

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет
имени К.И. Сатпаева

Институт управления проектами имени Э.А. Туркебаева

Кафедра «Бизнес и менеджмент»

Махмут Мария Николаевна

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему «Оценка влияния развития туризма на экономику Республики
Казахстан»

Специальность 5В050600 - Экономика

Алматы 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет
имени К.И. Сатпаева

Институт управления проектами имени Э.А. Туркебаева

Кафедра «Бизнес и менеджмент»

ДОПУЩЕН К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой
«Бизнес и менеджмент»
Доктор PhD, профессор

 Досова С.Н.

« 30 » 04 2019 г.

**Пояснительная записка
к дипломной работе**

На тему: «Оценка влияния развития туризма на экономику Республики
Казахстан»

по специальности 5В050600 – Экономика

Выполнила

Махмут М.Н.

Рецензент

к.э.н., доцент

 Серикбаев С.К.

« 29 » апреля 20 19 г.

Научный руководитель:

д.э.н., профессор

 Г.Н.Сансызбаева

« 28 » 04 20 19 г.

Алматы 2019

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Казахский национальный исследовательский технический университет
имени К.И. Сатпаева

Институт управления проектами имени Э.А. Туркебаева

Кафедра «Бизнес и менеджмент»

5B050600 - Экономика

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
«Бизнес и менеджмент»
Доктор PhD, профессор
С.Н. Досова
«30» 04 20 г.

ЗАДАНИЕ

на выполнение дипломной работы

Обучающейся Махмут Марии Николаевне

Тема: Оценка влияния развития туризма на экономику Республики Казахстан
Утверждена приказом Ректора Университета № 1004 от «25» сентября 2018 г.

Срок сдачи законченной работы «26» апреля 2019 г.

Исходные данные к дипломной работе: «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года, Данные из зарубежной и Казахстанской научной литературы.

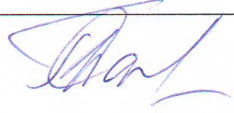
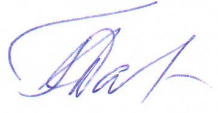

Краткое содержание дипломной работы:

- а) Теоретические аспекты развития туризма
- б) Анализ текущего состояния и проблем развития туризма в Республике Казахстан
- в) Перспективы развития туризма как одного из факторов ускорения экономического развития Казахстана

Перечень графического материала (с точным указанием обязательных чертежей,): представлены 14 слайдов презентации работы, 12 таблиц, 28 рисунков.


Рекомендуемая основная литература: из 41 наименования

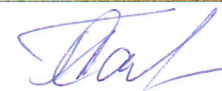
График
Подготовки дипломной работы


Наименование разделов, перечень разрабатываемых вопросов	Сроки представления научному руководителю	Примечание
<p>1 Теоретические аспекты развития туризма</p> <p>1.1 Сущность туризма и его видов</p> <p>1.2 Туризм как фактор экономического роста</p> <p>1.3 Зарубежный опыт развития туризма</p>	15. 02. 2019 г.	
<p>2 Анализ текущего состояния и проблем развития туризма в Республике Казахстан</p> <p>2.1 Оценка состояния и проблем индустрии туризма в Казахстане</p> <p>2.2 Анализ факторов, действующих на развитие туризма в Казахстане</p> <p>2.3 Анализ влияния туризма на показатели развития экономики Казахстана</p>	15. 03. 2019 г.	
<p>3 Перспективы развития туризма как одного из факторов ускорения экономического развития Казахстана</p> <p>3.1 Туристский потенциал Казахстана и перспективы развития туризма</p> <p>3.2 Совершенствование туристкой инфраструктуры и сервиса</p> <p>3.3 Направления развития туристских кластеров в Казахстане</p>	12. 04. 2019 г.	

Подписи

консультантов и нормоконтролера на законченную дипломную работу с
указанием относящихся к ним разделов проекта

Наименования разделов	Консультанты, И.О.Ф. (уч. степень, звание)	Дата подписания	Подпись
Экономическая часть	Не предусмотрены		
Охрана труда	Не предусмотрены		
Нормоконтролер	Сарсенбаева А.С.	28.04.19	

Научный руководитель  Г.Н.Сансызбаева
Подпись Ф.И.О.

Задание принял к исполнению обучающийся  Махмут М.Н
Подпись Ф.И.О.

Дата « 28 » 04 2019 г.

ОТЗЫВ

научного руководителя на дипломную работу студентки специальности 5В050600 – Экономика Махмут М. на тему «Оценка влияния развития туризма на экономику Республики Казахстан»

Туризм в Республике Казахстан является одной из важнейших отраслей экономики страны, поступления в казну от которой ежегодно растут. Красивая и богатая природа, множество уникальных достопримечательностей привлекательны как для внутреннего, так и внешнего туризма. В 2013 году правительством республики была разработана и утверждена Концепция развития туризма на 2013-2020 годы, в соответствии с которой предполагается развитие пяти кластеров: Астана, Алматы, Восточный Казахстан, Южный Казахстан и Западный Казахстан. Концепция предусматривает привлечение инвестиций в размере 4 млрд долларов и создание к 2020 году более 250 тысяч рабочих мест в индустрии туризма. Эти и обосновывается актуальность темы дипломной работы Махмут М.

Дипломная работа имеет традиционную структуру и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложения.

Во введении обосновывается актуальность темы дипломной работы, степень изученности проблемы, описываются цель и задачи, направленные на достижение поставленной цели. Объектом исследования туристская отрасль Казахстана. В первой главе рассматривается сущность туризма и его виды, влияние развития туризма на экономическую эффективность, изучается зарубежный опыт развития туристской отрасли. Во второй главе анализируется развитие туризма в Казахстане и его проблемы, оценка воздействия развития туризма на экономику страны. В третьей главе рассмотрены перспективы развития туризма в Республике Казахстан и предлагаются пути развития туристских кластеров.

Дипломная работа Махмут М. представляет собой законченную самостоятельную работу с предложениями по развитию туристских кластеров в Казахстане, отвечает требованиям МОН Республики Казахстан к дипломным работам и допускается к защите.

Научный руководитель д.э.н., профессор



Г.Н.Сансызбаева

РЕЦЕНЗИЯ

на дипломную работу студентки специальности 5В050600 – Экономика
Махмут Марии Николаевны
на тему: «Оценка влияния туризма на экономику Республики Казахстан»

Оценка работы

Актуальность темы дипломной работы заключается в развернутой оценке влияния туризма на экономику Казахстана. Туризм и возрастающий с каждым годом спрос на услуги туризма становятся источником крупных доходов и получения прибыли многих стран.

Студентом обработано большое количество теоретического материала, на достаточно высоком теоретическом и методологическом уровне проведено исследование методов и особенностей экономической оценки эффективности туристической деятельности. Материал в работе изложен с соблюдением внутренней логики, между разделами существует логическая взаимосвязь.

В дипломной работе дано развернутое описание туризма, его видов и структурных особенностей. Определены основные тенденции индустрии и туризма в Казахстане. Выявлены факторы, влияющие на развитие туризма в Казахстане.

Прослеживается тщательная работа по каждому разделу рассматриваемой темы. Полностью раскрыта тема работы, достигнута поставленная цель, решены поставленные задачи.

Использованный практический материал достоверен, сделанные выводы обоснованы, рекомендации имеют практическую значимость. Дипломная работа имеет теоретическое значение, в ней разработаны практические рекомендации по дальнейшему развитию туристской индустрии в Казахстане.

Таким образом, Махмут М. справилась с поставленными в дипломной работе задачами, дипломная работа отвечает требованиям МОН РК, оценивается на А (95%), а автор Махмут М. заслуживает присвоения ей академической степени бакалавра по специальности "Экономика".

Рецензент

К.э.н кафедры «Экономика и управление народным хозяйством»,
КазУМОиМЯ


Серикбаев С.К.

« » 2019 г.



Университет:	Satbayev University
Название:	диплом Туризм .doc
Автор:	Махмут Мария
Координатор:	Нургуль Абдигалиева
Дата отчета:	2019-04-30 09:11:48
Коэффициент подобия № 1:	24,6%
Коэффициент подобия № 2:	13,2%
Длина фразы для коэффициента подобия № 2:	25
Количество слов:	17 358
Число знаков:	137 872
Адреса пропущенные при проверке:	
Количество завершенных проверок:	33

! К вашему сведению, некоторые слова в этом документе содержат буквы из других алфавитов. Возможно - это попытка скрыть позаимствованный текст. Документ был проверен путем замещения этих букв латинским эквивалентом. Пожалуйста, уделите особое внимание этим частям отчета. Они выделены соответственно.
Количество выделенных слов 2

>> Самые длинные фрагменты, определенные, как подобные

№	Название, имя автора или адрес гиперссылки (Название базы данных)	Автор	Количество одинаковых слов
1	URL_ https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respubliki_kazahstan_premier_ministr_rk/kultupa/id-P1700000406/		200
2	Документ из базы НЭУ 52522cb7-3a9c-4a28-a2d5-071ac0a80d1d.docx NARXOZ (NEU) (Information Technology Center)	na	147
3	URL_ https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respubliki_kazahstan_premier_ministr_rk/kultupa/id-P1700000406/		102
4	URL_ https://kiskinhouse.com/investitsii-v-turizm/		88
5	URL_ http://privetstudent.com/diplomnyye/diplomnye-turizm/2629-mezhdunarodnyy-turizm-v-respublike-kazahstan.html		87
6	URL_ https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respubliki_kazahstan_premier_ministr_rk/kultupa/id-P1700000406/		73
7	URL_ https://articlekz.com/article/17813		69
8	URL_ https://studopedia.ru/7_124671_koeffitsienti-korrelyatsii-i-determinatsii.html		65
9	URL_ https://kiskinhouse.com/investitsii-v-turizm/		60
10	URL_ https://tengrinews.kz/zakon/pravitelstvo_respubliki_kazahstan_premier_ministr_rk/kultupa/id-P1700000406/		51

>> Документы, в которых найдено подобные фрагменты: из RefBooks

!
Не обнаружено каких-либо заимствований

>> Документы, содержащие подобные фрагменты: Из домашней базы данных

Документы, выделенные жирным шрифтом, содержат фрагменты потенциального плагиата, то есть превышающие лимит в длине коэффициента подобия № 2

№	Название (Название базы данных)	Автор	Количество одинаковых слов (количество фрагментов)
1	Система оценки эффективности деятельности персонала в организации Satbayev University (И_ЭИБ)	Куралбаев Ж.Н.	21 (2)

>> Документы, содержащие подобные фрагменты: Из внешних баз данных

Документы, выделенные жирным шрифтом, содержат фрагменты потенциального плагиата, то есть превышающие лимит в длине коэффициента подобия № 2

№	Название (Название базы данных)	Автор	Количество одинаковых слов (количество фрагментов)
1	Документ из базы НЭУ 52522cb7-3a9c-4a28-a2d5-071ac0a80d1d.docx NARXOZ (NEU) (Information Technology Center)	na	254 (7)
2	Документ из базы НЭУ 51d2b0c1-aabc-4c8b-839e-0725c0a80d1d.doc NARXOZ (NEU) (Information Technology Center)	na	98 (6)

Протокол анализа Отчета подобия

заведующего кафедрой / начальника структурного подразделения

Заведующий кафедрой / начальник структурного подразделения заявляет, что ознакомился(-ась) с Полным отчетом подобия, который был сгенерирован Системой выявления и предотвращения плагиата в отношении работы:

Автор: Махмут Мария

Название: диплом Туризм .doc

Координатор: Нургуль Абдигалиева

Коэффициент подобия 1:24,6

Коэффициент подобия 2:13,2

Тревога:2

После анализа отчета подобия заведующий кафедрой / начальник структурного подразделения констатирует следующее:

- обнаруженные в работе заимствования являются добросовестными и не обладают признаками плагиата. В связи с чем, работа признается самостоятельной и допускается к защите;
- обнаруженные в работе заимствования не обладают признаками плагиата, но их чрезмерное количество вызывает сомнения в отношении ценности работы по существу и отсутствием самостоятельности ее автора. В связи с чем, работа должна быть вновь отредактирована с целью ограничения заимствований;
- обнаруженные в работе заимствования являются недобросовестными и обладают признаками плагиата, или в ней содержатся преднамеренные искажения текста, указывающие на попытки сокрытия недобросовестных заимствований. В связи с чем, работа не допускается к защите.

Обоснование:

.....
.....
.....
.....
.....

30.04.2019

.....

Дата

Подпись заведующего кафедрой /

начальника структурного подразделения

Окончательное решение в отношении допуска к защите, включая обоснование:

К защите допущен.

10.04.2019

Ф.И.О.

Дата

Подпись заведующего кафедрой /

начальника структурного подразделения

АННОТАЦИЯ

Предметом исследования является совокупность социально-экономических отношений, возникающих в процессе развития туризма в Казахстане. Туризм и возрастающий с каждым годом спрос на услуги туризма становятся источником крупных доходов и получения прибыли многих стран. Согласно данным Всемирного Совета по путешествиям и туризму (WTTC) в настоящее время путешествия и туризм являются крупнейшей отраслью мировой индустрии с учетом вклада в мировой ВВП и обеспечения занятости населения. Выводы, сделанные в данной работе и практические рекомендации могут способствовать разработке мероприятий по совершенствованию процесса эффективного управления и реформирования туристской отрасли.

АНДАТПА

Зерттеу тақырыбы - Қазақстандағы туризмді дамытуда туындайтын әлеуметтік-экономикалық қатынастардың жиынтығы. Туризм және туристік қызметтерге деген өсіп келе жатқан сұраныс жыл сайын көптеген елдер үшін үлкен табыстар мен пайда әкеледі. Бүкіләлемдік туризм және туризм кеңесі (WTTC) мәліметтері бойынша, туризм және туризм қазіргі уақытта жаһандық ЖІӨ-ге және жұмыспен қамтуға қосқан үлесін ескере отырып, жаһандық индустриядағы ең ірі индустрия. Осы жұмыста жасалған тұжырымдар мен практикалық ұсынымдар туризм саласын тиімді басқару мен реформалау процесін жетілдіру жөніндегі шараларды әзірлеуге ықпал етуі мүмкін.

ANNOTATION

The subject of the study is a set of socio - economic relations arising in the development of tourism in Kazakhstan. Tourism and the growing demand for tourism services are becoming a source of large income and profit for many countries. According to the world travel and tourism Council (WTTC), travel and tourism is currently the largest industry in the world, taking into account its contribution to global GDP and employment. The conclusions made in this work and practical recommendations can contribute to the development of measures to improve the process of effective management and reform of the tourism industry.

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ
КАЗАХСТАН
Казахский национальный исследовательский технический университет
имени К.И.Сатпаева
Институт Управления проектами им. Э.А. Туркебаева
Кафедра «Бизнес и менеджмент»

Махмут Мария Николаевна

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА
на тему «Оценка влияния развития туризма на экономику Республики
Казахстан»

по специальности 5В050600 - Экономика

Алматы, 2019

Содержание

Введение	12
1 Теоретические аспекты развития туризма	15
1.1 Сущность туризма и его видов	15
1.2 Туризм как фактор экономического роста	22
1.3 Зарубежный опыт развития туризма	29
2 Анализ текущего состояния и проблем развития туризма в Республике Казахстан	36
2.1 Оценка состояния и проблем индустрии туризма в Казахстане	36
2.2 Анализ факторов, действующих на развитие туризма Казахстана	43
2.3 Анализ влияния туризма на показатели развития экономики Казахстана	50
3 Перспективы развития туризма как одного из факторов ускорения экономического развития Казахстана	59
3.1 Туристский потенциал Казахстана и перспективы развития туризма	59
3.2 Совершенствование туристской инфраструктуры и сервиса	63
3.3 Направления развития туристских кластеров в Казахстане	68
Заключение	74
Список использованной литературы	77
Приложения	80

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования.

Туризм и возрастающий с каждым годом спрос на услуги туризма становятся источником крупных доходов и получения прибыли многих стран. Согласно данным Всемирного Совета по путешествиям и туризму (WTTC) в настоящее время путешествия и туризм являются крупнейшей отраслью мировой индустрии с учетом вклада в мировой ВВП и обеспечения занятости населения.

Последующее социально-экономическое развитие Казахстана возможно при условиях расширения внутреннего рынка и повышения конкурентоспособности национальной экономики, ее отдельных производств и отраслей. Одним из приоритетных направлений такого развития страны есть туризм, который в настоящий момент занимает второе место в мировой экономике. Казахстан имеет все объективные предпосылки, чтобы стать одной из развитых туристских стран мира.

Имея огромный туристско-рекреационный потенциал, на котором расположены потенциально привлекательные туристские зоны, туризм Казахстана характеризуется недостаточным уровнем развития. Доля туризма в ВВП составляет по итогам 2018 года 2%. У Казахстана есть все перспективы увеличивать интенсивность его развития в стране для обеспечения роста занятости населения и создания привлекательного инвестиционного климата для иностранных и отечественных инвесторов.

Развитие туризма в Казахстане, возрастающая роль потребителя в формировании спроса на конкретные услуги, как по количеству, так и по качеству объективно выдвигают новые требования. Исследования в области туризма показывают, что практически все сферы жизни и все отрасли экономики сталкиваются с новыми вызовами изменений и модификаций в контексте глобального тренда развития. Туризм в Казахстане не является исключением. В этих условиях в качестве ответа на вызовы, стоящие сегодня перед миром в этой сфере, важно отметить концепцию развития туризма в Казахстане.

На сегодняшний день в Казахстане принят документ¹ «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года». Данный документ содержит программу строительства и реконструкции туристических объектов, развития инфраструктуры туризма и совершенствования туристических продуктов. Создание современного конкурентоспособного туристского продукта способно внести значительный вклад в развитие экономики страны за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения числа рабочих мест, а также обеспечения контроля за сохранением и рациональным использованием культурного и природного наследия. Все это будет способствовать достижению главной цели – к 2050 году создать общество благоденствия на основе сильного государства, развитой экономики и

возможностей всеобщего труда и войти в число 30-ти самых развитых государств мира.

Главной задачей на сегодня является необходимость изучения проблем и вызовов в сфере развития туризма, которое поспособствует развитию других сопутствующих отраслей в Республике Казахстан. Развитие и решение проблем самой отрасли туризма, несомненно, приведет к увеличению возможностей данного рынка и спроса на услуги и как следствие повлияет на развитие экономических показателей Казахстана.

Современное состояние решаемой научной проблемы.

Западная экономическая наука по проблемам туризма разрабатывает методику учета и расчета вклада отрасли в экономику. Здесь выделяются такие авторы: К. Каспар, Ф. Кларк, А. Кох, М. Опперман, К. Рихтер, Х. Рюттер, В. Фрейер.

В современной научной литературе продолжается разработка теоретических вопросов проблем развития туризма учеными по теории экономики и организации современного туризма, в том числе Азара В.И., Биржакова М.Б., Богданова Е.И., Бугроменко В.Н., Гольца Г.А., Горского Л.К., Громова Н.Н., Грымова И.В., Гуляева В.Г., Канторовича Л.В., Карповой Г.А., Кириллова А.Т., Козырева В.М., Котелкина В.И., Кузнецова Ю.В., Ильиной Н.И.

Казахстанские авторы, которые исследовали вопросы развития туризма – Рахимбеква Ж.С., Смыкова М.Р., Ердаuletов С. Р., Садуов А., Ержанова С.К., Сансызбайкызы С., Дуйсен Г.М., Сураганова С.К., Намазбеков М., Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В. и др.

Несмотря на активизацию исследования проблем современного туризма, процесс социально-экономического развития туризма как фактора развития экономики современного Казахстана, остается недостаточно исследован.

Цель работы – разработка рекомендаций по развитию туризма в Казахстане как фактора обеспечения экономического роста.

Задачи дипломной работы:

Раскрыть сущность туризма и его видов.

- 1) Рассмотреть туризм как фактор экономического роста.
- 2) Исследовать зарубежный опыт развития туризма.
- 3) Оценить состояние индустрии туризма в Казахстане.
- 4) Проанализировать факторы, влияющие на развитие туризма в Казахстане.
- 5) Провести анализ влияния туризма на показатели развития экономики Казахстана.
- 6) Оценить туристский потенциал и перспективы развития туризма в Казахстане.
- 7) Предложить пути совершенствования туристской инфраструктуры и сервиса.
- 8) Разработать направления развития туристских кластеров в Казахстане.

Объект исследования – туризм в Казахстане.

Предметом исследования является совокупность социально-экономических отношений, возникающих в процессе развития туризма в Казахстане.

Научная новизна результатов исследования обусловлена постановкой проблемы, недостаточно разработанной в экономической литературе, и состоит в следующем:

- Дано развёрнутое описание туризма, его видов и структурных особенностей.
- Определены основные тенденции индустрии туризма в Казахстане.
- Выявлены факторы, влияющие на развитие туризма в Казахстане.
- Разработаны практические рекомендации по дальнейшему развитию туристской индустрии в Казахстане в современных экономических условиях.

Методологическая основа исследования. В процессе исследования использованы методы ранжирования, анализа, группировки и систематизации данных.

Практическая значимость работы. Данные выводы и практические рекомендации могут способствовать разработке мероприятий по совершенствованию процесса эффективного управления и реформирования туристской отрасли, а также выработке механизма использования туристского потенциала в социально-экономическом развитии Казахстана.

Структура дипломной работы. Данная выпускная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка используемой литературы и приложений.

1 Теоретические аспекты развития туризма

1.1 Сущность туризма и его видов

В современных условиях рыночной экономики сервисная индустрия играет важную роль. От развития сервисной индустрии в большей степени зависит инвестиционная активность предприятий и покупательский спрос населения. В сложившихся условиях, туризм это одно из самых ярких явлений, которое реально проникает во все сферы жизни и изменяет окружающий мир и ландшафт. Туризм стал одним из ведущих направлений социально-экономической, политической и культурной деятельности для многих государств и регионов мира.

Туризм (фр. *tourisme*; *tour* – прогулка, поездка) возник в тот период развития общества, когда потребность человека в получении информации о новых местах, в путешествии как средстве получения этой информации явилась объективным законом развития человеческого общества. Путешествие приносит человеку удовольствие и дает возможность отдохнуть [2].

В Законе РК «О туристской деятельности» туризм рассматривается как путешествие физических лиц продолжительностью от 24 часов до 1 года либо меньше 24 часов, но с ночевкой в целях, не связанных с оплачиваемой деятельностью в стране временного пребывания [3].

Согласно Запесоцкому А.С., туризм – это, во-первых, вид социально-культурной и досуговой деятельности (т.е. все свободные перемещения людей от их места проживания и работы в другую страну или местность в пределах своей страны), во-вторых, это индустрия, производящая услуги, необходимые для удовлетворения потребностей, возникающих в процессе путешествий [4].

Ряд ученых считают туризм формой миграции населения, связанной с временным перемещением внутри страны или из одной страны в другую (В. Преображенский, В. Азар, П. Олдак, Ю. Ведомый). Большинство ученых-экономистов - особой отраслью экономики, относящейся к сфере услуг (Герасименко В., Мацола В. и др.) [5].

Под туристской системой подразумевается специфическая отрасль экономики, которая включает в себя деятельность туристских и экскурсионных компаний, предоставляющих комплекс туристских услуг и продаже туристских товаров с целью удовлетворить потребности людей, появляющихся в период его поездки или путешествия.

Базой туризма являются туристские ресурсы, к которым относятся - природно-климатические, исторические, социально-культурные, оздоровительные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил.

Туризм целесообразно рассматривать как индустрию, которая производит продукцию, а также обеспечивает ее реализацию. Структура туристской индустрии показана на рисунке 1.

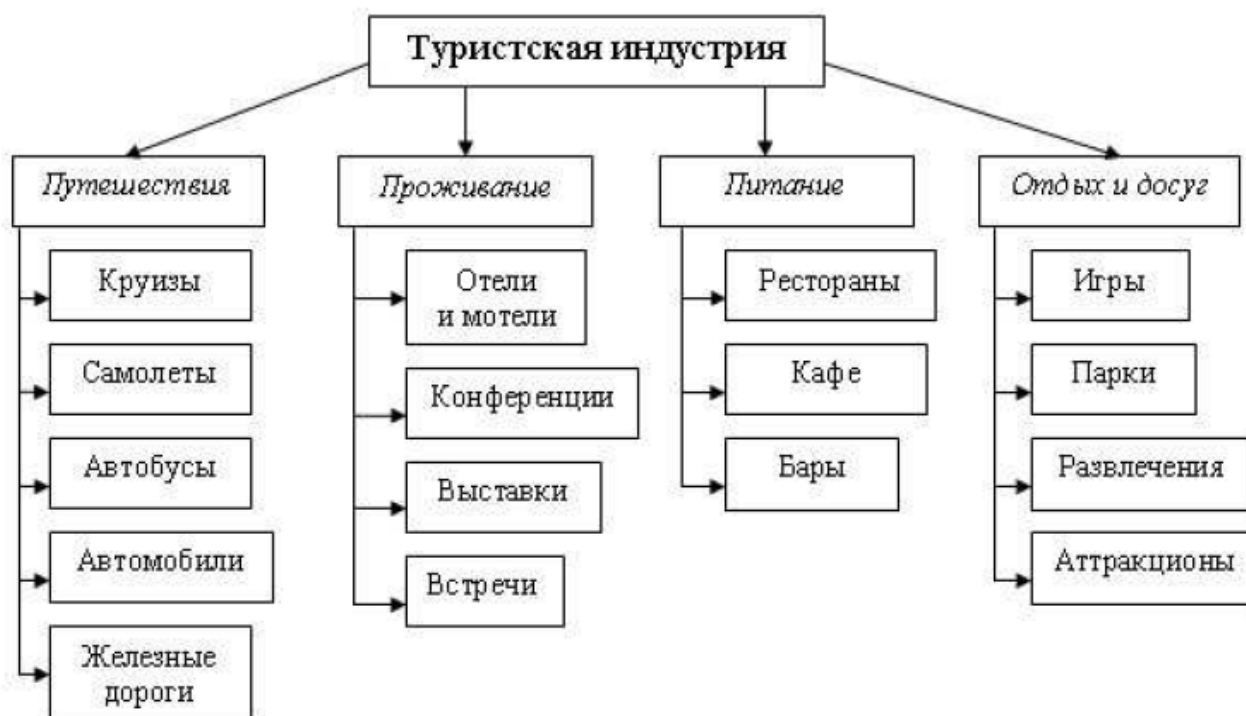


Рисунок 1 – Структура туристкой индустрии
Примечание – источник [6]

К туристской индустрии относится совокупность средств размещения туристов, транспорта, объектов общественного питания, объектов развлечения, объектов познавательного, оздоровительного, делового, спортивного и иного назначения; организаций, осуществляющих туристскую деятельность, а также организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов (гидов-переводчиков) [3].

Основой туристической индустрии является материально-техническая база (МТБ), представляющая собой базу именно для развития организованного туризма.

Материально-техническая база туризма включает:

- туристские фирмы (турагенты и туроператоры),
- пункты сбыта туристских путевок,
- предприятия питания и торговли,
- гостиницы, туристские базы,
- автотранспортные компании, пункты проката туристического инвентаря и снаряжения,
- контрольно-спасательные службы (посты), туристские клубы и т. п.

В качестве критерия классификация объектов МТБ туризма используются три главных признака: виды собственности хозяйствующих субъектов, экономические элементы, виды предоставляемых услуг.

В целом туристическая индустрия опирается на фундамент природных ресурсов. Этот фундамент должен быть привлекательным для отдыхающих и

предпочтительно обладать нетронутой природой. В это же время природные территории должны быть [7]:

а) соответственного размера во избежание переполненности туристами и очередей,

б) безопасными и защищать от разных рисков, например: отравление растениями, загрязнение, наличие опасных насекомых, животных.

Предоставление туристических услуг должно осуществляться в местностях, которые свободны от стихийных бедствий (землетрясения, засуха, наводнения, оползни). Под туризмом подразумевается индустрия, которая включает в себя множество категорий деятельности. Все секторы индустрии туризма взаимосвязаны и связаны друг с другом. К примеру, успех горнолыжного курорта зависит от доставки лыжника на склон, уровня обслуживания при размещении, питания и других услуг, которые предлагаются туристам во время отдыха на курорте. Малые организации, которые соединены с горнолыжными курортами, функционируют как независимые компании, но на самом деле они сильно взаимосвязаны друг от друга. Данная зависимость требует общих усилий, но их бизнес постоянно конкурирует и воюет за потребителей, что затрудняет взаимную работу.

Структура и содержание материально-технической базы комплексов вместе с природно-климатическими факторами также представляют собой одним из важнейших факторов, которые влияют на спрос в туристической сфере. Кредитно-финансовое состояние данного бизнеса определяется набором услуг и их материально-техническим обеспечением. Богатая материально-техническая база и хорошие природно-климатические условия в любое время года привлекают отечественный и иностранный туризм, которые оказывают положительное воздействие в целом на экономику государства.

Более подробно материально-техническая база туристической системы представлена ниже [5]:

- технологические и технические системы жизнеобеспечения;
- сооружения, здания и прилегающая к ним территория;
- бытовая техника;
- инвентарь и техника спортивно-оздоровительного и туристского назначения.

К сооружениям, зданиям вместе с прилегающими к ним территориями относятся: жилые здания (кемпинги, коттеджи, гостиницы и др.), площадки – стоянки для авто, вертолетные, игровые, для развлечений и отдыха и др.

Технологические и технические системы жизнеобеспечения включают: системы канализации, водоснабжения и электроснабжения; радиофикации и телефонизации; пожаротушения; теплоснабжения и отопления; коммуникации; пожарной и охранной сигнализации; кондиционеры воздуха и вентиляции; подъемно-транспортные и грузоподъемные и др.

К бытовой технике относятся такое оборудование и приборы: для оздоровления микроклиматов в помещении; индивидуального пользования

личной гигиены и медицины, электронагревательное; пылеуборочное; холодильное и др.

Техника и инвентарь туристического и спортивного включает: транспорт (мото-, вело -, водно-моторный и др.); игровые автоматы, тренажеры, техника и посуда для приготовления пищи в полевых условиях, техника для ночлега жилья в полевых условиях.

Становление и развитие туристического сектора как отрасли обладает характеристиками системы отдельных экономических показателей, показывающих количественный объем предоставления туристических услуг и их качественные определения, а также экономические величины производственно-обслуживающей деятельности туристических хозяйствующих субъектов.

К системе показателей развития туристической отрасли относятся [8]:

- показатели финансово-экономического состояния туристических компаний;
- объем туристического потока;
- уровень состояния и развития материально-технической базы;
- показатели развития международного туризма.

Рассмотрим подробнее показатели, которые характеризуют состояние и развитие материально-технической базы туристической отрасли, которые определяют ее мощность в этом государстве или регионе.

Сюда входят:

- коечный фонд турбаз, гостиниц, пансионатов, домов отдыха, санаториев и т.п., а также число коек, которые предоставляются местными жителями;
- количество мест в торговых залах организаций питания для туристов;
- количество ванн в водных лечебницах, которые отведены для туристов и т.д.
- количество мест в театрах, которые отведены для туристов.

Усовершенствование материально-технической базы туристического сектора: создание организации туристической индустрии в удаленных малонаселенных и индустриально слабо развитых регионах, но привлекающих туристов (красивым ландшафтом, богатыми охотничьими угодьями, местами, удобными для занятий спортом, и т.п.) содействует развитию подобных регионов и росту экономической эффективности от данной деятельности.

Основные виды туризма показаны на рисунке 2.

Согласно нормам ст.6 Закона «О туристской деятельности», организационными формами туризма в Казахстане признаются международный и внутренний туризм. Внутренний туризм - путешествие в пределах Казахстана граждан РК и лиц, постоянно проживающих на ее территории

Международный туризм включает:

- 1) въездной туризм - путешествия в пределах РК лиц, не проживающих постоянно на ее территории;

2) выездной туризм - путешествие граждан Казахстана и лиц, постоянно проживающих в РК, в другую страну.



Рисунок 2 – Виды туризма по стране постоянного проживания туриста
Примечание – составлено автором на основе источника [3]

Внутренний туризм в отличие от международного не связан с пересечением государственной границы и, следовательно, не требует соблюдения туристских формальностей. Он представляет собой миграционные потоки людей в пределах страны постоянного жительства с туристскими целями. Национальная денежная единица, используемая повседневно, продолжает оставаться средством обращения, а родной туристу язык - средством общения. Такие путешествия сравнительно легко организовать. По некоторым оценкам, на долю внутреннего туризма приходится 80-90% всех туристских поездок, а общий объем расходов на внутренний туризм в 5-10 раз превышает затраты туристов на международные поездки.

Несмотря на существенные различия, международный и внутренний типы туризма теснейшим образом связаны между собой. Внутренний туризм выступает своего рода катализатором международного туризма. Он способствует освоению новых рекреационных ресурсов и районов, созданию базовой туристской инфраструктуры, подготовке специалистов и тем самым оказывает содействие интеграционным процессам и формированию единого мирового туристского пространства.

Внутренний, въездной и выездной туризм могут по-разному сочетаться, образуя, кроме международного, национальный туризм и в туризм в пределах страны [9].

Национальный туризм включает внутренний и выездной туризм и соотносится с категорией национального производства (валового национального продукта).

Туризм в пределах страны охватывает внутренний и въездной туризм и соответствует совокупному внутреннему туристскому потреблению, т.е. суммарным расходам внутренних и иностранных туристов.

Существуют также другие виды туризма. Они показаны ниже в таблице 1.

Таблица 1 – Классификация видов туризма

№	Признак	Виды туризма
1	Цель поездок	Рекреационный, релаксационный, экскурсионный, деловой, конгрессный, этнический, коммерческий, спортивный, образовательный, религиозный
2	Возрастной принцип	Детский, молодежный, среднего возраста, третьего возраста
3	Сезонный признак	Летний, зимний, межсезонный
4	Вид используемого транспорта	Автобусный, авиационный, железнодорожный, пешеходный, автомобильный
5	Продолжительность пребывания в поездке	Краткосрочный (3—6 дней), среднесрочный (7—14 дней), долгосрочный (15 и более дней)
6	География поездок	Межконтинентальный, международный, региональный, местный, приграничный
7	Форма участия	Индивидуальный, групповой, семейный
8	Источники финансирования	Социальный, инсентив-туры, частные туры
Примечание – составлено автором на основе источника [10].		

Специфические характеристики туристской сферы вытекают из особых свойств услуг, которые предоставляются туристскими фирмами [11]. Специфика туристских услуг показана на рисунке 3.

К первой особенности относится большая глубина его проникновения и сложность взаимосвязи между его структурными элементами. Львиная доля туристских организаций имеет небольшие размеры. Только в густонаселенных районах функционируют крупные туристские фирмы.

Специфику туристского продукта связывают с особенностями туристского спроса. Спрос на туристские услуги является неоднородным по трем ключевым причинам. В первую очередь — неосвязаемость и несохраняемость туристского продукта. Сложность работы менеджера туристского агентства состоит в том, чтобы убедить покупателей в уникальности именно его услуги [12].

К следующей особенности туризма как объекта управления относится комплексность туристских услуг. Туристские услуги складываются из комплекса услуг (материальных и нематериальных).



Рисунок 3 – Особенности туризма как элемента сферы услуг
Примечание – составлено автором на основе источника [2]

Важной особенностью туризма является его сезонность, т. е. зависимость туристских услуг, в первую очередь, от природно-климатических условий. Решая проблемы в менеджменте туризма данная особенность должна быть обязательно учтена руководством туристских организаций, потому что колебания спроса могут значительно ухудшать условия работы и прибыльности всей туристской отрасли [13].

Более того, по причине того, что туристская услуга имеет непостоянное качество, присутствует субъективный подход в ее оценке, необходим постоянный контроль, т. е. данная функция менеджмента приобретает в туристском бизнесе особое значение. Туристская услуга является уникальной, невозможно повторить ее во всех аспектах. Даже два тура по одинаковому маршруту у одного и того же турагентства часто проходят по-разному.

Таким образом, туризм может быть определен как совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности. Непосредственно привлечены к туризму авиакомпании, компании по прокату машин, железные дороги, автобусы, гостиницы и рестораны.

1.2 Туризм как фактор экономического роста

Современная тенденция развития туризма подтверждает его возрастающее воздействие на мировую экономику в целом, так и на экономику определенных государств. Туризм рассматривается как крупная агрегированная сфера национального хозяйства, деятельность которой направлена на удовлетворение специфичных потребностей, которые возникают у людей во время отдыха и путешествия. В то же время, туризм обеспечивает подъем экономики региона при формировании эффективной системы регулирования данной сферы.

Мировая опыт свидетельствует, что туристский бизнес по динамичности развития и доходности уступает только добыче и переработке нефти. Согласно информации Всемирной туристической организации, он дает 10% оборота производственно-сервисного рынка, на его долю приходится 5% налоговых поступлений, 7% мировых инвестиций, 6% мирового валового национального продукта.

Исследования показывают, что создание новых рабочих мест в сфере туризма растет быстрее, чем в любом другом секторе. По оценкам WTTC, в настоящее время на глобальном уровне, в отрасли путешествий и туризма занято около 236 миллионов человек, и по прогнозам в ближайшем десятилетии эта цифра вырастет до 303 миллионов [14].

Ключевые функции туризма показаны на рисунке 4.



Рисунок 4 – Функции туризма

Примечание – источник [15]

Туризм способствует удовлетворению коммуникативной потребности человека - потребности в общении и обмене информацией. Увеличивается число туристских поездок с целью посещения друзей и родственников, установления гуманитарных и деловых контактов. Туризм играет важную роль в развитии мирных и дружественных отношений между народами, расширении межнациональных контактов [16]. «Туризм следует рассматривать, прежде всего, в контексте экономических отношений стран и континентов. Чем более регулярный характер имеют международные туристские связи, тем более предсказуемой оказывается мировая экономика, а мировая конъюнктура - стабильной», - к такому выводу на основе анализа современного состояния туризма пришли канадские ученые.

Эта отрасль представляет собой благоприятную среду для функционирования компаний малого бизнеса, которые способны развиваться без бюджетных субсидий. Предприятия туризма являются перспективными для привлечения иностранных инвестиций в короткие сроки и в широком масштабе [17].

Кроме экономического эффекта туризм играет и значительную социальную роль, которая выражается в рациональном использовании свободного времени, заполнении его деятельностью, которая направлена на возобновление и расширенное воспроизводство физических и духовных сил человека. Развитие туризма увеличивает ориентацию экономики на человеческие потребности людей. Существенное место туризм занимает также в воспитании подрастающего поколения: расширении объема его знаний и интересов, формировании эстетических вкусов, отношении к обществу и окружающей среде.

По причине разностороннего воздействия туризма, государственными законодательными актами Казахстана признают его одной из приоритетных отраслей экономики государства. Но, все же, в современных условиях состояние туристического бизнеса Казахстана полностью не соответствует возможностям экономики и потребностям населения в туристических услугах.

Специфическим свойством туристической системы является то, что данная отрасль государственной экономики предоставляет право на потребление конкретного вида услуг, в то же время сами услуги формируются в других отраслях экономики. В туристической системе выделяются три экономические функции: обеспечения занятости, производственная функция и создания дохода. Группа ученых считает также необходимым дополнить данный перечень экономических функций двумя функциями - сглаживание региональных диспропорций, и баланс колебаний платежного баланса.

Место туристической системы в экономическом комплексе страны определяется осуществлением этих функций. Экономические функции туристической системы показаны на рисунке 5.

Важность и масштабность туристической системы подтверждает ее принадлежность к отраслям экономики страны стратегического уровня, что требует постоянного государственного планирования, с целями:

- стимулирования политики занятости,
- обеспечения пропорционального развития отраслевых и территориальных экономических комплексов,
- создания предпосылок роста бюджетных доходов и управления уровнем платежного баланса, развиваются все отрасли, связанные с производством туристских услуг (магазины, рестораны, гостиницы, выставки), социальная и производственная инфраструктура в туристских центрах;
- увеличение местного дохода, валютных поступлений, рост уровня жизни местного населения;
- активизация деятельности центров народных промыслов и развитие культуры.



Рисунок 5 - Экономические функции туризма
Примечание – составлено автором на основе источника [18]

Туристическая система имеет сильные связи с другими отраслями экономики: экологическими, финансово-экономическими и социально-культурными и др. Часто эффекты данных отраслей являются неконтролируемыми субъектами туристической деятельности.

Туризм, оказывая влияние на такие смежные отрасли, как телекоммуникации и транспорт, строительство, торговля, сельское хозяйство и другие, содействует социально-экономическому развитию регионов.

По данным статистики для 83% стран мира туризм на сегодняшний день является одним из пяти главных источников дохода, а для 38% стран мира туризм — это ключевой источник дохода. Кроме того, туризм занимает

лидерскую позицию и первое место в мире среди всех остальных отраслей экономики по числу рабочих мест. Тогда как в 2005г. в сфере туризма работало 115 млн. человек, то эксперты прогнозируют, что в 2020г. будет сформировано 550 млн. рабочих мест в мире [19].

Главный обмен туристами происходит между государствами — поставщиками туристов, в то же самое время из этих же стран создается существенный поток туристов в развивающиеся страны. Выездной туризм в развивающихся странах довольно слабый [20].

Все специалисты в области туризма сходятся во мнении, что в основе развития туризма лежит экономический и социальный прогресс. Более детальный анализ позволяет среди многочисленных факторов, воздействующих на развитие туризма, выделить главные: политические, экономические, социально-демографические, культурно-познавательные, научно-технические.

Итак, развитие туристической системы играет важную роль в решении социально-экономических проблем. Во многих странах мира именно за счет туризма созданы новые рабочие места, обеспечивается поддержание высокого уровня жизни населения, созданы предпосылки для улучшения платежного баланса государства. Вместе с развитием туристической системы повышается уровень образования, совершенствуется система медицинского обслуживания населения, внедряются новые средства распространения информации и т.д. Туризм оказывает влияние на развитие и сохранение культурного потенциала, способствует гармонизации отношений между разными народами и странами, стимулирует коммерческие структуры, общественные организации и правительство активно участвовать в оздоровлении и сохранении окружающей среды.

Туризм является тем рычагом, использование которого позволяет оздоровить всю национальную экономику государства. Во многих странах туризм играет значительную роль в создании валового внутреннего продукта (ВВП), обеспечении занятости населения, создании дополнительных рабочих мест и благоприятного влияния на внешнеторговый баланс. Этот сектор оказывает немалое влияние на такие ключевые отрасли экономики, как производство товаров широкого потребления, строительство, связь и транспорт, сельское хозяйство. Развитие туристической системы возможно только при развитии ее материально-технической базы и инфраструктуры.

Внутренний туризм выступает своеобразным катализатором социально - экономического развития и является одним из самых прибыльных направлений в мире. На сегодняшний день роль и значение туристической системы значительно возросли.

В «Концепции развития туризма до 2023 года» перечислены главные социальные и экономические предпосылки для того, чтобы считать туризм одним из национальных приоритетов в экономическом развитии Казахстана [1]:

1) рост доходов народа, поступлений в бюджет, улучшение социального настроения, создание новых рабочих мест, в том числе в селе и далёких регионах;

2) вклад в развитие регионов и сёл Казахстана, в частности развитие инженерных и транспортных сетей, туристской инфраструктуры в далёких районах, развитие пунктов пропуска через границу РК;

3) развитие культуры предпринимательства среди населения, ведение семейного, малого бизнеса, в том числе с помощью реализации важных туристских проектов в наиболее перспективных регионах туристских кластеров;

4) стимулирование возможностей развития в смежных отраслях экономики, в том числе торговля, сельское хозяйство, легкая и пищевая промышленность, транспорт, машиностроение, креативная индустрия, непромышленная сфера;

5) повышение узнаваемости республики на региональном и мировом рынках за счет активного странового маркетинга и продвижения бренда Великого Шелкового пути;

6) влияние на формирование положительных и результативных межкультурных отношений, которые способствуют продвижению национальных и межгосударственных связей, в том числе включая продвижение культурно-познавательного, социально-культурного, детско-юношеского, спортивного, этнографического, медицинского, научного и иных видов туризма, которые способствуют пропаганде ценностей идеи "Мәңгілік Ел";

7) бесценное и большое историко-культурное наследие Казахстана, которое включено в Список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, а также в список государственных памятников истории и культуры на республиканском уровне.

С целью достичь национальные цели по диверсификации экономики и повысить благосостояние и качество жизни туристическая сфера должна быть организована в конкретных туристских кластерах. В них должны быть конкурентоспособный туристский бизнес с квалифицированными сотрудниками, предлагающий уникальные туристские продукты для внутренних и иностранных туристов. Совершенствование в этом направлении должно воздействовать на мощный и стабильный рост доходов от туристского сектора для всех заинтересованных институтов – государство, бизнес и работники.

Развитие въездного и внутреннего туризма в Казахстане будет зависеть от ряда рыночных тенденций в целом в туризме, экономике, демографии, экологии, технологиях и прочих сферах.

Развитие туризма определяется, с одной стороны, условиями, характерными для данной территории, а с другой стороны – результатами деятельности субъектов туристического бизнеса: чем благоприятнее условия для функционирования и развития туризма, тем выше ожидается от него отдача, обеспечивающая вклад в развитие экономики всех уровней.

Показатели, характеризующие уровень развития туризма в определенном регионе, были сгруппированы в два блока. К первому отнесем факторные показатели условий функционирования туризма, а ко второму – показатели результатов его функционирования. Они показаны на рисунке 6.

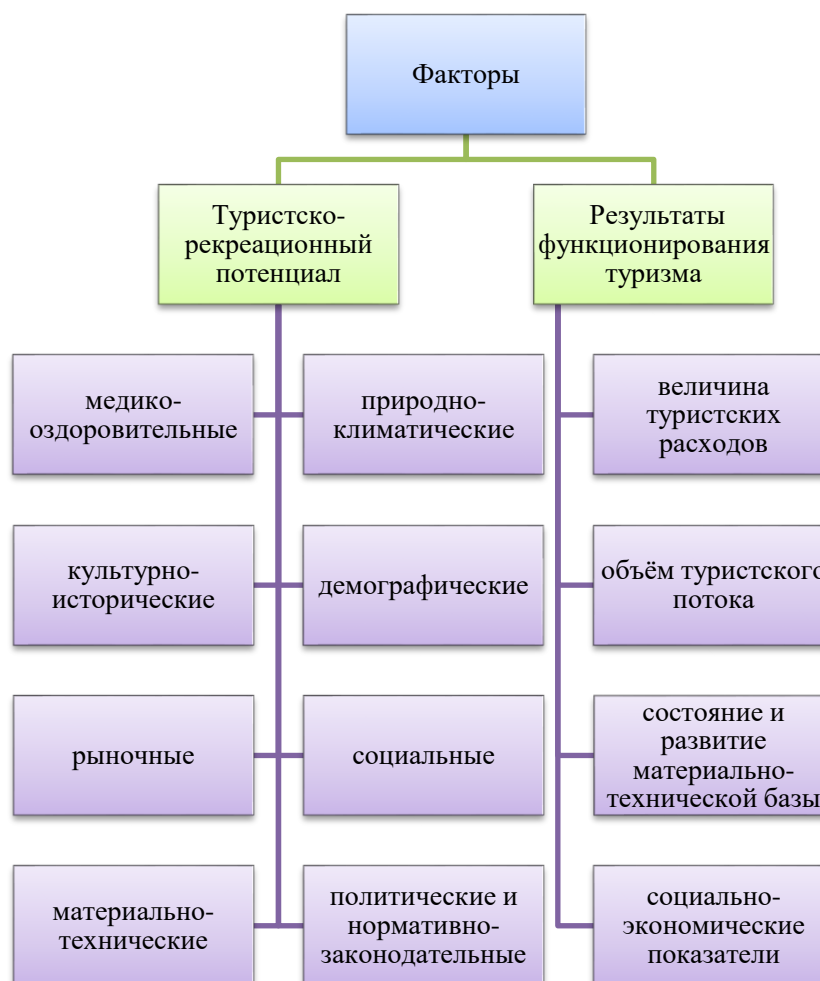


Рисунок 6 – Факторы, влияющие на развитие туризма
Примечание – составлено автором на основе источника [21]

В первом блоке можно выделить следующие группы факторных показателей:

- медико-оздоровительные: количество специализированных санаторно-курортных учреждений и мест в них (на единицу площади дестинации), количество подтвержденных (лицензированных, действующих) уникальных методик реабилитации и лечения;

- природно-климатические: уровень климатической привлекательности страны, привлекательности морских купаний, оценка эмоциональной привлекательности природных ресурсов региона, площадь заповедников;

- культурно-исторические: количество объектов культурного наследия, открытых для посещения; коэффициент пропускной способности объектов культурного наследия, уровень привлекательности объектов культурного наследия;

- демографические: доля трудоспособного населения в общей численности населения региона, уровень экономически активного населения;

– рыночные: уровень финансирования туристского и санаторно-курортного комплекса, коэффициент разнообразия видов туризма, уровень привлекательности фискальной политики, соответствия цены качеству турпродукта; конкурентоспособности персонала;

– социальные: количество зафиксированных случаев заболеваемости, уровень преступности, толерантности населения к туристам;

– материально-технические: пропускная способность отелей и других средств размещения, уровень развития транспортной инфраструктуры, развития туристической инфраструктуры, привлекательности жизненного цикла бизнеса (возможность расширения рамок сезонности);

– политические и нормативно-законодательные: уровень политической стабильности региона принимающей стороны, её доступности, информированности о стране, показатели эффективности нормативно-правового регулирования туристической деятельности и природопользования.

К блоку показателей результата функционирования туризма относятся показатели, отражающие количественный объём реализации туристских услуг и их качественную составляющую:

– объём туристского потока: общее количество туристов, посетивших дестинацию (организованных и неорганизованных), туродней (ночевок, койко-дней), коэффициент годовой загрузки здравниц и других средств размещения;

– величина туристских расходов: величина средних расходов туриста в данной территории, а также величина расходов, связанных с предоставлением туристских услуг;

– состояние и развитие материально-технической базы: темпы роста количества санаторно-курортных учреждений, средств размещения и предприятий туризма, уровень совершенствования туристической инфраструктуры территории;

– социально-экономические показатели: объём предоставленных туристских услуг, отчислений в бюджеты всех уровней, вес отдельных дестинаций в налоговых сборах, объём инвестиций в туристский и санаторно-курортный комплексы, удельный вес местных жителей, занятых в обслуживании туристов, от общего числа экономически активного населения.

Такая группировка показателей, характеризующих тенденции развития туристического бизнеса, позволяет решать задачи определения степени связи, близости, согласованности между двумя наборами показателей – результирующих и факторных – в зависимости от целей решаемых задач.

Таким образом, с туризмом прямым или косвенным способом связано больше 30 отраслей экономики. Для его результативного развития необходима качественная инфраструктура, включающая дороги, гостиницы, предприятия питания. Всё это даёт возможность решать важные актуальные проблемы регионов, создавать рабочие места и преодолевать неоднородность экономического развития.

1.3 Зарубежный опыт развития туризма

В данное время туризм в разных государствах развивается довольно неравномерно. Главным образом, туристы отправляются из высокоразвитых стран, которые являются государствами — поставщиками туристов, как их определяет Всемирная туристская организация. К этой группе относятся страны, в которых процент граждан, выезжающих в заграницу, превышает десять. Число таких государств незначительно – около 12-17, но их перечень постоянно пополняется. Раньше в их число, кроме высокоразвитых стран Северной Америки, Северной, и Западной Европы и Японии, входили районы Персидского залива, страны Восточной Европы. На сегодняшний день их место активно занимают новые индустриальные государства, а также развивающиеся страны, которые достигли высокой степени развития,- Сингапур, Республика Корея и др.

Всемирной Туристской Организации при ООН (ЮНВТО) опубликован рейтинг стран, где побывало больше всего туристов. Рейтинг стран по количеству туристов из-за рубежа представлен в таблице 2.

Таблица 2 – Рейтинг стран по количеству туристов из-за рубежа, млн. чел. в 2016 и 2017 гг.

Место	Страна	2016 г.	2017 г.
1	Франция	82,7	86,9
2	Испания	75,3	81,8
3	США	76,4	76,9
4	Китай	59,3	60,7
5	Италия	52,4	58,3
6	Мексика	35,1	39,3
7	Великобритания	35,8	37,7
8	Турция	30,3	37,6
9	Германия	35,6	37,5
10	Таиланд	32,6	35,4

Примечание – источник [22].

Успех Испании можно объяснить ее уникальным предложением как культурных, так и природных ресурсов, в сочетании с развитой инфраструктурой туристических услуг, воздушным транспортным сообщением (9-е место в мировом рейтинге туристической конкурентоспособности T & T) и решительной политической поддержкой [23],

Самой популярной у путешественников всего мира страной уже много лет остается Франция. Париж и Лазурный берег, вина Бордо и французские Альпы. Из-за террористических актов 2015 и 2016 годов страна потеряла позиции (пять мест) в области охраны и безопасности, но международный поток оставался стабильным. Пришлось значительно снизить цены гостиниц и билетов, а также налоги. Культурные ресурсы, транспорт (7-е место) и воздушное сообщение (13-

е место) продолжают помогать развитию французской конкурентоспособности T & T.

Законодательная база Франции, а именно в сфере прав граждан, позволила сделать туризм доступным для всех категорий населения.

Во-первых, это высокая средняя зарплата 2410 евро в месяц.

Во-вторых, это целенаправленная модель развития социального туризма. Во Франции система функционирования социального туризма построена на организации отпускных чеков, и в 2014 году открылся фонд с капиталом в размере 75 млн. евро для поддержки семей с низким доходом путём обеспечения приемлемых предложений [24].

В-третьих, это трудовое законодательство, в котором четко указывается, что каждому французу положены 5 недель отпуска в год, а если сотрудник работает не 35 часов в неделю, а все 39, то ему добавляют ещё 2 недели. Это привело к огромному местному туристскому потреблению в объёме 105,9 млрд. евро в 2016 году.

Туризм во Франции, как в любой стране европейского союза, базируется на межрегиональном туризме: 70 % иностранных туристов во Франции являются жителями европейского союза, или 82 % жителями всей Европы. Благодаря интеграционному процессу, отмене визового режима, небольших расстояний между государствами и современной транспортной системе, формируется возможность привлечения дополнительных туристов из других надежных регионов.

Италия как страна имеет огромный туристский потенциал и конкурентные преимущества. Туристов привлекает высокий уровень сервиса и широкий выбор услуг. Так, в Италии развиты практически все виды современного туризма, по сезонам. Всемирно известная история страны: Венеция, Флоренция, Рим, красота природы, мировые произведения искусства, культурные памятники, разные религиозные праздники, мода и итальянский стиль жизни, вино и гастрономия - вот те ключевые конкурентные преимущества, которые сделали Италию важным туристическим центром мирового уровня [25].

Китай постепенно выдвигается в лидеры международного туристского рынка. За десять лет Китай вышел с седьмого на четвёртое место по количеству прибытий. Китай, занимающий четвертое место по количеству прибытий, находится только на шестой линии по доходам от туризма, отдав четвёртое и пятое места Италии и Великобритании соответственно.

Китай активно использует преимущества взаимодействия с международными организациями, которые способствуют развитию международного туризма: Всемирная туристская организация, Фонд охраны природы, ВТО, ЮНЕСКО, Всемирный фонд дикой природы [26]. Благодаря данным организациям были определены территории для развития международного туризма. Путём активного сотрудничества с местными организациями была сформирована эффективная и современная индустрия туризма. Влияние международных организаций способствовало вливанию местных инвестиций в туристский бизнес, активизации местного населения в

развитии туризма. Была выбрана туристская политика, ориентированная на устойчивое развитие туризма, осуществлялось применение принципов сбалансированности потребления природных ресурсов и экологичности. Туристская индустрия получила значительную поддержку со стороны правительства, коммерческих и некоммерческих организаций [27].

Анализируя данные, можно определить, что в странах – мировых лидерах по международному въездному туризму практически всегда сочетаются природно-рекреационные туристские ресурсы и историко-культурные достопримечательности. Хотя общепризнанно, что среди видов туризма в мире лидирует рекреационный, затем следуют экскурсионный и бальнеологический, самым популярным видом, трудно поддающимся статистике, является пляжный рекреационный в сочетании с экскурсионным.

В современную эпоху многие государства прилагают огромные усилия для привлечения новых туристов. Особенно это характерно для стран Европы, где происходит процесс «старения» их туристского продукта. Термин «старение» не говорит о физической изношенности объектов тур интереса. Речь идет о том, что многие туристы начинают свое знакомство с миром именно с тур поездок в европейские страны, и в числе первых посещают Италию, Францию, Испанию, Чехию. Кроме того, туристские объекты европейских государств настолько растиражированы средствами массовой информации, что многие туристы воспринимают их как давно знакомые и известные, как уже посещенные

Анализ международного опыта стран, определивших туризм как приоритетное направление экономики, показал ряд наиболее эффективных мер государственной поддержки туристской деятельности [1]. Они показаны на рисунке 7.

К ним относятся:

1) политические решения и длительная поддержка государственными органами.

1.1) Королевство Марокко.

В начале 2001 года король Марокко Мохаммед VI сделал туризм стратегической отраслью экономики. Государственными органами Марокко были разработаны стратегические планы развития туризма "Видение-2010". Главный элемент обозначенной стратегии - это план по строительству 6 современных новых курортных зон на берегу.

Чтобы реализовать этот план в 2007 году было решено сформировать новый орган по инвестициям в туризм - SMIT (Марокканское общество инжиниринга в туризме), базирующийся на определенных государственных предприятиях. SMIT выполняет такие задачи: выделяет земельные участки для постройки новейших прибрежных зон; разрабатывает планы и ТЭО для строительства, закупает и продаёт земельные участки, организует строительство туристических зданий и привлекает различных инвесторов.

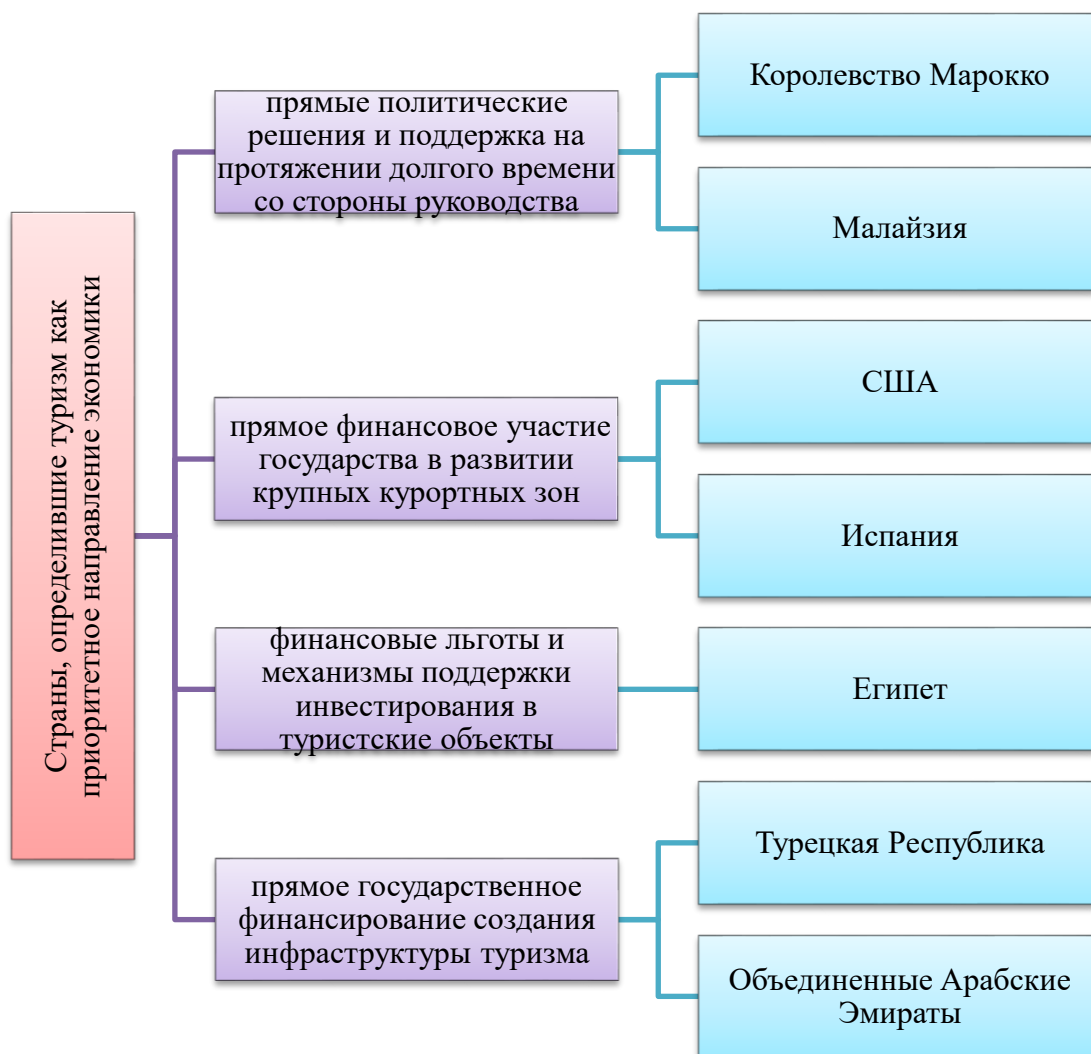


Рисунок 7 - Страны и их меры по развитию туризма

Примечание – составлено автором на основе источника [1]

Кроме того при реализации стратегического плана "Видение-2010" большое значение для развития туристского сектора имел процесс либерализация воздушного сообщения. В 2006 году был подписан двусторонний договор по вопросу открытого воздушного пространства с Европой.

Данная либерализация состояла, главным образом, в разрешении садится на их земле авиаперевозчиков новых авиалиний и низкобюджетных авиаперевозчиков из Европы. Также создавались новые национальные малобюджетные авиаперевозчики AtlasBlue, Jet4You и новые авиа-маршруты. Всё это способствовало заметному понижению цен на авиабилеты и суммарному росту международного потока туристов со всего мира.

1.2) Малайзия.

Ещё с 1990-х годов туризм стал занимать важное место в 5-летних планах по экономическому развитию Малайзии. Были разработаны тактические планы по развитию круизного, сельского, экологического туризма, предоставлялись налоговые льготы. Некоторые компании освобождались от налога на прибыль

или им предоставлялись льготы при решении реинвестировать в модернизацию отелей и иных объектов туризма. Предлагалось полностью освободить задействованные фирмы от импортных пошлин.

2) прямое финансовое участие государственных органов в развитии крупных курортных зон с помощью формирования специальных фондов и операторов.

2.1) Соединенные Штаты.

В 70-е годы Правительство Америки создало Национальный фонд по развитию туризма FONATUR на основе слияния 2ух фондов

- INFRATUR (Фонд по развитию инфраструктуры туризма),
- FOGATUR (Фонд гарантирования и продвижения туризма).

Главная цель FONATUR была развивать 5 важных прибрежных курортных зон – Лорето, Хаутулько, Лос-Кабос, Инкара и Канкун. С целью поддерживать эти курорты, FONATUR стал заниматься вопросами регионального планирования, привлечения кредитов и средств инвесторов, городского строительства, а также решением вопросов по земельной собственности и сектора недвижимости. На сегодняшний день после видимых результатов FONATUR уже играет не главную роль в процессе развития курортов и ключевые усилия направляет на развитие государственно-частного партнёрства.

С того времени прошло 50 лет. Но благодаря тем шагам на сегодня США имеет превосходную сервисную инфраструктуру (3-е место в рейтинге T&T), которая даёт возможность получать туристам доступ к широчайшим природным (10 место) богатствам и культурным (13-е место) достопримечательностям, а также решать вопросы по бизнес-поездкам [23].

2.2) Королевство Испания.

В 60-е годы глава Испании создал государственную организацию ENTURSA, которая отвечала за строительство и управление отелями, которые были предназначены для пляжного отдыха. В дальнейшем львиную долю данных отелей приватизировали частные компании.

3) финансовые льготы и поддержка вливания инвестиций в туристские объекты.

Египет. В 70-е годы издали Закон об организации СЭЗ (свободных экономических зон) и дали разрешение создавать совместные предприятия государственным компаниям и международным инвесторам. Иностранным инвесторам полагалось освобождение от налогов более, чем на 15 лет, гарантии со стороны правительства на права собственности на земельные участки. Международных инвесторов привлекало, что они получили гарантии от государства по отношению к капиталу и могли вывозить полученную прибыль за границу;

4) государственная поддержка создания инфраструктуры туризма (обеспечение компетентными кадрами, информацией), а также реализация крупных проектов в туризме.

4.1) Объединенные Арабские Эмираты.

В 2006 году была сформирована компания по развитию и инвестированию в туризм. Правительством ОАЭ было выделено грантов более 3 млрд. долл. США, что помогло организации привлечь большие заёмные средства из-за рубежа. Крупнейший известный проект - искусственный остров Саадият.

4.2) Турецкая Республика.

В 70-е годы турецкие госорганы разработали планы проектов по развитию туризма и стали реализовывать проекты по улучшению инфраструктуры для отрасли.

Итак, мировой опыт демонстрирует, на успешность туристической сферы влияет активная поддержка госорганов в развитии требующейся инфраструктуры. Обеспечении развития туризма является одним из значительных факторов успеха.

Форм государственной поддержки может быть множество. Однако, можно обозначить определённые примеры, соответствующие текущему состоянию государственного регулирования туристского сектора в Казахстане:

- активная роль государственных органов в модернизации страны посредством прямого участия в экономике;
- нет естественного развития курортных зон,
- отсутствие инфраструктуры,
- слабое развитие санаторно-курортного туризма.

В рассмотренных примерах государства сталкивались с подобными проблемами, но старались создавать новые предложения с помощью централизованного развития курорта даже «с нуля», строило инфраструктурные элементы и туристские объекты. На коммерческие объекты в данных зонах направлялись государственные средства или привлекались частные инвестиции. Чаще всего, государством создавалось для таких целей национальное предприятие, деятельность которого имела квази-коммерческую направленность.

Данные примеры показали реальный успех как в вопросах мощного стимула для развития туристской сферы, так и в вопросах возвратности инвестиций государства.

Мировой опыт подтверждает значительную результативность Destination marketing organizations – профессиональных "организаций по управлению и маркетингу дестинаций" (ДМО), которые работают как в региональном, так и в национальном разрезе.

Так, важное значение в продвижении Италии на международных рынках принадлежит Национальному управлению Италии по туризму ("ENIT"). К его главным функциям относятся маркетинговые исследования, координирование мировой деятельности местных туристских органов. "ENIT" находится в подчинении у центральной исполнительной власти и в полном объеме финансируется из бюджетных ресурсов (более 30 млн. долл. США ежегодно).

В Испании похожая маркетинговая ветвь тоже существует – это организация «Turspain», которая входит в структуру Министерства индустрии,

энергетики и туризма и отвечает за продвижение туризма Испании на мировой арене.

Внешним маркетингом в Германии занимается Немецкий центр туризма. Организацию сформирована федеральным правительством и имеет филиалы в других странах. К ключевым целям учреждения относятся формирование и укрепление имиджа Германии в качестве страны, привлекательной для туристов.

Организация по увеличению туристов во Францию – это Национальный туристский дом Франции, который финансируется из государственного бюджета.

Таким образом, опыт зарубежных стран показывает, что развитый туризм является результатом поэтапного социально-экономического прогресса и либеральной политики страны. В условиях экономической и политической стабильности, при государственно-частном партнерстве строится строго ориентированная система управления туризмом. Важное значение имеет ориентированное трудовое законодательство со значительной финансовой поддержкой туризма как отрасли, инфраструктуры, объектов культурного наследия, а также непрерывная подготовка и аттестация работников туристической индустрии.

2 Анализ текущего состояния и проблем развития туризма в Республике Казахстан

2.1 Оценка состояния и проблем индустрии туризма в Казахстане

Казахстан, имея богатый туристско-рекреационный потенциал, характеризуется недостаточным уровнем развития туризма. Казахстан – страна с богатым историческим и культурным наследием. Расположенный в центре Евразии Казахстан оказался на перекрестке древнейших цивилизаций мира, пересечении транспортных артерий, социальных и экономических, культурных и идеологических связей между Западом и Востоком, Югом и Севером.

Кроме природных достопримечательностей Казахстан богат историко-культурными памятниками, расположенными на Великом Шелковом пути, имеющими всемирное значение. Это – это одно из приоритетных направлений развития туризма в Казахстане.

По состоянию на 1 января 2018 года в Казахстане функционировали 2 031 туристская организация, 2987 мест размещения, обслужено посетителей 5279, что на 8,5% выше показателя предыдущего года.

Количество обслуженных посетителей в местах размещения в Казахстане в 2013-2017 гг. показано на рисунке 8.

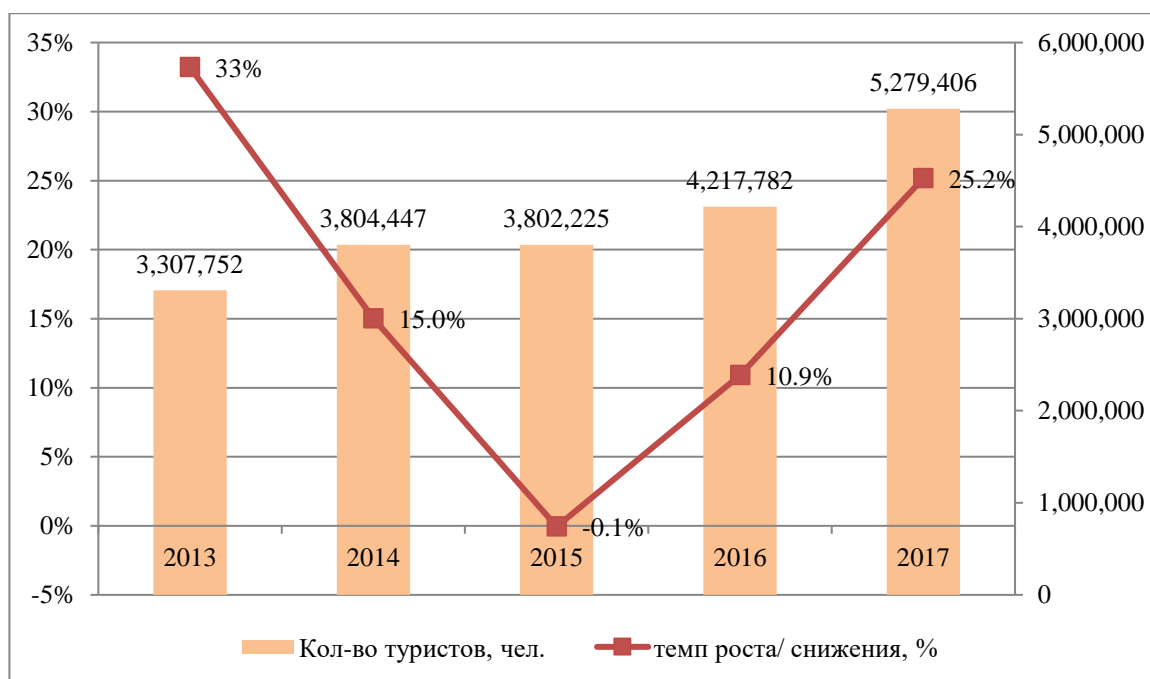


Рисунок 8 - Количество обслуженных посетителей в местах размещения в Казахстане в 2013-2017 гг.

Примечание – составлено автором на основе источника [28]

По итогам 2017 года в результате проведения ЭКСПО в Казахстан приехало свыше 7 млн посетителей, это на 18% больше предыдущих лет. На 20% увеличились потоки внутреннего туризма (около 6 млн посетителей). Каждый оставил в экономике страны от 50 до 350 долларов за посещение. Именно тогда впервые с момента обретения независимости Казахстан получил четкие очертания на мировой карте туризма.

По данным Комитета по статистике МНЭ РК количество туристов ежегодно растет на 15%. Это объясняется тем, что в последнее время экотуризм стал популярней в Казахстане и других странах СНГ.

Число мест размещения по категориям представлено на рисунке 9.

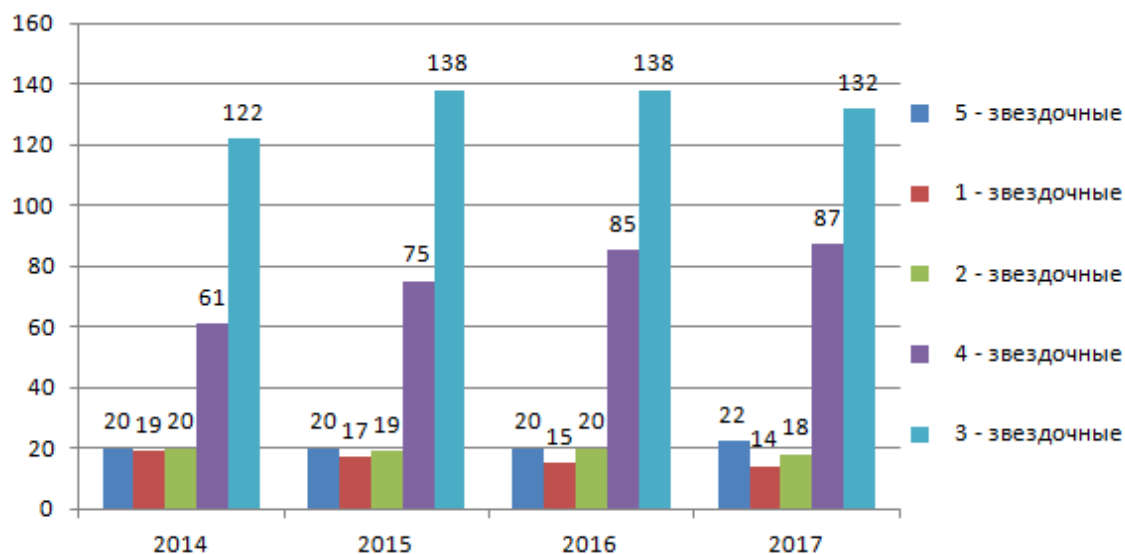


Рисунок 9 - Число мест размещения по категориям в Казахстане, 2014 – 2017 гг.

Примечание – источник [28]

Основная часть мест размещений (63,3%) сконцентрирована в Восточно-Казахстанской, Алматинской, Акмолинской, Карагандинской, Южно-Казахстанской области.

Следует отметить, что по типам объектов, выбранным туристами для размещения, 88,1% посетителей размещались в гостиницах (45,8% посетителей – в гостиницах с категорией и 42,3% посетителей – в гостиницах без категории). В тоже время 11,9% посетителей предпочли разместиться в прочих местах.

В 2017 г. 23,7% посетителей Казахстана были зарегистрированы на территории города Нур-Султан и Акмолинской области. В тоже время, процент туристов из Алматы и Алматинской области составляет 22,4%. Следует отметить, что города Алматы и Нур-Султан имеют равные с областью права, в связи с чем жители этих двух городов были выделены отдельно. Процент посетителей из различных городов Восточно-Казахстанской области составил 12,5%. Количество туристов из Карагандинской, Атырауской и Мангистауской областей составило 7,8%, 7,5% и 5,2% соответственно. Из других областей и стран прибыло 20,9% туристов.

Структура обслуженных посетителей по странам происхождения: 79,5% казахстанских посетителей (в 2016 году 70,2%), из посетителей-нерезидентов (722 515 человек) – 31,4% посетителей из Российской Федерации, 7,4% посетителей из Китайской Народной Республики, 5,9% посетителей из Соединенных Штатов Америки, 5,9% посетителей из Турецкой Республики, 4,5% посетителей из Федеративной Республики Германия, 2,9% посетителей из Республики Италия и 42,0% посетителей из других стран (рисунок 10).

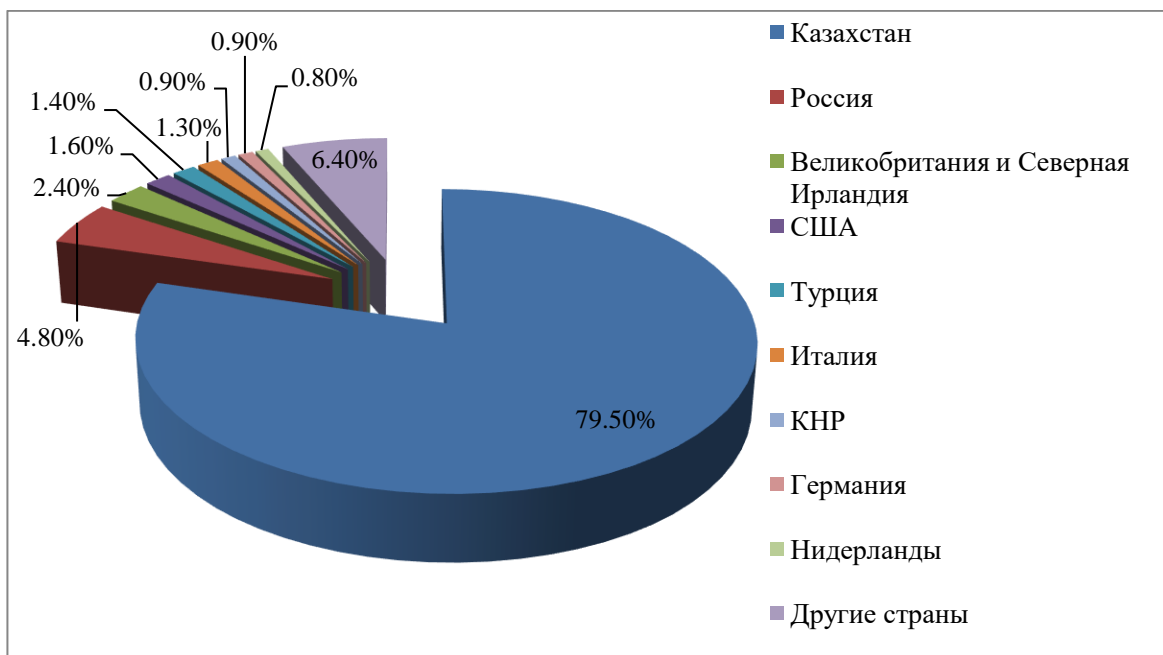


Рисунок 10 - Страны происхождения туристов
Примечание – источник [28]

Исходя из данных рисунка 10, можно сделать вывод, что основную часть туристов составляют выходцы из Казахстана (79,5%).

По целям поездок: процент деловых и профессиональных поездок равен 69,6%. В тоже время досуг, отдых и рекреация – 25,0%, посещение друзей и родственников – 3,0%, 2,4% - другие цели.

Примечательно, что казахстанские туристы путешествовали больше в целях отдыха и рекреации (30,7%), в то время как иностранные посетители посещали Казахстан исключительно в деловых и профессиональных целях (93,2%).

90 процентов иностранных посетителей – граждане стран СНГ, таких как Россия, Кыргызстан и Узбекистан. Оставшиеся 10 процентов – это граждане Китая, Турции и Ирана, развитых стран и прочие (Приложение 2).

В Глобальном индексе конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ) Казахстан занял 81-е место из 141 страны, ненамного улучшив свои позиции по сравнению с предыдущим индексом 2015 года — 85-е место.

ИКПТ оценивает страны по 93 показателям по 5 основным категориям: 1) благоприятная среда; 2) политика в секторе туризма и благоприятные условия;

3) инфраструктура и 4) культурные и природные ресурсы, 5) электронная готовность основываясь как на качественных, так и количественных данных. Рейтинг индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ) отдельных стран показан в таблице 3.

Таблица 3 - Рейтинг индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ) отдельных стран, 2017 г.

Страна	Место
Испания	1
Китай	15
Россия	43
Турция	44
Азербайджан	71
Казахстан	81
Киргизия	115
Примечание – источник [23].	

Это достаточно низкий показатель. По некоторым позициям рейтинга, таким как международная открытость, эффективность маркетинга и брендинга, качество сервиса, эффективность использования природных ресурсов, господдержка отрасли и приоритетность сектора туризма, транспортной инфраструктуры и др. Казахстан находится в конце и даже ниже первой сотни. В то же время, согласно ИКПТ ВЭФ 2017, в Казахстане сложилась благоприятная среда для ведения бизнеса. Показатель здоровья и гигиены улучшился за последние два года, и страна стала более конкурентоспособной в плане цен [29].

Больше всего низких показателей у Казахстана встречается в таких категориях как «Приоритизация туризма», «Экологическая устойчивость» и «Наземная и портовая инфраструктура», а самые низкие показатели (ниже 100) в таких категориях как

- «Квалификация рабочей силы»,
- «Готовность ИКТ»,
- «Приоритизация туризма»,
- «Международная открытость»,
- «Экологическая устойчивость»,
- «Наземная и портовая инфраструктура»,
- «Инфраструктура туристского сервиса»,
- «Природные ресурсы» и «Культурные ресурсы и бизнес путешествия».

Для улучшения показателей необходима планомерная работа в долгосрочной перспективе.

Конкурентоспособность туризма в странах евразийского континента показана в таблице 4.

Таблица 4 – Конкурентоспособность туризма в странах евразийского континента (максимальный балл – 7)

	место из 136 стран	бизнес среда	политика в туризме и условия	инфраструктура	культурные и природные ресурсы	Электронная готовность
Российская Федерация	43	4,1	4,3	6,7	4,8	5,0
Грузия	70	5,3	6,0	6,1	4,8	4,5
Азербайджан	71	4,6	5,8	6,1	5,0	5,0
Казахстан	81	4,9	5,5	6,7	4,8	4,9
Армения	84	4,9	5,9	5,9	4,8	4,3
Украина	88	3,7	3,5	6,6	4,9	4,2
Таджикистан	107	4,3	5,7	5,7	4,9	2,3
Кыргызская Республика	115	4,4	5,0	5,8	4,4	3,6
Средний уровень по Евразии		4,5	5,2	6,2	4,8	4,2
Примечание – источник [23].						

Среди стран евразийского континента Казахстан занимает срединное положение.

Улучшение позиций в первую очередь обусловлено улучшением показателей конкурентоспособности цен (с 49-го на 8-ое место). Данные показаны в таблице 5.

Таблица 5 – Улучшение показателей конкурентоспособности цен в ИКПТ 2017 г. Казахстана

Критерий индекса	2015 г.		2017 г.	
	Место (из 141)	оценка	Место (из 136)	оценка
Стоимость билетов и сборы аэропортов (0-100)	53	82.9	24	90.0
Цены в отелях, \$	72	160.8	25	90,2
Паритет покупательной силы (PPP), \$	76	0.6	60	0.4
Цены на топливо, \$ за литр	29	101	14	64.0
Примечание – источник [30].				

В рейтинге конкурентоспособности цен в сфере туризма Казахстан занимает 8 место из 136 стран. Данная высокая позиция связана с девальвацией августа 2016 года, из-за чего цены для иностранных резидентов в РК значительно снижены. К примеру, по итогам 2013 года по конкурентоспособности цен в сфере туризма Казахстан занимал лишь 73 место и по индексу цен на гостиницы – 102 место. Тогда как по итогам 2016 года, в международном рейтинге по стоимости размещения в гостиницах Казахстан занимает уже 25 место из 136 стран (США – 56 место, Турция – 27 место, Россия – 11 место).

По таким аспектам, как безопасность и защищенность из сопоставимых стран Казахстан уступает лишь Малайзии, но по инфраструктуре туристских услуг Казахстан занимает позицию лишь выше Китая, уступая всем остальным странам сопоставления – Бразилия, Турция, Малайзия, Россия и ЮАР. Однако в области охраны здоровья и гигиены Казахстан находится в числе лидеров, занимая шестое место в рейтинге из 136 стран.

По качеству окружающей природной среды Казахстан находится лишь на 99 месте среди 136 государств рейтинга. В то же время в стране имеется множество великолепных природных и культурных объектов, туристический потенциал которых пока не реализован в полном объеме.

Инфраструктура туризма развивается медленно, что снижает потенциал расширения гостиничного бизнеса. В частности, по уровню обеспеченности гостиничными номерами Казахстан занимает лишь 82 место в рейтинге из 136 стран.

Кроме того, Казахстан добился значительных улучшений показателей по культурным ресурсам и деловым поездкам, переместившись с 101-го на 75-ое место. Данные представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Показатели конкурентоспособности культурных и спортивных туристических ресурсов Казахстана в ИКПТ 2017 г.

Критерий индекса	2015 г.		2017 г.	
	Место (из 141)	Оценка	Место (из 136)	Оценка
Количество культурных объектов Всемирного наследия (кол-во)	58	3	61	3
Количество устного и нематериального культурного наследия	41	2	22	7
Спортивные стадионы, кол-во больших стадионов	91	3	90	3
Количество встреч международных ассоциаций, средний за послед. 3 года	101	5,7	87	9
Цифровой спрос на культурный и развлекательный туризм	104	3	105	3
Примечание – источник [30].				

При этом стоит отметить, что средний балл остается на крайне низком уровне (1,6), в большей степени связанный с низким цифровым спросом по

культуре и развлечениям (3 балла из 100), небольшим количеством спортивных стадионов и встреч на международном уровне (90 и 87 место из 136).

Индекс дает возможность индустрии туризма выделить перед национальными высшими должностными лицами вызовы конкурентоспособности в сфере туризма, которые требуют политического внимания и создать диалог между заинтересованными сторонами, для формирования соответствующих политик и действий.

Подводя итоги, укажем, что анализируя состояние туризма в Казахстане на современном этапе необходимо, прежде всего, отметить определенную положительную динамику его развития. Несмотря на небольшие коррективы, внесенные мировым экономическим кризисом, темпы роста туризма в Казахстане продолжают демонстрировать положительную динамику/

Ситуацию, сложившуюся сегодня на рынке внутреннего туризма характеризуют следующие факторы: спрос на туристские услуги в Казахстане ограничен материальными возможностями граждан, небольшим количеством баз отдыха, обеспечивающих достаточный уровень комфорта. Несогласованность интересов во взаимоотношениях туроператоров внутреннего рынка и предприятий санаторно-курортного комплекса страны приводит к неудовлетворенности потребностей казахстанских граждан.

Ключевые проблемы развития туризма в Казахстане представлены на рисунке 11.



Рисунок 11 - Ключевые проблемы развития туризма в Казахстане

Примечание – составлено автором

И международные, и казахстанские аналитики называют ряд проблем развития казахстанского туризма. Это, прежде всего:

- слабая общенациональная и – тем более – туристская инфраструктура,
- недостаток квалифицированных кадров,
- административные барьеры по развитию малого в целом и малого турбизнеса в частности,
- слабое развитие и недостаточное государственное внимание к маркетингу отечественного турпродукта.

Также присутствует проблема нехватки финансовых ресурсов в отечественную индустрию - во многом потому, что отечественных бизнесмены слабо сориентированы и простимулированы к развитию отечественного турбизнеса.

2.2 Анализ факторов, действующих на развитие туризма в Казахстане

Были выявлены основные факторы, которые влияют на развитие туризма в Казахстане на основе статистической информации.

1) Цены

Результатом значительного количества не классифицируемых объектов из размещения могут являться низкое качество сервиса и низкая посещаемость с учетом высоких цен. Цены на проживание в местах размещения с высоким уровнем гостиничных услуг гораздо выше, чем в аналогичных гостиницах в ведущих туристских дестинациях мира. Средняя стоимость стандартного номера в 5* гостинице в гг. Нур-Султан и Алматы ориентировочно на 20% выше средней стоимости стандартного номера в ведущих европейских городах и туристских дестинациях мира. Все это отрицательно влияет на заполняемость, которая не превышает 25% (рисунок 12).

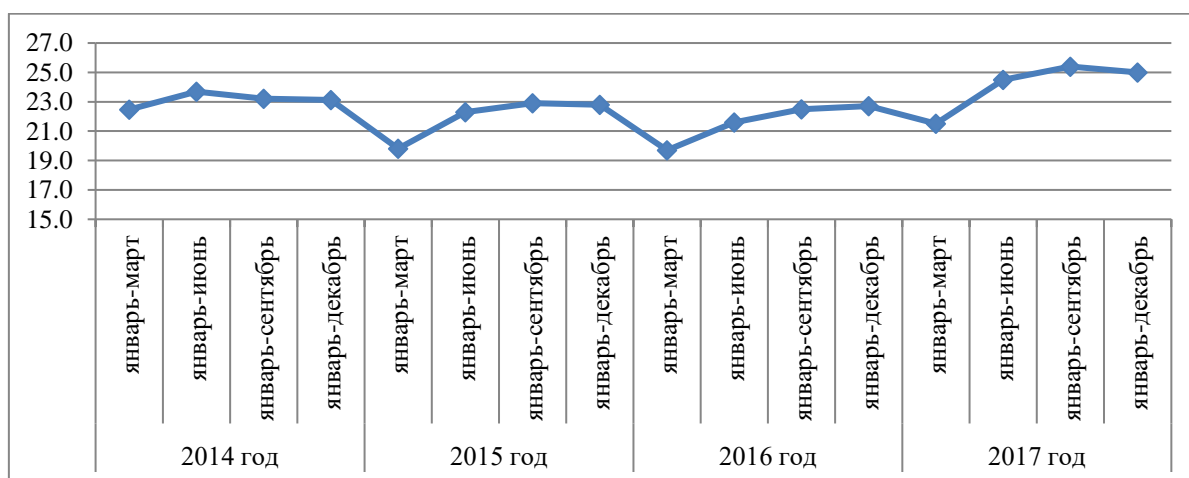


Рисунок 12 – Заполняемость гостиниц (койко-мест) в 2014 -2017 гг., %

Цены на услуги в других местах размещения – пансионатах, туристских базах, приютах, кемпингах, общежитиях для приезжих и других ориентировочно на 25-30% ниже.

Завышенные цены связаны с недостатком конкурентной среды и сильной зависимостью от бизнес-туристов. Предлагаемые туристские услуги, включая гостиничные, предоставляются с ограниченным сервисом и являются слабо регулируемы. Следует отметить, что высокая цена на проживание и авиабилеты значительно увеличивают стоимость тура в Казахстан и, соответственно, снижают его конкурентоспособность по цене на международном рынке.

2) Материально-техническая инфраструктура туризма

Для исследования зависимости влияния фактора был выбран корреляционно-регрессионный анализ.

Корреляционный анализ — метод обработки статистических данных, с помощью которого измеряется теснота связи между двумя или более переменными. Корреляционный анализ тесно связан с регрессионным анализом (также часто встречается термин «корреляционно-регрессионный анализ», который является более общим статистическим понятием), с его помощью определяют необходимость включения тех или иных факторов в уравнение множественной регрессии, а также оценивают полученное уравнение регрессии на соответствие выявленным связям (используя коэффициент детерминации) [31].

Коэффициент корреляции может варьировать в пределах от -1 (отрицательная корреляция) до +1 (положительная корреляция). Если коэффициент корреляции равен 0 то, это говорит об отсутствии корреляционных связей между переменными. Причем если коэффициент корреляции ближе к 1 (или -1) то говорится о сильной корреляции, а если ближе к 0, то о слабой [32].

Были собраны и аккумулированы статистические данные о состоянии материально-технической базы туризма Казахстана. В качестве показателей развития туризма были взяты две категории:

- Объем услуг, оказанный местами размещения
- Количество обслуженных туристов

Корреляция между показателями развития материально-технической инфраструктуры и показателями развития туризма показана в таблице 7.

Таблица 7 – Корреляция между показателями развития материально-технической инфраструктуры и показателями развития туризма

у	Объем услуг, оказанный местами размещения	Количество обслуженных туристов
x		
Количество мест размещения	0,98	0,90

Предоставлено койко-суток местами размещения	0,91	0,81
Валовый выпуск услуг транспорта, млн. тенге	0,98	0,93
Примечание – источник [33].		

Чаще всего используется такая шкала:

$|r| \leq 0,25$ – слабая корреляция;

$0,25 < |r| < 0,75$ – умеренная корреляция (корреляция средней силы);

$|r| \geq 0,75$ – сильная корреляция.

В данном случае зависимость между показателями развития материально-технической инфраструктуры и показателями развития туризма очень высокая.

При положительной корреляции увеличение (или уменьшение) значений одной переменной ведет к закономерному увеличению (или уменьшению) другой переменной т.е. взаимосвязи типа увеличение-увеличение (уменьшение-уменьшение).

Уравнение регрессии: зависимость объема туристических услуг от количества мест размещения показаны на рисунке 13.

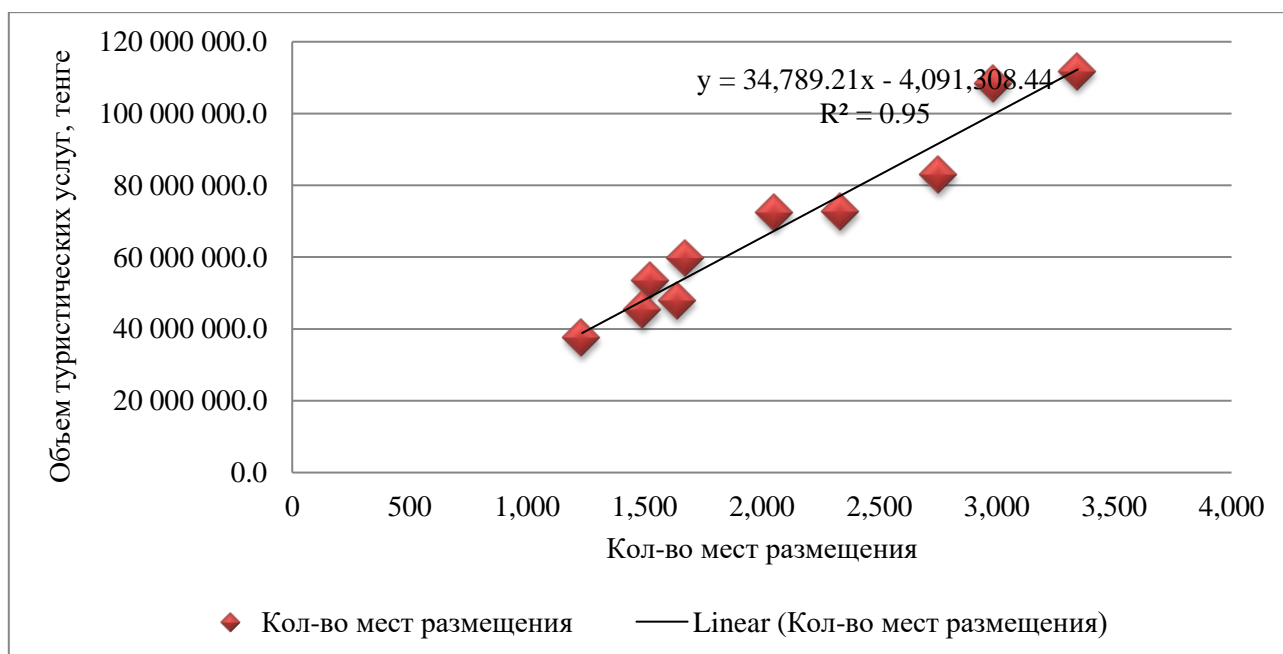


Рисунок 13 - Уравнение регрессии: зависимость объема туристических услуг от количества мест размещения

Примечание – составлено автором на основе источника [28]

В первую очередь обращаем внимание на R-квадрат и коэффициенты.

R-квадрат – коэффициент детерминации. В данном случае он равен 0,95, или 95%. Это означает, что расчетные параметры модели на 95% объясняют зависимость между изучаемыми параметрами. Чем выше коэффициент детерминации, тем качественнее модель. Коэффициент выше 0,75, поэтому зависимость достаточно сильная.

Коэффициент 34789,21 показывает весомость переменной X (количество мест размещения) на Y (объем туристических услуг). То есть количество мест размещения в пределах данной модели влияет на объем туристических услуг с весом 34789,21 (это большая степень влияния). Знак «+» указывает на положительное влияние: чем больше мест размещения, тем больше объем оказанных туристических услуг.

Темпы роста количества санаторно-курортных учреждений, средств размещения и предприятий туризма, уровень совершенствования туристической инфраструктуры – все это в совокупности положительно влияет на привлекательность туристической отрасли.

Из этого следует, что необходимо расширять материально-техническую базу туризма в Казахстане, увеличивать количество мест размещения разной категории звезд.

3) Инвестиции

Инвестиции в туризм – это вложения государства и частных предпринимателей и инвесторов, а также пополнение бюджетов разных уровней, увеличение рабочих мест и дохода, развитие забытых районов. Отечественный туризм постепенно начинает развиваться и выходить на уровень зарубежных стран, с каждым годом наращивая темпы. Чтобы двигаться в данном направлении, нужна программа выстраивания и развития, которая включает в себя следующие этапы: создание конкурентоспособных курорто – оздоровительных и туристических услуг, разработка и внедрение природоохранных мероприятий, полноценно разработанная нормативно – правовая база инвестиций и предпринимательства, инвестиции для обслуживания и обеспечения транспортом, развития инфраструктуры.

Инвесторы разных отраслей могут спонсировать направление «туризм»: физические и юридические лица; общественные организации и фонды; туристические объединения; инвестиции со стороны государства; капитальные вложения иностранных инвесторов; совместные проекты инвесторов и государства; финансовые компании.

При инвестировании в туризм, нужно понимать, что в любом бизнесе есть риск износа. Поэтому финансирование такого направления должно быть постоянным. Также стоит уделять внимание всем структурам туризма, так как даже мелкие элементы имеют значение. Поэтому инвестиции должны охватывать весь спектр деятельности. Также к рискам такого туристического бизнеса относятся: местонахождение объекта инвестиций и направление деятельности. Влияние могут оказывать и экономика в стране, рынок товаров и обслуживание. Чаще всего бизнес туризма – сезонный, например, горнолыжный курорт, морской пляж или экзотические места. Все зависит от климатических условий места, где находится инвестиционный объект [34].

Корреляция между инвестициями в основной капитал и объемом туристических услуг Казахстана составляет 0,97 (сильная положительная), количеством обслуженных туристов 0,84 (сильная положительная, но немного меньше предыдущего показателя).

Инвестиции в основной капитал – совокупность затрат, направленных на создание и воспроизводство основных средств (новое строительство, расширение, а также реконструкция и модернизация объектов, которые приводят к увеличению первоначальной стоимости объектов.

Уравнение регрессии: зависимость объема туристических услуг от инвестиций в основной капитал показаны на рисунке 14.

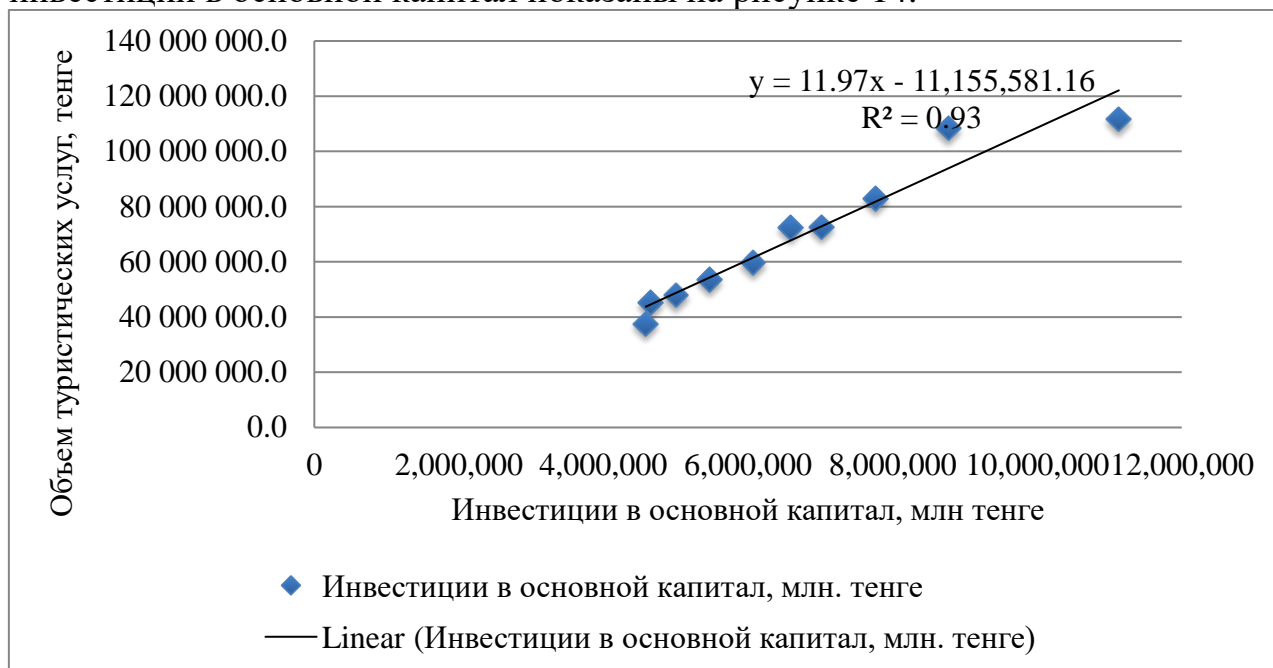


Рисунок 14 – Уравнение регрессии: зависимость объема туристических услуг от инвестиций в основной капитал

Примечание – составлено автором на основе источника [28]

Коэффициент детерминации = 0,93 (высокий), данной регрессионной модели можно доверять и использовать для прогнозирования. При развитии туризма затрагиваются такие вопросы, как окружающая среда, которые требуют дополнительных расходов.

Используются инвестиции в нескольких направлениях: для создания туристического бизнеса требуются инвестиции, которые создадут активы нового предприятия или организации; средства на ремонт существующих туристических предприятий, например, расширение производства или внесение существенных изменений.

Таким образом, чем больше инвестиций будет вливаться в основной капитал, тем интенсивнее будет развиваться туризм и увеличиться объем предоставляемых туристических услуг.

4) Заработанная плата

Заработанная плата играет важную роль в развитии туризма. С одной стороны, чем больший доход у среднестатистической казахстанской семьи, тем большая вероятность, что она поедет в отпуск на каникулы (как внутри страны, так и за рубежом). С другой стороны, чем выше оплата труда у сотрудников туристической отрасли, тем выше их производительность и мотивация, а значит

и качество предоставляемого сервиса, что в дальнейшем положительно сказывается на количестве приезжающих туристов.

Корреляция между доходами населения и показателями развития туризма Казахстана показана в таблице 8.

Таблица 8 - Корреляция между доходами населения и показателями развития туризма Казахстана

x	y	Объем услуг, оказанный местами размещения	Количество обслуженных туристов
Среднемесячная номинальная заработная плата одного работника, тенге		0,97	0,93
Среднедушевые номинальные денежные доходы населения, тенге		0,98	0,93
Примечание – составлено автором на основе источника [28].			

Все рассчитанные корреляции превышают 0,75, поэтому зависимость можно назвать сильной положительной: чем выше доход (зарплата), тем больше объемов туристов прибывает и путешествует по Казахстану.

Уравнение регрессии: зависимость количества обслуженных туристов от заработной платы представлено на рисунке 15.

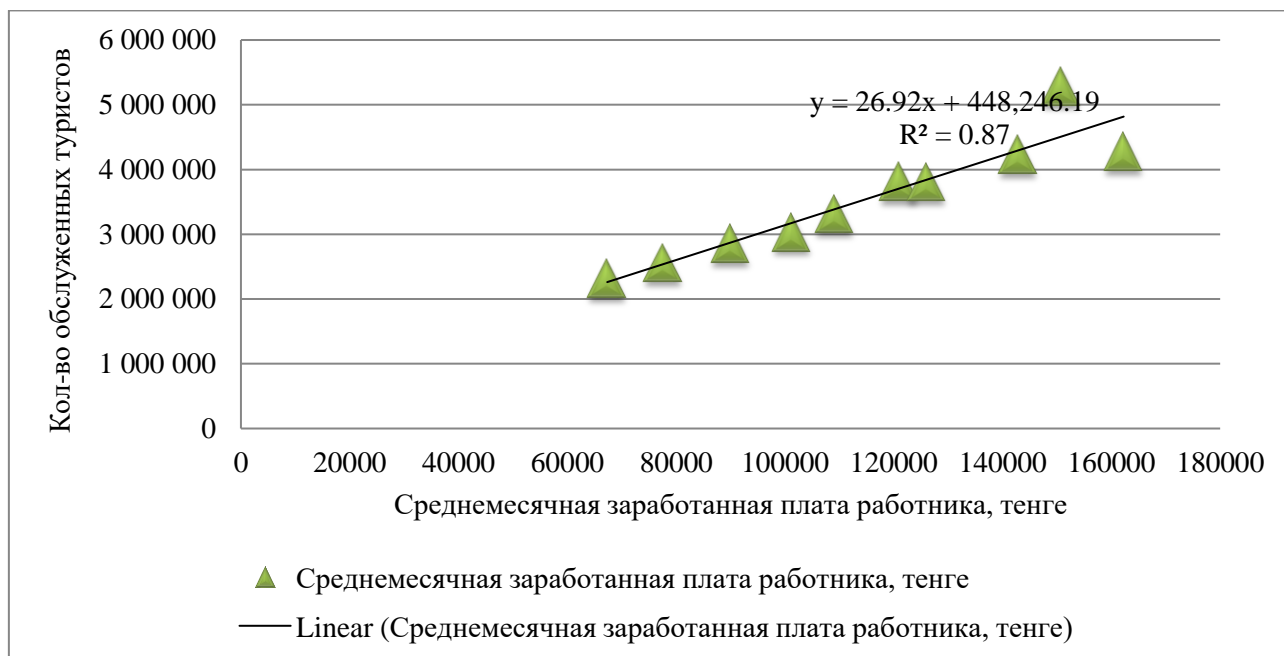


Рисунок 15 – Уравнение регрессии: зависимость количества обслуженных туристов от заработной платы

Примечание – составлено автором на основе источника [28]

Коэффициент детерминации равен 0,87, значит 87% вариации количества обслуженных туристов обусловлена ростом заработной платы населения, а на 13% - влиянием прочих факторов. 0,87 больше 0,75, поэтому регрессионной модели можно доверять, зависимость очень высокая.

5) Количество занятых работников

Корреляция между количеством занятых и показателями развития туризма Казахстана показана в таблице 9.

Таблица 9 - Корреляция между количеством занятых и показателями развития туризма Казахстана

х \ у	Объем услуг, оказанный местами размещения	Количество обслуженных туристов
Наемные работники всего, тыс. чел.	0,94	0,93
Количество занятых в туризме (проживание и питание), тыс. чел.	0,93	0,93
Уровень молодежной безработицы (15-28 лет), в процентах	-0,86	-0,87
Примечание – составлено автором на основе источника [28].		

Зависимость между количеством занятых и объемом оказанных туристических услуг высокая – 0,93.

Объем услуг, оказанный местами размещения и уровень молодежной безработицы имеют отрицательную сильную корреляцию. При отрицательной корреляции увеличение (или уменьшение) значений одной переменной ведет к закономерному уменьшению (или увеличению) другой переменной т.е. взаимосвязи типа увеличение-уменьшение (уменьшение-увеличение).

Чем меньше становилась молодежная безработица, тем большим становился объем оказанных туристических услуг населению. Можно предположить, что молодежь в возрасте 15-28 лет находит работу в туристическом секторе. Тем самым повышается молодежная занятость и развивается туризм.

Важной особенностью туристского продукта, отличающей его прежде всего от промышленных товаров, является широкое участие людей в производственном процессе. Таким образом, человеческий фактор оказывает сильное влияние на его неоднородность и качество. Персонал в индустрии туризма является одним из основных ресурсов конкурентных преимуществ организации, и, следовательно, качество обслуживания в туристских организациях зависит от знаний, мастерства и сознательности их служащих.

Динамичное развитие отрасли требует соответствующего кадрового обеспечения. Одна из проблем сферы туризма в Казахстане на сегодняшний день — низкий уровень качества сервиса и, как причина, — недостаточное количество квалифицированных кадров.

Уравнение регрессии: зависимость количества обслуженных туристов от количества занятых в туризме показана на рисунке 16.

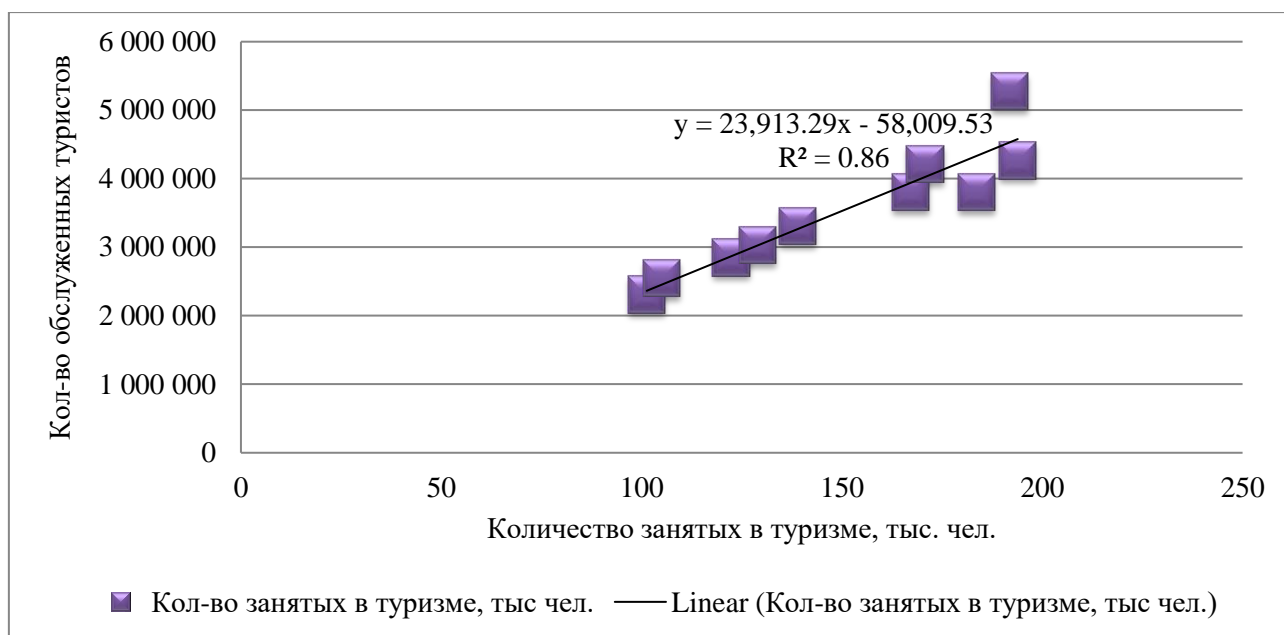


Рисунок 16 – Уравнение регрессии: зависимость количества обслуженных туристов от количества занятых в туризме

Примечание – составлено автором на основе источника [28]

Коэффициент детерминации – 0,86, немного меньше, чем при оценке предыдущих факторов, но все равно высокий (превышает 0,75).

Чем больше человек занято в туризме, тем выше уровень сервиса и тем больше туристов приезжает в Казахстан. Корреляционно-регрессионная модель подтвердила данный вывод графически и расчетами.

В результате было установлено, что на объём туристского потока значительное влияние оказывает ряд показателей: цены на туристические услуги, материально-техническая инфраструктура туризма, инвестиции, заработанная плата, количество занятых работников.

2.3 Анализ влияния туризма на показатели развития экономики Казахстана

В первую очередь важно положительную динамику в гостиничной индустрии, где происходит как количественный, так и качественный рост. Ежегодно увеличивалось количество туристских фирм и число занятых в туризме. Однако с углублением мирового экономического кризиса и ухудшением – из-за его влияния – с середины 2010-х гг. социально-экономической ситуации и в самой Республике Казахстан эти положительные динамические процессы замедлились [35].

Общеизвестно, что для страны важно развитие въездного туризма. Это объясняется тем, что въездной туризм имеет ряд преимуществ с экономической точки зрения, среди которых:

- поступления финансовых средств в страну в виде иностранной валюты за счет продажи путевок и за счет покупки услуг и товаров в стране посещения;
- стимулирование развития гостиничного сектора в стране;
- стимулирование формирования развитой инфраструктуры туризма;
- развитие смежных с туризмом отраслей;
- создание дополнительных рабочих мест;
- инициация проведения полномасштабных социологических и маркетинговых исследований для создания необходимого туристского продукта.

Однако ситуация с казахстанским турбизнесом пока такова, что импорт казахстанцами международных туруслуг существенно выше экспорта отечественной туриндустрии. Об этом свидетельствуют и данные казахстанской официальной статистики.

Количество обслуженных туристов по видам туризма в 2016-2017 гг, показано в таблице 10.

Таблица 10 – Количество обслуженных туристов по видам туризма в 2016-2017 гг., тыс. чел.

	Выездной	Въездной	Внутренний
Всего в 2017 г.	10260,8	7701,2	5 562,9
из них			
местами размещения		891,9	4 387,5
санаторно-курортными учреждениями		2,4	285,8
особо охраняемыми природными территориями		372,3	889,6
Всего в 2016 г.	9755,6	6509,4	4 645,9
Примечание - источник [28].			

На протяжении многих лет платежный баланс страны по статье "Поездки" является отрицательным и составляет порядка – 109,3 млн. долларов США.

Казахстан остается "туристским донором" для таких стран как Турецкая Республика, Китайская Народная Республика, Объединенные Арабские Эмираты, Королевство Таиланд, где интенсивно развивается индустрия туризма, создаются новые рабочие места, улучшается структура платежного баланса и растет благосостояние населения.

Спрос казахстанских туристов на выездной туризм представляет потерю доли бизнеса для туристских дестинаций и объектов размещения в Казахстане,

поэтому закономерно предполагать, что с качественным развитием туризма в республике определенное количество отечественных туристов, отдыхающих сейчас за рубежом, отдадут предпочтение казахстанским туристским дестинациям, осуществляя расходы на туризм в пределах страны.

Количество мест размещения и число работников в них по регионам Казахстана в 2017 г. показано в таблице 11.

Таблица 11 - Количество мест размещения и число работников в них по регионам Казахстана в 2017 г.

	Количество мест размещения			Списочная численность работников, чел.			Сезонные работники
	всего	в том числе		всего	в том числе		
		город	село		постоянные работники		
					мужчин	женщин	
Республика Казахстан	2 987	1 714	1 273	27 644	9 366	18 278	518
Ақмолинская	281	138	143	2 260	768	1 492	33
Ақтөбинская	98	57	41	935	253	682	8
Алматынская	449	148	301	2 472	744	1 728	43
Атырауская	85	61	24	1 521	535	986	7
Западно-Казахстанская	72	50	22	690	187	503	11
Жамбылская	154	105	49	547	130	417	4
Қарағандинская	232	172	60	1 798	507	1 291	72
Қостанайская	119	63	56	803	180	623	3
Қызылординская	90	59	31	436	104	332	-
Маңғыстаучкая	78	54	24	1 363	415	948	1
Туркестанская	224	159	65	1 344	524	820	46
Павлодарская	97	54	43	841	225	616	41
Северо-Казахстанская	101	48	53	466	161	305	7
Восточно-Казахстанская	505	144	361	2 159	741	1 418	72
Нур-Султан (бывш. Астана) г.	218	218	-	4 730	1 711	3 019	19
Алматы г.	184	184	-	5 279	2 181	3 098	151
Примечание – источник [28].							

Туризм оказывает влияние на занятость и снижение безработицы в регионах, развитие малого и среднего предпринимательства. Большое значение имеет тот факт, что активно участвует в экономических процессах сёла.

Так, в Алматинской области 301, а в Восточно-Казахстанской 361 сельских жителей получили работу в сфере туризма. Для Казахстана вопрос сельской занятости очень актуальный и острый.

Расходы внутренних туристов на территории Казахстана в 2017 г. показаны в таблице 12.

Таблица 12 - Расходы внутренних туристов на территории Казахстана в 2017 г., тыс. тенге

	В личных целях		В деловых и профессиональных целях	
	Тыс. тенге	%	Тыс. тенге	%
Всего	230 715 112,4	100,0%	32 834 838,8	100,0%
страховка	2 391,0	0,0%	8 160,9	0,0%
проживание в местах размещ.	42 473 869,0	18,4%	9 133 343,2	27,8%
услуги транспорта	39 270 800,0	17,0%	6 986 225,0	21,3%
аренда транспортных средств	271 309,8	0,1%	34 223,5	0,1%
услуги туристских агентств	79 310,5	0,0%	7 499,9	0,0%
питание	44 490 763,2	19,3%	7 386 192,6	22,5%
питание в ресторанах и кафе	20 465 691,7	8,9%	4 223 921,4	12,9%
покупка товаров	74 627 921,9	32,3%	7 085 646,1	21,6%
предметы одежды и обуви	34 630 772,6	15,0%	2 677 860,1	8,2%
сувениры и подарки	18 608 040,2	8,1%	2 018 838,1	6,1%
техника	7 700 077,4	3,3%	837 609,6	2,6%
текстильные товары (ковры, пледы)	5 027 637,3	2,2%	457 187,0	1,4%
Драгоценности, антиквариат	5 656 768,9	2,5%	826 000,6	2,5%
покупка прочих товаров	3 004 625,4	1,3%	268 150,8	0,8%
топливо	7 587 511,9	3,3%	781 809,9	2,4%
рекреационные и спортивные мероприятия	2 283 220,0	1,0%	316 569,7	1,0%
услуги культурные	4 560 614,4	2,0%	573 036,4	1,7%
лечебные и оздоровительные процедуры	12 747 312,4	5,5%	315 299,1	1,0%
прочие расходы	2 591 398,2	1,1%	241 056,0	0,7%
Примечание - источник [28].				

Туризм, оказывая влияние на такие смежные отрасли, как телекоммуникации и транспорт, строительство, торговля, сельское хозяйство и другие, содействует социально-экономическому развитию регионов.

Расходы по внутреннему туризму всего составили 263 549 951,2 тыс. тенге.

Согласно отчету WTTC, внутренние туристские расходы в 2017 г. составили 3,4 млрд. USD (для сравнения, 2016 г. – 3,0 млрд.USD). Данный показатель включает расходы резидентов на поездки внутри Казахстана, как в

деловых целях, так и с целью отдыха, и характеризует потребление, относящееся к внутреннему туризму [36].

В Казахстане «Расходы зарубежных посетителей» (Visitor Exports) по данным WTTC в 2017 г. был равен 1,94 млрд. USD (1,7 млрд. – 2016 г.).

Расходы на отдых в 2017 г. (Leisure spending), согласно отчёту WTTC, составили 4,57 млрд. USD (2016 г. – 4,0 млрд.USD). В эту цифру входят расходы на отдых внутри Казахстана граждан страны и иностранных гостей.

Прямой вклад туризма по оценке WTTC в ВВП Казахстана в 2017 году составил 2,8 млрд.USD (в 2016 г.- 2,4 млрд.). Совокупный вклад туризма в ВВП (Travel and Tourism Total contribution to GDP) в 2017 году в соответствии с данными WTTC по Казахстану составил 9,0 млрд.USD (в 2016 г. – 7,9 млрд.USD). В 2017 г. объем бизнес туризма в соответствии с данными WTTC по Казахстану оценивался в 782,4 млн.USD (2016 г. – 700 млн.USD). В эту цифру входят расходы на бизнес поездки граждан РК и иностранных визитёров.

Путешествия и туризм являются важной экономической деятельностью в большинстве стран мира. Как и его прямое экономическое влияние, отрасль оказывает значительное косвенное и индуцированное воздействие.

Прямой вклад туризма в ВВП Казахстана показан на рисунке 17.

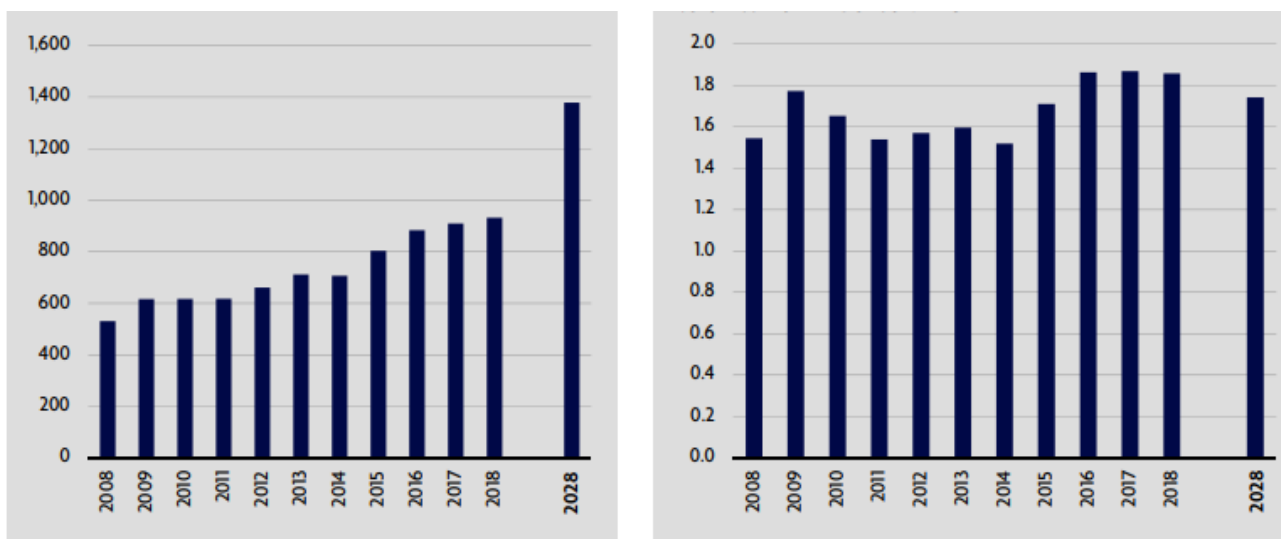


Рисунок 17 – Прямой вклад туризма в ВВП Казахстана, млрд. тенге и % от ВВП
Примечание – источник [36]

Прямой вклад туризма и туризма в ВВП в 2017 году составил 909,9 млрд. Тенге (1,9% от ВВП). Прогнозируется рост на 2,4% до 931,9 млрд. тенге в 2018 году. Это в первую очередь отражает экономическую активность, создаваемую такими отраслями, как гостиницы, турагенты, авиакомпании и другие пассажирские перевозки. Ожидается, что прямой вклад туризма и туризма в ВВП вырастет на 4,0% в год до 1 378,5 млрд. тенге (1,7% от ВВП) к 2028 году.

Если сравнивать с зарубежными странами – ближайшими соседями, то позиция Казахстана находится в середине. Так в Армении доля туризма в ВВП составляет 4,4%, в Азербайджане 4,2% , в Турции 3,8%, Болгарии 3.1%, по всему

миру- 3,2 в Иране 2,8 %, Беларуси 2,0%, Казахстане 1,9, Украине 1,5%, в Российской Федерации 1,2%.

Совокупный вклад туризма и путешествий в ВВП (включая эффект от инвестиций, цепочки поставок и воздействия на доходы) составил 2 931,2 млрд. тенге в 2017 году (6,0% ВВП) и, как ожидается, вырастет на 2,5% до 3 005,0 млрд тенге (6,0% ВВП) в 2018 году. Он показан на рисунке 18.

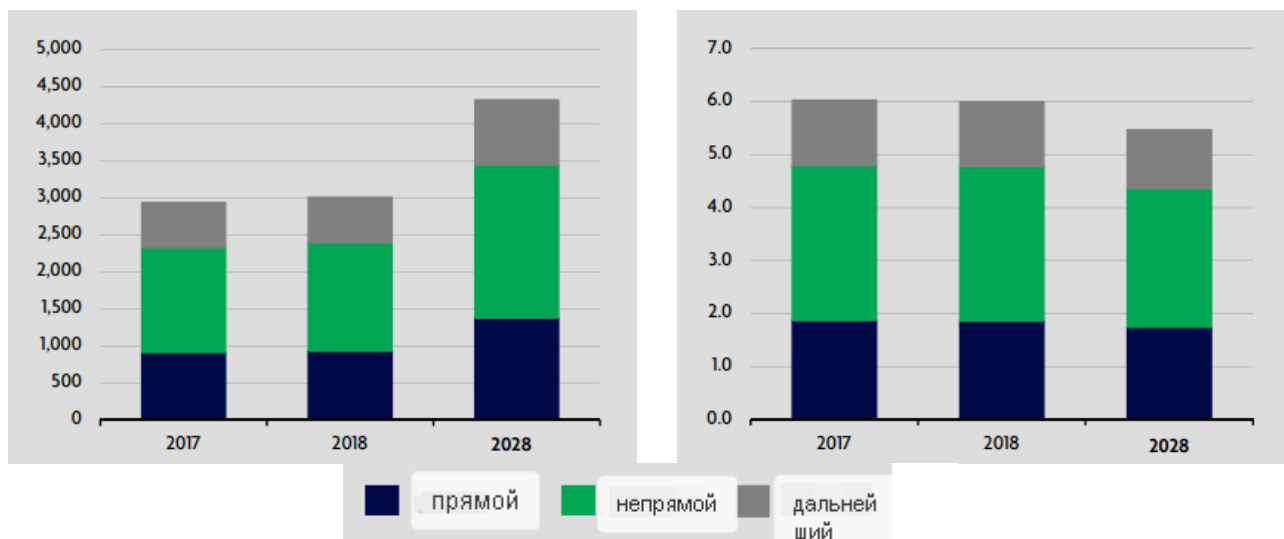


Рисунок 18 - Совокупный вклад туризма и путешествий в ВВП Казахстана, млрд. тенге и процент
Примечание – источник [36]

Прогнозируется рост на 3,7% в год до 4 319,4 млрд. тенге к 2028 году (5,5% к ВВП).

Туризм создал в Казахстане 180 500 рабочих мест непосредственно в 2017 году (2,1% от общей занятости), и, согласно прогнозам, в 2018 году этот показатель вырастет на 2,9% до 186 000 (исключая пригородные перевозки). Сюда также относится, например, деятельность ресторанной индустрии и индустрии отдыха, непосредственно поддерживаемая туристами.

Прямой вклад туризма в занятость Казахстана показан на рисунке 19.

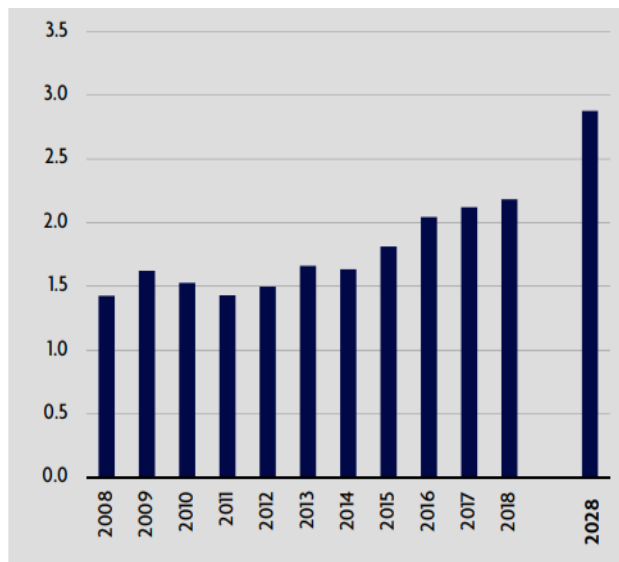
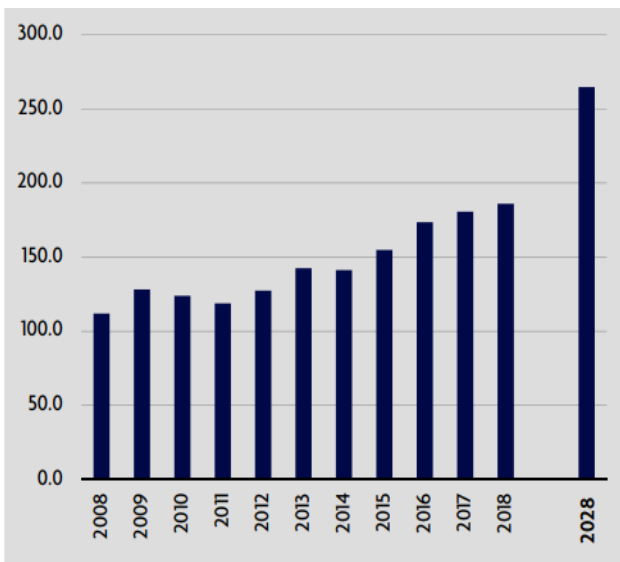


Рисунок 19 – Прямой вклад туризма в занятость Казахстана
Примечание – источник [36]

Согласно WTTC к 2028 году в сфере туризма и путешествий будет создано 265 000 рабочих мест, что на 3,6% больше в течение следующих десяти лет.

Совокупный вклад путешествий и туризма в занятость (включая более широкий эффект от инвестиций, цепочки поставок) составлял 502 500 рабочих мест в 2017 году (5,9% от общей занятости). Прогнозируется увеличение на 0,9% в 2018 году до 506 500 рабочих мест (5,9%

Прогнозируется, что к 2028 году в сфере туризма и путешествий будет создано 583 000 рабочих мест (6,3% от общей занятости), что на 1,4% больше, чем за этот период.

Экспорт посетителей является ключевым компонентом прямого вклада туризма. В 2017 году Казахстан сформировал 632,1 млрд. тенге в экспорте посетителей (рисунок 20). В 2018 году ожидается рост на 0,9%, и ожидается, что страна привлечет 6 010 000 международных туристов.

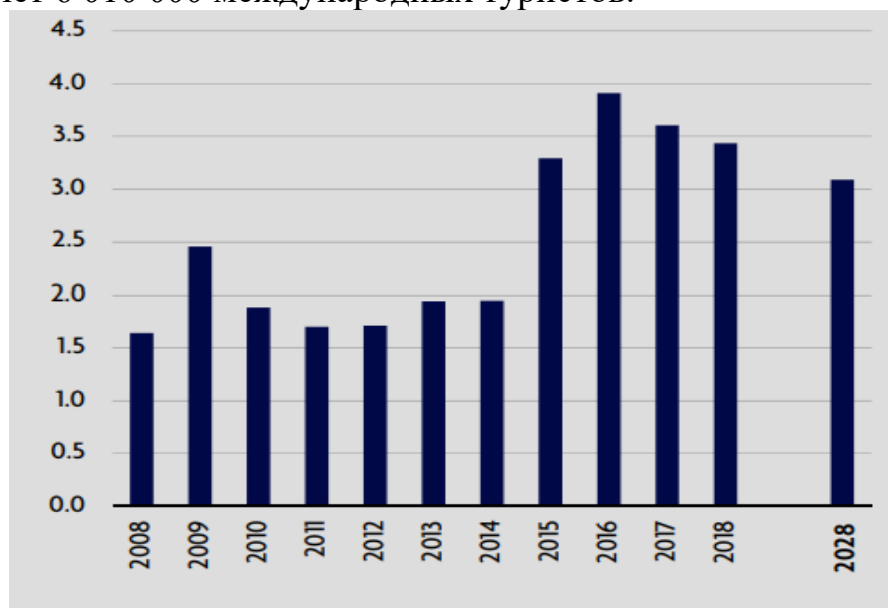


Рисунок 20 – Экспорт иностранных посетителей в процентах от всего экспорта Казахстана

Примечание – источник [36]

Прогнозируется, что к 2028 году число иностранных туристов достигнет 8 658 000, что составит 897,4 млрд. Тенге, увеличившись на 3,5% в год.

Ожидается, что туризм привлечет капитальные вложения в размере 654,1 млрд. тенге в 2017 году. Ожидается, что в 2018 году этот показатель вырастет на 3,1% и вырастет на 3,2% годовых в течение следующих десяти лет до 921,7 млрд. тенге в 2028 году.

Согласно WTTC доля путешествий и туризма в общем объеме национальных инвестиций снизится с 5,5% в 2018 году до 4,8% в 2028 году.

Капитальные инвестиции в туризм в Казахстане показаны на рисунке 21.

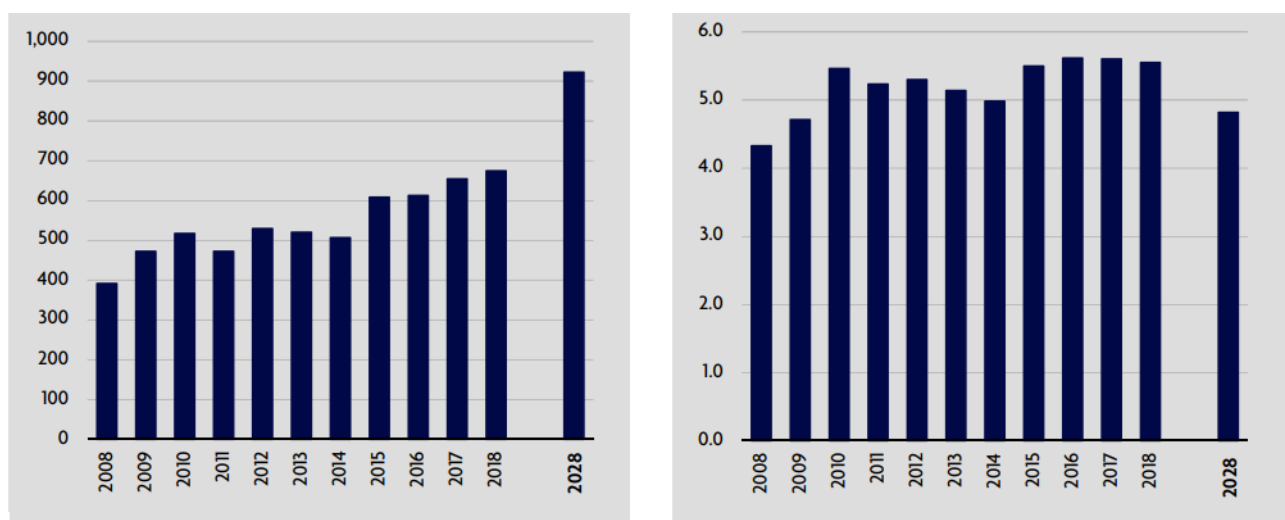


Рисунок 21 – Капитальные инвестиции в туризм в Казахстане, млрд. тенге и процент от всех инвестиций

Примечание – источник [36]

Развитие туризма дает синергетический эффект. Повышается качество обслуживания, привлекаются страховые компании, возникают новые сегменты туристической направленности, разрабатываются новые маршруты. В связи, с чем открываются новые предприятия в ресторанной, спортивной, культурной, сувенирной, торговой сферах. В общем, развивается инфраструктура в более широком смысле, чем просто туристическая. Туризм помогает развитию сопутствующих отраслей и улучшает экономическое состояние региона.

Обобщая результаты проведенного исследования, можно констатировать следующее:

– туризм – один из наиболее динамично развивающихся видов деятельности как в Казахстане, так и в мире, который положительно влияет на экономику страны;

– определено, что дестинация как эколого-экономическая система, в которой экономическая составляющая свидетельствует о возможности насыщения территории туристскими потоками без ущерба для устойчивости природной среды, способна вписываться в экономику Республики Казахстан.

Таким образом, положительный эффект на экономику Казахстана очевиден. Туристы, оплачивая товары и услуги, обеспечивают поступление валюты в бюджет Казахстана, активизируют ее платежный баланс, приносят доход национальным, региональным структурам, объединениям и корпорациям, средним и мелким деловым предприятиям и домашним хозяйствам. Передвижения людей вносят значительный вклад в обогащение культуры, решение вопроса занятости, активизируют социально-культурный и экономический комплекс.

3 Перспективы развития туризма как одного из факторов ускорения экономического развития Казахстана

3.1 Туристский потенциал Казахстана и перспективы развития туризма

Существует несколько основных экономических и социальных предпосылок для того, чтобы рассматривать туризм в качестве одного из национальных приоритетов экономического развития в Республике Казахстан. Они показаны на рисунке.



Рисунок 22 – Предпосылки развития туризма в Казахстане

Примечание – составлено автором на основе источника [1]

1) увеличение доходов населения, поступлений в государственный бюджет, улучшение социального самочувствия, возможность создания новых рабочих мест, в том числе обеспечение занятости населения сельских и отдаленных районов, молодежи без отрыва от традиционного образа жизни;

2) содействие развитию культуры предпринимательской деятельности среди широких слоев населения путем создания возможности ведения семейного, малого и среднего бизнеса, в том числе за счет реализации якорных туристских проектов в наиболее перспективных районах туристских кластеров;

3) вклад в развитие регионов и сельских районов Республики Казахстан, в том числе развитие инженерно-транспортной и туристской инфраструктуры в отдаленных районах, инфраструктуры пунктов пропуска через Государственную границу Республики Казахстан;

4) содействие сотрудничеству и созданию возможностей в других секторах экономики, включая сельское хозяйство, транспорт, торговлю, машиностроение, легкую и пищевую промышленность, креативную индустрию, непродовольственный сектор;

5) содействие созданию положительных и продуктивных межкультурных отношений, способствующих продвижению национального и межгосударственного взаимопонимания, включая продвижение социально-культурного, этнографического, медицинского, спортивного, культурно-познавательного, научного, детско-юношеского и других видов туризма, способствующих пропаганде ценностей общенациональной идеи "Мәңгілік Ел";

6) повышение узнаваемости республики на региональном и мировом рынках за счет активного странового маркетинга и продвижения бренда Великого Шелкового пути;

7) богатое историко-культурное наследие Казахстана, включенное в Список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, и Государственный список памятников истории и культуры республиканского значения.

Сильные стороны, слабые стороны, возможности и недостатки туристического сектора Казахстана в форме SWOT - анализа показаны в таблице 13.

Таблица 13 – SWOT - анализ туристического сектора Казахстана

<i>Сильные стороны</i>	<i>Слабые стороны</i>
Гостеприимство казахского народа Богатые туристские ресурсы Стабильная политическая обстановка Поддержка туризма государством Положительный рост конкуренции Соответствующая производительность Налаженные контакты с иностранными партнерами	Низкий уровень сервиса Неразвитая туристическая инфраструктура Высокие цены на места размещения Отсутствие квалифицированных кадров Высокая стоимость участия в ярмарках, особенно международных Сложности в визовых вопросах
<i>Возможности</i>	<i>Угрозы</i>
Поддержка развития туристских регионов Поддержка развития малого и среднего предпринимательства Создание туристского бренда Казахстана Среди туристов усилится тенденция выбирать отечественные туристические продукты Рост благосостояния общества позволит привлечь новые, финансово-состоятельные группы туристов	Появление новых конкурентов на рынке туристических услуг по схожим видам туризма, в частности, соседние страны – Кыргызстан, Монголия Медленный рост новых предприятий в туристической сфере из-за дорогих и недоступных кредитов Появление на отечественном рынке новых иностранных сил, которые могут вытеснить местные некрупные компании
Примечание – составлено автором	

Чтобы привлечь инвестиции в бизнес, можно использовать несколько способов:

- проявление активности местных властей в виде рекламы (освещение деятельности);

- поощрение инициативы организатора со стороны местной и федеральной властей;
- направления антикриминальной и антимонопольной политики со стороны власти для поддержания конкурентной среды.

Перспективные виды туризма в Казахстане показаны на рисунке 23.

Культурно-познавательный и этнографический туризм	- духовно-нравственного воспитания молодежи, сохранение культурных и развитие семейных ценностей; - реализация проекта «Сакральный пояс Казахстана»
Событийный туризм (Event - туризм)	- проведение различного рода культурных мероприятий, музыкальных фестивалей, конкурсов, премьер, рок-фестивалей, кинофестивалей, карнавалов, экономических форумов и др.
Детско-юношеский туризм	- расширение кругозора и активное участие в краеведческой работе; - воспитание патриотизма к родному краю
Медицинский туризм	- развитие в Астане и Алматы медицинского туризма. Мировой опыт показывает, что объем доходов в секторе медтуризма увеличился более чем в 17 раз – с 40 млрд. до 700 млрд. долл. США за последние 12 лет. Доля медтуризма составляет порядка 16% от общего объема доходов
Кемпинговый, автотуризм и караванинг	- использование автотранспорта является наиболее современным, мобильным и доступным видом туризма с организацией кемпингов, гостевых домов и придорожного сервиса
Охотничье-трофейный туризм	- количество охотничьих угодий в Казахстане - 234 млн.Га; - разнообразие животного мира – 34 млекопитающих и 59 видов птиц; - создание условий для трофейной охоты позволит привлечь иностранных и отечественных туристов до 100 тыс. в год
Спортивный туризм	- развитие спортивного туризма путем проведения олимпиад, чемпионатов мира, турниров и др.

7

Рисунок 23 - Перспективные виды туризма в Казахстане
Примечание – источник [36]

Стоит отметить, что обновленной концепцией предусмотрено развитие перспективных для Казахстана видов туризма – это культурно-познавательный и этнографический туризм, событийный (Event-туризм), детско-юношеский, медицинский, кемпинговый, автотуризм и караванинг, охотничье-трофейный и спортивный туризм.

Для медицинских туристов привлекательными будут Нур-Султан и Алматы. Охотничий туризм имеет большой потенциал роста, поскольку Казахстан богат охотничьими угодьями – более 234 млн. га.

Потенциал туризма Казахстана показана на рисунке 24.



Рисунок 24 – Потенциал туризма Казахстана
 Примечание – источник [36]

Туристский потенциал Казахстана действительно обширен: национальные парки, объекты ЮНЕСКО, лыжные трассы, озера для купания.

Казахстан, имея богатый туристско-рекреационный потенциал, характеризуется недостаточным уровнем развития приоритетных для нашей страны видов туризма. Но новые внедряемые виды туризма будут способствовать пропаганде ценностей общенациональной идеи «Мәңгілік Ел» [37].

Потенциальный рынок сбыта туристских услуг Казахстана это Россия, Китай, Турция, Иран, Индия, страны Персидского залива и небольшая доля развитых стран

Если не развивать инфраструктуру бизнеса, то произойдет экономический спад, а если развивать деятельность это повлияет на природу и культурный ресурс страны. Поэтому прежде чем реализовать инвестиции в туризм, нужно разработать план действий: планирование бюджета; проведение тендера проектов; поэтапная мобилизация денежных средств; контроль финансовой деятельности; расходы денежных средств.

Казахстан - страна, расположенная в самом сердце Центральной Азии, обладающая уникальными природными ресурсами, самобытной культурой и богатым историческим наследием, которая становится весьма привлекательным туристическим объектом для людей, интересующихся историей и культурой страны. Казахстан находится в центре быстро растущего мирового рынка

зарубежных туристских путешествий, что является огромным шансом занять собственную нишу на этом рынке.

Туристско-рекреационная индустрия является одним из наиболее активно развивающихся секторов экономики, который прямо и косвенно оказывает воздействие не только на социальную политику, культуру, традиции, образ жизни, здоровье нации, но и на экономику страны в целом и оценивается мультипликативным эффектом. Туристский мультипликатор – это коэффициент косвенного влияния туризма на экономику и социальную сферу в данной отрасли на региональном или республиканском уровне. В силу специфики отрасли и наличия парадокса «невидимого экспорта» мультипликативный эффект в туризме проявляется ярче в сравнении с другими секторами экономики. Сфера казахстанского туризма обладает огромным потенциалом, поэтому развитие туристского кластера выгодно и предпринимателям, и государственному сектору.

Важно минимизировать административные барьеры для туристов, въезжающих в Казахстан. На сегодняшний день безвизовый въезд Казахстан разрешает для 55 стран. Необходимо упростить оформление групповых виз, внедрить систему электронных виз (модернизировать систему «Беркут»). Также важно смягчить миграционный режим в рамках разумного.

Зарубежный опыт показывает, что многие туристически развитые страны разрешают безвизовый въезд для все большего количества государств. Например, Грузия разрешает безвизовый режим с 94 государствами. Без визы разрешается приезжать гражданам, которые имели ранее визу Австралии, ЕС, США, Великобритании, Японии и других развитых стран.

Таким образом, Казахстан имеет большой потенциал в развитии таких видов туризма, как этнографический и культурно-познавательный, событийный, детско-юношеский, медицинский, кемпинговый, охотничий, спортивный.

3.2 Совершенствование туристской инфраструктуры и сервиса

1) Дорожная инфраструктура и сервис

По мнению экспертов, наиболее приоритетной ветвью туристической деятельности в РК является экотуризм. Одна только Алматинская область захватывает несколько климатических зон: от полупустынной до альпийских лугов. Этот ландшафт позволил собрать воедино богатый и уникальный мир, обладающий разнообразной флорой и фауной.

Одной из основных проблем казахстанского туризма являются дороги и дорожная инфраструктура. Имея 115 000 километров дорог, основная сложность остается в их отсутствии. Например, поездка из Алматы в курортную зону озера Алаколь, которое славится своими удивительными минеральными свойствами, очень неудобна [37].

Алаколь не так далек - до ближайшего пансионата, расположенного на побережье озера, всего 600 километров от Алматы. Это расстояние по

германским автобанам можно проехать за четыре часа. Но в Казахстане этот же путь занимает 12-14 часов. Те, кто готовы к тяжелому бездорожью ехать на внедорожниках и пересечь границу и, пройдя все препятствия, добраться до зоны отдыха, могут столкнуться с отелями отнюдь не пятизвездочного уровня, но зато по европейским ценам.

Первоначально рекомендуется для развития туризма довести состояние дорог до уровня международного значения, причем на всем их протяжении. Есть, конечно, особенности климата и прочие факторы, портящие дорожное полотно, но есть еще особенности национальной укладки. Для примера можно рассмотреть трассу Алматы — Тараз, так называемую бетонку, на которой в одной части еще ведутся укладочные работы, а в другой — уже проходят реставрационные.

Еще в Римской империи больше 1900 лет назад практически вручную люди строили дороги, способные прослужить столетия. К слову сказать, некоторые из них сохранились практически в первозданном виде до сегодняшних дней. Одна из ключевых дорог того времени — Via Appia, являвшаяся связующим звеном многочисленных провинций, сегодня стала музеем под открытым небом и одной из национальных достопримечательностей современной Италии. Они делали многослойное дорожное полотно, средняя толщина которого составляла около полутора метров. Зато они прошли многовековую проверку.

Придорожные заведения общественного питания в Казахстане должны быть организованы по последнему слову сервисной техники. Списать это упущение на большой разброс городов нельзя, ведь есть примеры, указывающие, что длинная дорога и необжитая местность — не недостаток, а достоинство торговой точки, которое в туристическом сегменте позволяет больше зарабатывать.

Важно рассмотреть опыт Турции, которая в области сервиса и обслуживания заметно преуспела. В Турции, выходя из автобуса, турист попадает в своеобразный анклав бутиков и ресторанов, где есть практически все человеческие блага — от комфортных отелей до мини-заводов по производству эксклюзивного алкоголя с возможностью бесплатной дегустации. Предоставляются экспресс-экскурсии по компактной ковровой фабрике, где продемонстрируют средневековую технику ручного ткачества. Получается, турист уже здесь и сейчас, не добравшись до своего отеля, чувствует себя в отпуске. К тому же, уже начинает совершать покупки.

В Турции вокруг придорожного АЗС уместаются собственные плантации винограда, инкубаторы по разведению тутового шелкопряда, карьер по добыче оникса. Турецким турбизнесом тема уникальности давно взята на вооружение — куда ни приедешь, так обязательно попадешь в излюбленное Клеопатрой место. На самом деле, это даже не мифы и легенды, а выдумка, но она подается в красивой форме, привлекающей туристов.

В отличие от Турции в Казахстане не нужно что-то выдумывать, ведь у нас есть множество уникальных мест, которые действительно связаны либо с ключевыми в мировой истории событиями, либо с личностями, оставившими

после себя не менее яркий эпохальный след. Не хватает казахстанским туристическим зонам легенд, которые частично искажают историю, но добавляют в нее сочных красок и привлекают туристов.

Рекомендуется также реорганизовать существующую систему придорожного общепита. На трассах международного значения не должно быть сомнительных столовых и закусочных с низкими санитарными нормами. Этот вопрос должен решаться на правительственном уровне, а лицензии должны выдавать только тем организациям, которые создадут уют и комфорт на уровне, отвечающем всем международным стандартам.

Дорожный туризм по своей сути уникален, и перед авиасообщением у него есть свои преимущества. Перемещение по земле позволяет визуально ознакомиться с природой и традициями посещаемой страны. И знакомство должно быть приятным по хорошим дорогам и с достойным сервисом.

Железнодорожное и автобусное сообщения в Казахстане также требуют внимания, больше половины транспортного парка устарело как морально, так и физически.

Состояние дорожной инфраструктуры является важным звеном развития туризма. Еще в конце пятидесятых годов немецкий предприниматель Георг Хельтл придумал систему Rotel — путешествие в передвижных автобусах-гостиницах. Днем туристы могут наслаждаться туристической программой и совершать пешие экскурсии, а ночью их ждут уютные «номера». Куда бы ни поехали, койко-место всегда рядом.

Другой вариант — караванинг — по сути, путешествие на кемпере (в автодоме). В Европе и США он имеет большую популярность еще с прошлого века, но в Казахстане караванинг так и не получил большой популярности. Ниша пустует, но могла бы приносить прибыль и развивать туризм. И потом, в отличие от предыдущего способа отдыха здесь у туриста есть полное право выбора. Он может самостоятельно выбирать достопримечательности и определять время на их посещение. А самое главное, что таким образом решается проблема больших расстояний, ведь турист отдыхает уже в процессе перемещения.

Также в Казахстане актуально было бы запустить систему поездов-отелей. Это идея не нова, и в Европе есть несколько таких турпродуктов. Самый известный маршрут Venice — Simplon — Orient — Express начинается в Лондоне, следует через Париж, Лозанну, Милан и заканчивается в Венеции. Своеобразную нотку эпохи Возрождения добавляет уникальное оформление как экстерьера, так и внутренней отделки отеля на колесах.

У Казахстана нет выхода в открытые воды, поэтому единственными средствами передвижения может быть только наземный транспорт, рассекающий просторы степей. В Казахстане есть много уникальных мест, которые стоит показать всему миру, главное, чтобы отдых туриста начинался не по приезде в точку назначения, а с момента пересечения границы.

2) Новый туристический продукт

В настоящее время в отрасли разрабатывается новый туристский продукт под названием «Сакральный пояс Казахстана» (Приложение 4).

По информации министерства культуры и спорта РК, в этом направлении проводится широкомасштабная работа: составлен предварительный список макросакральных объектов, разработана рабочая Карта, где по каждому региону определено порядка 5-10 объектов. Таким образом, на сегодняшний день в предварительный список вошло более ста объектов [38].

Для реализации проекта МКС РК планирует проведение научно-исследовательских и полевых экспедиций по шести направлениям (Южный, Северный, Восточный, Западный, Центральный и Юго-Восточный Казахстан) страны, включая особо охраняемые природные территории Национальных парков, заказников, труднодоступные места.

3) Квалифицированные кадры

Инвестиции в человеческий капитал, который способен производить конкурентоспособный продукт считаются самыми выгодными для роста и конкурентоспособности экономики.

На современном этапе человеческий капитал рассматривают как источник развития компании и общества в целом. Именно человеческий капитал, а не материальные запасы и основные средства определяют конкурентоспособность компаний, экономический рост и эффективные показатели экономики.

Доходы и выгоды, получаемые компаниями и страной в целом, напрямую зависят от объема и качества человеческих ресурсов, а также от возможностей результативного использования данных ресурсов. Роль человека в общественном производстве признается определяющей год от года и в этом заслуга основоположников теории человеческого капитала. Однако до сих пор экономическая наука уточняет сам термин человеческого капитала, выносятся на обсуждение вопросы приоритетов инвестиций в человеческий капитал, воздействие человеческого капитала на конкурентоспособность. Актуальность данных вопросов в рыночной экономике определяется возрастающим интересом к способностям человека, его созидательности, интеллектуальной деятельности.

Человеческий капитал в условиях поступательного формирования инновационной экономики превращается не только в фактор экономического роста, но и определяет его конкурентоспособность и место государства в международной экономике. Для Казахстана экономический рост на текущий день существенно обеспечивается конъюнктурой рынка, прежде всего, высокими ценами на нефть и энергоносители, что приводит к обеднению человеческого капитала. Однако именно здоровье нации, качественное образование и доступное жилье затрагивают каждого человека, определяют качество жизни и создают человеческий капитал - образованную и здоровую нацию.

Благодаря развитию человеческого капитала, безусловно, значительно повысится конкурентоспособность компаний. Преимуществами обладают те организации, которые уделяют повышенное внимание обучению, повышению квалификации и здоровью своих кадров. Опыт передовых стран демонстрирует, что наука, образование и инновационные технологии являются ключом ко всем

экономическим успехам компаний, росту их результативности и конкурентоспособности.

Человеческий капитал представляет собой комбинацию нескольких факторов. Наиболее важными из них являются качества, которые человек использует в своей работе: преданность, позитивность, энергия, ум, надежность. Не менее важным фактором является способность индивидуума учиться: творческая направленность личности, одаренность, сообразительность, воображение, смекалка. Для формирования человеческого капитала важны желание персонала делиться информацией и знаниями: командный дух и целеустремленность. Из-за того, что люди имеют разные характеристики и часто непредсказуемы, их деятельность сложно оценить. Это намного сложнее, чем оценить любой технический инструмент или другой производственный ресурс. Но все же, персонал - единственный элемент, который обладает способностью создавать стоимость.

Другие переменные – здания гостиниц, кредиты, деньги, оборудование и энергия - предлагают только инертный потенциал. По своей природе они не могут ничего прибавить и добавить, пока персонал не использует данный потенциал в работе. Причем человек может быть как рабочим с низкой квалификацией, так и профессионалом или руководителем высшего звена. Можно с уверенностью говорить, что предприятие, которое создает максимально комфортные условия труда, будет более успешнее развиваться, иметь производительных сотрудников и самых лояльных клиентов. Так же следует помнить, что одно из ключевых движущих сил в исполнении работы - знание.

Эффективное формирование и использование человеческого капитала становится важным для успешного функционирования организаций и роста экономики страны в целом в современных условиях. Для поддержания конкурентоспособной позиции менеджменту туристических организаций необходимо находить методы, которые повысили бы его информированность о людях. Наиболее рентабельным и долговременным решением проблемы дефицита талантов является помощь каждой персоне стать более производительной. Поэтому менеджменту приходится определять, как вкладывать инвестиции в потенциал человеческой производительности.

Человеческому капиталу отводится одно из центральных мест в конкурентных преимуществах учреждения, и поэтому, развитие и обучение кадров представляет собой ключевое условие для достижения лидерских позиций любой фирмы. Особенно это следует учитывать на предприятиях сферы услуг, так как количество сотрудников, работающих в данной сфере, превышает число занятых во всех других отраслях вместе взятых. Например, в Казахстане в последние годы самым выгодным бизнесом стали гостиницы и рестораны (рентабельность 24,3%), сместившие горнодобывающую промышленность (14,4%) на 2-е место. Несмотря на разные системы управления персоналом в гостиницах, ключ к поддержанию доходности гостиницы - человеческий капитал. Как следствие, из всех категорий инвестиции в человеческий капитал наиболее значимые и важные. Это обязывает менеджмент выяснять и принимать

правильные решения, как инвестировать в потенциал человеческой производительности для повышения рентабельности гостиничного предприятия.

Чтобы обеспечить качество обслуживания туристов в Казахстане на международном уровне, надо реализовать комплекс мер по совершенствованию системы подготовки специалистов. Сектору нужны специалисты, которые обладают навыками в сфере гостеприимства, услуг питания, но и разбирающиеся в вопросах менеджмента, бизнес-планирования, маркетинга, законодательства и владеющие разными языками, не только английским.

Итак, для совершенствования туристкой инфраструктуры и сервиса в Казахстане необходимо развивать дороги, дорожную инфраструктуру и сервис, привлекать квалифицированные кадры, а также запускать новые туристические продукты.

3.3 Направления развития туристских кластеров в Казахстане

На сегодняшний день для казахстанского туризма задача формирования кластеров с целью повышения конкурентоспособности и привлекательности отрасли наиболее актуальна.

Под кластерным подходом рассматривается новая управленческая технология, которая позволяет поднять конкурентоспособность как одного региона либо отрасли, так и национальной экономики в целом.

В экономической литературе определение «кластер» появилось благодаря Майклу Портеру (1990 г.), в соответствии с которым под кластером подразумевается группа взаимосвязанных фирм, которые сконцентрированы по географическому признаку. Сюда относятся специализированные поставщики, поставщики услуг, компании в соответствующих отраслях и связанные с их деятельностью учреждения, в частности, университеты, агентства по стандартизации и торговые объединения в отдельных областях, которые конкурируют, но в то же время занимаются совместной работой [39]. Так, в кластере группа взаимозависимых и географически соседних фирм, а также связанные с ними учреждения должны работать в определенной сфере, которая характеризуется единством деятельности и взаимодополняемостью (комплементарностью).

Также существует множество определений кластеров, которые отличаются по направленности и масштабам, но в целом идея кластеров одна: кластер – это группа географически локализованных взаимосвязанных организаций: поставщики специализированных услуг, поставщики комплектующих и оборудования, инфраструктура, вузы, научно-исследовательские институты и другие учреждения.

Данные организации взаимодополняют друг друга и усиливают конкурентные преимущества конкретных фирм и кластера в целом [40]. Взаимодействие компаний и учреждений, находящихся в структуре кластера, рассматривается как совокупность конкуренции и кооперации, другими словами,

происходит непрерывный обмен технологиями, инновациями, кадрами, реализуется общее применение инфраструктуры, рекламно-маркетингового продвижения и остальных услуг.

Организации и фирмы, которые составляют кластер, чаще всего действуют как самостоятельные хозяйствующие субъекты. Причем конкуренция внутри туристического кластера является такой же центральной силой развития кластера целиком, как и кооперация. В процессе периодических небольших конфликтов, конкурентной борьбы внутри туристического кластера система в целом становится оптимальной и увеличивает свои силы в глобальной конкурентной борьбе. Вместе с тем осуществляется распространение ноу-хау, разных технологий (в том числе организационных) по всей системе взаимосвязей внутри кластера. Эти инновации стремительно превращаются в фактор производства множества компаний, модернизируются в соответствии с рыночной стратегией отдельных фирм и, тут же стимулируют новый виток инновационного развития.

Непрерывный обмен информацией и взаимодействие в кластере способствуют распространению и принятию внутренних ограничений, выражающихся в прописанных типовых процессах и стандартах (к примеру, процедура согласования контрактного производства). При распространении технологий и типовых стандартов происходит развитие систем квалифицированной подготовки работников, что вызывает передвижение персонала между разными учреждениями и организациями, что, в свою очередь, приводит к последующему распространению знаний [41].

Важнейшая отличительная черта кластера - это фактор ориентирования на инновации. Чаще всего кластеры формируют там, где реализуется либо предвидится «прорывной» рывок в сфере туризма и дальнейшего вывода на новые рыночные сегменты. По этой причине разные страны – и с развитой экономикой, и с развивающейся - активно применяют кластерный подход. Его используют для поддержки более перспективных форм предпринимательства и других направлений, формирования и контроля инновационной системы.

Как правило, отрасли промышленности, которые входят в кластеры, сгруппированы, ориентируясь на степень межотраслевого циркулирования знаний и продукции. Они состоят из:

- технического взаимодействия, представляющего собой применение научных результатов в различных смежных отраслях, освоение патентов, патентование, а также совместные исследовательские проекты;
- потоков технологий, которые выражаются в приобретении промежуточных товаров и готовых продуктов в иных отраслях, а также во взаимодействии между их пользователями и производителями;
- мобильности персонала между частями кластера, чтоб распространять лучшие достижения менеджмента.

Развитие кластера выгодно для туристического бизнеса в целом, в первую очередь, из-за роста эффективности и уменьшения расходов в хозяйственной

деятельности и завоевании рынков, увеличения инновационного потенциала и гибкости в процессе создания новых технологий и товаров.

Компании приобретают выгоды за счет принадлежности к кластеру через:

- рост эффективности системы поставки компонентов, сырья и комплектующих, которые более успешны при применении субконтрактов;
- доступ к разным финансовым ресурсам (в том числе, источники рискованного финансирования в кластере для новых информационных технологий);
- построение сети неформальных и формальных отношений, для обмена технологической и рыночной информацией, опытом и знаниями;
- качество и доступность специализированного сервиса;
- создание системы взаимоотношений власть-бизнес.
- доступность и качество возможностей для проведения научных исследований и НИОКР;
- доступность производительных и специализированных человеческих ресурсов;
- формирование системы для обнаружения коллективных опасностей и выгод, создание общей стратегии и продуктивного видения развития кластера.

Типовой кластер включает предприятия среднего и малого размера, каждая из которых не имеет существенных выигрышей от конкуренции с другой организацией, которая входит в кластер (в отличие от нескольких групп фирм на олигополистическом рынке). Одновременного учреждения кластера имеют выигрыш из-за компактности локализации, которая связана с применением специализированных ресурсов, в частности, присутствие на общей территории квалифицированных работников и наличие специфической инфраструктуры, которая необходима для реализации данного бизнеса. Развитие кластеров невозможно без существенной интеграции территории в наиболее широкое экономическое пространство.

Отличие обособленного туристического объединения от кластера заключается в усилении эффективности деятельности посредством более активного развития поддерживающих и конкурирующих связей, что ведет к формированию более инновационных и качественных товаров.

Теория развития кластеров конкуренции, которая сформулирована М.Портером, основывается на неоднократно подтверждающихся эмпирических исследованиях, которые гласят, что для того, чтобы достичь конкурентные преимущества конкретному объекту мезоуровня экономики мало получать максимальную отдачу от ресурсов. Нужно иметь комплекс системных связей между разными услугами и производствами: дополняющими, обсуживающими, конкурентными.

Так, в понятие кластера включены, кроме первейшего условия географической концентрации одной категории производства и нужной инфраструктуры, нижеперечисленные условия: государственные инвестиции в развитие инфраструктурных элементов (систем связи, транспорта, ресурсопоставок), формирование стабильного положения через общественную деятельность торговых учреждений по лоббированию интересов

товаропроизводителей; получение выигрыша от конкуренции между участниками этой отрасли.

Поэтому для обнаружения и оценки туристических кластеров в отрасли национальной экономики следует:

- провести определение главной отрасли кластера;
- определить границы вертикальной интеграции данного кластера;
- провести анализ и оценку поддерживающих отраслей кластера;
- оформить географические границы кластера.

Основа любого кластера конкуренции заключается в деятельности какой-нибудь отрасли в пределах конкретного региона, следовательно, фазы развития кластера связаны первоначально с жизненным циклом отрасли. Типовой жизненный цикл включает такие стадии, как зарождение, рост, развитие и спад.

По причине того, что кластер рассматривается как объединение отраслей, то этапы формирования, роста и развития практически идентичны с данной классификацией. В данном подходе спад обозначают в качестве реструктуризации, поскольку поддерживающие и вертикально интегрированные производители при снижении активности отрасли осуществляют переход в стадию реструктуризации. На этой стадии они переключаются на создание иных типов экономических отношений, другими словами, создается новый кластер.

Цель создания туристского кластера – повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта.

В Казахстане возможно создание 6 культурно-туристских кластеров.

Они показаны на рисунке 25.

1. «Нур-Султан - сердце Евразии» – это туристский кластер на базе города Нур-Султан (бывш. Астана), который является политическим, административным, деловым и культурным центром страны. Основные туристские продукты, которые будут разработаны в данном кластере, - это МІСЕ-туризм и кратковременный отдых. Здесь важно развивать конгрессно-деловой, событийный и этнотуризм, развлекательный туризм (культурно-спортивные мероприятия, события, конференции, форумы и т.д.).



Рисунок 25 – Туристические кластеры в Казахстане
Примечание – составлено автором на основе источника [1]

2. «Алматы – свободная культурная зона Казахстана» – это кластер, включающий город Алматы и часть Алматинской области, где интерес для туристов могут представлять петроглифы Тамгалы (объект ЮНЕСКО); парк "Алтын-Эмель", Чарынский каньон, озера Балхаш, Алаколь, Капчагай; горнолыжные зоны. Алматы – город с тысячелетней историей, "золотая колыбель" независимости Казахстана. Основные виды туризма: культурный и экологический туризм, приключенческий, отдых в горах и на озерах, кратковременный отдых, а также формирование программы концертных мероприятий при участии event-management агентств.

3. «Жемчужина Алтая» включает северные и восточные части Восточно-Казахстанской области. Город Усть-Каменогорск будет являться центром кластера. Кластер "Жемчужина Алтая" будет позиционироваться как "Мир чудес природы" и являться центром развития экологического туризма, включая активный и приключенческий туризм, развлекательный, отдых в горах и на озерах, пантолечение, гастрономический, санаторно-курортный, СПА туризм и другие.

4. «Возрождение Великого Шелкового пути» включает центральные и восточные части Кызылординской области, южно-восточную и северо-западную части Южно-Казахстанской области и юго-западную часть Жамбылской области. Центральным объектом кластера будет город Туркестан, позиционирующий себя как духовный, историко-культурный и туристский центр Казахстана на уровне признанных международных центров паломничества и туризма. Кластер будет позиционироваться как "Сердце Великого Шелкового пути, включая развлекательный, духовный, историко-культурный туризм и турне, приключенческий, мистический, санаторно-курортный и СПА туризм.

5. «Каспийские ворота» включает в себя всю Мангистаускую область и часть Западно-Казахстанской и Атырауской областей. Город Актау будет являться центром кластера. К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся пляжный, исторический, мистический, промышленный, культурный туризм и турне.

6. «Единство природы и кочевой культуры» включает Акмолинскую и Карагандинскую области, юго-западную часть Северо-Казахстанской и западную часть Павлодарской областей. Щучинско-Боровская курортная зона будет являться центром кластера, где находятся парки Кокшетау; Бурабай; Буйратау; Улытау.

Рекомендуется для развития туристических кластеров использовать государственно-частное партнерство (ГЧП). Совместная работа бизнеса и власти в реализации проектов ГЧП в туристско-рекреационной индустрии способствует развитию новаторских форм проектного финансирования, стимулирует предпринимательское мышление и способствует внедрению передовых методов управления в органах власти. В результате создания туристских кластеров каждый участник партнерства остается в выигрыше: государство получает возможность создать благоприятные условия для активизации деловой активности территорий, которые обладают высоким инновационным и производственным потенциалом; частный инвестор имеет высокие гарантии возврата инвестиций, получает широкий круг возможностей для получения кредитов под проекты от казахстанских и зарубежных финансовых организаций; общество, как конечный потребитель, имеет достойные условия для отдыха и рекреации.

Кроме того, сотрудничество государства и частного сектора с созданием кластеров будет способствовать сокращению издержек строительства туристской инфраструктуры, повысит уровень и качество предоставляемых услуг, даст возможность увеличить финансовые потоки, сохранить и приумножить культурное и природное наследие территории.

Таким образом, такой организационно-управленческий инструмент, как ГЧП, будет способствовать снижению предпринимательских и инвестиционных рисков, созданию дополнительных рабочих мест, увеличению налогооблагаемой базы и росту доходной части бюджета региона; повысит степень свободы участников кластера для принятия более гибких решений; предоставит возможность комплексного развития (обустройства) территорий и создаст условия для более эффективного их развития за счет повышения инвестиционной привлекательности региона.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В дипломной работе рассмотрены теоретические основы экономической сущности туризма, проведен анализ текущего состояния туристической отрасли в Казахстане и разработаны рекомендации по развитию туризма как фактора обеспечения экономического роста.

Решены задачи дипломной работы:

1) Раскрыта сущность туризма и его видов. Туризм бывает международный (въездной, выездной) и внутренний. Важной особенностью туризма является его сезонность, т. е. зависимость туристских услуг, в первую очередь, от природно-климатических условий. Решая проблемы в менеджменте туризма, данная особенность должна быть обязательно учтена руководством туристских организаций, потому что колебания спроса могут значительно ухудшать условия работы и прибыльности всей туристской отрасли

2) Рассмотрен туризм как фактор экономического роста. Туристский бизнес по динамичности развития и доходности уступает только добыче и переработке нефти. С туризмом прямым или косвенным способом связано больше 30 отраслей экономики. Для его результативного развития необходима качественная инфраструктура, включающая дороги, гостиницы, предприятия питания. Всё это даёт возможность решать важные актуальные проблемы регионов, создавать рабочие места и преодолевать неоднородность экономического развития. Эта отрасль представляет собой благоприятную среду для функционирования компаний малого бизнеса, которые способны развиваться без бюджетных субсидий. Предприятия туризма являются перспективными для привлечения иностранных инвестиций в короткие сроки и в широком масштабе.

3) Исследован зарубежный опыт развития туризма. Главным образом, туристы отправляются из высокоразвитых стран, которые являются государствами — поставщиками туристов, как их определяет Всемирная туристская организация. К этой группе относятся страны, в которых процент граждан, выезжающих в заграницу, превышает десять. Число таких государств незначительно – около 12-17, но их перечень постоянно пополняется. Раньше в их число, кроме высокоразвитых стран Северной Америки, Северной, и Западной Европы и Японии, входили районы Персидского залива, страны Восточной Европы. На сегодняшний день их место активно занимают новые индустриальные государства, а также развивающиеся страны, которые достигли высокой степени развития,- Сингапур, Республика Корея и др.

Подробно были изучены страны, определившие туризм как приоритетное направление экономики: 1) прямая политическая воля и поддержка на протяжении ряда лет со стороны руководства страны (Королевство Марокко, Малайзия); 2) прямое финансовое участие государства в развитии крупных курортных зон (США, Испания); 3) финансовые льготы и механизмы поддержки инвестирования в туристские объекты (Египет); 4) прямое государственное

финансирование создания инфраструктуры туризма (Турецкая Республика, ОАЭ).

4) Оценено состояние индустрии туризма в Казахстане. По данным Комитета по статистике МНЭ РК количество туристов ежегодно растет на 15%. Это объясняется тем, что в последнее время экотуризм стал популярней в Казахстане и других странах СНГ. В 2017 г. 23,7% посетителей Казахстана были зарегистрированы на территории города Нур-Султан и Акмолинской области. В тоже время, процент туристов из Алматы и Алматинской области составляет 22,4%. В Глобальном индексе конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ) Казахстан занял 81-е место из 141 страны. Больше всего низких показателей у Казахстана встречается в таких категориях как «Приоритизация туризма», «Экологическая устойчивость» и «Наземная и портовая инфраструктура». Среди стран евразийского континента Казахстан занимает срединное положение по туристской конкурентоспособности.

5) Проанализированы факторы, влияющие на развитие туризма в Казахстане. В результате проведенного корреляционно-регрессионного анализа было установлено, что на объём туристского потока в Казахстан значительное влияние оказывает ряд показателей: цены на туристические услуги, материально-техническая инфраструктура туризма, инвестиции, заработная плата, количество занятых работников. Высокие цены на места размещения отрицательно влияют на заполняемость, которая не превышает 25%. Темпы роста количества санаторно-курортных учреждений, средств размещения и предприятий туризма, уровень совершенствования туристической инфраструктуры – все это в совокупности положительно влияет на привлекательность туристической отрасли.

Зарботная плата играет важную роль в развитии туризма. С одной стороны, чем больший доход у среднестатистической казахстанской семьи, тем большая вероятность, что она поедет в отпуск на каникулы (как внутри страны, так и за рубеж). С другой стороны, чем выше оплата труда у сотрудников туристической отрасли, тем выше их производительность и мотивация, а значит и качество предоставляемого сервиса, что в дальнейшем положительно сказывается на количестве приезжающих туристов.

6) Проведен анализ влияния туризма на показатели развития экономики Казахстана. Прямой вклад туризма и туризма в ВВП в 2017 году составил 909,9 млрд. тенге (1,9% от ВВП). Туризм создал в Казахстане 180 500 рабочих мест в 2017 году (2,1% от общей занятости). Туризм положительно влияет на сектор ресторанной индустрии и индустрии развлечений и шопинга (торговли).

Туризм оказывает влияние на занятость и снижение безработицы в регионах, развитие малого и среднего предпринимательства. Большое значение имеет тот факт, что активно участвует в экономических процессах сёла. Так, в 2017 году в Алматинской области 301, а в Восточно-Казахстанской 361 сельских жителей получили работу в сфере туризма. Развитие туризма дает синергетический эффект. Повышается качество обслуживания, привлекаются страховые компании, возникают новые сегменты туристической

направленности, разрабатываются новые маршруты, поэтому открываются новые предприятия в ресторанной, спортивной, культурной, сувенирной, торговой сферах. В общем, развивается инфраструктура в более широком смысле, чем просто туристическая. Туризм помогает развитию сопутствующих отраслей и улучшает экономическое состояние региона.

7) Оценен туристский потенциал и перспективы развития туризма в Казахстане. Туристский потенциал Казахстана действительно обширен: национальные парки, объекты ЮНЕСКО, лыжные трассы, религиозные памятники, озера для купания. Перспективные для Казахстана виды туризма – детско-юношеский, культурно-познавательный и этнографический туризм, событийный (Event-туризм), кемпинговый, медицинский, автотуризм и караванинг, охотничий и спортивный туризм. Для медицинских туристов привлекательными будут Нур-Султан и Алматы. Охотничий туризм имеет большой потенциал роста, поскольку Казахстан богат охотничьими угодьями – более 234 млн. га. Важно минимизировать административные барьеры для туристов, въезжающих в Казахстан. На сегодняшний день безвизовый въезд Казахстан разрешает для 55 стран.

8) Предложены пути совершенствования туристкой инфраструктуры и сервиса. Необходимо развивать дороги, дорожную инфраструктуру и сервис, привлекать квалифицированные кадры, а также запускать новые туристические продукты. Первоначально рекомендуется для развития туризма довести состояние дорог до уровня международного значения, причем на всем их протяжении. Рекомендуется также реорганизовать существующую систему придорожного общепита. На трассах не должно быть сомнительных столовых и закусочных с низкими санитарными нормами. Этот вопрос должен решаться на правительственном уровне. Опыт Турции может быть применен в Казахстане в этом вопросе. Там на автобусных остановках, возле АЗС, функционируют рестораны, отели, проводятся мини экскурсии по ковровым фабрикам, виноградникам и др.

9) Разработаны направления развития туристских кластеров в Казахстане. На данный момент в Казахстане образовано 6 туристских кластеров. Рекомендуется для развития туристических кластеров использовать государственно-частное партнерство. Совместная работа бизнеса и власти в реализации проектов ГЧП в туристско-рекреационной индустрии будет способствовать развитию новаторских форм проектного финансирования, стимулировать предпринимательское мышление. В результате создания туристских кластеров с помощью ГЧП каждый участник партнерства остается в выигрыше: государство получает возможность создать благоприятные условия для активизации деловой активности территорий, которые обладают туристским потенциалом; частный инвестор имеет высокие гарантии возврата инвестиций.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 406 «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года».
- 2 Буйленко В.Ф. Туризм: учебник. М.: Феникс, 2015. – 357 с.
- 3 Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211-ІІ «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изм. и доп. на 28.12.2018 г.)
- 4 Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме. Спб.: СПбГУП, 2008. - 259 с.
- 5 Кузик С.П. География туризма: учебное пособие. Киев, 2012. – 368 с.
- 6 Александрова, А.Ю. Международный туризм / А.Ю. Александрова. - М.: Аспект пресс, 2016. - 470 с
- 7 Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М., Финансы и статистика, 2013.
- 8 Нургалиева А.Ш. Мультипликативный эффект туризма региона // Вестник Казахской Академии транспорта и коммуникаций, № 2(63), 2010. с.190-197
- 9 Карпова Г.А., Воронцова М.Г. Экономика современного туризма. -М.: Изд-во "Герда", 2016. – 359 с.
- 10 Смыкова М.Р. Туризм: экономика, менеджмент и маркетинг. Алматы: Издательство «NURPRESS», 2014.— 246 с.
- 11 Ефремова М. В. Основы технологии туристского бизнеса: Учеб. пособие. - М., 2016. – 399 с.
- 12 Лукьяненко А.В. Особенности стратегического управления туристской фирмой // Известия СПбЭФ, 2017, № 3.
- 13 Квартальнов В. А. Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности: Учебник. М., 2016. – 371 с.
- 14 Концепция развития горнолыжного курорта Шымбулак //Ecosign Mountain Resort Planners Limited, 2018.
- 15 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебное пособие для вузов. М.: Изд-во "Финансы и статистика", 2010.- 256с.
- 16 Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. М.: Изд-во "Финансы и статистика", 2010.- 364 с.
- 17 Гуляев А.К. Организация туристической деятельности, М: Инфра, 2014. – 415 с.
- 18 Жукова, М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации - М.: Финансы и статистика, 2017. - 200 с
- 19 Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса, Одесса, 2017. – 284 с.
- 20 Квартальнов В.А., Зорин И.В. Энциклопедия туризма. М.: Изд-во "Финансы и статистика", 2013.- 421 с.

21 Ячменева В.М., Фокина Н.А. Факторный анализ показателей развития туризма в дестинациях Республики Крым // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 3 (64). С. 159-170.

22 UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition | World Tourism Organization <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876>

23 The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2017>

24 Хваджа А.Н. Французский опыт управления развитием туризма // Киберленинка, 2016

25 Митина И.Д. Репрезентация образа Италии в рамках культурного туризма // Симбирский научный вестник. 2014. № 3 (17). С. 151-155.

26 Нечай А.А., Ян Чэнь. Тенденции развития международного туристского рынка и особенности въездного туризма в Китае // Беларусь и мировые экономические процессы: сб. науч. ст. — 2014. — Вып. 8. — С. 88–95

27 Ержанова С.К. Хустья Ж., Урузбаева Н.А. Опыт международного туризма и его применение в Казахстане // Вестник Карагандинского университета, 2016, № 4(84). С. 56-58

28 Туризм: официальная статистическая информация Комитета по статистике МНЭ РК <http://stat.gov.kz>

29 Каримов М. Как будут продвигать казахстанский турпродукт? // Капитал, 2018

30 Траиспаева М. Обзор Индекса конкурентоспособности путешествий и туризма (ИКПТ ВЭФ): Результаты Казахстана // АО «НК «Kazakh Tourism», Департамент PR и Маркетинга, 2017

31 Елисеева И. И., Юзбашев М. М. Общая теория статистики: Учебник / Под ред. И. И. Елисеевой. — 4-е издание, переработанное и дополненное. — Москва: Финансы и Статистика, 2010. — 480 с.

32 Корреляция, корреляционная зависимость <https://statpsy.ru/correlation/correlation/>

33 Динамика основных социально-экономических показателей: официальная статистическая информация Комитета по статистике МНЭ РК <http://stat.gov.kz>

34 Инвестиции в туризм <https://kiskinhouse.com/investitsii-v-turizm/>

35 Сокол В., Пилипенко Е. Современное состояние туризма в РК: проблемы и перспективы // Вестник Казахско-Русского Международного Университета, 2016

36 Travel & Tourism: Economic impact 2018 Kazakhstan // World Travel & Tourism Council (WTTC) <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2018/kazakhstan2018.pdf>

37 Мальченко А. Туристический потенциал Казахстана используется лишь на 1 процент // московский Комсомолец Казахстан, 2016

38 На что будут делать упор в развитии туризма в Казахстане? // ИА Тотал Казахстан, 2017 https://total.kz/ru/news/gossektor/na_что_budut_delat_upor_v_razvitii_turizma_v_k

azahstane

39 Портер М. Конкуренция. М.: Изд. дом «Вильямс», 2003. – 367 с.

40 Адамова К.З. Кластеры: понятие, условия возникновения и функционирования // Вестник Саратовского государственного технического университета, №34 - 2015. С. 128-134

41 Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы, М: 2015. – 348 с.

Приложение 1

Туризм Казахстана: актуальные цифры

ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА

Количество посетителей
2017 год



Доля туризма
в структуре ВВП

1,0%

Средняя загрузка
ГОСТИНИЦ

27,6%

Численность
ЗАНЯТЫХ

427
тыс. чел.

Туроператоров
и агентств

2175

Номерной фонд

65 791

Оказано УСЛУГ
(\$333 млн)

108
млрд тг.

Отрицательное
САЛЬДО

- \$20,39
млн

WORLD
ECONOMIC
FORUM

81 МЕСТО

в Глобальном индексе
конкурентоспособности
туризма по ВЭФ 2017 года

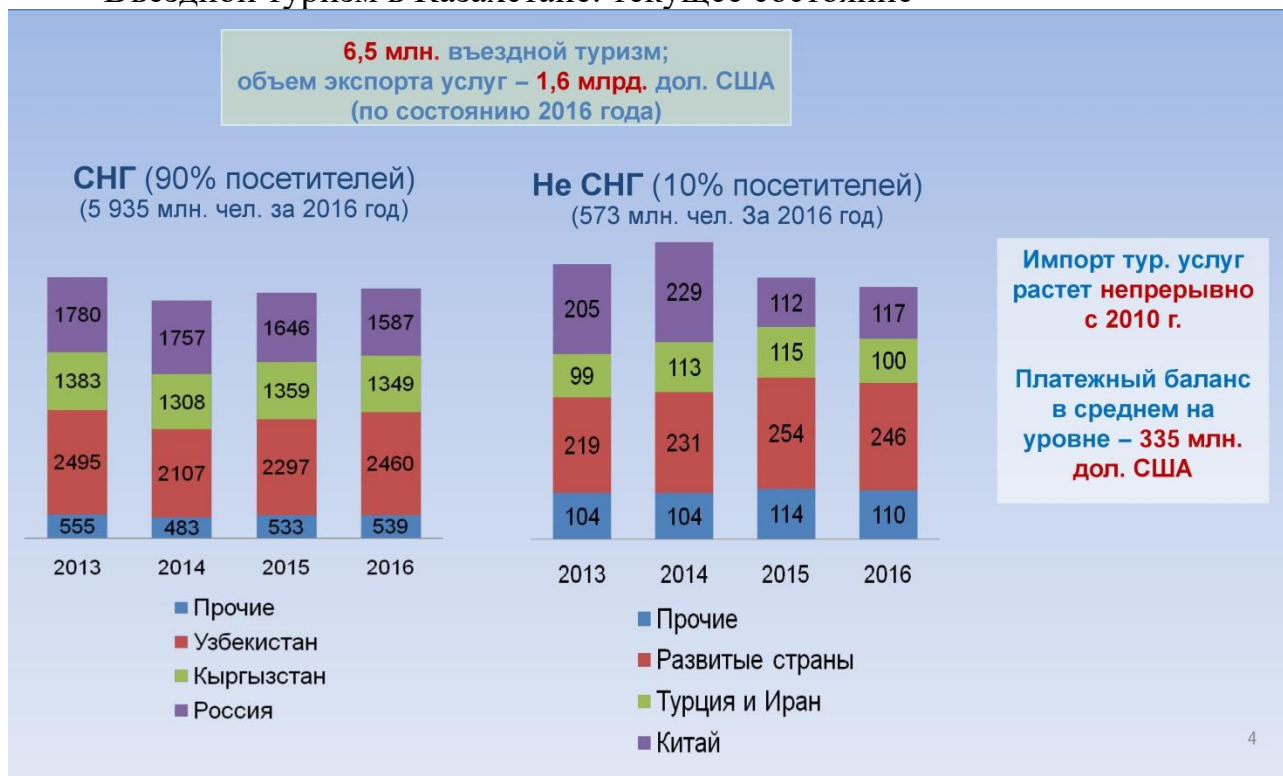
ЗАДАЧА

Увеличить долю туризма
в структуре ВВП до 8% к 2025 г.

Источник: capital.kz

Приложение 2

Въездной туризм в Казахстане: текущее состояние



Источник: total.kz

Приложение 3

Данные для расчета коэффициента корреляции и корреляционно-корреляционного анализа

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	коррел объем услуг	коррел кол-во туристов
Объем услуг, оказанный местами размещения	37 440 625,1	45 245 839,6	47 836 934,6	53 486 371,6	59 714 164,2	72 401 941,1	72 597 228,3	82 853 434,6	108 359 760,4	11163 7455		1,00
Количество обслуженных посетителей в местах размещения	2 306 084	2 548 868	2 845 832	3 026 227	3 307 752	3 804 447	3 802 225	4 217 782	5 279 406	4 262 963	0,94	1,00
Наемные работники, тыс. чел.	5238,8	5409, 4	5581, 4	5813, 7	5949, 7	6109, 7	6294, 9	6342, 8	6485, 9	6631, 4	0,94	0,93
Кол-во занятых в туризме (проживание и питание), тыс. чел.	101,3	105,1	122,5	129,0	139,0	167,3	183,7	170,9	192,0	193,9	0,93	0,93
Уровень молодежной безработицы (15-28 лет), в процентах	8,5	6,6	6,1	5,4	5,5	4,2	4,4	4,1	3,9	3,6	-0,86	-0,87
Среднемесячная заработная плата одного работника	67333	77611	90028	10126 3	10914 1	12102 1	12602 1	14289 8	15082 7	16226 7	0,97	0,93
Среднедушевые номинальные денежные доходы населения, тенге	34 282	39 014	45 918	51 860	56 453	62 271	67 321	76 575	83 053	91 633	0,98	0,93
индекс цен на непродовольственные товары	108,6	105,5	105,3	103,5	103,3	107,8	122,6	109,5	108,9	106,4	0,20	0,27
индекс цен на платные услуги для населения	108,4	106,8	107,3	109,3	108,0	106,4	108,1	106,1	105,9	104,5	-0,77	-0,63
Кол-во мест размещения	1 235	1 494	1 642	1 526	1 678	2 056	2 338	2 754	2 987	3 345	0,98	0,90
Предоставлено койко-суток местами размещения	4 980 999	5 629 201	7 085 020	7 560 134	7 186 444	7 165 232	6 925 106	7 582 785	9 544 646	10 554 715	0,91	0,81
Валовый выпуск услуг транспорта, млн. тенге	2 123 850,0	2 531 615,0	2 903 264,0	3 439 516,0	4 004 633,0	4 600 380,0	5 100 619,0	5 898 485,0	6 474 355,6	7 239 591,3	0,98	0,93
Инвестиции в основной капитал, млн. тенге	4 585 298	4 653 528	5 010 231	5 473 161	6 072 687	6 591 482	7 024 709	7 762 303	8 770 572	11 130 171	0,97	0,84
Количество зарегистрированных юридических лиц	298 028	287 068	301 372	317 926	338 982	353 833	360 287	383 850	412 677	433 774	0,98	0,92

Приложение 4

Карта сакральных объектов и развитие туристского продукта «Сакральный пояс Казахстана»



Источник: total.kz