

АКАДЕМИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Национальная школа государственной политики

на правах рукописи

Рыспеков Дастан Адаевич

**ВНУТРЕННИЙ И ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ**

Образовательная программа ««7М04119 – Государственное управление»
по направлению подготовки «7М041 Бизнес и управление»

Магистерский проект на соискание степени
магистра бизнеса и управления

Научный(ые) руководитель(и) _____ Дауешева А.Е., PhD

Проект допущен к защите: «_____» _____ 2022 г.

Директор Национальной
школы государственной политики _____ Абдыкаликова М.Н.

СОДЕРЖАНИЕ

НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ	3
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ.....	4
ВВЕДЕНИЕ.....	5
ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ	8
МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	10
АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	11
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	39
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	41
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	48

Нормативные ссылки

В настоящем магистерском проекте использованы ссылки на следующие нормативные документы:

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

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

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

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

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

Постановление Правительства Республики Казахстан. «Об утверждении национального проекта по развитию предпринимательства на 2021-2025 годы», утверждено 12 октября 2021 года, № 728.

Постановление Правительства Республики Казахстан. «О некоторых вопросах обеспечения долгосрочной тенговой ликвидности для решения задачи доступного кредитования», утверждено 11 декабря 2018 года, № 820.

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

Обозначения и сокращения

ВВП	– Валовой внутренний продукт
ООПТ	– Особо охраняемые природные территории
DMO	– Destination Management Organization (Организация управления направлением)
НТА	– Национальные туристские ассоциации
НТО	– Национальные туристские организации
НДС	– Налог на добавленную стоимость
МКС	– Министерство культуры и спорта
МФ	– Министерство финансов
НПА	– Нормативные правовые акты
РК	– Республика Казахстан
UNWTO	– Всемирная туристская организация ООН
WTTC	– Всемирный совет по туризму и путешествиям
СНГ	– Содружество независимых государств
СМИ	– Средства массовой информации
США	– Соединенные штаты Америки
ОАЭ	– Объединенные Арабские Эмираты

Введение

Актуальность темы исследования. Актуальность темы заключается в развернутой оценке влияния туристского сектора на социально-экономическое развитие РК. Туризм и возрастающий спрос на услуги отдыха и развлечений становится серьезным источником доходов для многих мировых экономик который иногда равен или даже превосходит экспорт нефти, продовольственных товаров и автомобилей, а для некоторых стран основным источником заработка населения.

В последние десятилетия индустрия гостеприимства становится одной из быстроразвивающихся направлений мировой экономики. Особенность туристского рынка заключается в его влиянии на развитие множества важнейших секторов народного хозяйства, таких как транспорт и логистика, агропромышленный комплекс, строительство и т.д. [1].

Прямой экономический вклад путешествий и туризма в мировую экономику в допандемийный 2019 год составил около 9,2 трлн. долл. США. На долю индустрии гостеприимства приходилось до 10% мирового ВВП, 10% занятости населения и более 25% от общей мировой торговли услугами, что подтверждает ее значимость, как одной из важнейших отраслей в мире. Однако несмотря на влияние пандемии, по прогнозам различных экспертов и международных отраслевых организаций, по итогам 2022 года отрасль наверстает предыдущие пандемии показатели и получит новый толчок в дальнейшем развитии с учетом отложенного спроса [2].

Исследования во многих развитых и развивающихся странах доказывают важность туризма как наиболее влиятельного сектора экономики, обеспечивающего приток внешней валюты, инвестиций и, как следствие, становится источником создания рабочих мест и налоговых поступлений [3].

Постепенно многие страны переходят из экономики, основанной на индустриальном развитии, к несырьевой экономике. Казахстан с его богатыми залежами полезных ископаемых, ресурс которых также не вечен – не исключение.

Казахстан - большая страна с диверсифицированной географической, экономической и социальной структурой, занимающая выгодное географическое расположение, которая обладает существенными природно-рекреационными ресурсами и богатым историко-культурным наследием.

При правильном использовании Казахстаном всех этих преимуществ в индустрии гостеприимства, эта отрасль может внести значительный вклад в национальную экономику.

В допандемийные годы Казахстану удалось повысить свою туристскую узнаваемость и обеспечить небольшой приток иностранных туристов, а также повысить заинтересованность казахстанцев во внутреннем туризме. Однако недостаток финансирования мероприятий по продвижению страны и проектов по развитию необходимой инфраструктуры в основных туристских локациях, ненадлежащее качество сервиса и незначительное количество современных

туристских объектов, способных удовлетворить потребность туристов, а также нестабильности в институциональном развитии национальной туристской администрации, не позволяют более ускоренно выйти на желаемые результаты [1].

Туризм часто рассматривается как путь экономического развития структурно слабых, периферийных районов через создание новых рабочих мест и предоставление возможности заработка населению, приток валюты и иностранных инвестиций, а также остановку эмиграции населения за счет создания благоприятных социально-экономической перспектив [4].

Тем не менее, чаще всего эти большие надежды не до конца оправдываются или не соответствуют прежним ожиданиям, в связи с чем требуется более подходящие стратегии развития и новые механизмы.

Имеются и дополнительные причины, по которым тема туризма очень актуальна как для академических исследований, так и для практических применений.

Во-первых, в отличие от других секторов, экономическая значимость которых не оспаривается и соответственно широко признается, заинтересованные стороны в сфере туризма должны подчеркнуть экономическую значимость отрасли, чтобы повысить лоббистские усилия в отношении финансовых ресурсов, НПА, планирования, регулирования, налогообложения и субсидий.

Во-вторых, по причине множества отраслей, формирующих туристический сектор, предпринимаются большие усилия для определения вклада туризма, соответственно требуется детальное изучение этих подсекторов и отраслей, а также национальной/региональной экономики в целом [5].

По этим причинам мною выбрана тема магистерского проекта «Внутренний и въездной туризм как фактор социально-экономического развития страны».

Магистерский проект дает обзор различных показателей экономической важности туризма и резюмирует факторы, влияющие на экономический вклад туризма.

Объектом исследования является туристская отрасль Казахстана.

Предметом исследования является влияние роста количества туристов на повышение экономических показателей страны.

Цель и задачи исследования. Целью магистерского проекта является выявление мультипликативного эффекта туризма, а также проблем, ограничивающих его развития в РК и выработка путей их решения.

Также, в рамках магистерского проекта установлены следующие **задачи**:

- изучение государственной политики и программ, реализуемых в сфере туризма;
- изучение вклада туризма в экономику мира и Казахстана;
- изучение мнения экспертов туристского сектора о текущих проблемах, влияющих на развитие туризма;

- проведение контент анализа зарубежных туристских платформ на предмет узнаваемости Казахстана и основных моментов путешествия по стране;
- анализ влияния внешних факторов на изменения конъюнктуры рынка в туризме;
- изучение мирового опыта в стимулировании внутреннего и въездного туризма;
- выработка рекомендаций по совершенствованию законодательства и принимаемых мер в отрасли.

Для выполнения задачи по исследованию текущего состояния администрирования туризма в мире и Казахстане, а также изучению влияния туризма на развитие регионов страны и экономики в целом будут применены методы статистического анализа и сравнительный.

В ходе выполнения задачи по изучению государственной политики и программ, реализуемых в сфере туризма, будет применен метод контент анализа.

Задача по изучению перспектив совершенствования туристского сектора страны, а также выработки рекомендаций по совершенствованию законодательства и принимаемых мер в отрасли будет осуществляться через применение методов экспертного опроса и интервью с субъектами туристской деятельности.

Гипотезой исследования является вероятность, что через призму развития индустрии туризма в Казахстане увеличится количество рабочих мест и поступление налогов от сектора гостеприимства и обслуживания, а также будет обеспечен приток валютной выручки и инвестиций в основной капитал, вследствие чего доля туризма в ВВП страны увеличится.

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

В рамках магистерского проекта была опубликована 1 статья «Влияние глобальных ограничений на изменение структуры расходов в туризме и предпочтений путешественников» в научном журнале «Central Asian Review».

Обзор литературы

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

В книге «Экономика и организация туризма» В.И. Азар экономику туризма описывает как сложную экономическую структуру, объединяющую различные самостоятельные элементы в рамках национальной экономики страны во взаимосвязке с мировой экономикой [6].

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

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

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

Доктор географических наук А. Ю. Александрова с соавторами в книге «Статистика туризма» уделила большое внимание методам статистического наблюдения в отрасли и в частности подсчетам ее вклада в экономику, а также изучила лучшие мировые практики статистического учета в туризме. Также автор указывает на усложненность отнесения секторов экономики к индустрии туризма в связи с их непосредственным вкладом в развитие отрасли. Кроме того, в книге описывается текущая ситуация о формировании статистических данных в сфере туризма в ряде стран СНГ, в том числе в Казахстане - наиболее продвинутом в вопросах формирования статистического учета туризма в СНГ [10].

В учебном пособии «География туризма» под редакцией Т.Л. Никулиной проведена оценка влияния географических факторов на развитие туризма в регионах мира, а также предусмотрен анализ туризма и туристских ресурсов в различных регионах мира [11].

В своей научной статье «Влияние туризма на экономику страны» И.С. Кабиров уделяет большое внимание теоретическим аспектам оценки вклада индустрии гостеприимства на страновую экономику и выделяет основные мультипликаторы от развития отрасли, а также прямое и косвенное воздействие отрасли в виде увеличения дохода страны за счет внутреннего и внешнего потребления [12].

В Послании народу Казахстана «Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана» Глава государства

К.К. Токаев обращает внимание на индустрию гостеприимства и отмечает важность развития данного направления как важной сферы экономики [13].

Национальным планом развития РК до 2025 года (далее - Нацплан) развитие внутреннего туризма включено в перечень важнейших задач Общенационального приоритета 8. Построение диверсифицированной и инновационной экономики. В Нацплане указывается возрастающая роль внутреннего туризма в условиях глобальных ограничений, а также становление отрасли в качестве нового источника роста экономики, обеспечивающего значительный мультипликативный эффект в развитии сопутствующих секторов национальной экономики [14].

В книге Г. М. Дуйсена «Рекреационное освоение регионов Казахстана в условиях вхождения в мировой туризм: теория, стратегия и практика» описывается соотношение выехавших казахстанских туристов и въезжающих иностранцев, а также структура управленческих и функциональных связей в туризме Казахстана. Кроме того, автор выявил туристско-рекреационный потенциал Казахстана на основе балльной оценки провел анализ статистических данных в туристской отрасли страны [15].

В учебнике «Экологический туризм» под редакцией академика О.Беркинбай рассмотрены современное состояние и проблемы развития туризма в Казахстане, нормативно-правовая база туризма и туристической деятельности, реклама и маркетинг туристического продукта [16].

Методы исследования

В целях достижения цели исследования использованы методы статистического и сравнительного анализа, а также policy analysis, case-study метод и экспертный опрос.

Кроме того в рамках исследования проведен контент анализ на основе опубликованной информации в мировых СМИ и тревел интернет порталах, а также международных организаций в сфере путешествий.

В ходе Policy analysis (анализ политики) изучены НПА, стратегии и стратегические планы развития РК, а также государственная программа развития отрасли, которые позволили понять основные направления проводимой политики в сфере туристской отрасли, а также приоритеты и имеющиеся проблемы.

Проведенный обзор научных трудов и аналитических материалов позволил принять на вооружение имеющийся опыт в сфере развития туристской деятельности, который был использован для формирования предложений по ее развитию.

Статистический анализ позволил исследовать динамику важнейших индикаторов развития индустрии гостеприимства в мире и Казахстане, в зависимости от различных факторов влияния. Таким образом проведено сравнение основных количественных показателей отрасли в различных периодах.

В рамках сравнительного анализа проведено сопоставление туристской отрасли в мире в разрезе стран, вклада Казахстана в общемировом объеме туризма, а также объемов финансирования мероприятий по регулированию туристской деятельности на республиканском и региональном уровне в динамике по годам.

В ходе case-study анализа изучена мировая практика стимулирования въездного и внутреннего туризма, а также меры государственной поддержки отрасли в различные периоды с учетом актуальных изменений в глобальном формате.

В рамках экспертного опроса посредством приложения Google-форма изучены мнения по имеющемуся потенциалу развития индустрии туризма и сформированы предложения по совершенствованию отрасли. В рамках опроса охвачены представители большинства сопутствующих видов экономической деятельности непосредственно связанные с осуществлением туристской деятельности.

Проведенный контент анализ на основе опубликованной информации в мировых СМИ и тревел интернет порталах, а также международных организаций в сфере путешествий позволил выявить уровень узнаваемости на мировой арене туристских услуг, а также мнения мировых экспертов в области туризма о состояний туристской индустрии в Казахстане, основных преимуществах и проблемах при путешествии по стране

Анализ и результаты исследования

Правовые, экономические, социальные, организационные основы туристской деятельности как одной из отраслей экономики определены Законом РК «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (далее - Закон).

Так, в соответствии с п.3. ст. 9 Закона государственное регулирование туристской деятельности осуществляется посредством:

- 1) определения политики по развитию индустрии туризма, инвестиций в туризм;
- 2) принятия НПА, направленных на совершенствование отношений в области туристской деятельности;
- 3) лицензирования туристской деятельности в соответствии с Законом РК «О разрешениях и уведомлениях»;
- 3-1) стандартизации в области туристской деятельности в соответствии с законодательством РК в сфере стандартизации;
- 5) содействия кадровому обеспечению туристской деятельности;
- 6) содействия участию отечественных туристов, туроператоров и турагентов и их объединений в международных туристских программах;
- 7) содействия в продвижении туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках;
- 8) обеспечения рационального и эффективного использования, учета и защиты туристских ресурсов страны [17].

С момента принятия Закона в него вносились изменения и дополнения по вопросам лишения лицензии в связи осуществлением незаконной миграции, страхования гражданско-правовой ответственности, децентрализации регуляторных функций, изменения уровня принятия НПА, стандартизации и сертификации, выделения подвидов туризма, распределения ответственности между субъектами туристской деятельности, внедрения системы гарантирования прав граждан, а также внедрения мер государственной поддержки и приведения в соответствие с другими законами. Всего Закон был подвержен изменениям и дополнениям 44 раза.

Также, в рамках реализации политики по осуществлению туристской деятельности в РК, принимались следующие НПА:

1. «О Концепции развития туризма в Республике Казахстан», Постановление Правительства РК от 6 марта 2001 года N 333. Утратило силу Постановлением Правительства РК от 6 июня 2019 года № 381;
2. «О Программе развития туристской отрасли на 2003-2005 годы», Постановление Правительства РК от 29 декабря 2002 года N 1445;
3. «Об утверждении Программы по развитию перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2010 - 2014 годы», Постановление Правительства РК от 11 октября 2010 года № 1048;
4. «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года», Постановление Правительства РК от 19 мая 2014 года

№ 508. Утратило силу Постановлением Правительства РК от 30 июня 2017 года № 406;

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

6. «Об утверждении национального проекта по развитию предпринимательства на 2021 – 2025 годы», Постановление Правительства РК от 12 октября 2021 года № 728.

Руководство, межотраслевую координацию и государственное регулирование в туристской деятельности осуществляется МКС РК в лице Комитета индустрии туризма [18].

Вместе с тем, регулирование туристской деятельности неоднократно передается из ведомства в ведомство. До октября 1999 года сфера была в ведении Министерства образования, здравоохранения и спорта. С ноября 1999 года по сентябрь 2004 года - Агентства по туризму и спорту. С октября 2004 года до 2006 года - Министерства промышленности и торговли. С апреля 2006 года до 2012 года - Министерства туризма и спорта. С января 2012 года до августа 2014 года функции находились в ведении Комитета индустрии туризма Министерства индустрии и новых технологий. С августа 2014 года уполномоченным органом является департамент индустрии туризма Министерства инфраструктурного развития. С февраля 2017 года регулирование отрасли передано в ведение МКС.

Такое положение дел приводит к проблеме потери преемственности и квалифицированных кадров в системе государственного управления туристской деятельности, и соответственно тормозит развитие отрасли.

Регулирование туристской деятельности на региональном уровне также осуществляется в меру сил и возможностей регионов. На сегодняшний день самостоятельные управления туризма есть только в акиматах Алматы, Алматинской, Акмолинской и Туркестанской и Мангистауской областях. В остальных регионах это либо отдел туризма в управлениях предпринимательства, либо отдел индустриально-инновационного развития, спорта, внешних связей. При этом данные отделы также из года в год передавались с одного ведомства в другое.

Имеются и проблемы укомплектованности штатов в таких отделах – в среднем там работает по 2-3 человека.

В рамках анализа финансирования туристской деятельности за 2016-2021 годы (без затрат на инфраструктурные проекты), проанализировано 90 НПА, которыми утверждаются республиканский и региональные бюджеты. Анализ показал следующее.

Как показывает таблица 1, всего за указанный период туристская отрасль профинансирована в объеме 5 935 472 тыс. тенге. Наибольший объем финансирования наблюдался в 2018 году в размере 2 048 674 тыс. тенге, при этом до указанного периода была нестабильная динамика, выразившаяся в снижении финансирования в 2017 году по сравнению с предыдущим годом.

Далее, после 2018 года наблюдается ежегодное снижение финансирования до минимального показателя в 2021 году в 1 321 439 тыс. тенге, что более чем на 35% ниже показателя 2018 года.

Таблица 1 – Финансирование туристской деятельности на республиканском уровне, тыс. тенге

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Финансирование на республиканском уровне	219 114	181 969	2 048 674	1 965 132	1 520 583	1 321 439
Примечание – составлено автором на основании источников [19, 20, 21, 22, 23, 24]						

Вместе с тем, небольшой объем финансирования на республиканском уровне и его ежегодное снижение не позволяет на должном уровне проводить работу по формированию национального туристского продукта и его эффективное продвижение как на международном, так и на внутреннем рынке.

Бюджет продвижения города Дубай только в 2017 году составил 20 млн. долл. США, в Исландии 105,4 млн. долл. США, в Австралии 138 млн. долл. США, в Грузии 15 млн. долл. США, в Азербайджане 14 млн. долл. США, в Узбекистане 7,5 млн. долл. США [25].

Таким образом, показатели финансирования деятельности по формированию национального туристского продукта и его продвижению на международной арене и внутри страны значительно уступают аналогам на международном уровне, включая некоторые страны СНГ, а также ниже объема финансирования в г.Нур-Султан (см.ниже).

Согласно таблице 2 финансирование туристской деятельности на региональном уровне в благоприятный доковидный период осуществлялось в диапазоне 3 226 тыс. тенге (Кызылординская область, 2019 г.) до 2 064 407 тыс. тенге (г.Нур-Султан, 2019 г.). Наблюдается стабильный рост общего объема финансирования с 2016 по 2019 годы, затем в 2020 году снижение по отношению к 2019 году в 2,6 раза в связи с оптимизацией расходов в последствии пандемии коронавирусной инфекции. В 2021 году в связи с постепенной стабилизацией эпидемиологической обстановки, выработки алгоритмов работы туристских объектов и возобновлением активности по продвижению туристских возможностей, финансирование было увеличено до 3 184 967 тыс. тенге.

При этом, в Карагандинской и Кызылординской области финансирование мероприятий в 2020 году было полностью секвестрировано.

В разрезе регионов с 2016 по 2019 годы наблюдается стабильная динамика роста в Атырауской, Западно-Казахстанской, Павлодарской, Северо-Казахстанской и Восточно-Казахстанской областях, а также в г.Нур-Султан. В остальных регионах переменчивая динамика.

При этом, в Жамбылской, Восточно-Казахстанской областях и в г.Шымкент, несмотря на снижение финансирования в 2020 году во всех регионах, наблюдается увеличение по сравнению с 2019 годом.

Таблица 2 – Финансирование туристской деятельности на региональном уровне, тыс. тенге

Регионы	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Акмолинская	23 245	31 396	102 048	101 245	55 935	125 521
Актюбинская	10 817	27 562	24 612	20 201	9 562	12 568
Алматинская	201 449	176 320	650 346	463 580	189 777	345 192
Атырауская	8 286	12 586	42 689	59 066	3 774	14 666
Западно-Казахстанская	13 584	14 671	15 551	61 827	8 424	13 753
Жамбылская	26 596	96 986	105 790	70 593	72 691	59 205
Карагандинская	5 626	3 759	7 735	10 838	0	2 267
Костанайская	6 251	9 929	8 198	8 093	2 168	3 359
Кызылординская	7 940	98 628	31 819	3 226	0	17 046
Мангистауская	86 742	73 411	49 181	61 793	19 887	
Павлодарская	20 505	22 777	35 583	38 530	20 159	17 295
Северо-Казахстанская	10 428	11 158	11 939	18 624	9 800	9 800
Туркестанская	178 488	178 054	201 823	305 428	77 566	169 784
Восточно-Казахстанская	40 914	50 713	69 586	69 617	104 626	132 191
г.Нур-Султан	160 479	618 436	1 788 361	2 064 407	334 115	598 956
г.Алматы	1 140 666	1 050 085	1 341 372	1 330 285	648 001	1 563 083
г.Шымкент				131 483	271 179	100 280
Всего	1 890 674	2 414 600	4 405 108	4 818 836	1 827 663	3 184 967

Примечание – составлено автором на основании источников [26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56]

Прямой экономический вклад путешествий и туризма в мировую экономику в допандемийный 2019 год составил около 9,6 трлн. долл. США, при этом доля туризма в мировом ВВП за 10 лет увеличилась почти на 1 процентный пункт (рисунок 1).

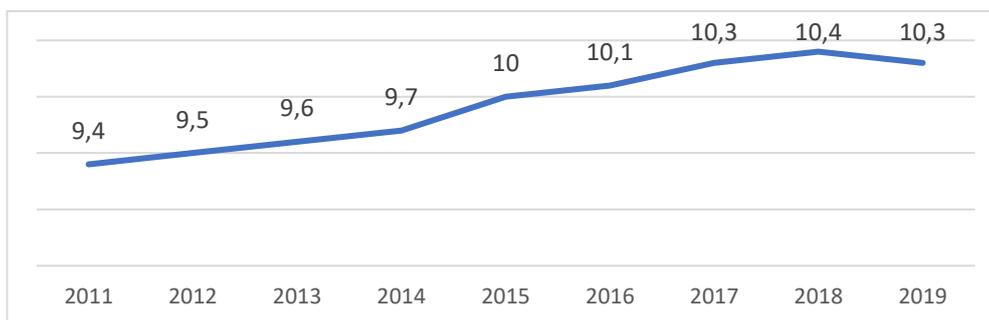


Рисунок 1 – Доля туризма в структуре мировой экономики в 2019 году

Примечание – Составлено автором на основе источника [55, 56]

На долю индустрии гостеприимства приходилось 10,3% мирового ВВП, 10,3% занятости населения и 4,4% от общего объема инвестиций в основной

капитал, что подтверждает ее значимость, как одной из важнейших отраслей в мире (рисунок 2).

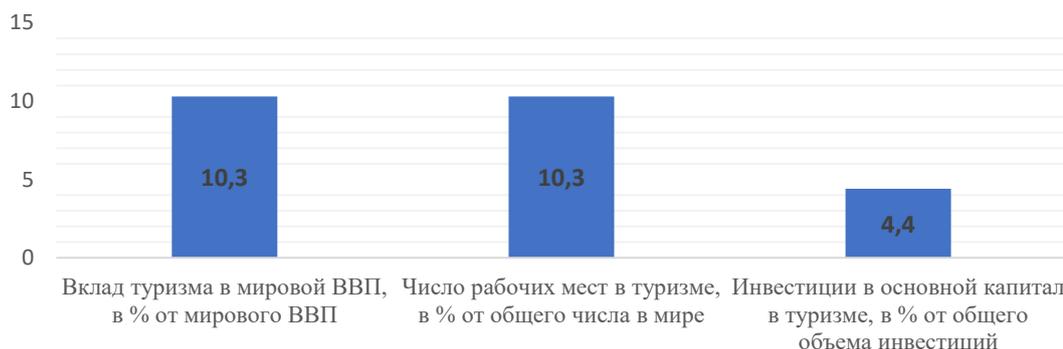


Рисунок 2 – Основные показатели вклада туризма в структуре мировой экономики в 2019 году

Примечание – Составлено автором на основе источника [56]

В Казахстане же индустрия гостеприимства в 2019 году обеспечивала до 5,2 % странового ВВП, 10% занятости населения и 3,7 % от общего объема инвестиций в основной капитал (рисунок 3). Вместе с тем, в 2020 году влияние коронавирусной инфекции привело к снижению удельного веса отрасли в ВВП страны и показателях занятости до 2,4% и 5,2%.



Рисунок 3 – Основные показатели вклада туризма в структуре экономики Казахстана в 2019-2020 годы

Примечание – Составлено автором на основе источника [57, 58, 75]

Количество занятых в туристской отрасли с 2016 по 2019 годы ежегодно стабильно росло и составило 469,9 тыс. человек, увеличившись по сравнению с 2016 годом на 55,8 тыс. человек или на 13,5 %.

Поступление налогов от туристской деятельности с 2016 по 2019 годы также имеет стабильную динамику роста. Объем налоговых поступлений в 2019 году превысил в 1,7 раза показатели 2016 года и составил 331,9 млрд. тенге. Однако под влиянием карантинных ограничений осуществления туристской

деятельности в 2020 году объем поступлений составил 293,7 млрд.тенге, снизившись на 11,5% (рисунок 4).



Рисунок 4 – Динамика основных мультипликаторов туристской деятельности в 2016-2020 годы, млн. тенге

Примечание – Составлено автором на основе источника [58, 59]

Если по доли ВВП и занятости населения из-за влияния пандемии наблюдалась негативная динамика, то по объему капиталовложений она дала положительный эффект и увеличила долю отрасли до 5,0 % от общего объема инвестиций в основной капитал (рисунок 3).

При этом увеличение данного показателя наблюдается как в удельном весе, так и в абсолютном показателе.

Так, объем инвестиций в основной капитал в 2020 году увеличился почти в 1,3 раза и составил 615 млрд. тенге.

Основными причинами скачка объема капитальных затрат в туристской отрасли явилось реализация крупных инвестиционных проектов в Мангистауской и Туркестанской областях, а также обновление основного фонда мест размещения туристов.

Среди наиболее крупных проектов можно отметить комплекс Караван сарай в Туркестане на 88 млрд. тенге, «Rixos Water World Aktau» в г. Актау (500 номеров) на 67 млрд. тенге, Парк Tetys Blu в Актау на 47,7 млрд. тенге, отель «Sheraton» в г. Нур-Султан (191 номеров), отели Rixos Turkistan (120 номеров) на 10 млрд. тенге, Swissotel Almaty стоимостью 38,5 млрд. тенге, отель «Байтас» в ЩБКЗ, Hampton by Hilton в г.Туркестан (120 номеров), Alazone Arena (Алаколь, ВКО) и многие другие проекты.

В рамках развития инженерной и дорожной инфраструктуры в основных курортных локациях профинансировано 80 проектов на сумму 126,1 млрд. тенге.

В целом, в допандемийные годы Казахстану удалось повысить свою туристскую узнаваемость и обеспечить небольшой приток иностранных

туристов, а также повысить заинтересованность казахстанцев во внутреннем туризме (рисунок 5).



Рисунок 5 – Основные индикаторы туристского потока Казахстана за 2016-2020 годы, тыс. чел.

Примечание – Составлено автором на основе источника [58]

С 2016 по 2019 годы индустрия туризма показывает положительную динамику в отношении иностранных и казахстанских посетителей. За данный период численность внутренних туристов увеличилась в 1,4 раза, численность иностранных посетителей – в 1,3 раза. Наблюдался также рост и по выездному туризму. Так, с 2016 по 2019 год количество выехавших казахстанцев ежегодно росло и за указанный период увеличилось на 9 %.

При этом согласно отчетам Национального банка РК, наши граждане за этот период потратили на территории зарубежных стран 10 456,3 млн. долл. США (рисунок 6).

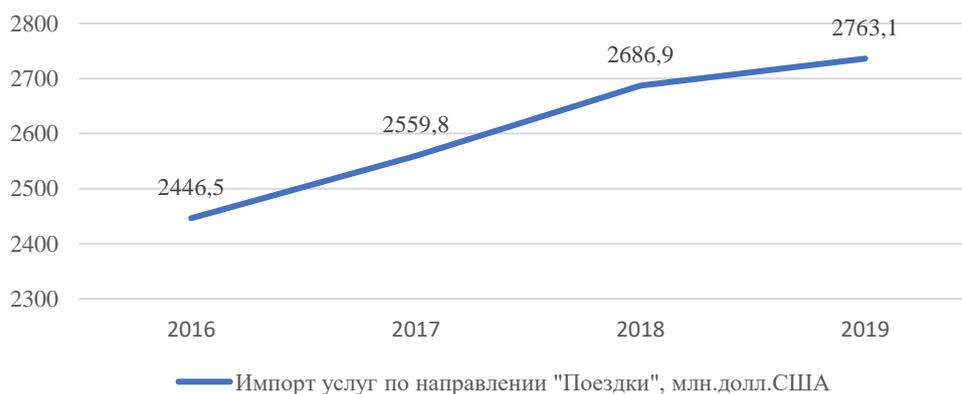


Рисунок 6 – Импорт услуг по направлению «Поездки», млн. долл. США

Примечание – Составлено автором на основе источника [58]

В целях повышения узнаваемости Казахстана на международном рынке туристских услуг и привлечения иностранных туристов в страну, проводилась большая работа по популяризации и продвижению туристского потенциала страны.

На примере лучших мировых практик проведено обновление национального туристского портала Kazakhstan.travel с переводом всей информации на 7 иностранных языков, обновлен контент, расширены фотобанк и видеоматериалы. В результате чего, по итогам 2019 года посещаемость портала по сравнению с 2018 годом выросла в 6 раз с увеличением доли иностранных посетителей до 80%.

В 2019 году проведена ротация имиджевых видеороликов на телеканалах Eurosport (*Европа и Азия*), CNBC, и РБК (*Россия*), а также социальных сетях Weibo, Google, Yandex, Youtube, Instagram, Facebook, WeChat.

В 2020-2021 годы организованы съемки 3 выпусков программы «Орел и Решка», а также документального фильма о природных красотах Казахстана французской компании FrenchConnectionFilms.

За счет проводимой работы по повышению узнаваемости страны в мире в период пандемии, можно отметить повышение международных рейтингов и признание Казахстана перспективным направлением для путешествий рядом крупных информационных изданий.

По итогам 2019 года согласно сведениям Международной ассоциации конгрессов и конференций, Казахстан улучшил свои позиции на 20 строчек по сравнению с 2018 годом и занял 79 место по развитию МICE-туризма в мире [60].

Также Казахстан улучшил свое место в рейтинге конкурентоспособности путешествий и туризма ВЭФ Казахстан на одну позицию и занял 80 место, в рейтинге ВЭФ по развитию инфраструктуры туристского сервиса 90 место поднявшись с 97 места, в рейтинге ВЭФ по эффективности маркетинга и брэндинга 99 место поднявшись со 102 места [61].

Глобальное издательство LonelyPlanet присудило победу Казахстану в номинации «Лучшие гостевые дома» (*Платформу LonelyPlanet.com ежемесячно посещают 13 млн. человек для получения информации о путешествиях, советов и развлечений*) [62].

Казахстан включен французским изданием Le Figaro в список 21 локаций, рекомендованных посетить в 2021 году [63].

Британское общество путешественников (*British Backpacker Society*) включило Казахстан в список 5-ти стран, которые следует посетить любителям активных путешествий в 2020 году [64].

Казахстан отмечен как «Динамично развивающаяся турдестинация» по версии журнала The Telegraph [65].

The Guardian включил Казахстан в список лучших мест для посещения [66].

Размещенная на страницах ведущих мировых СМИ, таких как NewYorkTimes, TheGuardian, CNN Кампания «Kazakhstan. VeryNice!» прославилась на весь мир [67].

Анализ информации, опубликованной в мировых СМИ и тревел интернет порталах, а также международных организаций в сфере путешествий показал возрастающую популярность Казахстана как нового туристского направления.

Источники положительно отзываюся относительно туристского потенциала Казахстана и возможности совершения поездок в нашу страну, отмечая географическое разнообразие страны и возможность найти интересные места и увлечения для каждого приезжающего. При этом в качестве одной из наиболее встречающихся недостатков, авторы отмечают коррупциогенность полицейских.

Детально отзывы в мировых СМИ и тревел интернет порталах описаны в приложении 1.

Для стимулирования роста иностранных туристов в рамках Госпрограммы либерализованы визово-миграционные процессы и приняты меры по повышению транспортной доступности Казахстана. В частности: расширен перечень безвизовых стран до 74 (приостановлен и частично восстановлен на период карантинных ограничений), внедрены электронные визы для граждан 105 государств, внедрен безвизовый транзит для граждан Китая и Индии на 72 часа (приостановлен на период карантинных ограничений), отменена регистрация иностранных граждан на срок до 30 дней, начата модернизация пограничных пунктов пропуска, внедрен режим открытого неба в крупнейших аэропортах страны.

В рамках расширения международного авиасообщения достигнуты соглашения с 20 странами (Катар, ОАЭ, Оман, Кувейт, Бахрейн, Иордания, Малайзия, Австрия и др.), по результатам которых планировалось открытие новых авиамаршрутов с крупными авиакомпаниями как Turkish Airlines, Jazeera Airways, Air Asia, Qatar Airways, Israir, Blue Air, Salam Air и другие [68].

Однако, в связи с карантинными ограничениями, данная работа перенесена до улучшения эпидемиологической обстановки в мире и на сегодняшний день идет процесс постепенного восстановления ранее заключенных договоренностей по расширению авиасообщений.

Также, несмотря на проведенную работу по расширению списка стран, граждане которых могут посещать нашу страну в безвизовом режиме, Казахстан отстает от некоторых постсоветских стран, показывающих положительную динамику по притоку иностранных туристов.

К примеру, количество стран, для граждан которых не требуется виза при посещении Узбекистана составляет 90, а Грузии – 98 [69, 70].

Учитывая вышеизложенное, целесообразно рассмотреть увеличения количество стран, граждане которых могут посещать Казахстан без оформления визы до уровня данных стран.

В период карантинных ограничений субъекты туристской деятельности столкнулись с финансовыми проблемами, связанными с осуществлением налоговых обязательств, выплатой заработной платы и прочими административными расходами. В связи с чем Правительство оперативно приняло антикризисные меры по поддержке туристского бизнеса, включающие освобождение от налога на имущество и платежей в бюджет с фонда оплаты труда. Кроме того, предпринимателям была предоставлена отсрочка по уплате остальных обязательных платежей в бюджет.

Дополнительной поддержкой стало внедрение отсрочки банковским займам [71].

Также внесены изменения и дополнения в государственные программы поддержки бизнеса, предусматривающие расширение финансирования оборотных средств, установление единой процентной ставки под субсидируемые кредиты, увеличение лимитов кредита и гарантирования. В рамках Государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса-2025» исключено ограничение по отраслевым признакам для субъектов туристской деятельности [72].

В целях исключения массовых высвобождений, на протяжении 2-х месяцев работникам туристской индустрии выплачивались социальные выплаты в размере минимальной заработной платы, что согласно статистическим данным, составило порядка 40% среднемесячной заработной платы данных работников.

По мере стабилизации эпидемиологической ситуации принимались и дополнительные меры для постепенной активизации деятельности туристских компаний. Восстановлены междугороднее воздушное, железнодорожное и автобусное сообщение. Постепенное восстановление международного авиасообщения позволило туроператорам выполнить отложенные обязательства.

Показал свою эффективность разработанный алгоритм деятельности туристских объектов, обеспечивающий безопасную деятельность персонала и отдыхающих в условиях карантинных ограничений.

Для дальнейшего восстановления туристской деятельности и привлечения инвестиций в отрасль на законодательном уровне внедрены дополнительные меры стимулирования, предусматривающие возмещение затрат бизнеса при строительстве туристских объектов и объектов придорожного сервиса, приобретении горнолыжного оборудования и транспортных средств туристского класса, а также субсидирование содержания туалетов при объектах придорожного сервиса и в курортных локациях.

Также для повышения заинтересованности казахстанцев отдыхать семьями внутри страны было внедрено возмещение туроператорам провозной платы за детей по внутренним авиаперевозкам.

Для стимулирования организованного въездного туризма внедрено субсидирование туроператоров за иностранных туристов [73].

В связи изменением структуры туризма, переориентированной в основном на внутренний туризм, проведен анализ принятых мер по скорейшему восстановлению и дальнейшему развитию внутреннего туризма в мире.

Многие правительства по всему миру разработали и реализовали ряд инициатив, направленных на поощрение внутренних путешествий и восстановление доверия к туристическому сектору.

Несмотря на большое разнообразие инициатив, их можно в основном сгруппировать в следующие категории: финансовое стимулирование,

маркетинг и продвижение, разработка новых продуктов, партнерские отношения, анализ рынка, наращивание потенциала и подготовка кадров.

Финансовое стимулирование является одной из наиболее распространенных мер, принятых странами для развития внутреннего туризма. Стимулы разработаны с учетом как спроса, так и предложения. Инициативы со стороны спроса включали ваучеры (праздничные бонусы и тому подобное) для граждан страны, которые можно потратить на объектах внутреннего туризма (в основном места размещения), фискальные стимулы (например, снижение НДС на внутренние рейсы и другие туристические услуги) и другие меры, такие как «длинные выходные» (перенос праздников ближе к выходным, чтобы стимулировать жителей путешествовать внутри страны).

Со стороны предложения стимулы в основном направлены на оказание финансовой поддержки индустрии внутреннего туризма, обычно путем выделения конкретных средств поставщикам туристических услуг и организациям по управлению направлениями (DMO), главным образом для продвижения и маркетинговых кампаний.

В целом эти схемы направлены на стимулирование внутреннего туризма, стимулирование ликвидности туристических предприятий, особенно малых и средних предприятий, укрепление занятости и поддержку местной экономики.

Масштабы и глубина этих мер различаются в зависимости от регионов: ваучеры и фискальные стимулы более распространены в Европе и Азиатско-Тихоокеанском регионе, в то время как «длинные выходные» были приняты в Северной и Южной Америке. Финансовая помощь оказана в Европе, Америке, Азиатско - Тихоокеанском регионе и на Ближнем Востоке.

Во многих странах реализуют маркетинговые и рекламные стратегии, направленные на стимулирование внутренних поездок и восстановление доверия. Эти кампании являлись первым шагом к возобновлению туризма и оживлению туристской экономики, за которыми последовали маркетинговые и рекламные усилия по привлечению иностранных путешественников.

В то время как большинство стран запустили новые кампании по внутреннему туризму, некоторые из них усилили существующие. Эти кампании продвигаются главным образом через цифровые платформы и социальные сети, телевизионную и радиорекламу. Некоторые правительства применили более творческий и инновационный подход, используя большие данные, продвигая конкурсы или создавая новые платформы, обучающие опыту в туризме и помогающие местному бизнесу. Используя различные лозунги, туристические власти сфокусировались либо на продвижении менее известных направлений, сельских и природных территорий, либо на освещении их наиболее знаковых достопримечательностей и популярных направлений. Независимо от направленности, послание в основном одно и то же: стимулировать внутренний спрос и восстановить доверие к туризму. В целях поощрения внутреннего туризма некоторые органы власти также используют онлайн инструменты для предоставления информации об ограничениях на поездки и мерах безопасности на территории.

Некоторые страны сосредоточили свои усилия на разработке или укреплении конкретных продуктов для стимулирования своего внутреннего туризма, главным образом тех, которые связаны с природой и деятельностью на открытом воздухе, вдали от перенаселенных районов. К ним относятся оздоровительный туризм, особо охраняемые природные территории, приключенческий и экотуризм, культурный и гастрономический туризм и сельский туризм. Кроме того, некоторые страны также работали над поощрением туризма в своих столицах (городской туризм).

Еще одним направлением разработки продукта являлось продвижение автомобильных поездок и национальных маршрутов, соединяющих различные направления.

Совместные туристические инициативы с участием государственных заинтересованных сторон на различных уровнях (национальном и местном) и привлечением частного сектора также широко рассматривались в рамках принимаемых мер по стимулированию внутреннего туризма.

Во многих странах туристические администрации начали сотрудничать с другими заинтересованными национальными органами (Министерством транспорта, Министерством финансов, Министерством культуры и т.д.), например, предлагая праздничные ваучеры и другие стимулы. Национальные туристические администрации и национальные туристические организации также сотрудничают с местными властями и ДМО в целях:

1. Разработки новых туристических продуктов в дестинации;
2. Расширения и адаптации продуктовых предложений на местном уровне;
3. Улучшения инфраструктуры в определенных направлениях;
4. Продвижения внутреннего маркетинга и инициатив.

В некоторых случаях местные власти рассматривались в качестве ключевых партнеров национальных органов по туризму, поскольку их конкретный опыт и знания о направлениях давали соответствующую информацию, когда речь заходила о разработке стратегий внутреннего туризма на национальном уровне.

Аналогичным образом, в нынешних условиях усилена важность государственно-частных партнерств, таких как:

1. Маркетинговые и рекламные кампании в сотрудничестве с туристскими компаниями, институциональными партнерами и дестинациями;
2. Маркетинговые инициативы по обеспечению наглядности и доступа на рынок для туристического бизнеса через ярмарки или специальные онлайн-платформы;
3. Стратегические альянсы с частным сектором для продвижения специальных предложений.

Чтобы лучше определить свои маркетинговые стратегии, некоторые страны провели оценку потенциальной доли внутреннего туризма с помощью прогнозирования и анализа рынка поведения и предпочтений внутренних

путешественников, а также того, как можно лучше развивать и продвигать внутренний туризм.

Большинство стран также широко приняли меры по активизации инициатив по наращиванию потенциала и подготовке кадров в сфере туризма в целом.

Среди этих инициатив - онлайн-обучающие платформы, предлагающие широкий спектр вебинаров и других онлайн-обучающих инструментов по различным темам, а именно: повышение квалификации фронтовых работников, непосредственно контактирующих с туристами, создание и разработка новых туристических продуктов, ориентированных на внутренний рынок, усиление маркетинга, сотрудничество с национальными туристическими агентствами.

В других случаях учебные инициативы организованы совместно с ДМО и муниципалитетами в целях укрепления совместного управления туризмом и оказания помощи муниципальным координаторам по туризму в лучшем понимании особенностей внутреннего путешественника [9].

Детально примеры стимулирования внутреннего туризма изложены в приложении 2.

Проанализировав мировую практику стимулирования внутреннего туризма, целесообразным и менее затратным для государственного бюджета стало бы применение опыта расширения партнерства между основными игроками туристского рынка. Примером сотрудничества могло бы стать внедрение акции, в рамках которой в случае приобретения туристского продукта во внутренних направлениях, получать скидки в музеи и театры. Или аналогично при приобретении авиа или ж/д билета, получить скидку на проживание в гостиницах при определенных условиях согласно договоренности участников проекта.

Из затратных мер стимулирования имеет смысл освобождения от НДС стоимости авиабилетов по внутренним направлениям и организаций размещения туристов в непопулярное время года, что позволит оживить спрос на туристские продукты в указанный период.

К примеру, если за 2019 год перевезено авиатранспортом 8 615 тыс. человек на общую сумму 394 242 млн. тенге, из них в период январь-март и октябрь-декабрь 3 855 тыс. человек (177 247 млн. тенге) или всего 45% от всего количества пассажиров и полученных доходов. При этом на внутренние авиаперевозки приходится 62 % или 109 893 млн. тенге.

Соответственно потери в НДС от данной суммы составят 11 774 млн. тенге.

Местами размещения за 2019 год обслужено 6 267 тыс. человек на сумму 120 527 млн. тенге, из них в период январь-март и октябрь-декабрь 2 515 тыс. человек (52 935 млн. тенге) или всего 40 % от всего количества обслуженных и 44% доходов. При этом только порядка 10 % или 5 293 млн. тенге приходится на предприятия, являющиеся плательщиками НДС.

Соответственно потери в НДС от данной суммы составят 570 млн. тенге.

Освобождение от НДС повлечет снижение стоимости услуг и соответственно увеличит количество обслуженных на 905 тыс. чел. по авиасообщению и 1 237 тыс. чел. по местам размещения. Это приведет к увеличению дохода на 41 449 млн. тенге и 23 750,4 млн. тенге соответственно. Также это повлечет рост объема услуг питания на 120 000 млн. тенге.

За счет увеличения потока возврат в виде налогов 9 956 млн. тенге. За счет удержания временных работников 200 млн. тенге с фонда оплаты труда.

Справочно: численность работников гостиниц – 27 тыс. чел (7 тыс. временные) со средней заработной платой 140 тыс. тенге.

В результате туристский сектор получит повышение спроса на внутренние путешествия, оживление экономики в курортных регионах в межсезонье, создание новых турпродуктов, удержание кадров в курортных регионах, исключение субсидирования авиасообщений (13 000 млн. тенге ежегодно).

Таким образом мультипликативный эффект может составить порядка 10 856 млн. тенге в год в виде только налогов.

В целом, глобальное распространение вспышки коронавирусной инфекции (COVID-19) в начале 2020 года серьезно повлияло на сектор туризма.

Сектор международных путешествий признан наиболее пострадавшим. Согласно данным Всемирной туристской организации ООН (UNWTO) за 2020 год количество международных прибытий сократилось с 1 461 млн. человек в 2019 году до 381 млн. человек в 2020 году или на 74%, что ниже показателей 1990 года. Потери доходов от международного туризма составили 1,3 трлн. долл. США, а потери мирового ВВП превышают 2 трлн. долл. США [74].

По данным ежегодного исследования Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) с участием экспертов Oxford Economics, в 2020 году удельный вес индустрии туризма в мировой экономике снизился почти в 2 раза или до 5,3%, что в абсолютном выражении составило 4,7 трлн. долл. США. Удельный вес занятых в отрасли сократился до 8,9%, а доля инвестиций в основной капитал составила 3,2%, снизившись с 986,2 до 693,2 млрд. долл. США (рисунок 7).

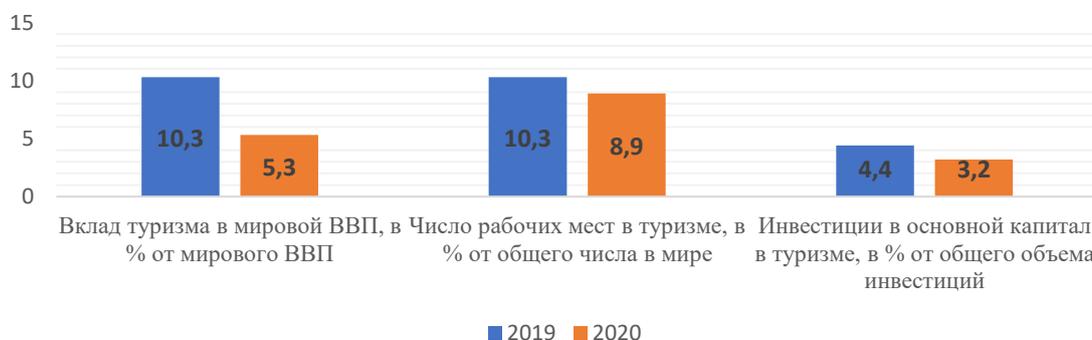


Рисунок 7 – Основные показатели вклада туризма в структуре мировой экономики в 2019-2020 годы

Примечание – Составлено автором на основе источника [3, 56]

Вспышка COVID-19 сместила приоритеты путешественников в сторону более близких, безопасных и малолюдных мест. Таким образом, внутренний и региональный туризм стал более востребованной альтернативой.

Внутренний туризм становится ведущим направлением туризма, представляющим собой важный инструмент регионального экономического роста и развития, а также обеспечивающий $\frac{3}{4}$ всего объема оказываемых услуг в отрасли.

В 2019 году расходы во внутреннем туризме составляли почти 72 % от общих мировых расходов на туризм (4 295 млрд. долл. США) (рисунок 8).

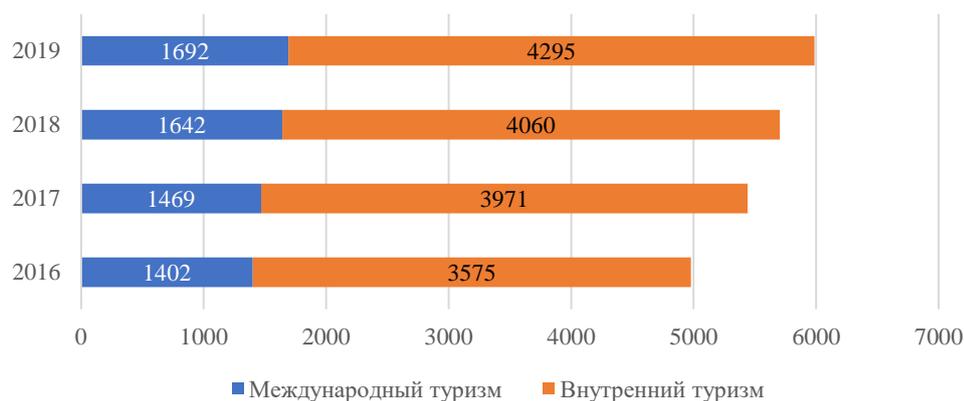


Рисунок 8 – Расходы на международный и внутренний туризм за 2016-2019 годы, млрд. долл. США

Примечание – Составлено автором на основе источников [4, 9]

Доля расходов во внутреннем туризме с 2016 по 2019 годы показывает стабильный рост и высокую долю - в среднем 72 % от общего объема мировых расходов на отдых, что свидетельствует о значительном вкладе внутреннего туризма в экономику и объем потребления.

При этом наибольшие объемы расходов во внутреннем туризме наблюдается в США (1 026 млрд. долл. США) и в Китае (836,2 млрд. долл. США). Замыкает тройку лидеров Германия с объемом расходов 323,4 млрд. долл. США (рисунок 9).

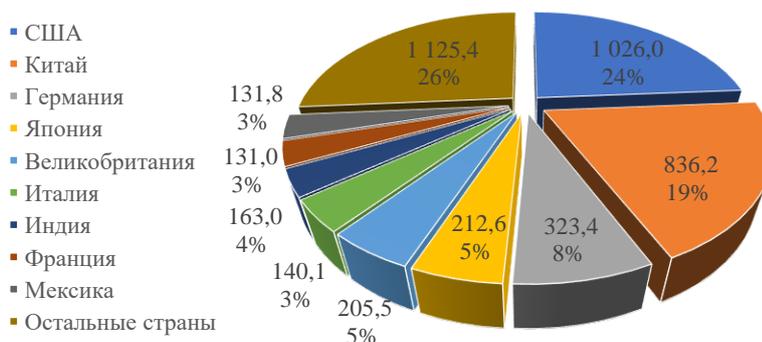


Рисунок 9 – Расходы на внутренний туризм и их доля в разрезе стран в 2019 году, млрд. долл. США/%

Примечание – Составлено автором на основе источника [4]

Вместе эти 3 страны составляют более половины от общего объема внутренних путешествий и туризма в мире. А доля расходов во внутреннем туризме в данных странах в 2019 году составляла не менее 85 %, что на 13 процентных пунктов выше, чем среднемировой показатель [4].

В то время как расходы международных посетителей из-за ограничений на поездки упали на беспрецедентные 69,4 %, расходы внутренних посетителей сократились лишь на 45%. Это привело к увеличению доли расходов отдыхающих внутри страны от общих расходов на путешествия и туризм с 72 % в 2019 году до 82 % в 2020 году.

А в таких странах, как США и Япония этот показатель рекордно вырос с 85% до 93,9 % и с 81,2 до 94,6% соответственно (рисунок 10).



Рисунок 10 – Удельный вес расходов внутреннего туризма за 2019-2020 годы, %

Примечание – Составлено автором на основе источника [4]

Согласно оценкам международных экспертов, туристский рынок восстановится к 2024 году. Однако российско-украинский конфликт в сочетании со все еще действующими ограничениями на поездки, связанными с COVID-19, усиливает неопределенность в сегменте международных поездок, что оставляет приоритет за внутренними путешествиями [2].

В целом, внутренний туризм, учитывая его большую долю в общих расходах на путешествия, может стать толчком к восстановлению рынка и дать

более мощный мультипликативный эффект для региональных экономик. Ведь все расходы посетителей на приобретение товаров и услуг, ранее выезжавших за границу, останутся в национальной экономике и продолжат в ней работать, приносить выгоду местным жителям.

Внутренний туризм больше развит в странах с большими площадями и разнообразной природой и географическими ландшафтами, богатым историко-культурным наследием и развитой инфраструктурой. Данные факторы становятся основой для заинтересованности в путешествии по стране местных жителей и способствует росту количества иностранных туристов. Таким образом, высокий внутренний спрос на путешествия создает условия для развития международного туризма [9].

Бескрайняя территория Казахстана, с ее выгодным географическим положением и обилием природно-рекреационных ресурсов – не является исключением.

В соответствии с Госпрограммой, основными задачами по развитию внутреннего и въездного туризма является повышение доступности и качества туристских услуг, качества жизни населения страны через развитие туристских локаций и вовлечения населения в рынок труда данной отрасли, значительный рост количества внутренних и иностранных туристов, рост инвестиционного потенциала отрасли за счет создания благоприятного климата, продвижение страны на внутренних и внешних рынках, институциональное развитие отрасли [1].

В связи с карантинными ограничениями, в 2020 году количество иностранных посетителей составило 2 034,8 тыс. чел и снизилось на 76,1% к показателям 2019 года. Количество внутренних туристов составило 4 463,2 тыс. чел. или сократилось на 33% по отношению к 2019 году [58].

При этом расходы международных посетителей из-за ограничений на поездки сократились на 80 %, в то время как расходы отдыхающих в Казахстане сократились всего на 42,4 %. В результате доля расходов внутренних туристов от общих расходов на путешествия и туризм выросла с 54 % в 2019 году до 77 % в 2020 году (рисунок 11).



Рисунок 11 – Расходы международных и внутренних туристов в РК в 2019-2020 годах

Примечание – Составлено автором на основе источника [57]

Все вышеуказанное, а также статистика обслуженных посетителей местами размещения за 2016-2020 годы, на которые приходится львиная доля расходов путешественников показывает, что в Казахстане большая часть расходов приходится на внутренних туристов и в перспективе доля внутренних расходов туристов будет и далее преобладать над расходами международных туристов в условиях нестабильной геополитической ситуации в мире и ограничениями, вызванными COVID-19.

В результате, внутренний туризм станет, основным драйвером роста и восстановления отрасли и стабилизации финансового состояния предпринимателей, занятых туристской деятельностью.

Однако существуют причины, замедляющие рост внутреннего туризма. К таким причинам относятся недостаточно развитая транспортная инфраструктура и высокая стоимость авиаперелетов внутри страны, слабый интерес инвесторов к индустрии туризма в связи с низкой окупаемостью проектов, устаревание номерного фонда мест размещения, низкое качество сервиса, слабое продвижение туркомпаниями продуктов внутри страны.

Тем не менее, с учетом сложившейся геополитической ситуации и проводимой политикой государства по поддержке туристской отрасли через новые меры государственной поддержки, имеются все предпосылки к увеличению спроса на внутренние путешествия, развитию туристской инфраструктуры и повышению качества обслуживания за счет роста конкуренции на рынке данных услуг.

При этом к основным тенденциям развития внутреннего туризма в Казахстане в ближайшей перспективе можно отнести следующее:

- ориентация граждан на внутренние направления в связи с имеющимися ограничениями на международные поездки и удорожанием туристских путевок за пределы страны из-за возможного удешевления курса национальной валюты;
- увеличение количества туроператоров по внутреннему туризму, либо частичная переориентация туроператоров выездного туризма на внутренний рынок;
- предпочтения туристами безопасного отдыха в кругу только близких людей, а также повышение посещаемости особо охраняемых природных территорий и санаторно-курортных учреждений;
- технологизация и цифровизация в части систем бронирования (туров, билетов, проживания и пр.) и процессов оплаты, внедрение онлайн экскурсий и виртуальных путешествий;
- бронирование туров в последний момент в связи с факторами неопределенности;
- развитие туристских продуктов по типу «тур выходного дня» и продуктов с содержательной программой;
- переориентация интереса туристов от больших отелей в сторону небольших отелей, а также уединенных глэмпингов и гостевых домов.

Однако для удовлетворения возрастающего спроса на внутренние путешествия потребуется совершенствование действующих и создание новых

конкурентоспособных туристских продуктов, развитие инфраструктуры, повышение качества туристских услуг, а также быть в ногу с современными трендами развития отрасли.

С целью изучения мнений по имеющемуся потенциалу развития индустрии туризма и формирования предложений по совершенствованию отрасли в рамках магистерского проекта проведен экспертный опрос, предназначенный для экспертов в сфере туристской деятельности, в том числе: гостиничный и ресторанный бизнес, сектор развлечения и отдыха, туроператорская и турагентская деятельность, профессорско-преподавательский состав отраслевых кафедр и факультетов ВУЗов, сектор государственного регулирования отрасли.

Для проведения опроса было использовано приложение Google-форма с созданием ссылки, направленной респондентам через электронную почту, а также чаты с отраслевыми экспертами в области туризма в мессенджерах WhatsApp и Telegramm.

Экспертный опрос включает в себя 10 вопросов, направленных на выявление мнения экспертов по текущему состоянию отрасли и выявление потенциала развития, а также предоставление предложений по совершенствованию ее дальнейшего администрирования (приложение 3).

По вопросам опросника имелось от 4 до 7 вариантов ответа с возможностью предоставления самостоятельного ответа.

Опрос охватил 120 респондентов, в том числе: представители турагентской деятельности – 30 респондентов или 25,0%, профессорско-преподавательский состав отраслевых кафедр и факультетов ВУЗов – 25 респондентов или 20,8%, представители туроператорской деятельности – 16 респондентов или 13,4%, гостиничная деятельность - 15 респондентов или 12,5%, гиды/экскурсоводы – 11 респондентов или 9,2%, государственное регулирование – 9 или 7,5%, ресторанный бизнес – 7 респондентов или 5,8%, сектор развлечения – 7 респондентов или 5,8% (рисунок 12).

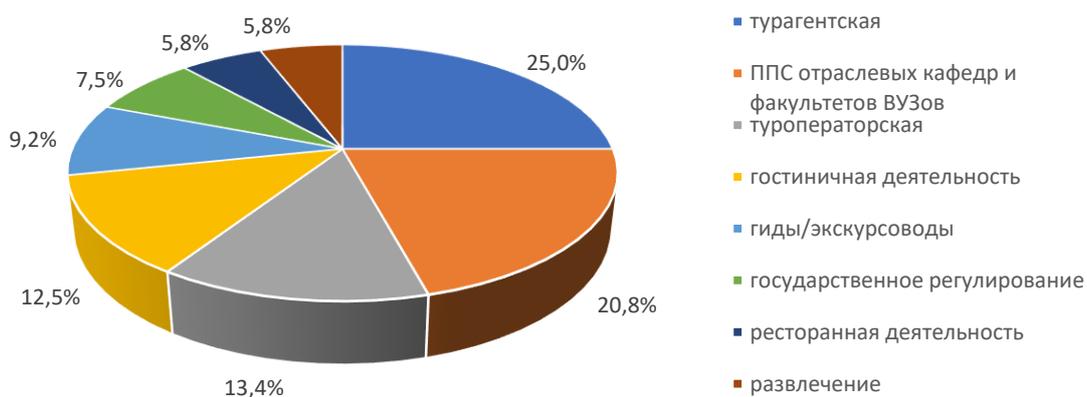


Рисунок 12 - Структура опрошенных в разбивке по видам деятельности

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

При этом из общего числа опрашиваемых 79 респондента или 65,8% имеют опыт работы в туристской деятельности более 5 лет, от 1 до 5 лет опыта работы имеют 28 респондента или 23,4%, до 1 года – 13 респондентов или 10,8% (рисунок 13).

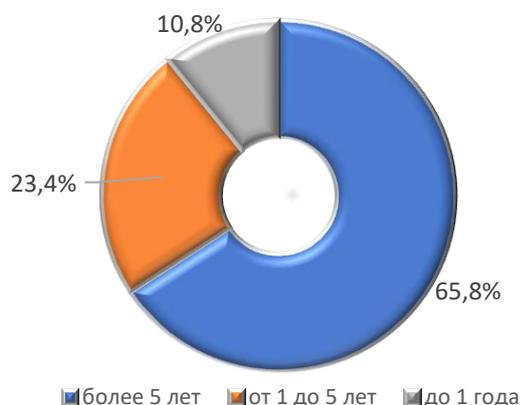


Рисунок 13 - Опыт работы опрашиваемых в туристской деятельности

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

Таким образом, учитывая большой удельный вес респондентов с опытом более 5 лет в отрасли, данный опрос полностью соответствует принципу объективности.

На вопрос «Считаете ли Вы перспективным направлением экономического развития Казахстана/региона индустрию туризма?» 18 респондентов или 15% считают, что туризм в Казахстане/регионе может развиваться, но в основном для удовлетворения потребностей в отдыхе местного населения, 95 респондентов или 79,2% считают возможным туристско-рекреационной сфере стать одной из ключевых отраслей экономики страны/региона, 2 респондента или 1,7% считают, что туристская сфера для их региона неперспективна, 5 респондентов или 4,1% затруднились с ответом (рисунок 14).

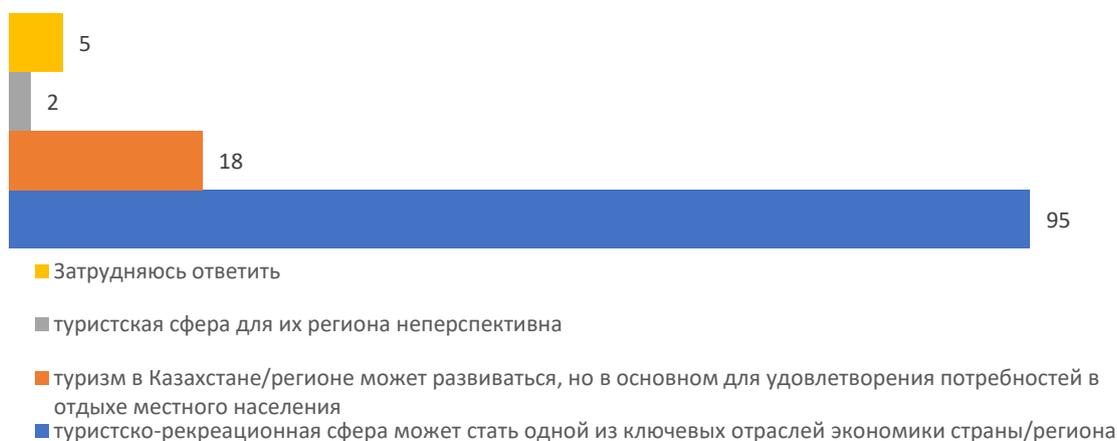


Рисунок 14 – Мнение экспертов о перспективности туристской индустрии

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

На вопрос «**Какие ключевые проблемы препятствуют развитию туризма в стране/регионе?**» 8 респондентов или 6,7% в качестве ключевой проблемы видят плохую транспортную инфраструктуру, 3 респондента или 2,5% заявляют о неготовности местного населения к наплыву туристов, 3 респондента или 2,5% считают недостаточными наличие ярких туристских достопримечательностей/мало ресурсов для отдыха и оздоровления в стране/регионе, 13 респондентов или 10,8% считают, что отсутствует/слабо развита туристская инфраструктура (гостиницы, рестораны, санатории и т.п.). 2 респондента или 1,7% заявили об отсутствии препятствий для развития туризма стране/регионе, 2 респондента или 1,7% затруднились ответить (рисунок 15).

При этом на вышеуказанный вопрос предоставлена возможность выбрать несколько вариантов ответа и написать собственное мнение.

Так, в купе с ответом, что в стране/регионе недостаточно ярких туристских достопримечательностей/мало ресурсов для отдыха и оздоровления 69 респондентов или 57,5% дополнительно считает, что к ключевым проблемам относится также отсутствие/слабое развитие туристской инфраструктура, местное население не готово к наплыву туристов и плохая транспортная инфраструктура (дороги, станции техобслуживания, общественный транспорт). 1 респондент, помимо ответов, что в стране/регионе нет достаточно ярких туристских достопримечательностей/мало ресурсов для отдыха и оздоровления, отсутствует/слабо развита туристская инфраструктура, в качестве одной из проблем указывает, что раскуплены латифундистами все выгодные для туризма земли. 1 респондент дополнительно заявляет о «заоблачных» стоимости проживания в местах размещения туристов.

Вместе с ответом об отсутствии препятствий для развития туризма в стране/регионе заявили 3 респондента, при этом указывая на все вышеуказанные проблемы.



Рисунок 15 – Ключевые проблемы, препятствующие развитию туризма

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

Также имеются такие ответы как: «Менталитет местного населения и внутренних туристов. Элементарно, очень сложно наших граждан приучить ничего не ломать, не писать «здесь был Вася», не оставлять мусор и т.д.»,

«плохая коммуникация между предпринимателями и Казахтуризмом», «Нет системного и комплексного подхода к решению задач, до конца ещё не выявленных. Нет оценки рисков. Нет профессиональных руководителей, готовых отвечать за принятые решения», «несогласованность действий правительства в отраслях смежных с туризмом, незаинтересованность», «30 лет только говорим о том, как все развиваем, а на самом деле это лишь прикрытие для распила средств. За это же время горный Алтай насколько развился», «Отсутствие компетенций у государственных служащих управляющими процессами в туристской отрасли», «Что касается местного населения, большинство не готовы встречать гостей с иным мировоззрением, гастрономическими приоритетами. Уверен в этом будучи вегетарианцем», «Необходимость в более эффективных инструментах продвижения Казахстана как дестинации за рубежом», «Сервис хромает, культуры посещения нет в горах. Грузия как пример для туризма».

На вопрос **«Считаете ли Вы что качество сервиса в стране/регионе находится на низком уровне?»** 6 респондентов или 5% не считают, что уровень сервиса низкий. 46 респондента или 38,3% считают, что уровень сервиса низкий, однако это должно регулироваться бизнесом самостоятельно. 61 респондент или 50,8 % указали на низкий уровень сервиса и необходимость внедрения государственного регулирования для его повышения (рисунок 16).



Рисунок 16 – Мнение об уровне сервиса в туристской деятельности

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

Остальные респонденты предоставили свои варианты ответов, такие как: «Государство должно взять развитие туризма под свой контроль, только тогда он будет приносить доход стране и её жителям», «Нет образования для поставщиков сервиса. Все на уровне базара», «Однозначно уровень сервиса низкий. Однако выработать одну концепцию для всех сфер невозможно. Поддержка государства необходима. Но и бизнес тоже должен диктовать свои условия, чтобы стимулировать развитие предприятий сферы услуг», «Помощь государства каждому предпринимателю индивидуально», «Сервис низкий, а цены высокие», «Со стороны государства больше поддержка нужна, а не регулирование. Вряд ли среди государственных служащих есть профи гостеприимства именно на глобальном уровне», «Уровень сервиса низкий и

зависит от профессиональных навыков, культурно-экономического уровня каждого встречающего».

На вопрос «**Отражают ли статистические данные/отчетность реальную ситуацию в отрасли?**» 9 респондентов или 7,5 % указывают что статистика полностью отражает реальную картину развития отрасли. 62 респондента или 51,7% считают, что статистика не соответствует действительности, так как предприятия не в полной мере отчитываются достоверно. 41 респондент или 34,2% считают, что предприятия недостаточно серьезно относятся к статистической отчетности, следует это исправить так как от реальных показателей зависят меры государственной поддержки отрасли (рисунок 17).



Рисунок 17 – Достоверность статистических данных в индустрии туризма

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

Также среди респондентов были следующие варианты ответов: «И предприятия, и государство не считает правильно», «Акиматы сознательно искажают статистику», «Не могу быть объективным и компетентным в данном вопросе», «Статистика выборочно требует статистические формы в сфере туризма», «Статистика скудная, не раскрывает реальное положение дел», «Статистику вообще можно не собирать. Есть же регистрация иностранцев в местах проживания, налоговые данные, авиа-ж/д билеты, пересечение границ. Эта информация фиксируется. Просто нужно научиться ее собирать и анализировать», «В отчетах акимов и правительства нет туризма».

На вопрос «**Считаете ли Вы что необходимо исключить лицензирование туроператорской деятельности?**» 96 респондентов или 80% ответили, что лицензирование должно осуществляться государством, так как это гарант ответственности и соответствия необходимым требованиям. 7 респондентов или 5,8% считают, что необходимо исключить лицензирование деятельности. 11 респондентов или 9,2% пришли к мнению, что необходимо исключить лицензирование и осуществлять деятельность через саморегулирование (рисунок 18).

Также имеются такие ответы как: «Можно было бы отметить первый пункт, но государство не регулирует и не контролирует серый и чёрный рынок», «Судя по ситуации на рынке - лицензирование не является преимуществом или преградой для осуществления деятельности без лицензии. Не отслеживается работа компаний без лицензии», «Лицензиями как 20 лет назад торговали, так и сейчас торгуют, так что лицензирование не даёт никакой гарантии», «Упростить лицензирования» и 2 респондента затруднились ответить (включая ответ «я не экономист»).



Рисунок 18 – необходимость лицензирования туроператорской деятельности

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

На вопрос «Считаете ли Вы что особо охраняемые природные территории имеют большой потенциал в развитии туризма?» 72 респондентов или 60% выразили согласие, что эти территории необходимо использовать в развитии туризма в условиях ограниченной хозяйственной деятельности. 24 респондента или 20% считают, что эти территории необходимо использовать в развитии туризма через единого оператора в лице государственной компании для установления единого подхода.

При этом 19 респондентов или 15,8% не считают, что особо охраняемые природные территории имеют большой потенциал в развитии туризма. Нельзя использовать данные территории, так как это будет наносить большой вред природе (рисунок 19).



Рисунок 19 – Потенциал ООПТ в развитии туристской деятельности

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

Также имеются мнения, что «Однозначно нельзя отдавать в одни руки», «Также необходимо разработать механизмы защиты ООПТ от излишней урбанизации и чрезмерной массовой загрузки», «ООПТ нужно охранять от автомобилей, массового наплыва туристов. Но закрыть их для туристов совсем - нельзя. Нужны тропы, места ночевки и места для разведения костров. Строго соблюдать эти правила», «Да. Эти территории можно использовать в условиях ограниченной хозяйственной деятельности. Однако нужно контролировать расчет рекреационной нагрузки и следить за ее выполнением. Иногда нужно создать пару дополнительных троп и перенаправить часть туристов туда. А у нас нагрузка увеличивается на популярные дестинации, но до этого нет дела», «Территории необходимо использовать при помощи инвесторов».

На вопрос «Считаете ли Вы необходимым государственное регулирование цен на отдых в Казахстане?» респонденты ответили в рамках представленных вариантов ответов. Так, 53 респондента или 44,2% считают регулирование цен со стороны государства возможным, но в виде социальных программ для отдельных категорий населения – пенсионеров, студентов. 21 респондент или 17,5% также считают необходимым внедрение государственного регулирования цен чтобы сдерживать предпринимателей. 38 респондентов или 31,7% считает, что в этом отсутствует необходимость и нужно создавать условия для инвесторов, и вкладываться в инфраструктуру. 8 респондентов или 6,7% твердо уверены в отсутствии необходимости государственного регулирования цен на отдых, так как эти услуги не являются социально важными (рисунок 20).



Рисунок 20 – Необходимость регулирования цен на услуги в туризме

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

На вопрос «Какие виды туризма в ближайшее время будут наиболее перспективными на Ваш взгляд?» 59 респондентов или 49,2% ответили, что перспективным направлением туризма станет посещение природных заповедников и заказников (экологический и сельский туризм).

31 респондентов или 25,8% считают, что посещение исторических памятников и святых мест (культурно-познавательный и паломнический

туризм) станет перспективным в ближайшее время. Пляжный отдых считают перспективным 16 респондентов или 13,3%. 3 респондента или 2,5% считают перспективными все вышеуказанные направления и 1 респондент затруднился ответить, в связи с тем, что становится модным, трендовым пустой «инстаграм-туризм». Всё сложнее становится формировать экскурсионные программы, фокус интереса и ценностей не редко смещается до «вот такой же фоточки».

Остальные считают перспективными следующие направления: «Автотуризм, глэмпинги и караванинг», «Международный туризм», «В зависимости от региона будут свои особенности», «Этнотуризм», «Не забудьте про Байконур. Это огромный музей под открытым небом» и «Для последней категории туристов нужно развивать городской туризм, так как у них не всегда есть возможность посетить другие дестинации» (рисунок 21).



Рисунок 21 – Перспективные направления в туризме

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

На вопрос «Считаете ли Вы достаточными меры государственной поддержки в туристской деятельности?» 10 респондентов или 8,3 % считают их достаточными, 47 респондентов или 39,2% считают их недостаточными и необходимо предусмотреть налоговые льготы вне сезона.

Что необходимо предусмотреть кэш-бек гражданам Казахстана, путешествующим внутри страны - считают 54 респондента или 45% (рисунок 22).



Рисунок 22 – Необходимость внедрения дополнительных мер господдержки

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

Также имелись следующие мнения: «Государство огромное и меры поддержки должны быть индивидуальными для разных регионов», «Субсидии для проката автодомов, налоговые льготы на период становления», «Нет недостаточны. Меры должны быть именно от государства, сам бизнес никогда не справится. Меры должны быть объемными и последовательными, и не только в налогообложении», «Нет предложений грантов, учебного центра краткосрочного образования, транспортникам и объектам», «Освободить внутренний туризм от НДС, дать возможно нести предприятиям минимальную налоговую нагрузку и свести к минимуму ведение бухгалтерии (упрощенка по принципу доход-расход 15% по примеру РФ)» и «Я с ними в своей деятельности не сталкивалась - ни льгот, ни помощи не было».

На вопрос **«Как Вы считаете какие меры необходимо осуществить, чтобы повысить туристскую привлекательность Казахстана для иностранных граждан?»** 29 респондентов или 24,2% выбрали создание новых увлекательных турпродуктов с акцентом на историческую и культурную ценность, 41 респондент или 34,2% считает необходимым улучшить качество сервиса. 21 респондент или 17,5% посчитали важным усилить мероприятия по международному продвижению страны. Необходимость смягчения визово-миграционной политики отметили 14 респондентов или 11,7%. 9 респондентов или 7,5% указали важность всех вышеуказанных мероприятий одновременно (рисунок 23).



Рисунок 23 – Необходимые меры для повышения туристской привлекательности Казахстана для иностранных граждан

Примечание – Составлено автором на основе данных экспертного опроса

Также респонденты внесли свое видение решения поставленного вопроса: «Изменить систему управления процессами в отрасли», «Создать условия, привлекательные для современных инвесторов», «Создать общую базу данных по маршрутам и объектам размещения по Казахстану», «Включить массовые спортивные мероприятия. Подключить спортивные федерации к страновому маркетингу своих мероприятий. Объединить государственные и

около-государственные органы в маркетинговых усилиях по анонсированию и ведению маркетинговых мероприятий своих ивентов», «Рассчитывать на своих туристов, развивать инфраструктуру, тем самым снижая отток туристов на выездной туризм, и в последствии, привлекая ещё больше инвесторов и туристов из других стран» и «В продвижение закопана уйма средств за 30 лет, но от этого больше туристов не приехало».

Как показывают результаты экспертного опроса, респонденты считают перспективным туристский сектор, однако указывают на наличие проблем, препятствующих развитию индустрии гостеприимства в стране. К основным проблемам, по мнению опрошенных, относятся неразвитая инфраструктура, неготовность казахстанцев к наплыву туристов и соответственно низкий уровень сервиса. При этом эксперты не поддерживают государственное регулирование качества сервиса, считая, что данный вопрос относится к исключительной ответственности бизнеса. Аналогичное мнение опрошенных и по вопросу регулирования государством цен на туристские услуги.

Вместе с тем, эксперты поддерживают текущее положение по лицензированию туроператорской деятельности, считая это залогом безопасности и ответственности при ведении данного бизнеса.

Также по мнению респондентов, ООПТ имеют значительный потенциал при развитии туристской деятельности, а также они отмечают смещение приоритетов в сторону экотуризма.

Заключение

По результатам исследования были сделаны следующие выводы. Несмотря на политику многих стран по максимальному привлечению иностранных туристов и валютной выручки в страну, внутренний туризм представляет собой гораздо больший рынок и соответственно заслуживает большего внимания со стороны политиков и исследователей.

По-прежнему существуют серьезные ограничения на международные поездки вследствие COVID-19 и нестабильной геополитической ситуации. В связи с чем, путешественниками рассматриваются направления ближе к дому, и соответственно страны с более высокой долей внутреннего туризма, скорее всего, восстановятся раньше и быстрее.

Внутренний туризм может иметь решающее значение во времена кризиса, поскольку он доказал свою устойчивость в нескольких неблагоприятных ситуациях.

Нынешний кризис дает странам возможность пересмотреть свой внутренний туризм и проводить политику, поощряющую внутренние поездки.

Учитывая вышеизложенное, считаю, что следующие меры могли бы поспособствовать развитию внутреннего туризма в Казахстане:

1. Освобождение от НДС субъектов туристской деятельности в межсезонье (авиасообщение и гостиницы). Согласно проведенным расчетам, условные потери бюджета при внедрении данной меры составят 12 344 млн. тенге, при этом за счет активизации рынка туристских услуг в виде налогов в бюджет поступит 10 200 млн. тенге. С учетом исключения или сокращения объемов субсидирования авиасообщений внутри страны (от 6 000 млн. тенге до 13 000 млн. тенге), выгода экономике и бюджету страны составит от 3 856 млн. тенге до 10 856 млн. тенге ежегодно;

2. Внедрение «длинных выходных» в период государственных праздников с небольшим интервалом между выходными и рабочими днями. К примеру, в «майские праздники» можно увеличить количество выходных дней между 1, 7 и 9 мая охватив все эти дни, увеличив при этом до 6 рабочих дней последующие 2-3 недели. Аналогично применить на «Наурыз» и «Новый год»;

3. Усиление взаимодействия частного бизнеса и государства при проведении масштабных зрелищных мероприятий, распределив расходы на его организацию и продвижение, а также проведение совместных акций туроператоров, авиа и ж/д перевозчиков, мест размещения туристов, музеев и прочих объектов посещения (к примеру, при бронировании места размещения билет в музей или театр в подарок).

4. Повышение квалификации фронтовых работников, непосредственно контактирующих с туристами. В первую очередь это касается работников, аэропортов и вокзалов, обслуживающий персонал гостиниц и ресторанов, гидов и экскурсоводов. При этом данная мера позволит улучшить работу и в направлении въездного туризма.

Как показывает анализ отзывов туристов из интернет-пространства, именно казахстанский турист является более требовательным к уровню сервиса и качеству инфраструктуры. Уделяя особое внимание развитию внутреннего туризма, государство автоматически создает условия для развития и въездного туризма.

Вместе с тем, проводя работу по развитию внутреннего туризма, необходимо уделить и должное внимание увеличению потока иностранных туристов.

В связи с чем, необходимо следующее:

1. Увеличить финансирование на республиканском уровне на мероприятия по продвижению туристского потенциала Казахстана до показателей наших ближайших соседей по СНГ (7-15 млн. долл. США);

2. Увеличить количество стран, граждане которых будут освобождены от получения визы при въезде в Казахстан до 90. При этом пополнить список странами с наиболее стабильной обстановкой и имеющих большой потенциал для въездного туризма (список дополнительных 16 стран в приложении 4).

Внедрение данных мер повысит туристский потенциал Казахстана как на внутреннем, так и на внешнем рынке, окажет положительно воздействие на путешествие внутри страны через меры стимулирования и создание благоприятных условий.

Список литературы

- 1 Постановление Правительства РК от 31 мая 2019 года № 360 «Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы» // Эділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360>. Дата обращения: 15.03.2022 г.
- 2 WORLD TOURISM ORGANIZATION: Tourism Enjoys Strong Start to 2022 while Facing New Uncertainties. Madrid [web-портал]. – 2022. – URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-enjoys-strong-start-to-2022-while-facing-new-uncertainties>. Дата обращения: 08.04.2022 г.
- 3 TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2021. Global Economic Impact and Trends 2021 [web-портал]. – 2021. – URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf>. Дата обращения: 18.03.2022 г.
- 4 WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL: Domestic Tourism – Importance & Economic Impact [web-портал]. – 2018. – URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2018/Domestic%20Tourism-Importance%20Economic%20Impact-Dec%2018.pdf?ver=2021-02-25-182514-683>. Дата обращения: 20.03.2022 г.
- 5 Marius Mayer, Luisa Vogt. Economic effects of tourism and its influencing factors ZfTW 2016; Volume 8 (2): 169-198, DOI 10.1515/tw-2016-0017.
- 6 Азар В. И. Экономика и организация туризма. М., 1993. – 354 стр.
- 7 Антон Овчаров: Экономика туризма. Учебное пособие. Инфра – М, 2014. – 256 стр.
- 8 Экономика туризма: учебник / М.А.Морозов, Н.С.Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Федеральное агентство по туризму, 2017. — 364 с.
- 9 Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities. UNWTO BRIEFING NOTE – TOURISM AND COVID-19, ISSUE 3. [web-портал]. – 2020. – URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422111>. Дата обращения: 02.04.2022 г.
- 10 Статистика туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. А.Ю. Александровой. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 464 с.
- 11 География туризма: учебное пособие / Т.Л. Никулина. Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2016. – 96 с.
- 12 И.С. Кабиров «Влияние туризма на экономику страны». Научная статья. ISSN 1993-047X. «Актуальные проблемы экономики и права». 2009. № 2.
- 13 Послание Главы государства народу Казахстана от 2 сентября 2019 года. Конструктивный общественный диалог – основа стабильности и процветания Казахстана. Эділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/K1900002019>. Дата обращения: 15.03.2022 г.
- 14 Указ Президента РК от 15 февраля 2018 года №636. «Об утверждении Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года и признании

утратившими силу некоторых указов Президента Республики Казахстан». Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U1800000636>. Дата обращения: 15.03.2022 г.

15 Дуйсен Г.М. Рекреационное освоение регионов Казахстана в условиях вхождения в мировой туризм: теория, стратегия и практика. – Алматы: ТОО «Signet Print», 2010. – 256 с.

16 Экологический туризм // Учебник. Под редакцией академика О.Беркинбай. — Алматы, «Нур-Принт», 2017. — 450 с. Издание третье.

17 Закон РК от 13 июня 2001 года №211-ІІ. «О туристской деятельности в Республике Казахстан». Эділет [web-портал]. – 2001. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211>. Дата обращения: 15.03.2022 г.

18 Постановление Правительства РК от 22 февраля 2017 года № 85. «О некоторых вопросах Министерства культуры и спорта Республики Казахстан». Эділет [web-портал]. – 2017. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000085>. Дата обращения: 15.03.2022 г.

19 Закон Республики Казахстан от 30 ноября 2015 года № 426-V ЗРК. «О республиканском бюджете на 2016-2018 годы». Эділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1500000426>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

20 Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 декабря 2016 года № 775. «О реализации Закона Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2017 - 2019 годы». Эділет [web-портал]. – 2016. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1600000775>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

21 Постановление Правительства Республики Казахстан от 7 декабря 2017 года № 823. «О реализации Закона Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2018 - 2020 годы». Эділет [web-портал]. – 2017. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1700000823>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

22 Постановление Правительства Республики Казахстан от 7 декабря 2018 года № 808. «О реализации Закона Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2019 – 2021 годы». Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000808>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

23 Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 декабря 2019 года № 908. «О реализации Закона Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2020 – 2022 годы». Эділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000908>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

24 Постановление Правительства Республики Казахстан от 10 декабря 2020 года № 840. «О реализации Закона Республики Казахстан «О республиканском бюджете на 2021 – 2023 годы». Эділет [web-портал]. – 2020. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2000000840>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

25 Сайт АО «НК «Казахтуризм». Исследование 5 стадий путешествия: Бенчмаркинг пяти дестинаций с Республикой Казахстан <https://qaztourism.kz/upload/iblock/b25/b254fd5aad00e8bedfed30e4420507d8.pdf>. Дата обращения: 15.05.2022 г.

26 Решение областного маслихата Атырауской области от 11 декабря 2015 года № 419-V. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». Утративший

силу. Әділет [web-портал]. – 2015. – URL:

<https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15T0003421>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

27 Решение Актюбинского областного маслихата от 11 декабря 2015 года № 346. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». С истёкшим сроком. Әділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15C0004667>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

28 Решение Мангистауского областного маслихата от 10 декабря 2015 года № 29/428. «Об областном бюджете на 2016 - 2018 годы». Әділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15M0002923>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

29 Решение Кызылординского областного маслихата от 10 декабря 2015 года № 325. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». С истёкшим сроком. Әділет [web-портал]. – 2017. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15L0005269>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

30 Решение Западно-Казахстанского областного маслихата от 14 декабря 2015 года № 29-2. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». Утративший силу. Әділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15Z0004190>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

31 Решение Акмолинского областного маслихата от 14 декабря 2015 года № 5С-43-2. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». Әділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15B0005147>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

32 Решение маслихата Жамбылской области от 14 декабря 2015 года № 43-3. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». Әділет [web-портал]. – 2017. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15G0002868>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

33 Решение маслихата Павлодарской области от 10 декабря 2015 года № 394/46. «Об областном бюджете на 2016 - 2018 годы». Әділет [web-портал]. – 2017. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15P0004852>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

34 Решение областного маслихата Южно-Казахстанской области от 9 декабря 2015 года № 44/351-V. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». С истёкшим сроком. Әділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15U0003458>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

35 Решение XL сессии Карагандинского областного маслихата от 11 декабря 2015 года № 452. «Об областном бюджете на 2016-2018 годы». Әділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15K0003575>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

36 Решение Алматинского областного маслихата от 14 декабря 2015 года № 51-287. «Об областном бюджете Алматинской области на 2016-2018 годы». Әділет [web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15D0003631>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

37 Решение маслихата Костанайской области от 11 декабря 2015 года № 467. «Об областном бюджете Костанайской области на 2016-2018 годы». Әділет

[web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15N0006061>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

38 Решение Северо-Казахстанского областного маслихата от 14 декабря 2015 года N 40/1. «Об областном бюджете Северо-Казахстанской области на 2016-2018 годы». Эділет[web-портал]. – 2015. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V15S0003530>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

39 Решение Атырауского областного маслихата от 14 декабря 2018 года № 274-VI. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18T0004300>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

40 Решение маслихата Актюбинской области от 10 декабря 2018 года № 347. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». С истёкшим сроком. Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18C0005966>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

41 Решение Жамбылского областного маслихата от 13 декабря 2018 года № 30-3. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18G0004037>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

42 Решение Западно-Казахстанского областного маслихата от 14 декабря 2018 года № 21-2. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». Утративший силу. Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18Z0005451>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

43 Решение маслихата Павлодарской области от 13 декабря 2018 года № 288/26. «Об областном бюджете на 2019 - 2021 годы». Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18P0006178>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

44 Решение Мангистауского областного маслихата от 12 декабря 2018 года № 22/265. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18M0003758>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

45 Решение Кызылординского областного маслихата от 12 декабря 2018 года № 271. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». С истёкшим сроком. Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18L0006563>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

46 Решение Туркестанского областного маслихата от 12 декабря 2018 года № 33/347-VI. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». С истёкшим сроком. Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18U0004843>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

47 Решение Акмолинского областного маслихата от 13 декабря 2018 года № 6С-27-2. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18B0006983>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

48 Решение Восточно-Казахстанского областного маслихата от 13 декабря 2018 года № 25/280-VI. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы».

Әділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18V0005704>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

49 Решение XX сессии Карагандинского областного маслихата от 12 декабря 2018 года № 356. «Об областном бюджете на 2019-2021 годы». Әділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18K0005089>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

50 Решение маслихата Алматинской области от 13 декабря 2018 года № 38-211. «Об областном бюджете Алматинской области на 2019-2021 годы». Әділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18D0004975>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

51 Решение маслихата Костанайской области от 12 декабря 2018 года № 347. «Об областном бюджете Костанайской области на 2019-2021 годы». Әділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18N0008166>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

52 Решение внеочередной XXXVIII сессии маслихата города Алматы VI созыва от 13 декабря 2018 года № 297. «О бюджете города Алматы на 2019-2021 годы». Әділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V18R0001520>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

53 Решение маслихата города Шымкент от 11 декабря 2019 года № 58/494-6с. «О внесении изменений в решение маслихата города Шымкент от 14 декабря 2018 года № 42/334-6с «О бюджете города Шымкент на 2019-2021 годы». С истёкшим сроком. Әділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V19E0000073>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

54 Решение маслихата города Нур-Султана от 30 мая 2019 года № 384/50-VI. «О внесении изменений в решение маслихата города Астаны от 12 декабря 2018 года № 333/42-VI «О бюджете города Астаны на 2019-2021 годы». Әділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V19A0001229>. Дата обращения: 15.04.2022 г.

55 <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>.

56 WORLD TOURISM ORGANIZATION (UNWTO): covid-19 and tourism 2020: A year in review [web-портал]. – 2021. – URL: <https://www.unwto.org/covid-19-and-tourism-2020>. Дата обращения: 21.03.2022 г.

57 WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL: KAZAKHSTAN 2021 Annual Research: Key Highlights [web-портал]. – 2021. – URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. Дата обращения: 23.03.2022 г.

58 Туризм Казахстана / Статистический сборник/ г.Нур-Султан, 2021 [web-портал]. – 2021. – URL: <https://stat.gov.kz/official/industry/22/publication>. Дата обращения: 27.04.2022 г.

59 Письмо Комитета государственных доходов МФ РК от 02.03.2022 года № КГД-04-2-15/6982.

60 <https://www.gov.kz/memleket/entities/mcs/press/news/details/221853?lang=ru>.

61 https://www.inform.kz/ru/kakie-turisticheskie-proekty-budut-realizovany-v-kazahstane-v-blizhayshie-5-let_a3700251.

- 62 Сайт <https://tengritravel.kz/my-country/Lonely-Planet-priznal-kazahstan-odnoy-luchshih-stran-420375/>. Дата обращения: 17.04.2022 г.
- 63 Сайт [lefigaro.fr https://www.lefigaro.fr/voyages/guides/voyage-les-21-destinations-a-re-decouvrir-en-2021-20210102](https://www.lefigaro.fr/voyages/guides/voyage-les-21-destinations-a-re-decouvrir-en-2021-20210102). Дата обращения: 17.04.2022 г.
- 64 Сайт [ceoworld.biz https://ceoworld.biz/2020/01/09/countries-with-the-greatest-potential-for-the-development-of-adventure-tourism-in-2020/](https://ceoworld.biz/2020/01/09/countries-with-the-greatest-potential-for-the-development-of-adventure-tourism-in-2020/). Дата обращения: 17.04.2022 г.
- 65 Сайт [telegraph.co.uk https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/the-fastest-growing-travel-destinations-in-2019/](https://www.telegraph.co.uk/travel/comment/the-fastest-growing-travel-destinations-in-2019/). Дата обращения: 17.04.2022 г.
- 66 Сайт [telegraph.co.uk https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/asia/kazakhstan/](https://www.telegraph.co.uk/travel/destinations/asia/kazakhstan/). Дата обращения: 17.04.2022 г.
- 67 Сайт [washingtonpost.com https://www.washingtonpost.com/travel/2020/10/27/borat-kazakhstan-tourism-slogan/](https://www.washingtonpost.com/travel/2020/10/27/borat-kazakhstan-tourism-slogan/). Дата обращения: 17.03.2022 г.
- 68 Сайт [dknews.kz https://dknews.kz/ru/politika/166528-kak-razvivalas-sfera-kultury-i-sporta-rk-v-2020-godu](https://dknews.kz/ru/politika/166528-kak-razvivalas-sfera-kultury-i-sporta-rk-v-2020-godu). Дата обращения: 15.04.2022 г.
- 69 Сайт Министерства иностранных дел Республики Узбекистан, <https://mfa.uz/ru/pages/visa-republic-uzb>.
- 70 Сайт Свободной индустриальной зоны Потти, <https://potifreezone.ge/ru/%D0%B2%D0%B8%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%8F-%D0%B8%D0%BD%D1%84%D0%BE%D1%80%D0%BC%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F/>.
- 71 Постановление Правительства РК от 11 декабря 2018 года, № 820. «О некоторых вопросах обеспечения долгосрочной тенговой ликвидности для решения задачи доступного кредитования. Эділет [web-портал]. – 2018. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000820>. Дата обращения: 15.03.2022 г.
- 72 Постановление Правительства РК от 31 декабря 2019 года № 1060. «О некоторых мерах государственной поддержки частного предпринимательства» Эділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900001060>. Дата обращения: 15.03.2022 г.
- 73 Сайт новостного портала [inform.kz. https://www.inform.kz/ru/kak-pandemiya-povliyala-na-turisticheskuyu-otrasl-v-kazahstane-a3742745](https://www.inform.kz/ru/kak-pandemiya-povliyala-na-turisticheskuyu-otrasl-v-kazahstane-a3742745). Дата обращения: 15.03.2022 г.
- 74 Публикация Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) с участием экспертов Oxford Economics, Global Economic Impact and Trends 2021 [web-портал]. – 2021. – URL: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>. Дата обращения: 23.03.2022 г.
- 75 Сайт Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам РК <https://stat.gov.kz>. Дата обращения: 23.04.2022 г.
- 76 Сайт [traveltriangle.com https://traveltriangle.com/blog/kazakhstan-tourist-places/](https://traveltriangle.com/blog/kazakhstan-tourist-places/). Дата обращения: 27.03.2022 г.

77 Сайт [journalofnomads.com](https://www.journalofnomads.com/places-to-visit-in-kazakhstan-tourism/#) <https://www.journalofnomads.com/places-to-visit-in-kazakhstan-tourism/#>. Дата обращения: 27.03.2022.

78 Сайт [touropia.com](https://www.touropia.com/best-places-to-visit-in-kazakhstan/) <https://www.touropia.com/best-places-to-visit-in-kazakhstan/>. Дата обращения: 27.03.2022 г.

79 Сайт [lonelyplanet.com](https://www.lonelyplanet.com/kazakhstan) <https://www.lonelyplanet.com/kazakhstan>. Дата обращения: 17.04.2022 г.

80 Сайт timesofindia.indiatimes.com <https://timesofindia.indiatimes.com/travel/destinations/10-kazakhstan-cities-that-you-cannot-miss/gs52086687.cms>. Дата обращения: 27.03.2022 г.

81 Сайт [thetripgoeson.com](https://thetripgoeson.com/places-to-visit-in-kazakhstan/) <https://thetripgoeson.com/places-to-visit-in-kazakhstan/>. Дата обращения: 27.03.2022 г.

82 Сайт [intrepidescape.com](https://www.intrepidescape.com/reasons-to-visit-kazakhstan/) <https://www.intrepidescape.com/reasons-to-visit-kazakhstan/>. Дата обращения: 27.03.2022 г.

83 Сайт [brainybackpackers.com](https://brainybackpackers.com/off-the-beaten-path-travel-destinations/) <https://brainybackpackers.com/off-the-beaten-path-travel-destinations/>. Дата обращения: 27.03.2022 г.

Отзывы туристских порталов и тревел блогеров о путешествии в Казахстане

Амит Чандра на портале traveltriangle опубликовал блог, где описал природные красоты Казахстана, а также выделил 12 лучших туристских мест.

Автор описывает обилие величественных каньонов и бескрайних пустынь, а также множество других интересных мест, вызывающих большой интерес для посещения Казахстана в любое время года. А.Чандра называет страну «приглушенным раем для отдыха» и считает необходимым включить его в список желаний. По мнению автора наилучшие впечатления от путешествия по стране оставило его географическое разнообразие и рекомендует заранее составить маршрут, чтоб путешествующий смог посетить все популярные места.

По мнению автора 12 лучших туристических мест Казахстана, которые, возможно, путешественники не захотят пропустить:

- Нур-Султан – меняющееся лицо Центральной Азии;
- Алматы – крупнейший культурный центр Казахстана;
- Актау – красивый городок у Каспия;
- Тараз – добро пожаловать в древний город в Южном Казахстане;
- Озеро Балхаш — 15-е по величине озеро в мире;
- Байконур – город космодрома, ракет и кораблей;
- Семей — древний и исторический город;
- Тургеньское ущелье – удивительное место для треккеров;
- Озеро Каинды – естественная плотина;
- Тамгалы-Тас – святыня;
- Земля кочевников - Заброшенная съёмочная площадка;
- Шымкент – путешествие в самое сердце Казахстана [76].

Синтия Бил - туристка и фотограф-путешественник из Бельгии в своей статье «26 самых красивых мест Казахстана, которые стоит посетить» отвечает на вопросы стоит ли ехать в Казахстан, что посмотреть и чем заняться в Казахстане. Также автор указывает на недооценённость данного направления.

«Хотя Казахстан входит в десятку крупнейших стран мира, многие путешественники не включили его в свой список желаний. Проведя почти 6 месяцев в стране, я могу сказать вам, что Казахстан определенно стоит посетить! В стране есть много скрытых сокровищ, которые вызовут у вас благоговейный трепет, будь то из-за их красоты или странностей. И самое главное, туризм в Казахстане пока не так сильно развит, поэтому вам не придется делить эти прекрасные места со многими другими путешественниками!

Если вы бесстрашный путешественник и любите исследовать крутые, красивые и необычные места, о которых люди раньше не слышали, то вам стоит добавить эту огромную центральноазиатскую страну в свой список желаний!

Туризм в Казахстане растет, и страна становится все более популярной. Помимо великолепных достопримечательностей, которые можно найти по всей стране, Казахстан, как правило, является очень безопасным местом.

Казахстан был отнесен Государственным департаментом США к странам уровня 1, что означает, что он является одной из самых безопасных стран в мире для путешествий! Страна считается более безопасной, чем такие направления, как Франция и Германия, которые относятся к странам уровня 2.

В Казахстане растет число туристов, и почти все они сообщают, что чувствуют себя в стране в полной безопасности. Люди в Казахстане обычно очень приветливы и щедры к иностранцам, посещающим их страну».

Однако, автор отмечает в качестве негативных моментов во время путешествия по Казахстану - коррупцию среди работников полиции [77].

Американский тревел портал touropia отмечает, что в стране, которую часто упускают из виду туристы, есть множество невероятных достопримечательностей, которые можно посетить, а также особенности нашего гостеприимства.

По мнению портала путешествующие по стране обязательно почувствуют гостеприимство казахов, в связи с чем рекомендуется исследовать эту страну Центральной Азии [78].

Известный австралийский **портал lonelyplanet** отмечает место Казахстана по территории в мире и указывает на экономически развитость среди всех «станов» благодаря богатым природным ресурсам. Особо отмечает портал г. Нур-Султан как экспонат 21-го века с его смелой и футуристической архитектурой, а также г. Алматы с его фантастическими ресторанами и гостиницами. Но самые интересные места по мнению портала находятся за пределами городов: высокие горы и зеленые долины Тянь-Шаня, природа в усеянной озерами степи, деревенские гостевые дома [79].

Микаэла Стоун Кросс - писательница и путешественница из Филадельфии, США в журнале Times of India пишет, что Казахстан не является типичным туристическим направлением, отличающимся разнообразным ландшафтом и интересным этническим составом.

Автор также отмечает, что среднестатистический путешественник найдет для себя Казахстан гостеприимной страной, однако также, к сожалению, отмечает коррупционные проявления среди дорожных полицейских [80].

Англичанин Стив Рохан на портале thetripgoeson в своей статье «Удивительные места для посещения в Казахстане в 2022 году!» отмечает, что туризм в Казахстане находится в зачаточном состоянии по международным стандартам, но с его чрезвычайно гостеприимными людьми, едой, за которую можно умереть, и разнообразным ландшафтом Шелкового пути, состоящим из степей, пустынь и гор, эта бывшая советская республика не может вечно оставаться секретом!

При этом автор отмечает положительные изменения в развитии инфраструктуры, необходимой для путешествия.

«Инфраструктура страны постоянно совершенствуется: новые дороги и высокоскоростные поезда значительно сокращают время в пути. Например, дорога от границы с Китаем раньше занимала более десяти часов по ужасным дорогам, а теперь занимает всего шесть часов по новенькой трассе.

От ультрасовременной столицы Нур-Султан до альпийского Алматы, пустынного Арала и каспийского курорта Актау — здесь достаточно мест, чтобы занять заядлых искателей приключений на какое-то время».

Однако автор указывает на трудности транспортировки к достопримечательностям и живописным местам за пределами городов [81].

Основатель и редактор Intrepid Escape Т.Скотти в статье «Причины посетить Казахстан» описал о том, что ему посчастливилось побывать в Казахстане и его бесконечной благодарности за это путешествие. Также автор отмечает рост популярности в менее популярных направлениях.

По его мнению, пандемия заставит людей отмечать новые локации в списке желаний и Казахстан должен быть одной из них [82].

Туристский портал brainybackpackers в числе 25 необычных направлений для путешествий, в числе недооцененных стран, в которые стоит отправиться прямо сейчас отметил и Казахстан.

Портал отмечает, что Казахстан будет интересен для любителей активного отдыха и исследователей городов и деревень, а также указывает на сожаление, что раньше не решались посещать это экстравагантное и красивое место раньше [83].

Международный опыт стимулирования внутреннего туризма

Меры стимулирования	Страны
1. Стимулы	
Праздничные ваучеры и бонусы	Греция, Дания, Исландия, Италия, Макао (Китай), Малайзия, Польша, Республика Корея, Румыния, Словения, Сербия, Таиланд
Фискальные стимулы (снижение НДС и др.)	Венгрия, Турция
Длинные выходные	Коста Рика, Мексика, Новая Зеландия
2. Маркетинг и продвижение	
Маркетинговые кампании и рекламные усилия	Аргентина, Канада, Китай, Коста-Рика, Дания, Фиджи, Финляндия, Франция, Грузия, Венгрия, Исландия, Иордания, Малайзия, Мексика, Марокко, Новая Зеландия, Португалия, Республика Корея, Сербия, Словения, Испания, Уругвай
3. Разработка продукта	
Развитие туристских продуктов (сельский туризм, экотуризм, велнес, гастрономия и др.)	Аргентина, Коста-Рика, Иордания, Венгрия, Мексика, Парагвай, Перу
4. Партнерство	
Государственно-государственное партнерство (НТА/НТО и местные власти, ДМО и/или другие министерства и т.д.)	Канада, Чили, Коста-Рика, Франция, Венгрия, Парагвай, Перу
Государственно-частное партнерство (ДМО и частный сектор, т. е. учреждения размещения, туристическая индустрия, рестораны, поставщики транспортных услуг, отечественные туристические агентства)	Коста - Рика, Финляндия, Франция, Макао (Китай), Республика Корея
5. Анализ рынка	
Создание центров исследования, изыскания, прогнозирование	Аргентина, Австралия, Китай, Малайзия, Парагвай и Филиппины
6. Нарращивание потенциала и подготовка кадров	
Вебинары Online тренинги и инициативы	Австралия, Чили, Коста-Рика, Парагвай

Примеры:

Праздничные ваучеры, бонусные и аналогичные схемы

Греческое правительство выделило просубсидировало на сумму 30 млн. евро (примерно 36 млн. долл. США) отдых граждан с низким уровнем дохода, то есть с годовым индивидуальным доходом в размере 16 000 евро

(19 000 долл. США) и семейным доходом в размере 28 000 евро (33 400 долл. США). Программа субсидировала половину 4-дневного пребывания в отеле, который включен в программу, и обеспечивала около 1 млн. ночевок с 250 000 купонами социального туризма, которые раздавались греческим гражданам.

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

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

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

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

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

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

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

- В Малайзии также приняли ряд экономических стимулов развития внутреннего туризма. Среди них выделение 500 млн. малайзийских рингитов (113 млн. долл. США) ваучеров на скидку на поездки для поощрения внутреннего туризма в стране, дополненное персональными налоговыми льготами в размере до 1000 млн. малайзийских рингитов (227 долл. США) на расходы, связанные с внутренним туризмом.

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

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

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

«Длинные выходные»

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

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

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

Примеры маркетинговых и рекламных инициатив

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

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

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

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

- Мексика провела амбициозную цифровую стратегию на основе больших данных и социального прослушивания для стимулирования внутреннего туризма. Кампания включила в себя участие 32 штатов и различных муниципалитетов, чтобы помочь построить повествовательную и стратегическую линию коммуникации, которая гарантировала, что контент достигнет нужной аудитории.

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

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

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

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

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

Примеры инициатив по разработке продуктов

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

- В рамках своих маркетинговых и рекламных усилий для укрепления внутреннего туризма Мексика продолжила продвигать 121 *Волшебный город (Pueblos Mágico)* в первом цифровом туристском портале Tianguis, консолидируя его как движущую силу внутреннего туризма. Его стратегия также направлена на стимулирование автомобильных поездок и продвижение региональных маршрутов, таких как разработка долгосрочного проекта *Поезд*

Майя, который будет включать в себя интеграцию туристических маршрутов, охватывающих пляжи, археологические районы, музеи, волшебные города и города, объявленные объектами Всемирного наследия.

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

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

Примеры партнерств

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

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

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

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

Примеры государственно-частного партнерства

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

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

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

- Аналогичным образом, Республика Корея сотрудничала с местными органами власти и частным сектором для проведения кампании по внутреннему туризму *Неделя путешествий*, для которой Корейская туристическая организация рекомендовала туристические объекты, и национальные путешественники могли воспользоваться скидками на достопримечательности, транспорт и проживание, которые являются частью кампании.

Примеры инициатив маркетингового исследования.

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

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

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

Примеры инициатив по наращиванию потенциала и подготовке кадров.

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

рамках туристической стратегии по привлечению внутреннего туризма в этот сегмент.

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

- Парагвай организовал серию вебинаров *Туристические направления Парагвая*, направленную на демонстрацию различных продуктов и опыта, которые Парагвай может предложить в своих 17 департаментах. Некоторые из представленных сегментов включали: природный (наблюдение за птицами и рыбалка) и (эко) приключенческий туризм, сельский туризм, культурный и гастрономический туризм, а также виртуальное путешествие по 22 национальным маршрутам с подробным описанием каждого национального маршрута и того, что люди могут найти вокруг городов: исторические, культурные, социальные, гастрономические достопримечательности, традиционные фестивали, символические здания, разнообразие природы, охраняемые дикие территории [45].

Экспертный опрос по теме исследования «Внутренний и въездной туризм как фактор социально-экономического развития страны»

Опрос предназначен для экспертов в сфере туристской деятельности (гостиничный и ресторанный бизнес, развлечение и отдых, туроператорская и турагентская деятельность, профессорско-преподавательский состав отраслевых кафедр и факультетов ВУЗов, государственное регулирование) с целью изучения мнений по имеющемуся потенциалу развития индустрии туризма и формирования предложений по совершенствованию отрасли.

Пожалуйста укажите к какому виду деятельности вы относитесь

- А. Гостиничная
- Б. Ресторанная
- В. Развлечение
- Г. Туроператорская
- Д. Турагентская
- Е. Профессорско-преподавательский состав отраслевых кафедр и факультетов ВУЗов
- Ж. Государственное регулирование

Пожалуйста укажите опыт работы в индустрии туризма

- А. До года
- Б. От 1 до 5 лет
- В. Более 5 лет

1. Считаете ли Вы перспективным направлением экономического развития Казахстана/региона индустрию туризма?

- А. Считаю, что туристско-рекреационная сфера может стать одной из ключевых отраслей экономики страны/региона
- Б. Считаю, что туризм в Казахстане/регионе может развиваться, но в основном для удовлетворения потребностей в отдыхе местного населения
- В. Туристская сфера для моего региона неперспективна
- Г. Затрудняюсь ответить

2. Какие ключевые проблемы препятствуют развитию туризма в стране/регионе? (возможно несколько вариантов ответа):

- А. В стране/регионе нет препятствий для развития туризма
- Б. В стране/регионе нет достаточно ярких туристских достопримечательностей / мало ресурсов для отдыха и оздоровления
- В. Отсутствует/слабо развита туристская инфраструктура (гостиницы, рестораны, санатории и т.п.)
- Г. Плохая транспортная инфраструктура (дороги, станции техобслуживания, общественный транспорт)
- Д. Местное население не готово к наплыву туристов

Е. Другое (напишите)

Ж. Затрудняюсь ответить.

3. Считаете ли Вы что качество сервиса в стране/регионе находится на низком уровне?

А. Не считаю, что уровень сервиса низкий

Б. Уровень сервиса низкий и для его повышения необходимо внедрить государственное регулирование в этом направлении

В. Уровень сервиса низкий, однако это должно регулироваться бизнесом самостоятельно

Г. Другое (написать)

4. Отражают ли статистические данные/отчетность реальную ситуацию в отрасли?

А. Статистика полностью отражает реальную картину развития отрасли

Б. Статистика не соответствует действительности, так как предприятия не в полной мере отчитываются достоверно

В. Предприятия недостаточно серьезно относятся к статистической отчетности, следует это исправить так как от реальных показателей зависят меры государственной поддержки отрасли

Г. Другое (написать)

5. Считаете ли Вы что необходимо исключить лицензирование туроператорской деятельности?

А. Нет, лицензирование должно осуществляться государством, так как это гарант ответственности и соответствия необходимым требованиям

Б. Необходимо исключить лицензирование деятельности

В. Исключить лицензирование и осуществлять деятельность через саморегулирование

Г. Другое (написать)

6. Считаете ли Вы что особо охраняемые природные территории имеют большой потенциал в развитии туризма?

А. Нет, я так не считаю. Нельзя использовать данные территории, так как это будет наносить большой вред природе

Б. Да, эти территории необходимо использовать в развитии туризма в условиях ограниченной хозяйственной деятельности

В. Да, эти территории необходимо использовать в развитии туризма через единого оператора в лице государственной компании для установления единого подхода

Г. Другое (написать)

7. Считаете ли Вы необходимым государственное регулирование цен на отдых в Казахстане?

- А. Нет, нужно создавать условия для инвесторов и вкладываться в инфраструктуру
- Б. Нет, эти услуги не являются социально важными
- В. Возможно, но в виде социальных программ для отдельных категорий населения – пенсионеров, студентов
- Г. Да, государство должно сдерживать алчных предпринимателей

8. Какие виды туризма в ближайшее время будут наиболее перспективными на Ваш взгляд?

- А. Посещение природных заповедников и заказников (экологический и сельский туризм)
- Б. Пляжный отдых
- В. Посещение исторических памятников и святых мест (культурно-познавательный и паломнический туризм)
- Г. Другое (написать)

9. Считаете ли Вы достаточными меры государственной поддержки в туристской деятельности?

- А. Да, достаточны
- Б. Нет, необходимо предусмотреть налоговые льготы вне сезона
- В. Нет, необходимо предусмотреть кэш-бек гражданам Казахстана, путешествующим внутри страны
- Г. Другое (написать)

10. Как Вы считаете какие меры необходимо осуществить, чтобы повысить туристскую привлекательность Казахстана для иностранных граждан

- А. Создать новые увлекательные турпродукты с акцентом на историческую и культурную ценность
 - Б. Усилить мероприятия по международному продвижению страны
 - В. Улучшить качество сервиса
 - Г. Смягчить визово-миграционную политику
 - Д. Другое (написать)
-

Список стран, предлагаемых к включению в безвизовый режим при посещении Республики Казахстан

1. Босния и Герцеговина
2. Египет
3. Иордания
4. Иран
5. Йемен
6. Коста-Рика
7. Куба
8. Ливан
9. Макао
10. Македония
11. Марокко
12. Сан-Марино
13. Тунис
14. Туркменистан
15. Черногория
16. Шри-Ланка

Аналитическая записка

Автор проекта: Рыспеков Д.А.

Научный руководитель: Дауешова А.Е.

Идея проекта	Внутренний и въездной туризм как фактор социально-экономического развития страны
Проблемная ситуация (кейс)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Слаборазвитая туристская инфраструктура; 2. Недостаточный уровень стимулирования внутреннего туризма; 3. Недостаточно мягкая визово-миграционная политика; 4. Низкий уровень продвижения туристского потенциала Казахстана как на внутреннем, так и на внешнем рынках.
Имеющиеся решения данной проблемы	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Классификация существующих подходов</u> Финансирование строительства необходимой транспортной и инженерно-коммуникационной инфраструктуры в основных туристских дестинациях страны, частные инвестиции в развитие инфраструктуры в самих объектах. <u>Преимущества</u> Уделение внимания со стороны государства необходимости развития туристской инфраструктуры в основных туристских дестинациях. Заинтересованность субъекта МСП в росте количества отдыхающих в следствии улучшения инфраструктуры. <u>Недостатки</u> Ограниченность финансовых ресурсов 2. <u>Классификация существующих подходов</u> Kids go free <u>Преимущества</u> Удешевление семейного отдыха <u>Недостатки</u> Сложность механизма 3. <u>Классификация существующих подходов</u> Безвизовый режим с 74 странами <u>Преимущества</u> Упрощение прибытия иностранных туристов <u>Недостатки</u> Угроза национальной безопасности 4. <u>Классификация существующих подходов</u> Продвижение туристского потенциала посредством видеороликов и интернет платформы, участия в международных туристских выставках, <u>Преимущества</u> Охват большого количества потенциальных туристов <u>Недостатки</u> Низкий объем финансирования
Предлагаемое решение данной проблемы	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>Описание альтернативного подхода, порядок его осуществления</u> Увеличение финансирования строительства необходимой транспортной и инженерно-коммуникационной инфраструктуры в основных туристских дестинациях страны, стимулирование вложения частных инвестиций на развитие инфраструктуры в самих объектах. <u>Возможности</u> Улучшение туристской инфраструктуры и как следствие повышение транспортной доступности и комфорта отдыхающих. <u>Риски</u>

	<p>Отсутствие финансирования</p> <p>2. <u>Описание альтернативного подхода, порядок его осуществления</u> Внедрение механизма возвратности средств, отдыхающих вне туристского сезона, перенос выходных дней в преддверии праздничных дней.</p> <p><u>Возможности</u> Предоставит возможность увеличить количество отдыхающих вне сезона, а также количества дней отдыха.</p> <p><u>Риски</u> Отсутствие финансирования и поддержки продления выходных дней</p> <p>3. <u>Описание альтернативного подхода, порядок его осуществления</u> Увеличение количества безвизовых стран до 90</p> <p><u>Возможности</u> Увеличения количества иностранных туристов и соответственно валютной выручки</p> <p><u>Риски</u> Угроза национальной безопасности</p> <p>4. <u>Описание альтернативного подхода, порядок его осуществления</u> Увеличение финансирования продвижения туристского потенциала по всем имеющимся направлениям, а также внедрение новых механизмов – распространение материалов (в т.ч. видеороликов) на территории крупнейших аэропортов мира, а также на LED дисплеях перед зданиями посольств РК.</p> <p><u>Возможности</u> Повышение узнаваемости РК на международном рынке</p> <p><u>Риски</u> Отсутствие финансирования</p>
Ожидаемый результат	<p>Способы измерения эффективности альтернативного подхода, оценки его реализации</p> <p>Увеличение доли туризма в ВВП до 8%, количества занятых в отрасли до 600 тыс.чел. к 2025 году.</p>
Литература	Согласно списку использованной литературы в рамках магистерского проекта