

Анализ предпринимательской активности в сфере туризма регионов Казахстана

А.Т. Тлеубердинова¹, Ж.М. Шаекина², Д.М. Салауатова³

Түйін

Қазіргі заманғы туристік бизнес экономиканың ең ірі және тез өсетін секторларының бірі болып табылады. Жиі туризм индустриясы қоғамдағы экономикалық және әлеуметтік өзгерістердің делдалы ретінде қарастырылады. Сонымен қатар, туризм шетел валютасын тарту жолымен жалпыұлттық бірлестікті қолдауға, мәдени қызмет пен дәстүрлі қолөнерді көтермелеуге, қызметтердің әртүрлі секторларының өмір сүруіне елеулі ықпал етуге қабілетті. Туризм индустриясы басым түрде әлеуметтік мәселелерді жоюға қабілетті, мемлекеттің дамуына және жалпы ішкі өнімнің өсуіне әкелетін бюджетті толықтыруға түрткі болатын туристік кәсіпкерлікті дамыту есебінен жұмыс орындарын құру жұмыссыздық деңгейін төмендетуде елеулі рөлге ие.

Жұмыстың мақсаты Қазақстан өңірлеріндегі туризм саласындағы кәсіпкерлік белсенділіктің даму деңгейін анықтау. Зерттеу топтау, динамика қатарлары негізгі статистикалық әдістерді қолдануға негізделген.

Мақалада соңғы 5 жылдағы динамикадағы туризм түрлері бойынша туристік ағындарға, жалпы ішкі өнімдегі туризм үлесіне, туризм саласындағы белсенді субъектілер санына талдау жүргізілді.

Зерттеу нәтижесі ретінде туризмдегі кәсіпкерлік белсенділікті дамыту бойынша Қазақстан облыстарының рейтингі, туризмдегі кәсіпкерлікті дамытуды тежейтін факторларды анықтау, туристік дестинациялар ретінде облыстардың тартымдылығын арттыру бойынша ұсыныстар алынды.

Зерттеу нәтижелерін қолдану саласы туристік индустрия субъектілерінің қызметі болып табылады: Мәдениет және спорт министрлігі, туризмді дамыту жөніндегі басқармалар, туроператорлар мен турагенттер, салалық ұйымдар, тұтынушылар.

Зерттеу нәтижелері 2023 жылға дейін туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламасын іске асыру шеңберінде туризмді дамытудың өңірлік бағдарламаларын әзірлеу кезінде пайдаланылуы мүмкін.

Түйін сөздер: кәсіпкерлік субъектілері, кәсіпкерлік белсенділік, туризм саласы, туристік ағындар, аймақтық дамуы.

Аннотация

Современный туристский бизнес является одним из крупнейших и наиболее быстро растущих секторов экономики. Часто индустрия туризма рассматривается в качестве посредника экономических и социальных изменений в обществе. Кроме того, туризм способен поддержать общенациональное объединение путем притока иностранной валюты, поощрять культурную деятельность и традиционные ремесла, оказать существенное влияние на выживание различных секторов услуг. Индустрии туризма отводится значительная роль в создании рабочих мест, снижении уровня безработицы преимущественно за счет развития туристского предпринимательства, способного устранить социальные проблемы, дать толчок развитию страны и пополнению бюджета, приводящему к росту валового внутреннего продукта.

Цель работы – определить уровень развития предпринимательской активности в сфере туризма в регионах Казахстана. Исследование основано на применении основных статистических методов: группировки, рядов динамики.

1 Заведующая кафедрой «Маркетинг» РГП на ПХВ «Карагандинский государственный университет им. академика Е.А. Букетова», д.э.н., профессор, г. Караганда, e-mail: tat404@mail.ru, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-8762-5932>

2 Профессор кафедры «Маркетинг» РГП на ПХВ «Карагандинский государственный университет им. академика Е.А. Букетова», д.э.н., г. Караганда, e-mail: zh.shayekina@mail.ru, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-5216-343X>

3 Докторант PhD, Карагандинский экономический университет Казпотребсоюза, г. Караганда, e-mail: Di_kz010@mail.ru, ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-8569-3755>

В статье проведен анализ туристских потоков по типам туризма, доли туризма в ВВП, количества активных субъектов в сфере туризма в динамике за последние 5 лет.

Результатами исследования стали рейтинг областей Казахстана по развитию предпринимательской активности в туризме; выявление факторов, сдерживающих развитие предпринимательства в туризме, предложения по повышению привлекательности областей как туристских дестинаций.

Областью применения результатов исследования является деятельность субъектов туристской индустрии: Министерства культуры и спорта, управлений по развитию туризма, туроператоров и турагентов, отраслевых организаций, потребителей.

Результаты исследования могут быть использованы при разработке региональных программ развития туризма в рамках реализации государственной программы развития туризма до 2023 года.

Ключевые слова: субъекты предпринимательства, предпринимательская активность, туристская отрасль, туристские потоки, региональное развитие.

Abstract

Modern tourist business is one of the largest and fastest growing sectors of the economy. Often the tourism industry is seen as a mediator of economic and social changes in society. In addition, tourism is able to support national unification through the inflow of foreign currency, encourage cultural activities and traditional crafts, and have a significant impact on the survival of various service sectors. The tourism industry plays a significant role in creating jobs, reducing unemployment mainly due to the development of tourism entrepreneurship, able to eliminate social problems, give impetus to the development of the country and replenish the budget, leading to an increase in gross domestic product.

The purpose of the work is to determine the level of development of entrepreneurial activity in the field of tourism in the regions of Kazakhstan. The study is based on the application of the main statistical methods: grouping, number of dynamics.

The article analyzes tourist flows by type of tourism, the share of tourism in GDP, the number of active subjects in the field of tourism in dynamics for the last 5 years.

The result of the study was the rating of the regions of Kazakhstan on the development of entrepreneurial activity in tourism, identifying factors hindering the development of entrepreneurship in tourism, proposals to increase the attractiveness of areas as tourist destinations.

The field of application of the research results is the activity of subjects of the tourist industry: the Ministry of Culture and Sports, Department of tourism development, tour operators and travel agents, industry organizations, consumers.

The results of the study can be used in the development of regional tourism development programs as part of the implementation of the state tourism development program until 2023.

Keywords: business entity, entrepreneurial activity, tourism industry, tourist flows, regional development.

Введение

Туризм способен дать большой импульс развитию предпринимательства. Об этом не раз упоминал в стратегических планах государства Елбасы Н. Назарбаев, призвавший казахстанских предпринимателей инвестировать в туристскую отрасль, гарантировав поддержку со стороны государства в виде создания необходимой инфраструктуры. На это направлена новая разрабатываемая программа развития туризма в Казахстане до 2023 года. В Послании народу Казахстана «Новые возможности развития в условиях Четвертой промышленной революции» было подчеркнуто, что «одним из перспективных источников дохода для любого региона является развитие въездного и внутреннего

туризма»⁴ и получило развитие в Послании «Рост благосостояния казахстанцев: повышение доходов и качества жизни» от 5 октября 2018 года⁵. Данная задача успешно реализуется,

4 Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. 10 января 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-n-nazarbaeva-narodu-kazahstana-10-yanvary-2018-g (дата обращения 05.12.2018)

5 Послание Президента Республики Казахстан Н.Назарбаева народу Казахстана. 5 октября 2018 г. [Электронный ресурс]. URL: http://www.akorda.kz/ru/addresses/addresses_of_president/poslanie-prezidenta-respubliki-kazahstan-nnazarbaeva-narodu-kazahstana-5-oktyabrya-2018-g (дата обращения 05.12.2018)

поскольку за последние 5 лет доля въездного туризма увеличилась на 12,6%, внутреннего туризма – на 61,2%.

Литературный обзор

Предпринимательство помогает развивать экономику, повышая производительность, создавая новые возможности для трудоустройства, может создавать и оживлять рынки с помощью новых продуктов и улучшенной разработки продуктов [1; 2]. Предпринимательство является мостом, который связывает бизнес с обществом, чтобы создавать экономические выгоды и удовлетворять желания и потребности [3]. Предпринимательство является катализатором экономического роста и развития [4], где оно создает ценности из ничего [5]. Ряд ученых определяет предпринимательство как начало нового бизнеса [6]. Другие исследователи предлагают более широкое определение предпринимательства, включающее в себя другие виды деятельности, такие как инновации, принятие рисков, включая деловые решения и инициативность [7]. Шумпетер называет предпринимателей «творческими разрушителями» [8]. Друкер определяет предпринимателя как личность, которая ищет перемены, быстро ищет возможности и реагирует [9].

Следовательно, предпринимательская деятельность может быть определена как особая форма экономической деятельности, предпринимаемой отдельными лицами для запуска и развития нового бизнеса путем принятия ответственности и принятия риска в организации предприятия исходя из личных интересов.

Туризм – это область, где есть много возможностей для развития предпринимательства [10]. Взаимодействие секторов, связанных с туризмом, с другими секторами экономики может способствовать экономическому развитию и, создавая новые устойчивые предприятия, может привести к увеличению стоимости и объема прибыли коммерческих организаций [11]. Развитие туризма как на международном, так и на региональном уровнях обусловлено развитием предпринимательства и инноваций [12]. Предпринимательство в индустрии туризма

набирает обороты [13]. Роль предпринимателей в сфере туризма имеет жизненно важное значение для развития различных привлечательных направлений [14]. Ряд исследований показал, что одной из основных целей развития туристского сектора является создание рабочих мест и движущей силой этого является предпринимательство [15, 16, 17]. Стимулирование предпринимательства в секторе туризма ведет к снижению безработицы, повышению производительности труда людей и, как следствие, к увеличению доходов местного населения [18].

Методология

Исследование основано на использовании первичных статистических данных Комитета по статистике Министерства национальной экономики Республики Казахстан по предпринимательству в туризме [19, 20]. Анализ проведен с помощью основных статистических методов: группировки и рядов динамики.

Результаты и обсуждение

Как показывает анализ статистических данных все виды туризма в Казахстане имеют положительную динамику. Казахстан, имеющий богатый туристский и рекреационный потенциал, привлекает туристов, причем как иностранных, так и внутренних. Об этом свидетельствуют показатели туристских прибытий (таблица 1).

Внутренний туризм становится более предпочтительным и доступным, чем отдых за рубежом. Это объясняется улучшением туристской инфраструктуры страны, повышением качества оказываемых услуг. В достаточной мере развитая туристская инфраструктура обеспечивает доступность туристской дестинации, комфортность пребывания туристов, приносит существенный доход государству и предпринимателям [21].

В настоящее время внутренние авиарейсы выполняются шестью казахстанскими авиакомпаниями – «Эйр Астана», «Скат», «Бек Эйр», «Жетысу авиа», «Жезказган Эйр», «Казах Эйр» по 42 внутренним маршрутам, с количеством рейсов более 500 в неделю.

Таблица 1 – Туристские потоки по типам туризма в Республике Казахстан за 2013-2017 гг.

Год	Количество посетителей					
	по выездному туризму	темп прироста, %	по въездному туризму	темп прироста, %	по внутреннему туризму	темп прироста, %
2013	10142710		6841085		2721714	
2014	10449972	3	6332734	-8	3125429	15
2015	11302476	8	6430158	1	3110012	0
2016	9755593	-14	6509390	1	3495267	12
2017	10260813	5	7701196	18	4387495	26

Примечание – Составлено авторами на основе источника⁶

Реконструированы участки автомобильных дорог республиканского значения: Алматы – Нур-Султан, Нур-Султан – Костанай – Челябинск, Самара – Шымкент, Атырау – Уральск, Актобе – Карабутақ – гр.Костанайской обл., Алматы – Бишкек, Атырау – Актау, гр. РФ – Павлодар – Майкапшагай, Таскескен – Бахты, Чунджа – Кольжат, Нур-Султан – Щучинск, Щучинск – Кокшетау, протяженностью более 8 тыс.км. Построены автомобильные дороги Кызыл-аскер – Кировский, Риддер – гр. РФ, Восточный, Северный и Южный обходы г. Нур-Султан, подъезд к Щучинско-Боровской курортной зоне, подъезд к СЭЗ ПИТ «Алатау», обход г. Костанай, обход г. Кокшетау, общей протяженностью – 216 км. Построены мосты через реки Урал в районе г. Уральска, Сырдарью, Кигач, Иртыш в г. Павлодаре. По состоянию на 1 января 2018 года 84% автомобильных дорог республиканского значения и 65% автомобильных дорог областного и районного значения находились в хорошем и удовлетворительном состоянии. За счет выполненных работ состояние республиканской сети автомобильных дорог улучшено более чем на 40 % [22].

Инфляционные процессы в 2015 году и, как следствие, снижение доходов населения, а также рост политической нестабильности в некоторых мировых туристских направлениях также повлияли на предпочтение внутрен-

него туризма. Поэтому многие предприниматели стали включать в перечень услуг турпродукты по Казахстану.

Подъем въездных прибытий спровоцирован такими мероприятиями, как соглашение по упрощению взаимных туристских поездок между Казахстаном и Ираном, подписанное в 2016 году; проведение зимней универсиады; объявлением 2017 года годом туризма Китая в Казахстане, приведшее к потоку первых групп китайских туристов. Надо отметить, что данную тенденцию решили поддержать путем внедрения 72-часового безвизового режима для граждан КНР и Индии. И несомненно, выставка ЭКСПО-2017, способствовавшая отмене визового режима для граждан 48 стран мира.

Как свидетельствует международная практика, доля туризма в странах с развитым туристским потоком занимает не менее 40% в ВВП страны. К сожалению, несмотря на положительную динамику туристских прибытий, доля туризма в ВВП Казахстана остается незначительной (рисунок 1). Однако перед туризмом была поставлена задача увеличить долю в структуре ВВП до 8% к 2025 году. За последние 5 лет, несмотря на рост числа туристов, этот показатель не изменился, составив в среднем 1%.

6 Туризм Казахстана 2013-2017: Статистический сборник. – Астана 2018. - 61 стр. [Электронный ресурс] URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/publicationsCompilations?lang=ru&_afzLoop=5146114418845680#%40%3F_afzLoop%3D5146114418845680%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_25 (дата обращения 07.12.2018)



Примечание – Составлено авторами на основе источника⁷, *явление отсутствует

Рисунок 1 - Доля туризма в ВВП Республики Казахстан за 2005-2017 годы

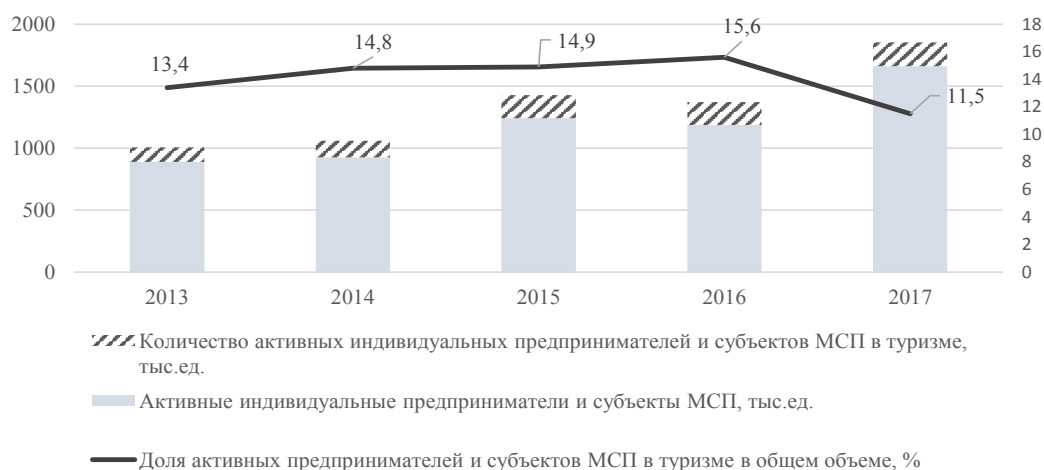
Таким образом, действительность доказывает сложность данной задачи. Очевидно, что туристская деятельность, являющаяся интеграционной составной частью национальной экономической системы, должна планироваться, направляться и координироваться комплексно. Туризм нужно вывести на новый уровень, сфера туризма должна носить массовый характер, т.е. иметь спрос со стороны не только потребителей (как внешних, так и внутренних), но и предпринимателей как перспективная сфера для бизнеса, стать частью национальной культуры.

К сожалению, показатель валовой добавленной стоимости, создаваемой туризмом в региональном разрезе, не формируется Комитетом по статистике. Тем не менее о доле регионов в валовой добавленной стоимости, создаваемой туризмом, можно судить по показателям числа активных предпринимателей. В настоящее время

активность предпринимателей в туризме характеризуется положительной тенденцией (рисунок 2).

В период 2013-2017 годов количество активных индивидуальных предпринимателей и субъектов малого и среднего бизнеса (МСП) в туризме возросло в 1,6 раза, а доля активных предпринимателей и субъектов МСП в туризме в общем объеме активных предпринимателей снизилась на 1,9%. В целом благоприятная предпринимательская среда, в том числе активная поддержка государства, в Казахстане способствует развитию бизнеса. Однако предприниматели не выбирают сферу туризма для занятия бизнесом вследствие непонимания потенциала развития отрасли. Сфера туризма находится в числе перспективных 16 направлений по льготному кредитованию, субсидированию. Однако, по нашему мнению, необходима более активная поддержка аналогично той, которую оказывают аграрному сектору такие специализированные институты, как АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства», АО «Аграрная кредитная корпорация», АО «КазАгроФинанс», АО «КазАгроГарант»; специализированные программы финансирования «Сыбага», «Агробизнес 2020» и др.

7 Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Комитет по статистике. Официальная статистическая информация. [Электронный ресурс] URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism?_afLoop=5146201869148759#%40%3F_afrLoop%3D5146201869148759%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_63 (дата обращения 07.12.2018)



Примечание – Составлена авторами на основе источника^{3; 8}

Рисунок 2 – Анализ предпринимательской активности в туризме

Деятельность малого бизнеса наиболее активно представлена в сфере индивидуальных и коллективных мест размещения, деятельности туристских агентов, экскурсионных фирм, сферы общественного питания. Малый бизнес способен мобильно обеспечивать создание наиболее важных объектов туристской инфраструктуры (мини-отели, кемпинги, кафе, турфирмы), осваивать новые ниши по обслуживанию туристов, создавать рабочие места для молодежи, а также занятости семей.

Лидерами по числу активных предпринимателей в туризме остаются гг. Алматы, Нур-Султан и Туркестанская область (таблица 2).

Согласно Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года предусмотрено создание 6 культурно-туристских кластеров: «Астана – сердце Евразии», «Алматы – свободная культурная зона Казахстана», «Единство природы и кочевой культуры», «Жемчужина Алтая», «Возрождение Великого Шелкового пути» и «Каспийские ворота». Развитие регио-

нальных кластеров является одной из задач государственной программы по развитию туризма.

В 2017 году количество мест размещения в г.Алматы по сравнению с 2016 годом увеличилось на 15% (184). Данными объектами обслужено 969 861 чел., что на 22% выше показателей 2016 года. Из общего числа обслуженных 64% составили внутренние туристы, 36% – въездные туристы. Объем услуг, оказанный местами размещения в 2017 году, по сравнению с 2016 годом увеличился на 14,3% и составил 20,7% объема услуг Казахстана⁶ (таблица 3).

Безусловно, г. Алматы является центром деловой активности республики. Мегаполис занимает также первое место по выпуску продукции предприятиями МСП, которые произвели товаров более чем на 4 млрд. тенге, что составляет 26% по республике. Но вместе с тем есть отрасли, которые нуждаются в финансировании на льготных условиях, одной из которых является туризм. В 2016 году запущена программа «Алматы Туризм», разработанная в целях развития субъектов малого и среднего предпринимательства, путем финансирования проектов в приоритетных для региона отраслях или отдельных территориальных единицах. Из местного бюджета на данную региональную программу выделено 250 млн. тенге, выдан кредит под 8,5% годовых в сумме 250 млн. тенге через Фонд «Даму», профинансировано четыре

8 Малое и среднее предпринимательство в Республике Казахстан. статистический сборник. – Астана, 2018. – 84 с. [Электронный ресурс] URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/publicationsCompilations?lang=ru&_afLoop=5146114418845680#%40%3F_afLoop%3D5146114418845680%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_25 (дата обращения 01.12.2018)

проекта по линии «NurBank», два проекта - по линии HalykBank, один - по линии АТФ Банка⁹.

Таблица 2 – Динамика количества активных субъектов МСП и индивидуальных предпринимателей в туризме по регионам Республики Казахстан за 2013-2017 гг.

Регион	2013	2014	2015	2016	2017	Темп прироста (2013-2017), %
Акмолинская область	3749	4260	6374	6360	6552	74,76
Актюбинская область	6433	7310	10183	10170	10616	65,02
Алмагинская область	8889	10101	14460	14456	15014	68,91
Атырауская область	5554	6312	8834	8810	8833	59,04
Западно-Казахстанская область	2683	3049	4042	4031	3814	42,15
Жамбылская область	5389	6120	8822	8806	9162	70,01
Карагандинская область	6291	7148	10556	10540	10915	73,50
Костанайская область	5607	7009	7589	7580	7817	39,42
Кызылординская область	4566	5073	7035	7020	7364	61,28
Мангистауская область	6793	7548	9824	9808	10099	48,67
Туркестанская область	15316	17602	23179	23160	24003	56,72
Павлодарская область	3142	3570	4771	4760	4871	55,03
Северо-Казахстанская область	2091	2376	3615	3609	3716	77,71
Восточно-Казахстанская область	6529	7420	10497	10480	10715	64,11
г. Астана	12586	14302	19856	19840	20543	63,22
г. Алматы	23304	24214	35908	35892	37589	61,30
Примечание – Составлена авторами на основе источника ¹⁰ .						

Туркестанская область, занимающая вторую позицию в рейтинге активных предпринимателей в туризме, вошла в кластер «Возрождение Великого Шелкового пути» и позиционируется как «Сердце Великого Шелкового пути». В целях продвижения туристского потенциала региона создан «Туристско-информационный центр «Ontustik

Tourism Center», функционирующий по принципу «одного окна» и оказывающий информационно-справочные услуги с целью развития туризма, укрепления и развития бизнес среды региона.

⁹ Отчет о проделанной работе Управления туризма и внешних связей города Алматы за 2017 год. [Электронный ресурс]. URL: <http://almatytourism.kz/about/otchet-y-i-itogi-proverok.php> (дата обращения 08.12.2018)

¹⁰ Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Комитет по статистике. Официальная статистическая информация. [Электронный ресурс] URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism?_afRLoop=5146201869148759#%40%3F_afRLoop%3D5146201869148759%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_63 (дата обращения 07.12.2018)

Таблица 3 – Объем услуг, оказанный местами размещения, тыс.тг.

Регион	2013	2014	2015	2016	2017	Доля в общем объеме, % в 2017 г.
Республика Казахстан	59714164,2	72401941,1	72597228,3	82853434,6	108359760,4	100
Акмолинская область	3329941,1	3987 484,3	4255885,7	5020856,3	5656946,1	5,22
Актюбинская область	1305907,8	1697767,8	1445833,9	1549764,0	2078793,3	1,92
Алматинская область	1101212,4	2244240,7	3202810,2	4779411,8	8280288,8	7,64
Атырауская область	8412823,5	5472461,5	6802761,1	7086544,2	7192536,3	6,64
Западно-Казахстанская область	1317940,0	1465823,5	1970286,6	2906309,2	3121014,4	2,88
Жамбылская область	537390,2	669522,3	874895,3	1004788,6	1258402,0	1,16
Карагандинская область	2884647,3	3399112,3	3418374,4	3872377,1	4226003,2	3,90
Костанайская область	1018681,6	1109894,3	1075420,3	1122255,6	1506394,8	1,39
Кызылординская область	822941,9	900957,0	739374,3	783860,6	933647,9	0,86
Мангистауская область	5010419,4	5097621,0	4656540,8	3922236,3	4154705,1	3,83
Туркестанская область	1398196,2	1539512,2	1915253,7	2730818,9	3652733,9	3,37
Павлодарская область	1450686,5	1612252,1	1550449,8	1591832,4	1852259,7	1,71
Северо-Казахстанская область	432000,0	473721,1	583507,5	826061,4	1000726,3	0,92
Восточно-Казахстанская область	2940325,5	3677811,8	3290367,2	3877789,5	4278273,5	3,95
г. Астана	13292428,2	18456615,4	18228423,7	22116316,7	36687488,0	33,86
г. Алматы	14458622,6	20597143,8	18587043,8	19662212,0	22479547,1	20,75

Примечание – Составлена авторами на основе источника¹¹.

В целях качественного обслуживания посетителей государственного природного заповедника Аксу-Джабаглы в Тюлькубасском районе функционируют туристские базы «Аксу-Джабаглы», «Руслан», «Дом Жени и Люд», «Кокжайляу», «Жабайы табиғат». В 2017 году в Тюлькубасском и Толебийском районах введены в эксплуатацию ряд баз отдыха. Планируется расширение туристских баз «Руслан» и «Аксу-Джабаглы»¹².

11 Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Комитет по Статистике. Официальная статистическая информация. [Электронный ресурс]. URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism?_afLooP=5146201869148759#%40%3F_afLooP%3D5146201869148759%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_63 (дата обращения 07.12.2018)

12 Акимат Туркестанской области. Официальный интернет-ресурс. [Электронный ресурс] URL: <https://ontustik.gov.kz/ru/pages/informaciya-po-razvitiyu-turizma> (дата обращения 08.12.2018)

Наибольший объем инвестиций за 2017 год пришелся на г. Астану. Все достигнутые показатели развития предпринимательской активности в сфере туризма г. Астаны являются наследием ЭКСПО-2017 и подталкивают на дальнейшее развитие. Благодаря ЭКСПО инфраструктура города готова принять туристов любого уровня. Произошло значительное увеличение фонда гостиничных мест – со 165 гостиниц до 201 в 2017 году. Сегодня туристская инфраструктура в городе представлена: 201 отелем на 15 тыс. мест и более 1100 кафе, ресторанами и другими объектами индустрии гостеприимства. Для облегченного въезда зарубежных гостей был введен безвизовый режим для 48 стран. Введен режим «открытого неба», т.е. были сняты все ограничения на полеты иностранных компаний в г. Астане до 7 рейсов в неделю. С января 2017 года открыто 9 новых международных маршрутов из Астаны, значительно увеличилось количество рейсов по существующим маршрутам. К моменту начала работы ЭКСПО был запущен новый, оснащенный

по последнему слову техники вокзал «Нурлы жол», новый терминал аэропорта для международных рейсов¹³.

Утвержденная «Дорожная карта развития туризма в Астане до 2020 года» включает 24 мероприятия: по привлечению внутренних и иностранных туристов; благоустройству, инфраструктуре и повышению качества туристских услуг; повышению эффективности использования и самокупаемости объектов культуры, спорта, здравоохранения и высшего образования Астаны; развитию медицинского туризма – и мероприятия в сфере образовательного туризма. До 2019 года планируется привлечь инвестиции для строительства первого тематического парка в Астане «Astana Cosmoland», который расположится на территории национального космического центра¹⁰. Реализация данных проектов должна способствовать активизации туристского предпринимательства.

Рейтинг регионов по темпам прироста количества активных субъектов МСП и индивидуальных предпринимателей в туризме связан не только с сосредоточением в регионе туристских ресурсов, достопримечательностей, культурных объектов, развитием туристской инфраструктуры, но и с государственной поддержкой инициатив предпринимательства.

Наибольшие темпы прироста количества активных субъектов МСП и индивидуальных предпринимателей в туризме наблюдаются в следующих регионах: Северо-Казахстанская область (77,71%), Акмолинская область (74,76%), Карагандинская область (73,50%) (см. таблицу 2).

Северо-Казахстанская область, обладающая рядом природоохранных объектов, рек и озер, редкими видами флоры и фауны, историко-культурными памятниками, народными промыслами, имеет большой потенциал для развития внутреннего и въездного туризма. Особенность Северо-Казахстанского региона – это возможность предлагать разнообразный вид отдыха: историко-познавательный, экологический, медицинский, охотничий и агро-

туризм. Включение региона в Концепцию развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года – в кластер «Единство природы и кочевой культуры» – предполагает помощь государства в реализации планов руководства области, дополнительное финансирование отрасли туризма¹⁴.

В Акмолинской области индустрия отдыха и туризма является одной из приоритетных отраслей экономики. В туристский кластер региона входят свыше 700 предприятий сферы туризма (338 объектов размещения, 45 санаторно-курортных учреждений, 266 субъектов придорожного сервиса, 68 турфирм, имеющих лицензии на право осуществления туристской деятельности, 3 государственных национальных природных парка: «Кокшетау», «Бурабай», «Буйратау», Коргалжынский государственный природный заповедник, ТОО «Бурабай даму»). Культурно-исторический сегмент кластера представлен 900 памятниками, крупные из которых находятся под охраной государства. Историко-культурное наследие области имеет исключительно важное значение в продвижении исторических, сакральных мест региона, с дальнейшим использованием их в туристских маршрутах и экскурсионных программах. Приоритетными направлениями развития туризма являются экологический, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, деловой, спортивный, экстремальный и др. Развитие туристской отрасли в 2017 году характеризуется стабильным ростом основных показателей индустрии туризма. Создано 10 новых объектов туристской инфраструктуры (4 гостиницы, 4 зоны отдыха, 1 гостевой дом, 1 детский развлекательный центр), организовано 111 рабочих мест. В целях продвижения туристского потенциала региона, в том числе курорта «Бурабай», и насыщению отдыха туристов привлекательными мероприятиями и событиями на постоянной основе проводится работа по формированию имиджа, в том числе по информационному продвижению туризма региона как в

13 Акимат города Астаны. Официальный интернет-ресурс. [Электронный ресурс] URL: <http://astana.gov.kz/ru/news/news/16747> дата обращения 08.12.2018)

14 КГУ «Управление предпринимательства и туризма акимата Северо-Казахстанской области». [Электронный ресурс]. URL: <http://upt.sko.gov.kz/> (дата обращения 08.12.2018)

стране, так и за ее пределами. Реализуемая в регионе концепция «Four seasons» включает более 20 направлений, по которым изыскиваются собственные ресурсы, дополнительные заемные средства и частные инвестиции. В рамках комплексного решения проблем инфраструктурного плана реализованы два этапа Плана развития Щучинско-Боровской курортной зоны.

Основными туристскими центрами Карагандинской области, где имеется значительный потенциал для развития туризма, являются г. Караганды, Улытауский, Актюгайский, Каркаралинский районы, богатые памятниками истории и культуры. На базе Государственного национального природного парка «Каркаралы» действуют шесть туристско-экскурсионных маршрутов. Центром развития пляжного туризма является побережье озера Балхаш. В целях развития туристской инфраструктуры в 2016 году в рамках

Единой программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса 2020» поддержано шесть проектов по строительству и реконструкции мест размещения туристов в городах Караган-да, Приозерск и Бухар-Жырауском районе¹⁵.

Обеспеченность туристскими ресурсами способствовала наращиванию темпов числа предпринимателей сферы туризма в этих областях. В настоящее же время рейтинг областей по численности активных предпринимателей, а, следовательно, по развитию туризма в регионах остается прежним.

Как свидетельствуют данные системы интернет-бронирования мест размещения Booking.com, присутствует несоответствие соотношения «цена-качество». Например, самая высокая цена размещения зафиксирована в г. Атырау, услуга получила оценку удовлетворенности потребителей 6,7 из 10 (таблица 4).

Таблица 4 – Средние показатели деятельности мест размещения по регионам Казахстана в 2018 г.

Регион	Средний уровень цен объектов размещения, тг.		Средняя оценка потребителей (max 10 баллов)
	Хостел	Гостиница	
Акмолинская область, г. Кокшетау	7200	13000	7,2
Актюбинская область, г. Актобе	4000	13000	6,5
Алматинская область, г. Талдыкорган	4000	10900	7,8
Атырауская область, г. Атырау	4500	20000	6,7
Западно-Казахстанская область, г. Уральск	6000	12000	7,2
Жамбылская область, г. Тараз	2000	10000	6,5
Карагандинская область, г. Караганда	1700	13000	7,0
Костанайская область, г. Костанай	4000	12000	8,0
Кызылординская область, г. Кызылорда	3000	10000	6,6
Мангистауская область, г. Актау	3000	11500	7,1
Туркестанская область, г. Туркестан	1800	12000	7,0
Павлодарская область, г. Павлодар	6000	12000	7,3
Северо-Казахстанская область, г. Петропавловск	6000	16000	7,3
Восточно-Казахстанская область, г. Усть-Каменогорск	2000	10000	7,0
г. Астана	3000	15000	8,7
г. Алматы	3500	15000	8,8
г. Шымкент	3500	15000	8,8

Примечание – Составлена авторами на основе источника¹⁶.

15 Акимат Карагандинской области. Официальный интернет-ресурс. [Электронный ресурс]. URL: https://karaganda-region.gov.kz/ru/region_2_11/ (дата обращения 08.12.2018)

16 Система интернет-бронирования Booking.com [Электронный ресурс]. URL: https://www.booking.com/index.ru.html?aid=375440&label=yandex-36WdMnTFZaKF22CG0rFQ-4506493104&utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=BK+-+Booking+Name+-+01&yclid=1295469527893040290 (дата обращения 15.12.2018)

Высокий уровень цен размещения снижает посещаемость регионов внутренними туристами. Цены на проживание в местах размещения с высоким уровнем гостиничных услуг гораздо выше, чем в аналогичных гостиницах в ведущих туристских дестинациях мира, что снижает привлекательность внутренних туристских дестинаций. Цены на услуги в более бюджетных местах размещения - пансионатах, туристских базах, приютах, кемпингах, общежитиях для приезжих и других значительно ниже, однако размещение в них не всегда востребовано казахстанцами.

Завышенные цены связаны с достаточно низкой заполняемостью мест размещения, недостатком конкурентной среды, желанием предпринимателей ускорить возврат собственных инвестиций, высоким уровнем налогов. Естественно, что высокая цена на размещение значительно увеличивает стоимость всего тура по Казахстану и соответственно снижает его конкурентоспособность, что, в свою очередь, ограничивает использование и других услуг туристского сектора.

Заключение

По итогам проведенного анализа можно сделать вывод, что предпринимательство в сфере казахстанского туризма в целом имеет положительную динамику. Тем не менее туристский потенциал большинства регионов еще не реализован полностью. На пути реализации государственной программы развития туризма необходимо дополнительное стимулирование предпринимателей по повышению активности. Активизация предпринимательства в сфере туризма возможна при реализации определенных мер организационного и экономического плана:

1. Включение в Закон РК «О туристской деятельности» статьи, определяющей понятие «туристское предпринимательство», формы содействия его развитию, списка направлений государственной поддержки туристского предпринимательства.

2. Признание специальными экономическими зонами туристские дестинации «прорывных проектов».

3. Организационная поддержка предпринимателей путем координации усилий всех действующих в отрасли сторон,

слаженности сотрудничества в решении общей цели – обеспечении привлекательности дестинации для большего числа туристов.

4. Развитие государственно-частного партнерства в секторе туризма. Из опыта зарубежных стран в рамках государственно-частного партнерства государственный сектор должен нести ответственность за необходимую политическую и правовую базу для обеспечения частного сектора необходимым патронажем и распределения средств. Например, хорошо зарекомендовали себя в европейских странах государственные (региональные) субсидии, которые чаще всего выражаются в субсидировании процентных ставок, что в конечном итоге представляет собой долгосрочный (почти) беспроцентный кредит для клиента. Широкие возможности для туристского бизнеса открывают предоставляемые государственные гарантии. Полный риск по этим государственным гарантиям несет правительство.

5. Внедрение аутсорсинга.

6. Информационно-консультативное обеспечение предпринимателей в сфере туризма.

7. Организация деятельности бизнес-инкубаторов туристского предпринимательства, связывающих общественный, частный и академический сектор, создавая синергию, способствующую распространению предпринимательства.

8. Активизация деятельности и усиление государственного контроля отраслевых организаций, усиление направленности их деятельности на поддержку предпринимательства в сфере туризма.

9. Финансовые стимулы, включающие гранты, субсидии или налоговые льготы, предложение более выгодных кредитных условий по более низким ставкам и более длительным срокам погашения [23].

10. Снижение налогов. Например, в странах ЕС существующий уровень НДС туристского сектора, который варьируется в различных странах в диапазоне 6-20%, Европейской комиссией было рекомендовано снизить до уровня 5-10%. Специалисты считают, что НДС покрывается как резидентами, так и нерезидентами. Поэтому составляет значительную налоговую базу [24]. Поэтому снижение ставок может оказать

непропорционально большее положительное влияние на туристские потоки и, как следствие, в целом на экономику стран. Кроме того, снижению уровня цен должно способствовать уменьшение таможенных пошлин на ввозимые средства для строительства и модернизации туристских объектов, транспортного и другого обслуживания.

11. Совершенствование туристской инфраструктуры. Реализация государственной программы «Нурлы жол» значительно улучшила состояние дорог в республике, но нерешенных проблем еще достаточно. За счет бюджетных средств требуется обеспечение туристских зон необходимыми коммуникациями, обеспечивающими потребность в жизнедеятельности. Для инвесторов, вкладывающих средства в создание новых объектов по приоритетным видам деятельности (места размещения, места развлечения, ремесленничество) в пределах данных территорий необходимо предоставление инвестиционных преференций. Есть определенный смысл в возмещении затрат на коммунальные услуги в местах размещения в «не сезон».

Кроме того, считаем, что необходима разработка региональной политики в области туризма, поскольку республиканская программа не в состоянии учесть специфику всех регионов, которые отличаются широким разнообразием территорий, природно-климатических условий, традиций и других особенностей, определяющих самобытность и уникальность конкретной области, района. Развитие туризма в регионах даст возможность решить широкий круг социально-экономических проблем: улучшить инфраструктуру, обеспечить занятость населения, преодолеть неравномерность развития отдельных районов региона и т.д.

Список использованных источников

1. Esfandiar K., Sharifi-Tehrani M., Pratt S. & Altinay L. (2017). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*.
2. Guerrero M., Rialp J. & Urbano D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.
3. Cole A.H. (1946). An Approach to the Study of Entrepreneurship: A Tribute to Edwin F. Gay. *The Journal of Economic History*, 6(S1), 1-15.
4. Wilken P.H. (1979). *Entrepreneurship: A comparative and historical study*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
5. Timmons J.A. & Spinelli S. (2008). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (8th ed.). London: McGraw-Hill Education.
6. Moriano J.A., Gorgievski M., Laguna M., Stephan U. & Zarafshani, K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185.
7. Hernández-Perlines F. (2016). Entrepreneurial orientation in hotel industry: Multi-group analysis of quality certification. *Journal of Business Research*, 69(10), 4714-4724.
8. Schumpeter J.A. (2017). *Theory of economic development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. London: Routledge.
9. Drucker P. (2017). *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society* (2nd ed.). New York: Routledge.
10. Britton S. (1991). Tourism, capital, and place: Towards a critical geography of tourism. *Environment and planning D: society and space*, 9(4), 451-478.
11. Ritchie J.B. & Crouch G.I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford: CABI Publishing.
12. Lopéz E.P., Buhalis D. & Fyall A. (2009). Entrepreneurship and innovation in tourism. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 355-357.
13. Getz D., Carlson J. & Morrison A. (2004). *The family business in tourism and hospitality*. Wallingford, UK: CABI Publishing.
14. Koh K.Y. & Hatten T.S. (2002). The tourism entrepreneur: The overlooked player in tourism development studies. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 21-48.
15. Buhalis D. & Main H. (1998). Information technology in peripheral small and medium hospitality enterprises: strategic analysis and critical factors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 198-202.

16. Peters M., Frehse J. & Buhalis D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 393-405.

17. Thomas R. (2000). Small firms in the tourism industry: some conceptual issues. *International Journal of Tourism Research*, 2(5), 345-353.

18. Samie, S. & Akhoondzadeh M. (2014). The role of entrepreneurship in tourism industry development. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 2(3 (s)), 1423-1430.

19. Туризм Казахстана 2013-2017: статистический сборник. – Астана, 2018. - 61 с. [Электронный ресурс]. URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/publicationsCompilations?lang=ru&_afzLoop=5146114418845680#%40%3F_afzLoop%3D5146114418845680%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_25 (дата обращения 07.12.2018)

20. Министерство национальной экономики Республики Казахстан. Комитет по статистике. Официальная статистическая информация. [Электронный ресурс]. URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism?_afzLoop=5146201869148759#%40%3F_afzLoop%3D5146201869148759%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_63 (дата обращения 07.12.2018)

21. Tleuberdinova A.T., Salauatova D.M. Features of entrepreneurship activities in tourism // The Bulletin of the National academy of sciences of the Republic of Kazakhstan. ISSN 1991-3494 Volume 1, Number 371 (2018), 6 – 22 URL: http://nauka-nanrk.kz/ru/assets/%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%202018%201/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA_01_2018_%D0%93%D0%9E%D0%A2%D0%9E%D0%92%D0%AB%D0%99.pdf (дата обращения 02.12.2018)

22. Транспорт в Республике Казахстан 2013-2017: статистический сборник. Астана, 2018. - 106 с. [Электронный ресурс]. URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/publicationsCompilations?lang=ru&_afzLoop=3772290779132779#%40%3F_afzLoop%3D3772290779132779%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3D19iicl4fjf_165 (дата обращения 02.12.2018)

23. OECD (2017), “Financing approaches for tourism SMEs and entrepreneurs”, *OECD Tourism Papers*, 2017/03, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/8d06572a-en> (дата обращения 02.03.2019)

24. The Impact of Taxes on the Competitiveness of European Tourism. Final Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. ISBN 978-92-79-69659-6 doi: 10.2873/22642. <http://www.europa.eu> (дата обращения 02.12.2018)

References

1. Esfandiar K., Sharifi-Tehrani M., Pratt S. & Altinay L. (2017). Understanding entrepreneurial intentions: A developed integrated structural model approach. *Journal of Business Research*.

2. Guerrero M., Rialp J. & Urbano D. (2008). The impact of desirability and feasibility on entrepreneurial intentions: A structural equation model. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 4(1), 35-50.

3. Cole A.H. (1946). An Approach to the Study of Entrepreneurship: A Tribute to Edwin F. Gay. *The Journal of Economic History*, 6(S1), 1-15.

4. Wilken P.H. (1979). *Entrepreneurship: A comparative and historical study*. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.

5. Timmons J. A. & Spinelli S. (2008). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century* (8th ed.). London: McGraw-Hill Education.

6. Moriano J.A., Gorgievski M., Laguna M., Stephan U. & Zarafshani K. (2012). A Cross-Cultural Approach to Understanding Entrepreneurial Intention. *Journal of Career Development*, 39(2), 162-185.

7. Hernández-Perlines F. (2016). Entrepreneurial orientation in hotel industry: Multi-group analysis of quality certification. *Journal of Business Research*, 69(10), 4714-4724.

8. Schumpeter J.A. (2017). *Theory of economic development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. London: Routledge.

9. Drucker P. (2017). *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society* (2nd ed.). New York: Routledge.

10. Britton S. (1991). Tourism, capital, and place: Towards a critical geography of tourism. *Environment and planning D: society and space*, 9(4), 451-478.

11. Ritchie J.B. & Crouch G.I. (2003). *The competitive destination: A sustainable tourism perspective*. Wallingford: CABI Publishing.

12. López E.P., Buhalis D. & Fyall A. (2009). Entrepreneurship and innovation in tourism. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 355-357.

13. Getz D., Carlson J. & Morrison A. (2004). *The family business in tourism and hospitality*. Wallingford, UK: CABI Publishing.

14. Koh K.Y. & Hatten T.S. (2002). The tourism entrepreneur: The overlooked player in tourism development studies. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 21-48.

15. Buhalis D. & Main H. (1998). Information technology in peripheral small and medium hospitality enterprises: strategic analysis and critical factors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 10(5), 198-202.

16. Peters M., Frehse J. & Buhalis D. (2009). The importance of lifestyle entrepreneurship: A conceptual study of the tourism industry. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(3), 393-405.

17. Thomas R. (2000). Small firms in the tourism industry: some conceptual issues. *International Journal of Tourism Research*, 2(5), 345-353.

18. Samiei S. & Akhoondzadeh M. (2014). The role of entrepreneurship in tourism industry development. *European Online Journal of Natural and Social Sciences: Proceedings*, 2(3 (s)), 1423-1430.

19. Tourism of Kazakhstan 2013-2017. Statistical collection. Astana 2018 - 61 p. [Electronic resource]. URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/publicationsCompilations?lang=ru&_afLoop=5146114418845680#%40%3F_afLoop%3D5146114418845680%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_25 (application date 07.12.2018)

20. Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan. Statistics Committee. Official statistical information. [Electronic resource]. URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/homeNumbersTourism?_afLoop=5146201869148759#%40%3F_afLoop%3D5146201869148759%26_adf.ctrl-state%3Doya62v4jl_63 (application date 07.12.2018)

21. Tleuberdinova A.T., Salauatova D.M. Features of entrepreneurship activities in tourism // The Bulletin of the National academy of sciences of the Republic of Kazakhstan. ISSN 1991-3494 Volume 1, Number 371 (2018), 6 – 22 URL: http://nauka-nanrk.kz/ru/assets/%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%202018%201/%D0%92%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BD%D0%B8%D0%BA_01_2018_%D0%93%D0%9E%D0%A2%D0%9E%D0%92%D0%AB%D0%99.pdf (дата обращения 02.12.2018)

22. Transportation in the Republic of Kazakhstan 2013-2017. Statistical collection. Astana 2018 - 106 p. [Electronic resource]. URL: http://stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId/publicationsCompilations?lang=ru&_afLoop=3772290779132779#%40%3F_afLoop%3D3772290779132779%26lang%3Dru%26_adf.ctrl-state%3D19iic14fjf_165 (application date 02.12.2018)

23. OECD (2017), “Financing approaches for tourism SMEs and entrepreneurs”, *OECD Tourism Papers*, 2017/03, OECD Publishing, Paris. <http://dx.doi.org/10.1787/8d06572a-en> (дата обращения 02.03.2019)

24. The Impact of Taxes on the Competitiveness of European Tourism. Final Report. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2017. ISBN 978-92-79-69659-6 doi: 10.2873/22642. <http://www.europa.eu> (application date 02.12.2018)