризма на побережье города Актау.

#### **«Слабые стороны» - «Угрозы».**

В целях нивелирования слабых сторон и угроз необходимо провести капитальную работу по следующим направлениям.

1. Разработка Дорожной карты развития пляжного туризма города Актау с усилением отдельных слабых направлений.

2. Совершенствование нормативно-правовой базы, организация системной работы между всеми заинтересованными сторонами;

3. Привлечение инвестиций и других внебюджетных финансовых ресурсов для дальнейшего развития пляжного туризма;

4. Рекламная кампания по продвижению региона в Казахстане и в мире;

5. Придание прозрачности финансовым потокам внутри сферы туризма региона

Проведённый SWOT-анализ позволяет сделать обобщающий вывод, что при реализации системных мер можно нейтрализовать большинство слабых сторон туристского потенциала Мангистауской области. Анализ показывает, что основная масса всех негативных факторов, влияющих на процесс развития отрасли, заключается в слаборазвитой инфраструктуре и отсутствии системных мер со стороны заинтересованных органов.

## 1 Международный опыт

### Объединенные Арабские Эмираты

Учитывая природно-климатические условия и характер местности для получения положительных практик, интересен опыт развития туристской сферы в Объединенных Арабских Эмиратах (далее - ОАЭ) и в Республике Турция (далее - Турция).

Зарождение туристской индустрии в ОАЭ начало происходить прежде всего в столице – городе Дубаи. Данный период совпал с активной фазой освоения нефтяных ресурсов в Персидском заливе и наличием большого числа иностранцев, занятых на разведке и добыче нефти. Первыми стейкхолдерами туристской сферы ОАЭ являлись именно приезжие иностранцы. Им была интересна культура, история и быт народа эмиратов.

Если проанализировать развитие туристской сферы на предмет успеха, то можно чётко определить опорные точки роста, в процессе развития которых туризм в этой стране получил такое резкое развитие.

1. 1985 году в городе Дубаи была основана государственная авиакомпания «Emirates Airlines», превратившая аэропорт столицы в один из самых крупных узлов авиасообщения в регионе.

2. 1989 году в целях создания необходимой нормативной базы и дальнейшего развития туризма был основан «Совет по туризму Дубаи» преобразованный в 1996 году в Департамент туризма и коммерческой деятельности. Данная организация была наделена широким кругом полномочий, от международного продвижения Дубаи в качестве крупного торгового и бизнес хаба до продвижения имиджа данной туристской дестинации.

3. В 1997 году основана компания «Джумейра групп» определившая судьбу Дубаи как лидера в сфере строительства премиум отелей.

Реализация этих ключевых этапов развития привела к тому, что в 2000 году эмират Дубаи посетило свыше 3 млн. человек. В дальнейшем влияние было распространено на остальные эмираты.

Туристический сектор ОАЭ в настоящее время играет важнейшую роль в экономике страны [13].

Объединенные Арабские Эмираты в настоящее время - крупный центр резкспорта в мире, в стране для дальнейшего его развития уделяется особое внимание сфере услуг, телекоммуникациям, инфраструктуре. Отправной точкой для резкого развития и экономического роста страны стала работа по открытию свободных экономических зон. Данная страна показала жизнеспособность идеи создания таких зон [14].

В 2018 году доля туризма в ВВП страны составила 11,1% (164,7 млрд дрх (44,84 млрд долл. США)), что на 2,4% выше по сравнению с 2017 годом. Общие траты туристов в ОАЭ составили в 2018 году 136,8 млрд дирхам (37,2 млрд долл. США). В целом, доля туризма в общем объёме ВВП составляет 8,7% в 2018 году, сектор непосредственно и косвенно обеспечивает 5,4 млн рабочих мест. Доля

туризма в мировом ВВП составляет 8,8 трлн долл. США или 10,4% от общемирового ВВП в 2018 году [15].

### **Республика Турция**

В 1980 – х годах в результате поддержки развития туризма со стороны государства туризм приобрёл очень сильное экономическое влияние. В результате реализации стратегии развития туризма к 1992 году количество туристов, посетивших Турцию, составляло почти 7 миллионов человек.

В разрезе структура въездных туристов выглядела следующим образом: в 1980 году туристы из Европы составляли 61% от общего числа, к 1992 году доля туристов из Европы упала до 45%, остальные 55% туристического потока делили между собой туристы из СНГ и Ближнего Востока. С начала поддержки государством сферы туризма с 1980 по 1992 год доходы от туризма повысились с 770 млн. долларов до 3,6 млрд. долларов [16].

В 2020 году до кризиса, связанного с коронавирусом, Турцию планировали посетить 60 миллионов туристов. По официальным данным, в 2019 году Турция привлекла рекордное количество посетителей - 51,9 миллиона человек. Согласно статистическим данным, доходы страны от туризма в 2019 году также достигли 34,5 млрд долларов, что стало новым рекордом. В прошлом году эта цифра подскочила на 17 процентов по сравнению с 29,5 млрд долларов в 2018 году [17].

Власти Республики Турция считают, что туризм недостаточно конкурентоспособен для своего потенциала. Считается, что дальнейшее внедрение зон свободных от налогов позволит придать развитию отрасли новый импульс. В настоящее время Турция входит в десятку стран по привлечению наибольшего количества туристов в мире. В 2015 году согласно индексу, ВЭФ, Турция заняла 12-е место по доходам от туризма. Основная задача, которая стоит перед властями, – привлечь больше туристов, обеспечив ещё большим удобством и комфортом.

В настоящее время Турция активно продвигает у себя концепцию зон беспошлинного туризма, такие зоны планируется создать в прибрежных провинциях. Проект предусматривает стоянку иностранных лодок, яхт и кораблей для доставки туристов, которые могут въехать без пограничной и таможенной проверки. В зонах также будет организована вся инфраструктура – пляжи, торговые центры, гостиницы и отели, пункты общественного питания, развлечения и т.д. [18].

## 2 Рекомендации по развитию пляжного туризма в городе Актау

Текущее состояние сферы пляжного туризма в городе Актау в соответствии с новыми реалиями нашей жизни требует выработки новых предложений.

Данной сфере необходим новый импульс, новое дыхание и рациональный подход.

Если рассматривать побережье города Актау как потенциальную территорию для развития пляжного туризма, то необходимо учитывать, что во-первых, побережье обладает разным рельефом местности (обрывистые и пологие скалы, песчаные и известняковые (каменные) пляжи, в том числе искусственные насыпи, дамбы и волноломы). Во-вторых, необходимо учитывать то, что часть интересующей нас территории занята частными владельцами.

В-третьих, те участки, на которых теоретически может развиваться пляжный туризм, могут быть не пригодными ввиду отсутствия инфраструктуры, экологических проблем или других факторов, вызванных деятельностью человека.

В целях дальнейшего развития пляжного туризма необходимы принципиально новые решения, способные привлечь квалифицированного отечественного или иностранного инвестора, который смог бы развивать не только пляжный туризм отдельно, но и сопутствующие сервисные услуги такие, как общественное питание (рестораны, кафе, столовые и пункты быстрого питания), активные виды спорта (серфинг, дайвинг, каякинг, водные лыжи, сапбординг, парусный спорт и т.д.), услуги по организации различных туров, программ и многое другое.

Одним из предложений, которое можно было бы презентовать в рамках магистерского проекта, является придание побережью Каспийского моря в административных границах города Актау статуса свободной экономической зоны (далее - СЭЗ).

По данным акимата города Актау административные границы города определены следующим образом: на севере город граничит с Тупкараганским районом, на юге и востоке город граничит с Мунайлинским районом.

В соответствии со статьёй 17 (Условия функционирования специальной экономической зоны) Закона Республики Казахстан «О специальных экономических и индустриальных зонах» от 3 апреля 2019 года, мы видим, что СЭЗ создаются на земельных участках, находящихся в государственной собственности и не предоставленных в землепользование, либо на земельных участках, принудительно отчуждённых у собственников земельных участков и землепользователей для государственных нужд. СЭЗ могут быть созданы на земельных участках, находящихся в частной собственности граждан и (или) негосударственных юридических лиц.

Земельные участки, предоставляются во временное возмездное землепользование (аренду) управляющей компании на срок создания СЭЗ.

Ещё одним интересным пунктом данной статьи является то, что любой собственник земельного участка вправе осуществлять деятельность на

территории СЭЗ в качестве участника специальной экономической зоны. Данная норма является преимуществом для уже работающих на побережье субъектов предпринимательства.

Используя статью 16 (Порядок изменения границ и (или) площади территории специальной экономической зоны) данного закона можно было бы инициировать вопрос о расширении уже имеющейся СЭЗ «Морпорт Актау». Такой пример уже был использован местными исполнительными органами, когда в Перечень приоритетных видов деятельности, утверждённый приказом Министра по инвестициям и развитию Республики Казахстан от 27 февраля 2018 года № 142, был внесён пункт по строительству и вводу в эксплуатацию многофункционального комплекса "AKTAU RESORT HOTEL" [10].

Создание СЭЗ в рамках развития пляжного туризма в специально отведённой прибрежной полосе (ширина полосы должна быть определена решением местного представительного органа) в пределах административных границ города Актау позволило бы придать тот необходимый импульс для развития побережья города. Созданный СЭЗ будет новым ядром для притяжения бизнеса, рабочей силы, новых технологий, качественного сервиса и услуг.

Отличительной чертой является то, что земельные участки на территории такой СЭЗ вне зависимости от формы собственности могут передаваться управляющей компании во временное пользование (аренду), т.е. исключаются различного рода спекуляции на рынке и на общественном настроении граждан.

Привлекательным для отечественных и иностранных инвесторов станет то, что в соответствии со статьёй 151-3 (Налогообложение организаций, осуществляющих деятельность на территории СЭЗ "Морпорт Актау") Налогового Кодекса Республики Казахстан при исчислении налогов и платы за пользование земельными участками организациями, осуществляющими деятельность на территории СЭЗ применяются «0» коэффициенты при исчислении земельного налога, налога за пользование земельным участком, налога на имущество [11].

Участник СЭЗ также может рассчитывать на уменьшение суммы корпоративного подоходного налога на 100 процентов.

В рамках реализации данной идеи необходимо чётко представлять, каким образом будет осуществляться таможенное регулирование в СЭЗ Морпорт Актау после присоединения новых территорий в прибрежной полосе города Актау. Ведь если рассматривать статью 52 Закона РК «О специальных экономических и индустриальных зонах», то можно заметить, что на территории СЭЗ действует процедура свободной таможенной зоны. Придание прибрежной городской полосе нового статуса в обязательном порядке найдёт своё отражение в стратегических и международных документах, потому что таможенные процедуры свободной таможенной зоны применяются в соответствии с таможенным законодательством Евразийского экономического союза или таможенным законодательством Республики Казахстан [12].

Также необходимо отметить, что при подготовке проекта было проведено интервью с экспертом туристской отрасли, руководителем Общественного

объединения «Экспедиция+362» Ерланом Джумаевым, который отмечает, что перспективы у пляжного туризма довольно высоки, но при условии прихода на рынок профессионалов своего дела. Эксперт отмечает, что из всех стран Каспийского бассейна, только у Казахстана есть такое множество перспективных направлений по развитию туризма, в том числе пляжного. Ерлан Джумаев обратил внимание на то, что туристской сфере необходима поддержка со стороны государства: «Как таковой поддержки я не вижу, кроме как задают вопросы», - добавил он. По мнению эксперта, необходимо развивать инфраструктуру, обеспечить прозрачное выделение земель в прибрежной зоне, уделить внимание санитарной очистке города и побережья, а также повысить уровень качества подготовки местных квалифицированных кадров в сфере туризма.

### **3 Маркетинговая стратегия развития пляжного туризма города Актау**

Туризм в настоящее время является не только крупнейшей, но и наиболее быстро развивающейся отраслью мирового хозяйства, темпы роста которой почти в 2 раза превосходят темпы роста других отраслей экономики.

По ключевым показателям, в том числе по эффективности инвестиционных вложений, туризм сравним с нефтедобывающей промышленностью.

На сферу туризма приходится около 10 % мирового совокупного продукта, 30 % мирового экспорта услуг, 7 % мировых инвестиций, 10 % рабочих мест и 5 % всех налоговых поступлений [19].

В Мангистауском регионе представлены следующие виды туризма:

- экологический;
- лечебно-оздоровительный;
- культурно-исторический;
- духовно – религиозный;
- пляжный туризм.

Настоящая маркетинговая стратегия касается вопросов развития пляжного туризма, в который входят следующие направления:

- развитие муниципальных пляжных зон;
- активные виды водного спорта (сапбординг, снорклинг, виндсерфинг, нибординг, дайвинг, водные лыжи, флайбординг, гидрофойлинг);
- развитие спасательной службы;
- популяризация парусного спорта;
- повышение навыков и умений обслуживающего персонала.

В государственной программе развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019 – 2025 годы Мангистауская область включена в ТОП – 10 приоритетных объектов республиканского уровня. Программой предполагается комплексное развитие территорий на побережье Каспийского моря

В программе уделяется особое внимание повышению инвестиционной привлекательности, предоставлению преференций, льготному кредитованию и другим формам государственной поддержки.

По статистическим сведениям профильного управления в 2020 году количество обслуженных посетителей региона составило 178 тысяч человек, зарегистрировано 93 мест размещения, объем инвестиций в основной капитал в сфере туризма составил 71,8 млрд тенге, объем оказанных услуг, местами размещения составил 3,3 млрд. тенге.

В рамках развития туристской зоны Мангистау завершился 1-й этап работ по развитию инженерной инфраструктуры района «Теплого пляжа» города Актау на общую сумму 17 млрд. тенге (31 км - дорог, 10,5 км - электросетей, 58 км – газопроводных и 56 км - водопроводных сетей).

В июле 2020 года запущен многофункциональный туристско-гостиничный комплекс «Rixos Water World Aktau».

Справочно.

- объем инвестиций - 68 млрд. тенге;
- по итогам 2020 года количество обслуженных посетителей составляет 78 518 тысяч человек;
- трудоустроено 660 человек и основная часть является местным населением;
- заключено 13 договоров с казахстанскими туристскими компаниями;
- заключено более 140 контрактов с малыми компаниями, что положительно повлияло на увеличение объемов клининговых услуг, транспорта и логистики, улучшение сервисных услуг, развитие сельского хозяйства.

По программе «Экономика простых вещей» осенью 2020 года в городе Актау, в рамках расширения гостиничного комплекса «Холидей ИНН Актау» запущен и введен в эксплуатацию аквапарк, байссейны для детей и взрослых. Объем инвестиций составил 1,6 млрд. тенгеф.

В целом, по отрасли туризма в 2021 году будут реализованы 5 проектов:

1. Строительство комплекса (тематический парк, гольф-клуб, торговый центр, отели, 1-й этап - 202,8 млрд тенге; во время строительства - 5000 рабочих мест);
2. Строительство комплекса вилл и апартаментов, (1-й этап – 7,0 млрд. тенге, во время строительства 600-800 рабочих мест, во время эксплуатации – 25 новых рабочих мест, ввод в эксплуатацию – июнь 2021 г.);
3. Строительство комплекса вилл и апартаментов (1-й этап - 4,7 млрд. тенге, во время строительства 180 рабочих мест, 3-й квартал).
4. Расширение гостиничного комплекса «Достар» в г. Актау - (стоимость проекта 2,0 млрд. тенге, 200 рабочих мест);
5. Строительство визит-центра «Сартас» в Тупкараганском районе, (стоимость проекта - 248 млн. тенге, 40 рабочих мест) [20].

Одной из острых проблем отрасли является подготовка квалифицированных специалистов в сфере общественного питания, гостиничного дела и туризма (экскурсоводы, переводчики, музейные работники и т.д.).

1. Подготовкой специалистов занимаются два учебных заведения: Каспийский Государственный Университет технологий и инжиниринга им. Ш. Есенова и Мангистауский колледж туризма. База для подготовки квалифицированных специалистов в регионе имеется.

2. В регионе функционирует Областной центр детско-юношеского туризма Управления образования Мангистауской области, целями которого являются: обеспечение условий для развития молодого поколения, формирование здорового образа жизни.

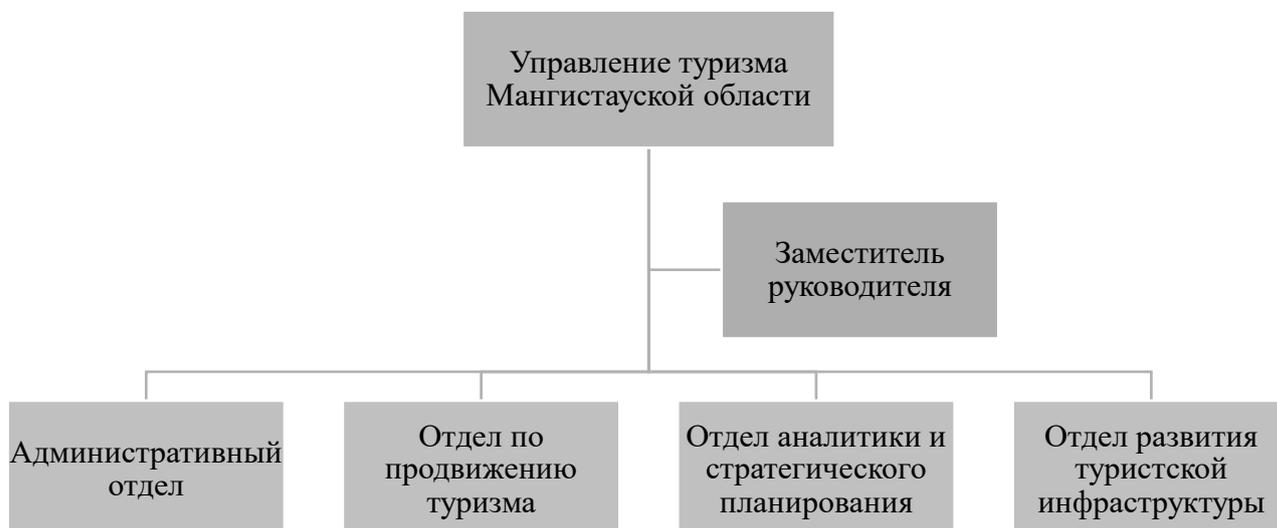
3. Профильным органом, ответственным за развитие туристской отрасли является Управление инвестиций и развития туризма Мангистауской области.

#### **Предложения:**

Учитывая актуальность развития туристской отрасли, необходимо внести следующие предложения:

1. Восстановить и организовать системную работу Управления туризма Мангистауской области (Постановление акимата области от 16.09.2019 года № 207 – «Об утверждении Положения о государственном учреждении Управление инвестиций и развития туризма Мангистауской области»).

Пример: организационная структура Управления туризма Мангистауской области на примере города Алматы.



\* составлено автором на основе источника [21]

2. Региону необходим современный Туристский информационный центр (далее - ТИЦ), работающий по принципу единого окна. Работу данного центра должно координировать Управление туризма. ТИЦ позволит обеспечить туристов региона необходимой информацией, квалифицированными специалистами и сервисом. Роль ТИЦ будет заключаться в непосредственной практической помощи туристам, посещающим регион. По плану ТИЦ должен будет иметь своих представителей во всех районах области и городах Актау и Жанаозен.

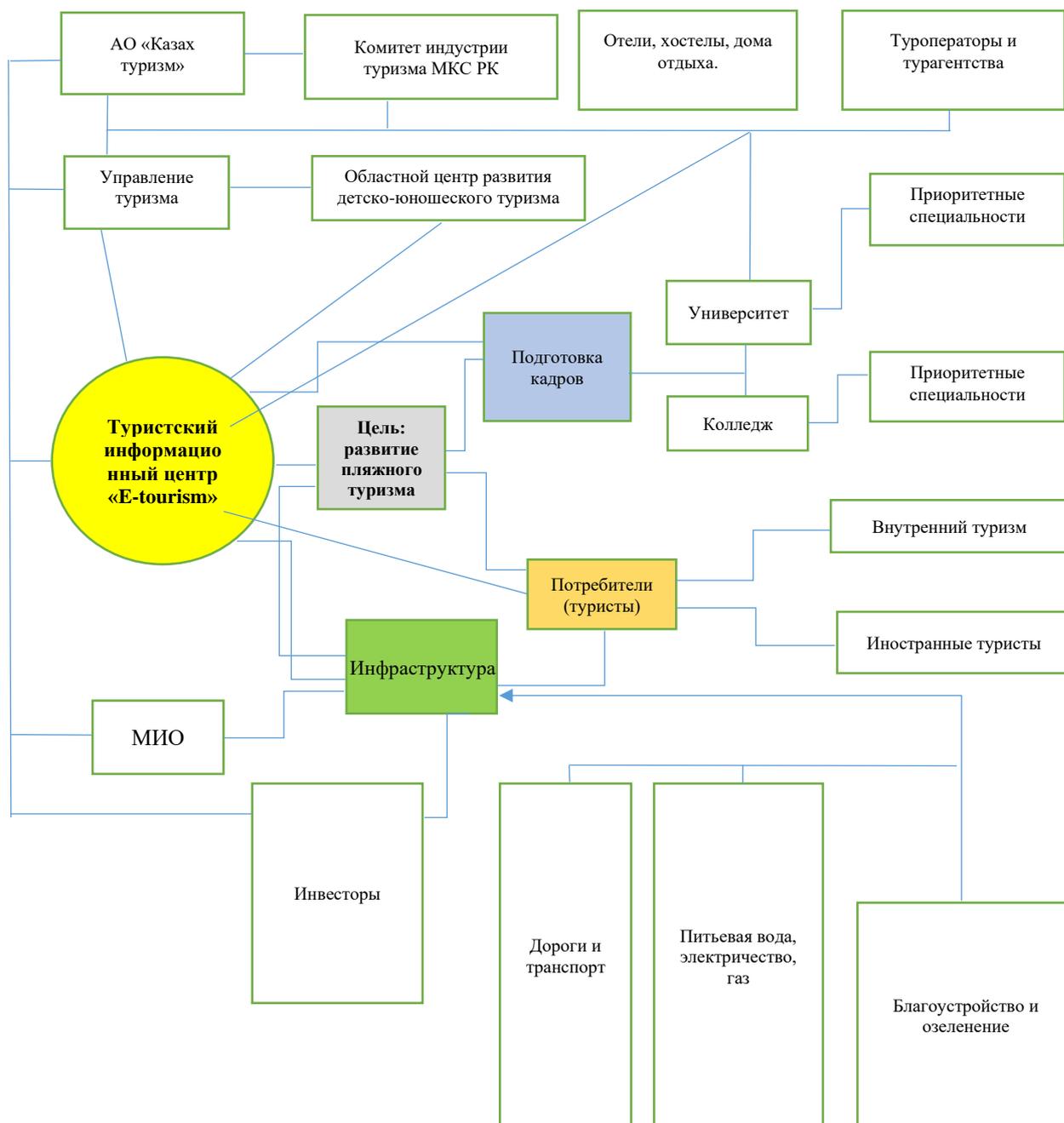
3. Каспийскому Государственному Университету технологий и инжиниринга им. Ш. Есенова и Мангистаускому колледжу туризма необходимо наладить сотрудничество в области подготовки квалифицированных кадров. Данное сотрудничество могло бы быть направлено на выявление талантливой молодежи из числа студентов колледжа, с последующим предоставлением грантов на обучение по приоритетным специальностям университета. Также университету уместно рассмотреть возможность расширения перечня специальностей с включением таких образовательных программ как:

- реклама и связи с общественностью;
- гостиничное дело;
- сервис.

4. Деятельность Областного центра детско-юношеского туризма Управления образования Мангистауской области должна быть связана с деятельностью Управления туризма. Управлению туризма необходимо

пересмотреть позицию в отношении деятельности центра, используя имеющиеся ресурсы центра на развитие туристской отрасли региона. Молодые люди, прошедшие обучение в центре, должны рассматриваться как будущие специалисты отрасли. Центру в свою очередь, необходимо, оставаясь под руководством Управления образования, согласовывать свои планы работ с отраслевым управлением (см. рис. ниже).

Рис. 2 – Схема взаимодействия государственных органов и организаций



\* составлено автором самостоятельно

Предлагаемая схема - схема взаимодействия государственных органов, организаций образования, туроператоров и турагентств и других учреждений в целях развития пляжного туризма города Актау. Данная схема отображает систему взаимодействия в сфере туризма, которая позволит объединить усилия и средства всех заинтересованных сторон. Основной акцент в данной схеме делается на развитие инфраструктуры в целях удовлетворения потребностей потребителя. Также особого внимания требуют вопросы по подготовке местных кадров. В настоящее время ввод в эксплуатацию гостиничных комплексов высокого класса обслуживания поднимает за собой вопросы качества и мастерства обслуживания.

Рис. 3 – Дерево проблем – Дерево решений по развитию пляжного туризма города Актау

Макро причины	Микро причины	Возможные решения	Следствия проблем
Слабое развитие сферы туризма	Причина 1.1: хаос в вопросах благоустройства и озеленения	Разработка стратегии по благоустройству и озеленению, закрепление функций по озеленению и благоустройству за коммунальными государственными учреждениями, восстановление старой поливочной системы на территории старой части и строительство в новой части города.	Следствие 1: слабый поток туристов в регион.  Следствие 2: высокая изношенность инфраструктуры и степень нагрузки на нее.  Следствие 3: слабая привлекательность региона (инвесторы и туристы).
	Причина 1.2: проблемы с санитарной очисткой побережья, городских массивов (пос. Умирзак, Рауан, Приозерный-1,2,3), придорожных территорий, мест массового отдыха и т.д.	Усиление административной ответственности за загрязнение окружающей среды. Переход от разовых акций по очистке территорий мест массового отдыха к системной круглогодичной организации санитарных и уборочных работ с организацией пунктов сбора и вывоза бытового мусора.	
	Причина 1.3: высокая стоимость туристского продукта по отношению к уровню обслуживания.	Привлечение на рынок услуг и товаров крупных игроков (конкурентов). В процессе конкуренции повысится уровень обслуживания и снизятся цены на товары и услуги.	
	Причина 1.4: отсутствие	- Создание центра по предоставлению туристских услуг	

	<p>доступной информационной базы, содержащей все действующие субъекты туристской деятельности.</p>	<p>по принципу единого окна. Привлечение к разработке информационной продукции квалифицированных специалистов.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Создание отдельного профильного управления на базе акимата области.</li> <li>- Пересмотр работы Областного центра детско-юношеского туризма Управлению туризма Мангистауской области.</li> <li>- Пересмотр политики в области подготовки кадров Мангистауким колледжем туризма и университетом им. Ш. Есенова.</li> </ul>	
--	--	---	--

\* составлено автором самостоятельно

Для достижения конкурентных преимуществ региону необходимо перейти к планированию маркетингового комплекса.

Возможности рынка условно можно разделить на четыре группы переменных: товар, цена, распространение и продвижение.

Рис. 4 – Возможности рынка

Наименование	Характеристика				
Товар	Туристские услуги (места размещения, общественное притание, экскурсии, туристские маршруты, активные виды водного спорта)				
Цена	<u>Стоимость проезда:</u>				
	<b>Автомобильный транспорт</b> (стоимость бензина 170 тг. за 1 литр, расход топлива у транспортного средства на трассе в среднем 10 литров на 100 км.).				
	<b>Маршрут</b>	<b>Расстояние</b>	<b>Длительность</b>	<b>Требуемое количество топлива</b>	<b>Стоимость проезда</b>
	Актобе - Актау	1328 км.	18 часов	256 литров	21 760 тг.
	Уральск - Актау	1390 км.	17 часов	278 литров	23 630 тг.
	Атырау - Актау	896 км.	11 часов	179 литров	15 232 тг.
	Костанай - Актау	2100 км.	30 часов	420 литров	35 700 тг.
	Кызылорда - Актау	2240 км.	31 час	448 литров	38 000 тг.
<b>Железнодорожный транспорт</b> (данные с приложения Aviata.kz)					
<b>Маршрут</b>	<b>Длительность</b>	<b>Стоимость (купейный вагон)</b>	<b>Стоимость (плацкартный вагон)</b>		

ст.Тобол (Кост. обл.) – ст. Мангистау	1 день, 10 часов, 14 минут	16 949 тг	10 917 тг.
ст. Уральск – ст. Мангистау (пересадка в г. Актобе)	1 день, 10 часов (11 часов + 23 часа)	12 916 тг. (4 757 + 8 159 тг.)	8 685 тг. (3 162 + 5 523 тг.)
ст.Актобе – ст. Мангистау	23 часа 40 минут	8 159 тг.	5 523 тг.
ст. Атырау – ст. Мангистау	20 часов 40 минут	5 778 тг.	3 844 тг.
ст. Кызылорда – ст. Мангистау	1 день, 6 часов, 25 минут	9 005 тг.	6 078 тг.

#### Воздушный транспорт (по данным Aviata.kz)

Маршрут	Длительность	Стоимость
Атырау - Актау	45 минут	от 5 137тг.
Уральск - Актау	1 час 30 минут	от 7 238 тг.
Актобе - Актау	1 час 50 минут	от 10 289 тг.
Костанай - Актау	9 часов 10 минут (пересадка в г. Алматы)	от 32 983 тг.
Кызылорда - Актау	3 часа 50 минут + 1 день ожидания в г. Нур-Султан	от 19 674 тг.

**Места размещения** (на 1 - го человека за сутки по данным Apartamenty.kz):

- Хостелы – информация отсутствует.
- Гостиницы (2 или 3 звезды) – от 5 000 до 20 000 тг.
- Гостиницы (4 звезды и выше) – от 29 000 до 150 000 тг.
- Арендные квартиры – от 7 000 тг.

#### **Прожиточный минимум:**

- По стране в целом – 33,9 тыс. тг.
- Город Нур-Султан – 37,3 тыс. тг. (10,1% больше среднереспубликанского уровня).
- Мангистауская область – 38,9 тыс.тг (14,7% больше среднереспубликанского уровня).

\* по данным аналитического портала Ranking.kz.

#### Распространение

В целях эффективной популяризации пляжного туризма города Актау, необходимо привлечь высококлассных специалистов в области рекламы и связей с общественностью.

Необходимо используя современные средства коммуникаций (интернет, социальные сети, телевидение, радио) с помощью грамотной серии рекламных кампаний вызвать интерес к региону, как внутри страны, так и за её пределами. Изучая истории успеха в сфере туризма, особое внимание привлекает рекламная кампания Дэвида Огилви (рекламный гений своего времени, годы жизни: 1911-1999 гг.) по продвижению маленького островного государства под названием Пуэрто-Рико (с исп.яз. «Богатый город»). Огилви предложил создать образ успешного

	<p>государства вместо существовавшего представления о нищем государстве. По мнению Огилви, образ успешного государства имел огромное значение для привлечения инвестиций, политической эволюции и развития туризма.</p> <p>Во-первых, Огилви привлек знаменитого фотографа Уильяма Бинзена с просьбой подготовить порядка 20-ти фотографий, в которых были бы представлены: приветливые люди, архитектура, исторические памятники, природные пейзажи. К каждой сделанной фотографии прилагался короткий и в то же время объёмный по значению текст. Исследования, проведенные компанией Огилви в последующем, показали, что большинство американцев считали остров грязной и нищей страной. С подачи Огилви американцы смогли для себя открыть остров с другой стороны. Реклама острова привела к туристскому буму.</p>
Продвижение	<p>Под продвижением товара (пляжный туризм города Актау), необходимо понимать мероприятия, действия и меры, направленные на повышение привлекательности товара.</p> <p>До эпохи интернета существовало несколько основных способов продвижения товара:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Реклама;</li> <li>2. Прямой или персональный маркетинг;</li> <li>3. Общественные каналы;</li> <li>4. Стимулирование продаж.</li> </ol> <p>Современные способы продвижения выглядят так:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Социальные сети;</li> <li>2. E-mail продвижение;</li> <li>3. Блогеры;</li> <li>4. SEO – продвижение (мероприятия по увеличению видимости сайта);</li> <li>5. Личный блог.</li> </ol> <p>Для продвижения региона в туристской сфере необходимо использовать все указанные выше инструменты. Заниматься данной работой должен один центр (ТИЦ) имеющий для этого необходимые силы и средства.</p>

\* составлено автором на основе нескольких источников [22]

По официальным данным Комитета статистики МНЭ РК по итогам январь-сентябрь 2020 года:

- количество обслуженных посетителей местами размещения (гостиницами) по сравнению с аналогичным периодом январь-сентябрь 2019 года (175 730) составило 106 021 человек или 60,3 %;

- из указанных 106 021 обслуженных туристов 99 256 являются резидентами страны, другими словами, являются показателем уровня внутреннего туризма, а 6 765 человек нерезиденты – въездной туризм;

- зарегистрировано 93 мест размещения.

- объем оказанных услуг местами размещения составил 3 362 460,6 тыс. тенге, по сравнению с аналогичным периодом 2019 года (4 132 243,8 тыс. тенге) и составило 81,4 %. При этом заполняемость гостиниц была на уровне 20,1 %.

В соответствии с информацией от органов статистики, на поток туристов в регион в 2020 году оказала влияние пандемия «Covid-19». Учитывая мероприятия, проводимые по общей вакцинации населения, можно

прогнозировать рост деловой активности, повышение доходов у населения и восстановление темпов экономического роста.

Можно предположить, что в летнем сезоне 2021 года и дальше в последующие годы мы будем наблюдать увеличение количества туристов, прибывающих в регион ввиду ввода в эксплуатацию крупных инвестиционных проектов [20].

Рис. 5 – Прогнозируемое увеличение потока туристов

№	Период	Количество туристов	Объем оказанных услуг	Примечание
1.	2019 год	175 730	4 132 243,8 тыс. тенге	
2.	2020 год	106 021	3 362 460,6 тыс. тенге	
3.	2021 год	235 000	7 453 035,1 тыс. Тенге	Рост количества посетителей будет связан с вводом в эксплуатацию следующих проектов: расширение гостиничного комплекса «ДОСТАР» 150 номеров. и расширение гостиничного комплекса «САРТАС» (от 35 тыс. до 40 тыс. посетителей в год).
4.	2022 год	310 000	9 831 663,3 тыс. тенге	Рост количества посетителей будет связан с вводом в эксплуатацию следующих проектов: реконструкция базы отдыха «ФЛАМИНГО РЕЗОРТ» - 350 номеров, расширение гостиничного комплекса «НУР» - 350 номеров, ввод в эксплуатацию гостиничного комплекса «ASSYL AKTAU» - 310 номеров, ввод в эксплуатацию зоны отдыха «SEASIDE PALACE» - 120 номеров.
5.	2023 год	350 000	11 100 265 тыс. тенге	Рост будет происходить за счёт имеющихся мест размещения, которые должны использоваться более эффективно.
6.	2024 год	380 000	12 051 716,2 тыс. тенге	Рост количества посетителей будет связан с вводом в эксплуатацию следующего проекта:

\* составлено автором на основе источника [20]

Изучив сильные и слабые стороны, возможности и угрозы, мы можем предположить, что сформированные нами цели достижимы. За период с 2021 по 2024 год мы способны достигнуть отметки в 380 000 посетителей в год (сезон), что на 100% больше, чем в настоящий период. При этом объём оказанных услуг будет около 8 500 000,0 тыс. тенге.

Данный успех будет обеспечен только при условии модернизации инфраструктуры, системной работы по благоустройству городских и сельских территорий, а также системной работе по подготовке квалифицированного обслуживающего персонала.

Учитывая, что город Актау является не столь популярным направлением у туристов Казахстана и иностранных государств, нам необходимо предложить уникальный товар, способный конкурировать с областями Казахстана и регионами соседних государств. В области пляжного туризма нашими прямыми конкурентами на территории страны являются зоны отдыха, расположенные на побережье озера Алаколь, Капшагайского водохранилища и озера Балхаш. Остальные зоны отдыха, расположенные на территориях Кызылординской, Акмолинской и Туркестанской областей, лишены крупных водоёмов с песчаными пляжами и подходящими климатическими условиями.

Зоны отдыха «Алаколь», «Балхаш» и «Капшагай» расположены в Юго-Восточной части страны, охватывают преимущественно жителей Восточного, Центрального и Южного Казахстана.

Целевой аудиторией для зон отдыха в городе Актау ввиду географического положения и доступной транспортной логистики являются жители Атырауской, Западно-Казахстанской, Актюбинской, Кызылординской и Костанайской областей. Общее население этих 5 областей составляет 3 887 793 человека. Население самой Мангистауской области составляет более 700 000 человек.

Итого под целевую аудиторию курортов Мангистауской области можно отнести более 4 000 000 жителей Казахстана [23].

При создании необходимых условий (развитая инфраструктура, доступные цены на товары и услуги) для потенциальных туристов регион сможет привлечь к себе большую аудиторию из числа жителей соседних регионов.

## Заключение

Туристский сезон в регионе характеризуется сезонной активностью, однако перспективы развития у пляжного туризма в городе Актау довольно высокие. В настоящее время принимаемые меры не создают необходимые стимулы для развития пляжного туризма и обеспечения результативности от вложенных инвестиций.

Проведённый анализ ситуации выявил ряд проблем, мешающих эффективному развитию отрасли.

Прежде всего, следует обратить внимание на развитие инфраструктуры, создание специальных территорий туризма по аналогии с популярными иностранными зонами. Местным исполнительным органам необходимо уделить внимание формированию эффективной системы мотивации по повышению качества обслуживания. Местная власть должна создавать условия для развития конкурентоспособности на рынке услуг.

Сейчас государство начало уделять большое внимание развитию туризма в регионе, но вводимые объекты туризма отличаются высокой стоимостью и, к сожалению, рассчитаны на небольшой круг потребителей. В развитии пляжного туризма необходимо учитывать интересы и бюджет всех групп потребителей.

В числе предлагаемых мер: создание специальных центров-зон развития пляжного туризма; привлечение к обучению местных кадров профессионалов из зарубежных стран; принятие маркетинговой стратегии по развитию инфраструктуры, озеленению и благоустройству.

Как показывает международный опыт создание специальных зон туризма придаёт новый импульс развитию и превращает их в центры притяжения инвестиций и новых технологий.

В свою очередь дальнейшее развитие отрасли должно привести её к цифровизации. Цель цифровизации – это прежде всего создание комфортной и адекватной (понятной) среды.

Для потребителя должны быть созданы все необходимые условия, у потребителя должен быть доступ к интерактивным картам, историческим справкам и фактам, туристические маршруты, информацию в отношении мест активного отдыха, расположение отелей, ресторанов, кафе и других пунктов общественного питания. Цифровая карта должна помогать туристам (потребителям) строить удобные маршруты, не теряя при этом сил и средств.

Цифровая трансформация уже пришла и плотно обосновалась практически во всех сферах жизни каждого человека. Со временем цифровизация будет становиться все более явной и заметной.

## Список литературы:

1. История возникновения города Шевченко // [https://mangystaumedial.kz/ru/obshtestvo/aktau\\_55/91206](https://mangystaumedial.kz/ru/obshtestvo/aktau_55/91206). Дата обращения: 01.01.2021
2. К 2025 году доля туризма в ВВП страны вырастет до 8%, рассчитывают в правительстве // <https://vlast.kz/kz/novosti/34336-k-2025-godu-dola-turizma-v-vvp-strany-vyrastet-do-8-rasscityvaut-v-pravitelstve.html>. Дата обращения: 30.04.2021
3. Официальный ресурс Управления инвестиций и развития туризма Мангистауской области // [mangystau.gov.kz](http://mangystau.gov.kz). Дата обращения: 30.03.2021
4. Департамент статистики Мангистауской области // Занятость в Мангистауской области 2015-2019 годы. Раздел Аннотация. – С.5. Статистический сборник. Дата обращения: 23.02.2021
5. «Исследование рынка труда в Мангистауской области: подготовка рекомендаций по балансированию спроса и предложения» // [https://www.kz.undp.org/content/kazakhstan/ru/home/library/democratic\\_governance](https://www.kz.undp.org/content/kazakhstan/ru/home/library/democratic_governance). 2015 год. Дата обращения: 25.04.2020
6. Департамент статистики Мангистауской области // Занятость в Мангистауской области 2015-2019 годы. Раздел Аннотация. – С.5. Статистический сборник. Дата обращения: 23.02.2021
7. Социологический опрос на интернет платформе «Survio.com» // <https://my.survio.com/S7Y7T8B6G8G8Y6O1J9N4/builder> Дата обращения: 01.04.2021
8. Официальный ресурс Акимата Мангистауской области // <https://www.gov.kz/memleket/entities/mangystau>. Дата обращения: 01.03.2020
9. В Актау открыт отель международного уровня // <https://www.zakon.kz/5039108-v-aktau-otkryt-otel-mezhdunarodnogo.html>. Статья в новостном портале. Дата обращения: 20.12.2019
10. Закон Республики Казахстан «О специальных экономических и индустриальных зонах» от 3 апреля 2019 года № 242-VI ЗРК // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1900000242>. Дата обращения: 05.06.2020
11. Глава 17. (Налогообложение организаций, осуществляющих деятельность на территориях специальных экономических зон) Кодекса Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет» от 10 декабря 2008 года № 99-IV // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/K1700000120>. Дата обращения: 03.03.2020
12. Free tourism zones can increase the competitiveness of the tourism sector // AUGUST 26, 2015 // <https://www.dailysabah.com/tourism/2015/08/26/free-tourism-zones-could-increase-tourism-sectors-competitiveness>. Дата обращения: 20.03.2021
13. Викалат ал-анба' ал-иттихад. // Информационное агенство Иттихад. Дата обращения: 22.03.2020

14. Официальный ресурс Акимата Мангистауской области // <https://www.gov.kz/memleket/entities/mangystau>. Дата обращения: 01.03.2020
15. Торговое представительство Российской Федерации в ОАЭ со ссылкой на номер газеты Аль-Иттихад от 18.03.2019 года.
16. Helen Chapin Metz, ed. Turkey: A Country Study. Washington: GPO for the Library of Congress, 1995. Дата обращения: 01.03.2021
17. Статистический институт Турции (Türkiye İstatistik Kurumu) // <https://www.tuik.gov.tr/>. Дата обращения: 01.04.2021
18. Free tourism zones can increase the competitiveness of the tourism sector AUGUST 26, 2015 <https://www.dailysabah.com/tourism/2015/08/26/free-tourism-zones-could-increase-tourism-sectors-competitiveness>. Дата обращения: 20.03.2021
19. Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы // <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360>. Дата обращения: 03.03.2021
20. Официальный сайт Управления инвестиций и развития туризма Мангистауской области // <https://www.gov.kz/memleket/entities/mangystau-uiir>. Дата обращения: 03.03.2021
21. Официальный сайт Управления туризма города Алматы // <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty-tourism>. Дата обращения: 03.03.2021
22. Новостной портал Ranking.kz. // <http://ranking.kz/>, сервис по поиску билетов Aviata.kz // <https://aviata.kz/>. Дата обращения: 20.02.2021
23. Официальный сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан // <https://stat.gov.kz/>. Дата обращения: 03.03.2021

## Приложение А

### Анкета по исследованию перспектив развития пляжного туризма города Актау.

Прежде чем перейти к вопросам, хотелось бы подчеркнуть, что на них не существует правильных или неправильных ответов. Мне важно узнать Ваше мнение по вопросам развития пляжного туризма в городе Актау.

Это поможет мне выработать рекомендации по решению проблем, связанных с развитием туризма и отдыха в регионе.

Обращаю Ваше внимание на то, что все полученные данные строго анонимны и будут использоваться только в обобщенном виде.

#### **1. Укажите Ваш пол**

1. женский
2. мужской

#### **2. Укажите Ваш возраст**

1. 18-24
2. 25-34
3. 35-44
4. 45-54
5. 55-64
6. 65 и старше

#### **3. Как вы оцениваете развитие инфраструктуры туризма в городе Актау? (один вариант ответа)**

1. Очень плохо, государство не создает условий для бизнеса
2. Развиваемся медленно
3. Развитие хорошее, есть все необходимое
4. Все отлично
5. Затрудняюсь ответить

#### **4. Исходя из Вашего личного опыта, как Вы считаете, оказывает ли государство поддержку в развитии туризма в городе Актау? (один вариант ответа)**

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

#### **5. Назовите, пожалуйста, причины, которые, на Ваш взгляд, мешают рассматривать город Актау как потенциальное место для отдыха ТУРИСТОВ (не более двух вариантов ответа)?**

1. Низкий уровень развития туризма
2. Плохое транспортное сообщение

3. Недостаток денежных средств на поездку
4. Наличие других более интересных мест отдыха
5. Другое \_\_\_\_\_

**6. Оцените, пожалуйста, уровень развития пляжного туризма в городе Актау (один вариант ответа).**

1. На низком уровне (ситуация плачевная)
2. Средний уровень (есть определенные условия, но сфера требует особого внимания)
3. Достаточно хорошо (сфера развивается довольно успешно)
4. На высоком уровне (всё отлично, у нас развитая инфраструктура, не требующая особых усилий)
5. Затрудняюсь ответить

**7. Какие из перечисленных мер, на Ваш взгляд, помогут сделать город Актау более привлекательным для туристов? (не более трех вариантов ответа)**

1. Развитие инфраструктуры (вода, газ, электричество, очистные сооружения, транспорт)
2. Создание Туристского информационного центра
3. Привлечение квалифицированных иностранных специалистов в сфере услуг
4. Озеленение и благоустройство города
5. Активная рекламная кампания и продвижение города
6. Другое \_\_\_\_\_

**8. Читали или слышали ли вы раньше что-либо о свободных экономических зонах? (один вариант ответа)**

1. Да
2. Нет
3. Затрудняюсь ответить

**9. Поддерживаете ли Вы создание свободных экономических зон в рамках развития пляжного туризма в городе Актау? (один вариант ответа)**

1. Полностью поддерживаю
2. Скорее поддерживаю
3. Скорее не поддерживаю
4. Абсолютно не поддерживаю
5. Затрудняюсь ответить

## Приложение Б

### Сервисно-информационный центр туризма Мангистауской области

**Для справки:** Информационные центры развития туризма успешно действуют как на территории Казахстана, так и в зарубежных странах. Особый интерес для нас представляют центры, работающие в регионах Казахстана, отличающиеся высоким уровнем потока туристов. Наиболее успешные из них расположены в Туркестанской, Алматинской, Акмолинской областях, гг. Алматы и Шымкент.

Основной задачей, которую в настоящее время выполняют центры в указанных регионах, является продвижение и повышение привлекательности тех самых регионов. Указанные центры обладают всеми необходимыми силами и средствами, способными вносить вклад в развитие туристской индустрии и проводить анализ текущей ситуации, а также вносить предложения по улучшению и повышению эффективности проводимых работ.

В настоящее время перед Мангистауской областью поставлены четкие задачи по повышению привлекательности и системному развитию туристской отрасли.

Считаю возможным представить проект Сервисно-информационного центра туризма Мангистауской области (далее - СИЦТ МО). Отличием данного центра от других будет то, что центр объединит в себе сразу несколько направлений, которые обеспечат комфортное пребывание туристов в регионе (рис.б).

#### **Цели СИЦТ МО:**

- Информационное обеспечение и сопровождение.
- Оказание туристских услуг.
- Повышение информационной доступности.

#### **Направления деятельности СИЦТ МО:**

- Создание необходимых услуг, оказание помощи в прибытии, регистрации, выборе туристских маршрутов, размещении и логистике.
- Анализ потенциала туристской сферы региона, выработка предложений, координация и работа над ошибками.
- Создание привлекательного образа региона.
- Международное сотрудничество.
- Привлечение инвестиций.

Туристская индустрия отличается большим разнообразием информационных потоков, которое сопровождается постоянной актуализацией. На туристском рынке очень большое значение имеет информация. Туристский продукт – это специфический продукт, который должен всегда сопровождаться исчерпывающей информацией для туристов. Поэтому ведущие страны, где развит туризм, особое внимание уделяют информационной составляющей.

Рис. 6 – Организационная схема государственных органов и организаций в целях развития пляжного туризма



## Аналитическая записка

Автор проекта: Мусрепов Г.Д.

Научный руководитель: Кусаинова А.Ж.

<b>Идея проекта</b>	<b>Перспективы развития пляжного туризма города Актау</b>
<b>Проблемная ситуация (кейс)</b>	<p>Мангистауская область, включая город Актау, в прошлый период своей истории никогда не рассматривался, как центр любого вида туризма, тем более пляжного. Регион представлял интерес чисто с точки зрения промышленного роста некогда могущественной в прошлом державы. Регион был ресурсной базой для целой Урановой промышленности СССР. По данным аналитического отчета: Итоги Национальной переписи населения 2009 года, население Мангистауской области в 1999 году составляло всего: 314,7 тыс. человек [1]. В феврале 2011 года численность населения составила уже 526,6 тыс. человек и на сегодняшний день по состоянию на 1 января 2021 года численность населения составила 698,7 тыс. человек [2]. Численность населения выросла в более чем в два раза. Увеличивается нагрузка на действующую и в тоже время устаревшую инфраструктуру, дороги, водопроводы и транспортные узлы не были рассчитаны на столь высокую численность населения. Мощностей электростанций и опреснительных установок в будущем может просто не хватить на обеспечение населения региона. В настоящее время густонаселенные районы Мангистауской области уже испытывают трудности с нехваткой питьевой воды, особенно в летние месяцы. Активная застройка города в Северо-Западном направлении, также вносит свои коррективы в обеспечение населения водой, теплом и электричеством.</p>
<b>Имеющиеся решения данной проблемы</b>	<p>В данное время системного подхода по развитию именно пляжного туризма в регионе не наблюдается. В соответствии с Государственной программой по развитию туристской отрасли РК на 2019-2025 года в Казахстане определены ТОП-10 туристских дестинаций, развитие которых позволит ускорить темпы развития туристской отрасли в целом. Для развития пляжного туризма делаются определенные шаги, введена в эксплуатацию и успешно функционирует первая очередь современных и всемирно известных отелей на побережье вблизи города Актау. Строительство крупных гостиничных комплексов придало мультипликативный эффект на весь регион. К новому центру пляжного туризма начали подводить новые дороги, водопроводные и газопроводные линии. Модернизируются очистные сооружения, Старые игроки на рынке услуг, чувствуя свою уязвимость, начинают принимать меры по совершенствованию процесса обслуживания, начинают движение в сторону повышения квалификации своего обслуживающего персонала. Другие участники рынка, косвенно</p>

	<p>связанные с туристским рынком, также подстраиваются под современные требования.</p> <p><b>Недостатком</b> работы в этом направлении является то, что развивается и субсидируется только отдельные направления вместо того, чтобы развивать весь кластер целиком. Все последние инфраструктурные проекты, реализованные в регионе так, или иначе связаны с реализацией инфраструктурных проектов на территории так называемого «теплого пляжа».</p>
<b>Предлагаемое решение данной проблемы</b>	<p>Проблему развития пляжного туризма прежде всего предполагается решить за счет принятия системных мер.</p> <p>Во-первых, необходимо четко выстроить систему взаимодействия государственных органов, туроператоров, отелей и других заинтересованных сторон. Региону необходим центр по оказанию сервисно-информационных услуг потребителям (туристам) по принципу единого окна.</p> <p>Во-вторых, систематизировать работу учебных заведений по подготовке необходимых специалистов для отрасли. В настоящее время Учебные заведения региона (Университет и колледж) ведущие подготовку специалистов работают самостоятельно отдельно друг от друга. Работа по координации деятельности учебных заведений профильным управлением проводится не на должном уровне.</p> <p>В-третьих, необходимо создать условия для привлечения инвестиций в целях развития уже имеющихся пляжных зон на территории города Актау, находящихся по ряду признаков в неудовлетворительном состоянии. Под неудовлетворительным состояние пляжных территорий города подразумевается следующее: отсутствие инфраструктуры (санузлы, раздевалки, зонтики, шезлонги, спасательные вышки и т.д.), санитарное состояние территорий, строительный мусор в воде и на прибрежных территориях. Необходимо включить всю прибрежную территорию в административных границах города в состав Свободной экономической зоны «Морпорт Актау», на примере гостиничного комплекса «Риксос».</p> <p><b>Возможности</b> Создать удобный для проживания и отдыха город, способный вызвать интерес со стороны потенциальных инвесторов и потребителей услуг.</p> <p><b>Риски</b> Рисками данных предложений являются факторы связанные с экономической ситуацией и человеческим фактором (слабый менеджмент со стороны государственных органов).</p>
<b>Ожидаемый результат</b>	Учитывая все риски и возможности регион в ближайшей перспективе может стать центром туризма для областей Западного Казахстана и ближнего зарубежья, а также стран Каспийского бассейна.
<b>Литература</b>	<p>1 Аналитический отчет. Итоги Национальной переписи населения 2009 года. Агентство Республики Казахстан по статистике.</p> <p>2 Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК // <a href="https://stat.gov.kz/region/260907/statistical_information">https://stat.gov.kz/region/260907/statistical_information</a></p>

