

Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года

Утративший силу

Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 406. Утратило силу постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262.

Сноска. Утратило силу постановлением Правительства РК от 28.03.2023 № 262.

Правительство Республики Казахстан **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить прилагаемую Концепцию развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года (далее – Концепция).

2. Министерству культуры и спорта Республики Казахстан в четырехмесячный срок разработать и внести на утверждение в Правительство Республики Казахстан План мероприятий по реализации Концепции.

3. Признать утратившим силу постановление Правительства Республики Казахстан от 19 мая 2014 года № 508 "Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года".

4. Настоящее постановление вводится в действие со дня его подписания.

*Премьер-Министр
Республики Казахстан*

Б. Сагинтаев

Утверждена
постановлением Правительства
Республики Казахстан
от 30 июня 2017 года № 406

Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года

Содержание

1. Анализ текущего состояния развития индустрии туризма в Республике Казахстан и международный опыт
2. Видение развития индустрии туризма в Республике Казахстан до 2023 года
3. Цели и задачи Концепции
4. Основные принципы и общие подходы развития индустрии туризма в Республике Казахстан
5. Период реализации и ожидаемые результаты Концепции

6. Перечень нормативных правовых и правовых актов, посредством которых предполагается реализация Концепции

1. АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН И МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ

Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года (далее - Концепция) разработана с целью формирования единой институциональной, методологической, организационной основы для формирования современной, высокоэффективной и конкурентоспособной туристской отрасли Республики Казахстан, включая основные принципы и подходы по ее реализации.

Концепция направлена на реализацию основных принципов, предусмотренных в рамках Плана нации - 100 конкретных шагов по реализации пяти институциональных реформ Главы государства Н.А. Назарбаева (57, 86, 87 шаги), а также ключевых направлений диверсификации экономики, обозначенных в Стратегическом плане развития Республики Казахстан до 2020 года, и стратегических направлений долгосрочного развития Казахстана до 2050 года в соответствии с Указом Президента Республики Казахстан от 17 января 2014 года № 732 "О Концепции по вхождению Казахстана в число 30 самых развитых государств мира".

Концепция разработана на основе утвержденных системных планов развития туризма Республики Казахстан, Щучинско-Боровской курортной зоны Акмолинской области, горнолыжной зоны вблизи города Алматы, зоны отдыха Кендерли, а также мастер-плана кластерной программы развития туризма в Восточно-Казахстанской области.

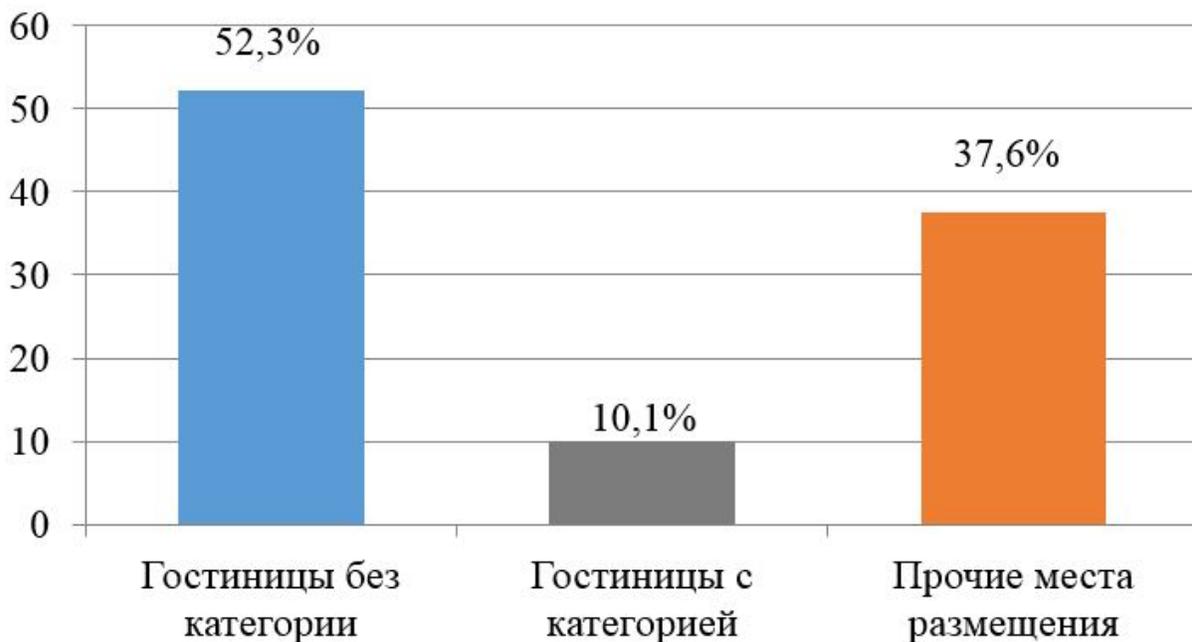
Туристская отрасль является одной из крупнейших и динамично развивающихся отраслей в мире. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) в 2014 году на туризм приходится 9% мирового ВВП (с учетом прямого и косвенного эффектов), 6% мирового экспорта товаров и услуг. В данной сфере занято около 100,9 млн. человек, при этом каждое 11 рабочее место в мире создается в сфере туризма.

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

Казахстан, имея богатый туристско-рекреационный потенциал, характеризуется недостаточным уровнем развития туризма. Его доля в ВВП (подсчитываются только услуги по проживанию и питанию) составляет около 0,9%. В 2015 году объем доходов от туристской деятельности составил 236,4 млрд. тенге, что почти в 2 раза больше уровня 2010 года (126,5 млрд. тенге).

Численность занятых в отрасли составила 103,6 тыс. человек. Уплаченные налоги и другие обязательные платежи от туристской деятельности в бюджет республики составили 11,0 млрд. тенге в 2015 году.

По состоянию на 2016 год в Казахстане функционировали 2 031 туристская организация, 2 754 мест размещения вместимостью 138 062 койко-мест, что на 16,6% выше показателя предыдущего года.

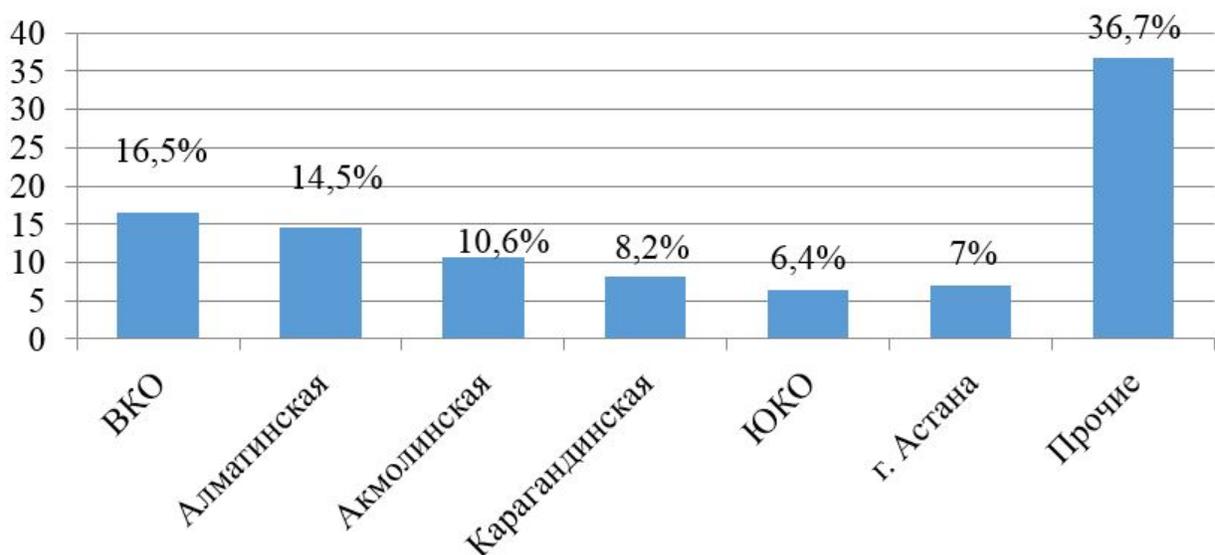


Следует отметить, что из общего числа мест размещения 62,4% составляли гостиницы, из которых 10,1% гостиниц с категорией, 52,3% без категории, 37,6% прочие места размещения (Рис. 1).

Рисунок 1. Категории мест размещения

Основная часть мест размещений (63,3%) сконцентрирована в Восточно-Казахстанской, Алматинской, Акмолинской, Карагандинской, Южно-Казахстанской областях и г. Астане соответственно (Рис. 2).

Рисунок 2. Удельный вес мест размещений в разрезе регионов



В 2016 году заполняемость койко-мест гостиниц составила 23,8% (23,5% в 2015 году).

В гостиницах с категорией средний уровень заполняемости составил 24,3%, в гостиницах без категории – 19,3%. При этом самый высокий уровень заполняемости отмечается в гостиницах категории 5* (31,1%), самый низкий – в гостиницах категории 1* (14,6%) (Рис. 3).

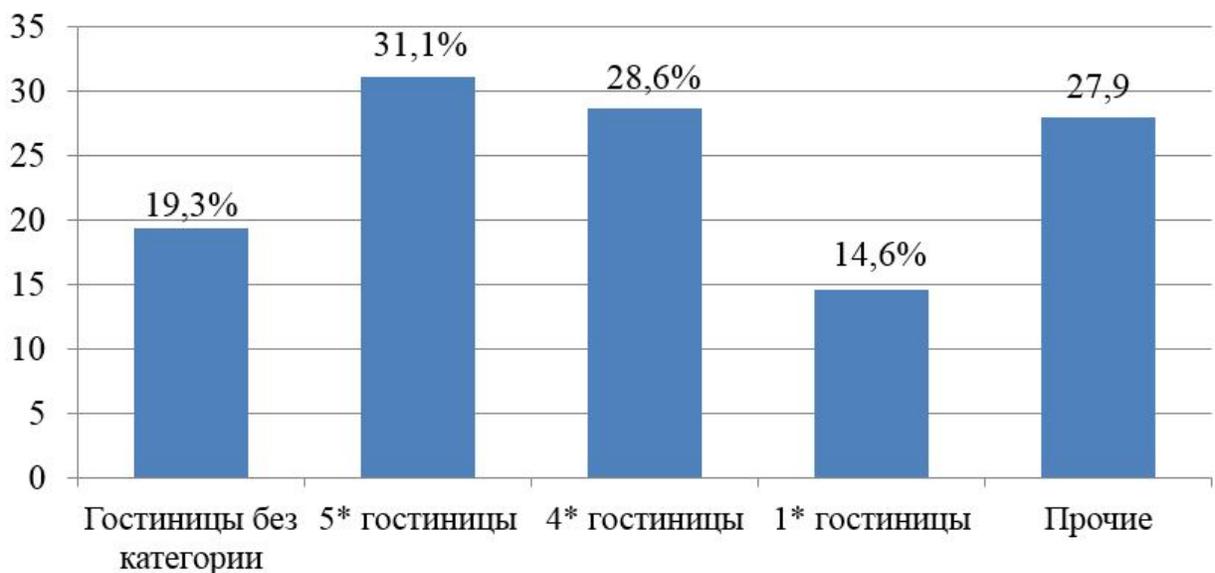


Рисунок 3. Уровень заполняемости в местах размещения

Наиболее высокий уровень заполняемости койко-мест в 2016 году наблюдается в следующих областях: Западно-Казахстанская - 29,5%, Атырауская - 27,6%, Восточно-Казахстанская – 26,8% и Актыубинская – 24,3%. Самый низкий

уровень заполняемости зафиксирован в Жамбылской (15,6%) и Акмолинской (17,3%) областях. В гг. Астане и Алматы заполняемость гостиниц составила 27,6% и 28,2% соответственно (Рис. 4).

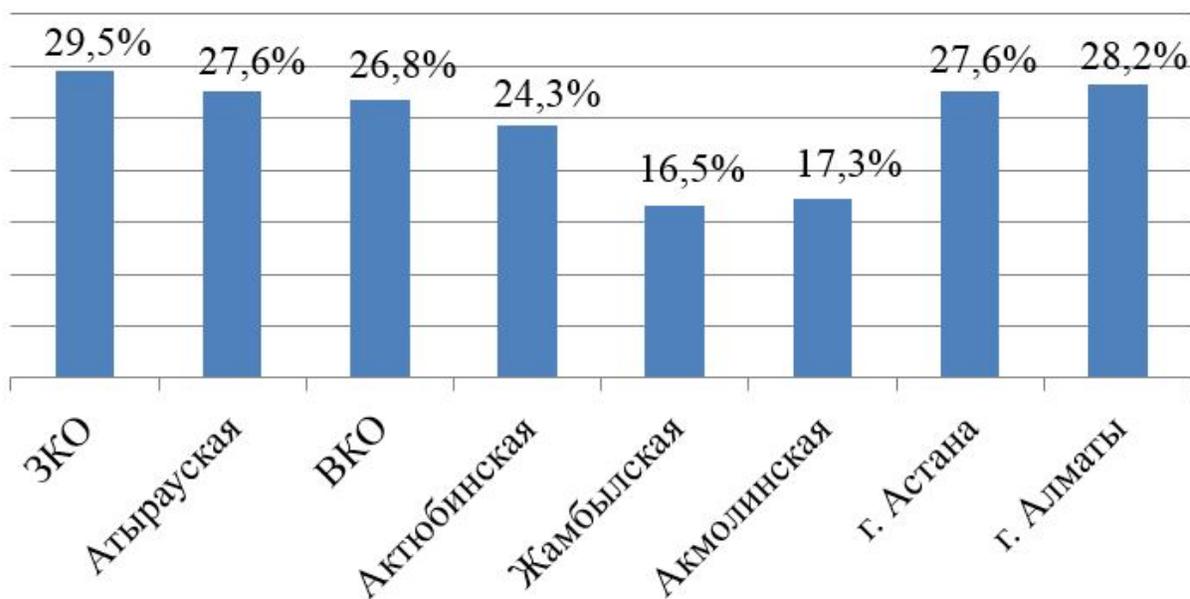


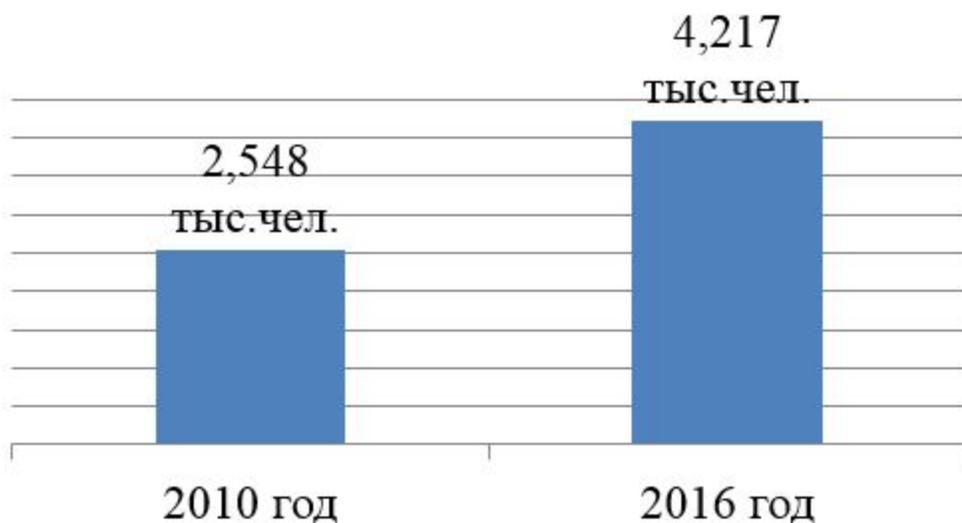
Рисунок 4. Уровень заполняемости мест размещения в разрезе регионов

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. Астане и Алматы ориентировочно на 20% выше средней стоимости стандартного номера в ведущих европейских городах и туристских дестинациях мира.

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.



Рост спроса на внутренний и въездной туризм в Казахстане наблюдался в период с 2000 по 2007 гг., с последующим спадом в 2008 и 2009 гг. в связи с экономическим кризисом. С восстановлением экономики в 2010 году рост спроса на туризм возобновился в 2011 году и достиг рекордного уровня в 2014 году. В 2016 году прирост количества посетителей по сравнению с 2010 годом составил 65,5%, рост количества ночевок – 34,6% (Рис. 5, 6).

Рисунок 5. Количество посетителей в 2010 и 2016 гг.

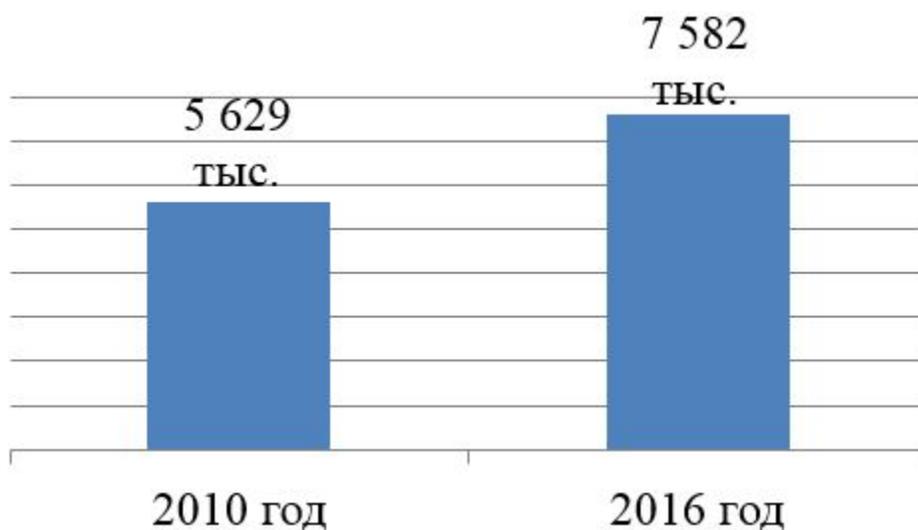


Рисунок 6. Количество ночевок в 2010 и 2016 гг.

В 2016 году структура обслуженных посетителей местами размещения характеризовалась следующими показателями:

1) по категориям мест размещения: в гостиницах размещались 81,2% посетителей (42,4% в гостиницах с категорией, 38,8% в гостиницах без категории), в прочих местах размещения 18,8% посетителей. При этом в 2013 году в гостиницах размещались 86,4% посетителей (42,1% посетителей в гостиницах с

категорией, 44,3% в гостиницах без категории), в прочих местах размещения 13,6% посетителей (Рис. 7).

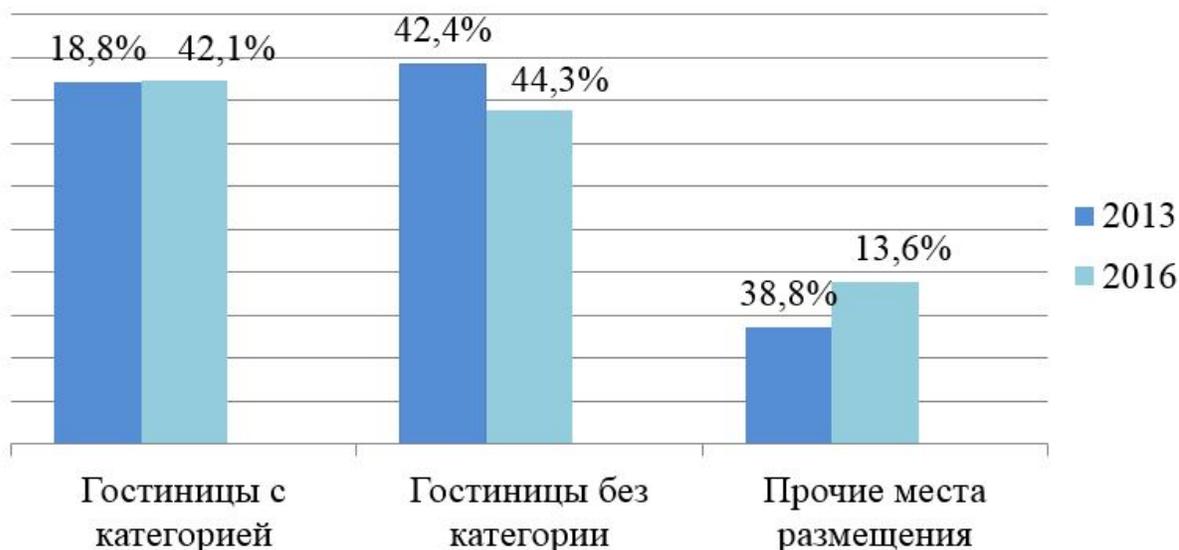


Рисунок 7. Структура обслуженных посетителей по категориям мест размещения в 2013 и 2016 гг.

2) по регионам: 47,1% посетителей обслужены в городах Астане (17,4%), Алматы (18,8%) и Восточно-Казахстанской области (10,9%), тогда как в 2013 году на указанные регионы приходилось 47,7% обслуженных посетителей (Рис. 8).

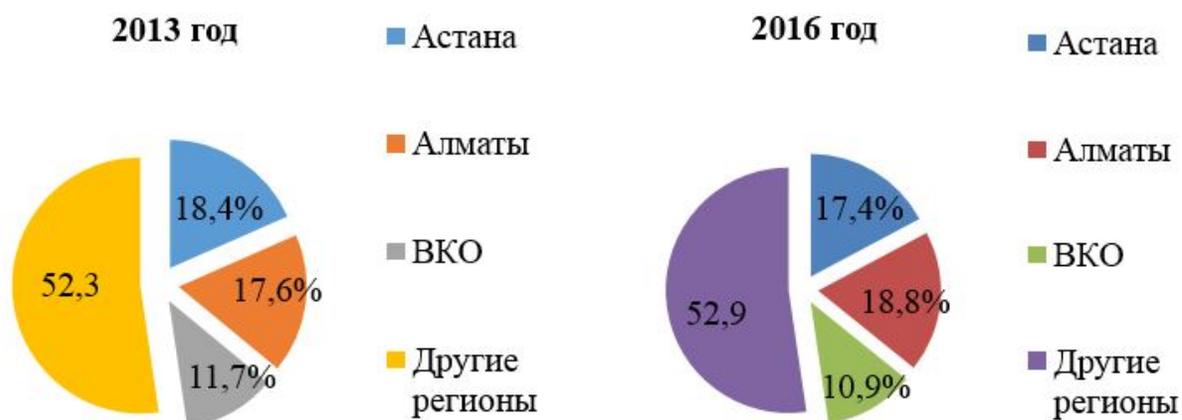
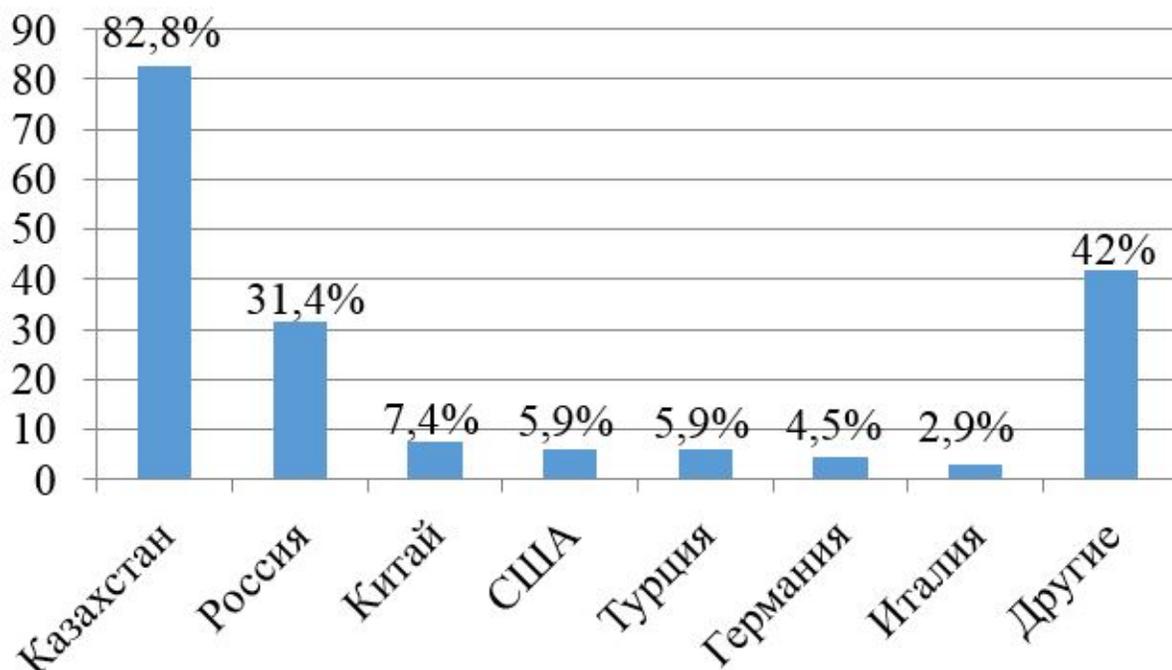


Рисунок 8. Структура обслуженных посетителей по регионам в 2013 и 2016 гг.



3) по странам происхождения: 82,8% казахстанских посетителей (в 2013 году 82,3%), 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 (Рис. 9).

Рисунок 9. Структура обслуженных посетителей по странам в 2016 году

4) по целям поездок: деловые и профессиональные – 54,1%, отпуск и отдых – 45,6%, с другими целями – 0,3%, в 2013 году структура целей поездок выглядела следующим образом: деловые и профессиональные – 60,0%, отпуск и отдых – 33,7%, посещение друзей и родственников – 3,7%, религия и паломничество – 0,4%, лечебные и оздоровительные процедуры – 0,4%, посещение магазинов – 0,4% и прочие цели – 1,4%. Примечательно, что по сравнению с иностранными посетителями казахстанцы больше путешествовали в целях отдыха и отпуска (51,7%), тогда как нерезиденты преимущественно с деловыми и профессиональными целями (81,7%) (Рис. 10).



Рисунок 10. Структура обслуженных посетителей по целям поездок в 2013 и 2016 гг.

Таким образом, туризм в Казахстане опирается в основном на местное население, а также на деловые и профессиональные поездки иностранных резидентов.



Общее количество всех иностранных резидентов, которые въехали в Казахстан в 2016 году, составило 6 509,4 тыс. человек, что на 1,2% больше, чем в 2015 году. Большинство иностранных резидентов прибыло из трех соседних стран: Республики Узбекистан (37,8%), Российской Федерации (24,4%) и Кыргызской Республики (20,7%).

Основными причинами приезда были частные визиты (75,4%), в то время как служебные поездки составили (16,2%), с целью туризма – менее 1%. (Рис. 11).

Рисунок 11. Удельный вес иностранных резидентов, въехавших в РК в 2016 г.

Многие иностранные резиденты, въезжающие в Казахстан, останавливаются в семьях или у друзей, проезжают транзитом или прибывают на один день (однодневные посетители).

Количество выехавших за границу граждан Республики Казахстан в 2016 году составило 9 755,6 тыс. человек, что на 15,8% меньше, чем в 2015 году. На международные поездки казахстанцы тратят 1,6 млрд. долларов США, включая туристские, бизнес и иные поездки, в то время как по той же статье нерезидентам оказано услуг на 1,5 млрд. долларов США.

Таким образом, 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.

К основным причинам, затрудняющим ускоренное развитие туризма в Казахстане, относятся:

1) недостаточное развитие инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры в местах туризма, труднодоступность туристских объектов, невысокий уровень сервиса в местах отдыха туристов, недостаточное количество и качество сервиса объектов придорожной инфраструктуры;

2) нехватка квалифицированных кадров в сфере туризма, в том числе академический характер образования, некоторая оторванность образовательных программ от требований рынка труда, потребностей производства, ожиданий работодателей и т.д.;

3) визовые и миграционные формальности;

4) недостаточный уровень координации заинтересованных государственных органов для реализации комплексного подхода в развитии туристской отрасли, включая культурное и спортивное направление;

5) слабый маркетинг и брендинг;

6) низкая инвестиционная привлекательность.

Анализируя изменение основных экономических показателей развития туризма, можно сделать вывод, что потенциал казахстанского туризма полностью не реализуется, поскольку развитие туристской отрасли напрямую зависит от создания современного конкурентоспособного туристского комплекса, включающего природно-климатические условия, туристские достопримечательности, необходимую инфраструктуру (транспортную, авиационную, железнодорожную, инженерно-коммуникационную, "мягкую"), в том числе с учетом реконструкции пунктов пропуска через Государственную границу Республики Казахстан, места развлечения, объекты питания и т. д., обеспечивающие широкие возможности для удовлетворения потребностей казахстанских и иностранных граждан в туристских услугах.

Создание современного конкурентоспособного туристского комплекса 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.

Государственная поддержка туризма является необходимым условием устойчивого развития отрасли. Международный опыт показывает, что активная политика государства, направленная на создание условий для развития туристской инфраструктуры, привлечение частных инвесторов, формирование нормативной правовой базы, обеспечивающей благоприятные экономические условия для деятельности субъектов туристской индустрии, позволяют туристской отрасли занять важное место в социально-экономическом развитии страны.

Также, мировой опыт свидетельствует о том, что страны, активно развивающие туризм, направляют значительные бюджетные средства на реализацию национальных проектов и программ, обеспечивая своих граждан качественными туристскими услугами.

В данной Концепции предусмотрены рекомендации крупных международных консалтинговых компаний Horwath HTL, Ecosign Mountain Resort Planners Ltd, THR, IPK International, а также результаты проведенных в 2012 году исследований туристского потенциала в Казахстане.

Анализ международного опыта стран, определивших туризм как приоритетное направление экономики, показал ряд наиболее эффективных мер государственной поддержки туристской деятельности:

1) прямая политическая воля и поддержка на протяжении ряда лет со стороны руководства страны для совмещения конфликтующих приоритетов.

Королевство Марокко. В начале 2000-х годов король Марокко Мохаммед VI утвердил статус туризма как стратегического сектора экономики. Правительство

Марокко разработало стратегию развития туризма "Видение-2010". Существенным элементом данной стратегии являлся план по строительству "с нуля" шести новых прибрежных курортных зон (план Азур).

Для реализации данного плана в 2007 году было принято решение по созданию нового оператора по инвестированию в инфраструктуру туризма - SMIT (Марокканское общество инжиниринга в туризме) на базе нескольких государственных предприятий. SMIT реализует следующие задачи: выделение земельных участков для строительства новых прибрежных курортных зон; разработка мастер-планов и ТЭО для застройки данных зон, покупка и продажа земельных участков, строительство инфраструктуры и привлечение частных инвесторов. Также при реализации стратегии "Видение-2010" огромное значение для развития туристской отрасли страны имела либерализация воздушного сообщения в рамках двустороннего договора 2006 года об открытом воздушном пространстве с ЕС.

Либерализация воздушного сообщения заключалась, преимущественно, в наделении правом посадки авиаперевозчиков новых авиалиний и европейских низкобюджетных авиаперевозчиков; создании новых национальных низкобюджетных авиаперевозчиков AtlasBlue, Jet4You и новых авиамаршрутов. Данные меры привели к существенному снижению цен на авиабилеты и общему увеличению международного потока пассажиров (туристов).

Малайзия. С 90-х годов туризм занимает заметное место в пятилетних экономических планах развития Малайзии. В рамках этих планов была сформирована стратегия для развития сельского, экологического, круизного и других видов туризма путем предоставления налоговых льгот (освобождение от налога на прибыль или льготы при реинвестировании в расширение и модернизацию гостиниц и других туристских объектов; полное освобождение от импортных пошлин).

2) прямое финансовое участие государства в развитии крупных курортных зон посредством создания специализированных агентств, фондов и операторов.

Мексиканские Соединенные Штаты. В 70-е годы Правительством был создан Национальный фонд развития туризма – FONATUR на базе слияния двух фондов INFRATUR (Фонд по развитию инфраструктуры туризма) и FOGATUR (Фонд гарантирования и продвижения туризма). Основной задачей FONATUR являлось развитие "с нуля" пяти крупнейших прибрежных курортных зон – Канкун, Инкара, Лос-Кабос, Хаутулько и Лорето. В целях развития данных курортов, FONATUR взял на себя руководящую роль не только в вопросах привлечения заемных средств и частных инвесторов, градостроительного и регионального планирования, но и в вопросах земельной собственности и рынка недвижимости. В настоящее время с учетом уже полученных результатов FONATUR принял на

себя второстепенную роль в процессе развития курортов и основные усилия направил на развитие государственно-частного партнерства.

Королевство Испания. В 60-е годы была создана государственная компания ENTURSA, которая занималась строительством и управлением гостиницами, предназначенными для более массового пляжного отдыха. Впоследствии большая часть этих гостиниц была приватизирована.

3) финансовые льготы и механизмы поддержки инвестирования в туристские объекты.

Арабская Республика Египет. В 70-е годы был принят Закон об учреждении свободных экономических зон и разрешении создания совместных предприятий государственными компаниями и иностранными инвесторами, в рамках которого иностранные инвесторы получили право вкладывать инвестиции в качестве младшего партнера совместных предприятий, были освобождены от выплаты налогов на срок до пятнадцати лет, получили гарантии со стороны государства в отношении прав собственности на земельные участки.

Иностранные инвесторы также получили гарантии от государства в отношении капитала, получив право, также как местные компании с иностранным участием вывозить полученные доходы за границу;

4) прямое государственное финансирование создания инженерно-коммуникационной, транспортной и "мягкой" инфраструктуры туризма (обеспечение квалифицированными кадровыми ресурсами, информационное обеспечение), а также создание наиболее значимых проектов в туристской индустрии.

Объединенные Арабские Эмираты. В 2006 году была создана компания по развитию и инвестициям в туризме. Правительство Объединенных Арабских Эмиратов выделило в виде грантов около 3 млрд. долларов США, на основе чего компания привлекла значительные заемные средства за рубежом. Основным проектом является строительство искусственного острова Саадият.

Турецкая Республика. В 70-е годы Правительство Турецкой Республики разработало региональные планы проектов развития туризма и инициировало проекты развития инфраструктуры для индустрии.

Таким образом, международный опыт показывает, что активная роль исполнительной власти в инфраструктурном обеспечении развития туризма является одним из значительных факторов успеха. Формы государственной поддержки развития туризма достаточно многообразны. Вместе с тем, можно выделить некоторые примеры, которые соответствуют текущей ситуации в области государственного регулирования туристской отрасли в Республике Казахстан по ряду признаков:

1) активная роль государства в модернизации страны путем прямого участия в экономике;

2) отсутствие естественного развития курортных зон, как правило, из-за удаленности, отсутствия инфраструктуры и неразвитости внутреннего рынка в части санаторно-курортного вида туризма.

В примерах с подобными признаками государство активно создавало новое предложение в туризме путем централизованного развития курорта "с нуля", строительства инфраструктуры и туристских объектов. Коммерческие объекты в этих курортах строились либо за счет государственных средств либо с привлечением частных инвестиций. Как правило, государство создавало для этих целей национального оператора, деятельность которого носила квазикоммерческий характер.

Все эти примеры можно назвать успешными как с точки зрения мощного импульса для развития туристской отрасли в стране, так и с учетом возврата государственных инвестиций.

2. ВИДЕНИЕ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН ДО 2023 ГОДА

Существует несколько основных экономических и социальных предпосылок для того, чтобы рассматривать туризм в качестве одного из национальных приоритетов экономического развития в Республике Казахстан:

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 создание возможностей в других секторах экономики, включая сельское хозяйство, транспорт, торговлю, машиностроение, легкую и пищевую промышленность, креативную индустрию, непроизводственный 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.

В целях достижения национальных целей диверсификации экономики и повышения благосостояния и качества жизни населения республики индустрия туризма должна развиваться в определенных туристских кластерах с конкурентоспособным туристским бизнесом, основу которого составляют квалифицированные работники, предлагающие привлекательные туристские продукты как для внутреннего, так и для иностранного туриста. Развитие в данном направлении должно способствовать мощному и стабильному росту доходов от туристской деятельности для всех заинтересованных сторон – государства, бизнеса и работников.

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

Основными долгосрочными тенденциями туризма в целом являются:

1) стабильное развитие международного туризма с последующим увеличением количества международных прибытий и доходов от международного туризма, что обеспечивает в целом положительную рыночную основу для развития индустрии туризма в Казахстане;

2) растущий туристский спрос на развивающихся внешних рынках, таких как Китайская Народная Республика, Республика Индия, Ближний Восток и Российская Федерация. Географическое положение этих стран предоставляет возможность разрабатывать туристские продукты для данных рынков и относительно легко их реализовывать благодаря их территориальной близости к Казахстану;

3) относительно высокий и стабильный спрос на развитых внешних рынках, таких как Европа, что предоставляет Казахстану возможность реализовывать на этих рынках свои привлекательные и уникальные туристские продукты;

4) растущее туристское предложение от развивающихся дестинаций, таких как Азербайджанская Республика, Китайская Народная Республика, Грузия,

Кыргызская Республика, Монголия, Российская Федерация, Туркменистан и Республика Узбекистан, представляющее собой в перспективе вероятность конкуренции туристскому предложению Казахстана.

Высокая и активная конкуренция среди развитых туристских дестинаций требует от казахстанских аналогов адекватного позиционирования на данном рынке, также как и способности адаптироваться к его непрерывно меняющимся условиям.

Основными долгосрочными экономическими тенденциями являются:

- благоприятные экономические перспективы и ожидаемый рост ВВП, доходов и склонность к путешествиям среди потребителей внутри Казахстана и на развивающихся внешних рынках, таких как Китайская Народная Республика, Республика Индия, Ближний Восток и Российская Федерация, что предоставляет возможность разработки и реализации туристских продуктов на внутреннем и внешних развивающихся рынках, в особенности на тех, которые расположены недалеко от Казахстана;

- экономическая нестабильность развитых рынков, таких как Европа и Соединенные Штаты Америки, ведущая к увеличению чувствительности потребителей к ценам, что, в свою очередь, представляет собой серьезную угрозу для туристских продуктов премиум сегмента, но в то же время повышает конкурентоспособность туристских продуктов массового сегмента.

Основными долгосрочными демографическими тенденциями являются:

1) увеличение количества населения среднего и пенсионного возраста, особенно на развитых рынках, таких как Европа, что предоставляет возможность для разработки и реализации туристских продуктов потребителям более зрелого возраста: внесезонных, культурных, оздоровительных и спа-туров и т.п.;

2) сокращение количества свободного времени у работающего населения, ведущее к увеличению количества краткосрочных перерывов на отдых в течение года;

3) растущий интерес к активному отдыху среди молодых людей, дающий возможность разрабатывать и реализовывать разнообразные приключенческие туры;

4) растущая склонность людей всех возрастов к "космополитству" в поведении (или образе жизни) – стремлению к путешествиям по миру, ознакомлению с другими культурами и ландшафтами, что представляет собой возможность для разработки и реализации ряда туров и позиционирования Казахстана в качестве новой туристской дестинации с уникальными туристскими продуктами;

5) растущее стремление к саморазвитию и/или "вызову самому себе", особенно среди потребителей развитых внешних рынков, таких как Европа,

предоставляющее возможности для разработки и реализации "креативных" туристских продуктов.

Основными долгосрочными экологическими тенденциями являются:

1) рост общественного сознания в области сохранения и защиты окружающей среды, дающий возможность разрабатывать и реализовывать туристские продукты "на лоне природы", являющиеся экологически устойчивыми: пеший туризм, велотуризм, поездки на лошадях и наблюдение за птицами;

2) изменения в экономике страны, вызванные изменением климата, вызывают необходимость местным поставщикам услуг, туроператорам и транспортным компаниям приспосабливаться к новым условиям.

Основными долгосрочными тенденциями в области технологий являются:

1) интенсивное развитие воздушного сообщения путем введения новых маршрутов, создания новых (бюджетных) авиоперевозчиков, модернизации существующих аэропортов и строительства новых, что в совокупности с растущим использованием Интернета сокращает туристские издержки и увеличивает количество поездок;

2) рост использования экологически безопасных и энергосберегающих технологий и процессов при строительстве и эксплуатации объектов, в свою очередь, положительно влияющий на имидж объектов, которые внедряют подобные технологии, привлекая большее количество туристов;

3) растущее использование Интернета для поиска и приобретения туристских продуктов, обуславливающее необходимость наличия интернет-присутствия компаний, как для рекламы, так и осуществления продаж туристских продуктов;

4) рост использования различных технологических приложений во всех секторах, связанных с туризмом, – приложений для смартфонов, связанных с туризмом и гостиничным бизнесом, GPS для автомобилей и пр.

Основными долгосрочными тенденциями в прочих сферах являются:

1) растущая тенденция к заботе о здоровье, личной безопасности и благополучии, подразумевающая необходимость установления и поддержания высоких стандартов качества во всех вопросах, связанных со здоровьем и гигиеной, безопасностью и благополучием, и, в свою очередь, делающая некоторые туристские дестинации привлекательнее других;

2) растущее число дестинаций, отменяющих или ослабляющих визовые требования для въездных туристов, позволяющее странам с безвизовым или упрощенным визовым режимом привлекать большее количество иностранных туристов.

3. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ КОНЦЕПЦИИ

Целью настоящей Концепции является создание высокоэффективной, конкурентоспособной туристской отрасли, интегрированной в систему мирового туристского рынка.

Задачами являются:

- 1) развитие внутреннего и въездного туризма;
- 2) развитие региональных культурно-туристских кластеров;
- 3) увеличение вклада туристской отрасли в экономику государства, стимулирование инвестиций;
- 4) создание рабочих мест в индустрии туризма и сопутствующих отраслях экономики;
- 5) развитие предпринимательства, в том числе МСБ в смежных отраслях экономики, и человеческого потенциала, в целом по стране и регионам, включая сельские районы;
- 6) повышение качества туристского продукта и обеспечение его конкурентоспособности;
- 7) планирование туристского развития, в том числе в области особо охраняемых природных территорий;
- 8) обеспечение дальнейшего развития туристской инфраструктуры;
- 9) продвижение туристских дестинаций на внутреннем и международном рынках;
- 10) формирование единого национального туристского бренда.

Одним из путей решения данных задач будет разработка Концепции законопроекта "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам туристской деятельности" с последующим ее вынесением на рассмотрение межведомственной комиссии при Правительстве Республики Казахстан.

Инструментом реализации конкретных задач настоящей Концепции является План мероприятий по реализации Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года.

4. ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ И ОБЩИЕ ПОДХОДЫ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Основные туристские кластеры

В эпоху высокой международной конкуренции туристский спрос претерпевает значительные динамические изменения. В этой связи будут разработаны новые принципы и подходы к формированию и продвижению туристского продукта Республики Казахстан со стороны заинтересованных структур в целях создания наиболее эффективной системы туристского "опыта" для внутреннего и международного посетителя.

Следует принять во внимание, что несмотря на уникальность и качество туристского продукта, отсутствие высокоразвитой инфраструктуры (транспортной инфраструктуры, телекоммуникационных каналов связи, бытового обслуживания и т.д.) снижает степень удовлетворения от путешествия, что, как следствие, приводит к сокращению количества туристских прибытий и снижению уровня конкурентоспособности территории на внутреннем и мировом туристских рынках.

В этой связи будут разработаны новые подходы в организации туризма на различных территориальных уровнях (страны, области, района, города). Одним из таких методов является кластерный подход.

В настоящее время для отечественного туризма задача формирования кластеров с целью повышения конкурентоспособности соответствующего административно-территориального образования стала наиболее актуальной.

Туристский кластер – это сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с индустрией туризма и рекреационными услугами.

Цель создания туристского кластера – повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта, в том числе:

- 1) повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер;
- 2) стимулирования инноваций и развития новых туристских направлений.

Создание туристского кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование положительного имиджа региона, что в целом создаст высоко интегрированные туристские предложения и конкурентоспособные туристские продукты.

Учитывая приоритеты Концепции культурной политики Республики Казахстан, утвержденной Указом Главы государства от 4 ноября 2014 года № 939, в Казахстане возможно создание шести культурно-туристских кластеров:

1. "Астана - сердце Евразии" – это туристский кластер на базе города Астаны.

Астана является политическим, административным, деловым и культурным центром страны. Основные туристские продукты, которые будут разработаны в данном кластере это МТСЕ,-туризм и кратковременный отдых.

Ключевые элементы туристского интереса в данном кластере:

- 1) объекты международной специализированной выставки "Астана ЭКСПО-2017";
- 2) монумент Астана-Байтерек;
- 3) государственный театр оперы и балета "Астана Опера";

- 4) торгово-развлекательный центр "Хан Шатыр";
- 5) этно-мемориальный комплекс "Карта Казахстана "Атамекен"
- 6) мечеть Хазрет Султан;
- 7) площадь Независимости;
- 8) национальный музей Республики Казахстан;
- 9) парк "Влюбленных"
- 10) триумфальная арка "Мәңгілік Ел".

Из основных направлений туризма наиболее актуальными и перспективными для Астаны являются конгрессно-деловой, событийный и этно, развлекательный туризм (культурно-спортивные мероприятия, события, конференции, форумы и т.д.).

С целью развития указанных направлений туризма определен ряд ключевых элементов – общие (доступность извне, места размещения, Visitor experience) и специфические (места проведения и активное привлечение событий, улучшение достопримечательностей, качественное здравоохранение, конкурентные цены).

Наряду с этим будут реализованы следующие приоритетные инициативы:

- 1) создание брэнда города и маркетинговая компания;
- 2) развитие городской навигации;
- 3) вступление в международные туристические и конгрессно-выставочные организации (MICE);
- 4) формирование программы концертных мероприятий при участии event-management агентств;
- 5) привлечение международных компаний для эффективного управления спортивными и культурными объектами;
- 6) создание учебного центра для работников сферы услуг.

2. "Алматы – свободная культурная зона Казахстана" – это кластер, включающий город Алматы и часть Алматинской области, в которой определены следующие ключевые места туристского интереса:

- 1) археологические петроглифы Тамгалы (объект ЮНЕСКО);
- 2) государственный национальный природный парк "Алтын-Эмель", включенный в предварительный список ЮНЕСКО;
- 3) Чарынский каньон на территории Чарынского государственного национального природного парка;
- 4) озеро Балхаш (юго-восточная часть);
- 5) озеро Алаколь (южная часть);
- 6) водохранилище Капчагай;
- 7) международный туристский центр "Акбулак";

8) горнолыжные зоны вблизи города Алматы с Иле-Алатауским государственным национальным природным парком, включенным в предварительный список ЮНЕСКО;

9) "Жонгар-Алатауский" государственный национальный природный парк;

10) государственный национальный природный парк "Көлсай көлдері";

11) бальнеологическая курортная зона "Кара Дала";

12) Пик Хан Тенгри – высочайшая вершина Казахстана.

В будущем кластер может расширяться и включать другие части Алматинской области, а также предоставлять новые места туристского интереса – горная цепь Жетысуского Алатау с петроглифами Ешкиольмес, включенными в предварительный список ЮНЕСКО, а также Иссыкские курганы.

Алматы – город с тысячелетней историей, "золотая колыбель" Независимости нашей Родины. Алматы характеризуют:

1) многовекторная динамика развития;

2) широкая палитра возможностей;

3) многогранность и наполненность энергией;

4) экологичность развития зеленых технологий;

5) креативность и устремленность в будущее;

6) яркость и уникальная атмосфера тепла и гостеприимства.

Алматы станет центром международного делового и горнолыжного туризма и будет позиционироваться как кластер "Развлечения в городе и горах". К основным туристским продуктам, которые будет представлять данный кластер, относятся МІСЕ-туризм, 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, в котором определены восемь ключевых мест туристского интереса:

1) Берелские курганы;

2) водохранилище Бухтарма;

3) река Ертис – озеро Зайсан;

4) Катон-Карагайский государственный национальный природный парк;

5) Киин-Кериш;

6) город Риддер – Западно-Алтайский государственный заповедник;

7) озеро Алаколь (северная часть);

8) город Семей и Абайский район (Жидебай).

В будущем кластер может расширяться, включая оставшиеся части Восточно-Казахстанской области.

Кластер "Жемчужина Алтая" будет позиционироваться как "Мир чудес природы" и являться центром развития экологического туризма.

К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся 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.

Ключевые места туристского интереса:

- 1) современный город Туркестан;
- 2) мавзолей Ходжа Ахмеда Яссауи (объект ЮНЕСКО);
- 3) археологические объекты средневекового городища Отрар и отрарского оазиса, включенные в предварительный список ЮНЕСКО;
- 4) археологический комплекс Сауран;
- 5) Каратауский государственный природный заповедник с палеолитическими участками и геоморфологией; петроглифы Арпа-Узень, включенные в предварительный список ЮНЕСКО;
- 6) "Сайрам-Угамский" государственный национальный природный парк;
- 7) "Аксу-Джабаглинский" государственный природный заповедник;
- 8) комплекс "Байконур";
- 9) горный курорт "Каскасу";
- 10) города Кызылорда, Сарыагаш, Шардара, Тараз.

Центральным объектом кластера будет город Туркестан, позиционирующий себя как духовный, историко-культурный и туристский центр Казахстана на уровне признанных международных центров паломничества и туризма.

В будущем кластер может расширяться, включая остальные части всех трех областей, а также предоставлять новые места туристского интереса, такие как тюркская святыня Мерке, памятники Джетыясарского оазиса, городище Сыганак, включенные в предварительный список ЮНЕСКО, дворцовый комплекс Акыртас (VIII-XII вв.), являющийся объектом ЮНЕСКО.

Кластер "Возрождение Великого Шелкового пути" будет позиционироваться как "Сердце Великого Шелкового пути". К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся духовный, историко-культурный туризм и турне, мистический, приключенческий, развлекательный, санаторно-курортный и СПА туризм.

В рамках реализации международного транспортного коридора "Западная Европа – Западный Китай" будет создана современная туристская инфраструктура для размещения, отдыха и получения необходимых сервисных

услуг туристами с привязкой к уникальным объектам туризма регионов и соответствующими условиями на западных и восточных "пограничных воротах" республики.

Комплексная реализация данной Концепции способна перевести экономику города Туркестана в новое конкурентоспособное состояние путем развития туристско-сервисного типа специализации. Тем самым, будут созданы условия для формирования сервисно-инновационной экономики, где доминирующая роль будет отведена сектору туризма, основанному на использовании информационно-коммуникационных технологий (ИКТ).

5. "Каспийские ворота" включает в себя всю Мангистаускую область и часть Западно-Казахстанской и Атырауской областей. Город Актау будет являться центром кластера, в котором расположены следующие ключевые места туристского интереса:

- 1) подземные мечети Бекет-Ата, Шопан-Ата и Караман-Ата, мавзолей Омара и Тура;
- 2) гора "Шеркала";
- 3) "Каракия" - Каракольский государственный природный заказник;
- 4) комплекс памятников "Бокеевская Орда";
- 5) городище "Сарайшык";
- 6) курортная зона Кендерли.

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, в котором расположены следующие ключевые места туристского интереса:

- 1) Государственный национальный природный парк "Кокшетау";
- 2) Государственный национальный природный парк "Бурабай";
- 3) Государственный национальный природный парк "Буйратау";
- 4) город Караганда;
- 5) Каркаралинский государственный национальный природный парк;
- 6) Баянаульский государственный национальный природный парк;
- 7) Улытауский государственный природный заказник (зоологический);
- 8) Национальный историко-культурный и природный музей-заповедник "Улытау";
- 9) Имантау-Шалкарская курортная зона, в том числе памятники ботайской культуры эпохи энеолита;

- 10) Зерендинская зона отдыха;
- 11) Северное Прибалхашье;
- 12) Кызыларайский государственный природный заказник.

В будущем кластер может быть дополнен новыми местами туристского интереса, включенными в предварительный список ЮНЕСКО: мегалитические мавзолеи периода Бегазы-Дандыбаевской и Тасмолинской культур.

Кластер станет центром кочевой культуры и разнообразия степи. Основные туристские продукты, которые будут разработаны в данном кластере, это культурный туризм и турне, развлекательный, приключенческий, отдых в горах и на озерах, санаторно-курортный и СПА туризм, а также кратковременный и активный отдых.

К кластерам первого приоритета относятся кластеры "Астана – сердце Евразии" и "Алматы – свободная культурная зона Казахстана".

К кластерам второго приоритета относятся остальные кластеры.

Привлечение стратегических (якорных) инвесторов

Казахстан стоит на рубеже нового этапа социально-экономической модернизации. Одной из важнейших задач государства на ближайшее десятилетие является реализация Стратегии вхождения Казахстана в число 30 наиболее конкурентоспособных стран мира.

Для решения этих задач решающую роль играют создание инновационной экономики и развитие несырьевого сектора.

Сегодня все больше и больше стран видят экономическую привлекательность развития туризма, выражающуюся в повышении налоговых поступлений, увеличении числа рабочих мест, повышении уровня жизни населения и привлечении инвестиций.

В этой связи, в целях реализации 57 шага Плана нации "100 конкретных шагов" по реализации 5 институциональных реформ Главы государства, а также для стимулирования притока как внешних, так и внутренних инвестиций в туристскую отрасль реализуются три якорных проекта:

- 1) строительство международного туристского центра "Акбулак", Алматинская область (Талгарский район), инвестор АО "Steppe Capital";
- 2) медицинский центр "Mount Sinai" в г. Алматы, инвестор АО "Capital Partners";
- 3) развитие курортной зоны отдыха "Кендерли" в Мангистауской области.

В области привлечения инвестиций в отрасль туризма совместно с Министерством по инвестициям и развитию, АО "НК "Kazakh Invest" и АО "Экспортная страховая компания "Kazakh Export" будут приняты следующие меры:

- 1) продолжение работы по привлечению стратегических (якорных) инвесторов, имеющих успешный опыт создания туристских кластеров;
- 2) разработка основных подходов по привлечению инвестиций в развитие туристских кластеров;
- 3) включение отрасли туризма в перечень приоритетных видов деятельности для реализации инвестиционных приоритетных проектов;
- 4) создание и ведение базы данных инвестиционных проектов в области туризма;
- 5) выработка форм ГЧП совместно с бизнес–сообществом по финансированию и инвестированию туристских зон, а также прилегающих к ним территорий для размещения сервисных объектов;
- 6) поддержка частных бизнес–инициатив и инвестиционных проектов через внедрение механизмов долгосрочного финансирования;
- 7) принятие совместного плана действий по привлечению иностранных инвестиций для развития шести туристских дестинаций;
- 8) проработка вопроса кредитования проектов туристского направления на срок 10, 15, 25 лет;
- 9) проведение работ с иностранными донорами по развитию туристской отрасли Казахстана (программы помощи ЕС, США, ООН, ОБСЕ, международных финансовых институтов, а также КНР, РФ, Индии, Ирана и др.);
- 10) разработка "гайдов" для развития туристского бизнеса в Казахстане;
- 11) выработка системных, краткосрочных и долгосрочных форм государственного инвестирования туристской отрасли Казахстана.

Основные виды туризма

Культурно-познавательный и этнографический туризм

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. В древности по степям Казахстана проходил Великий Шелковый путь. В различные периоды истории на территории нынешнего Казахстана возникали и развивались государства с самобытной культурной историей.

Наследием той эпохи являются многочисленные памятники истории и культуры, географические достопримечательности.

Культурный досуг, как и все прочие виды развлечений и отдыха, не стоит на месте. Он обретает новые функции, расширяется и рационализируется, очерчивая все большие границы своего содержания. Особую роль в этом процессе играет создание центров досуга и отдыха, соответствующих

международным стандартам, экологических и этно-парков, различного рода культурных, природных и исторических заповедников.

Кроме природных достопримечательностей Казахстан богат историко-культурными памятниками, расположенными на Великом Шелковом пути, имеющими всемирное значение. Организация транзитных туров на Великом Шелковом пути особенно актуальна, так как это даст Казахстану возможность вхождения в зону интереса таких стран, как Япония, Малайзия, Китай, Корея, а также европейских государств. Великий Шелковый путь – это одно из приоритетных направлений развития туризма в Казахстане.

Мировой опыт показывает особую роль культурно-познавательного туризма, как эффективного инструмента популяризации культуры своей страны за рубежом. Привлечение зарубежных туристов также является важным условием интенсивного развития креативной индустрии.

В наши дни, когда большинство людей живут в многонациональных мегаполисах и городах, особую актуальность и популярность приобретает этнографический туризм, при котором происходит знакомство с обычаями, традициями, обрядами, архитектурой, народными костюмами и праздниками, культурой и языком своей или иной этнографической группы населения.

Этнографический туризм будет способствовать укреплению семейных отношений, духовно-нравственному воспитанию молодежи, сохранению культурных и развитию семейных ценностей.

Сакральный или духовный туризм

Согласно статье Главы государства от 12 апреля 2017 года "Взгляд в будущее : модернизация общественного сознания" будет начата работа по реализации проекта "Сакральная география Казахстана".

Проект "Сакральная география Казахстана" – это комплекс мер по формированию культурно-географического пояса святынь Казахстана, являющегося каркасом национальной идентичности.

Стратегическим ядром проекта "Сакральная география Казахстана" является выдвинутая Главой государства идея укрепления национальной идентичности. Одними из ключевых приоритетов являются формирование и продвижение общенационального казахстанского патриотизма.

Перед Казахстаном стоит ряд глобальных вызовов, многие из которых преодолимы через сохранение и укрепление своей культуры, собственного национального кода. В таких условиях на передний план выходят необходимость в продвижении собственной национальной символики, быстрой и конструктивной организации конкурентоспособных образовательных, информационных и туристских стратегий, в том числе путем развития внутреннего туризма.

За годы Независимости был реализован ряд крупных программ: с 2004 года была реализована программа "Мәдени мұра", направленная на восстановление историко-культурных памятников и объектов на территории Казахстана; с 2013 года осуществляется Программа "Халық тарих толқынында", системно собирающая и изучающая документы из ведущих мировых архивов, посвященные истории Казахстана.

Проведена масштабная инвентаризация отечественных памятников истории и культуры, утверждены государственные списки памятников истории и культуры "макросакрального" и "микросакрального" значения.

В рамках уникальных проектов "Қазақтың дәстүрлі мың күйі", "Қазақтың дәстүрлі мың әні" и "Батырлар жыры" систематизированы лучшие образцы народного творчества.

В список всемирного наследия ЮНЕСКО включены памятники культуры - мавзолей Ходжа Ахмеда Яссауи и петроглифы археологического ландшафта Тамгалы, а также объект природного наследия "Сарыарка - степи и озера Северного Казахстана". Восемь казахстанских объектов Семиреченского отрезка Шелкового пути: Талгар, Койлык, Карамерген, актобе Степнинское, Орнек, Кулан, Костобе, археологический комплекс "Акыртас" вошли в Список всемирного наследия ЮНЕСКО в составе серийной транснациональной номинации "Шелковый путь: сеть маршрутов Чанань-Тянь-Шанского коридора".

Реализация проекта "Сакральная география Казахстана" будет основываться на следующих принципах:

- 1) стратегическая важность модернизации общественного сознания;
 - 2) сохранение своей культуры, собственного национального кода;
 - 3) приоритетность общенационального культурного наследия, определяющего самобытность отечественной культуры в глобальном мире;
 - 4) конкурентоспособность, прагматизм, культ знаний и открытость сознания;
- В области сакрального туризма будут приняты следующие меры:
- 1) осуществлена подробная классификация сакральных объектов;
 - 2) создана виртуальная карта культурной и туристской привлекательности Казахстана" и размещена в поисковой системе "Google";
 - 3) создана карта локализации историко-культурных объектов, а также мест всеобщего паломничества в Казахстане с приложением необходимых материалов (исторические факты, легенды, мифы);
 - 4) издана энциклопедия "Сакральный Казахстан";
 - 5) изданы серии книг "Сакральные памятники регионов";
 - 6) издан Национальный атлас Республики Казахстан;
 - 7) созданы серии научно-популярных фильмов о сакральных объектах Казахстана с субтитрами и дубляжом на шести языках ООН;

8) разработаны и введены в образовательный процесс новые учебные предметы, изучающие сакральную географию Казахстана;

9) созданы соответствующие мобильные предложения;

10) введены в эксплуатацию несколько визит-центров в сакральных местах Казахстана;

11) проведены работы по реставрации объектов, а также работы по развитию инфраструктуры к сакральным объектам.

Остальные ключевые мероприятия по развитию внутреннего туризма в рамках формирования "Сакрального пояса Казахстана" будут предусмотрены в Плане мероприятий по реализации Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года.

Социальный туризм

Одним из приоритетных направлений деятельности для всех регионов является развитие социального туризма, обеспечивающего возможности для удовлетворения потребностей в туристских услугах внутри страны определенных категорий населения.

Манильская декларация по мировому туризму 1980 года провозглашает социальный туризм как цель, к которой общество должно стремиться в интересах менее обеспеченных граждан при использовании их права на отдых.

Международная организация по социальному туризму определяет данный вид туризма как отношения и явления, связанные с участием людей в странах-дестинациях, являющихся малообеспеченными, которые не могут позволить себе быть вовлеченными в туризм. Это участие становится возможным или облегчается путем сочетания политики, четких социальных мер и приверженности социальных игроков.

Такая формулировка подразумевает в себе не только прямую поддержку целевым группам людей, но и формирование инфраструктуры доступного туризма, что особенно актуально для развития внутреннего туризма в Казахстане

Целевые группы социального туризма (в т. ч. ветераны, люди с ограниченными возможностями) практически не вовлечены в процессы туризма. Не исследованы их потребности и потенциал для туристской индустрии. Субъекты туристского бизнеса практически не владеют информацией о специфике обслуживания целевых групп социального туризма и соответственно, объем и качество предоставляемых ими услуг находится на низком уровне. В стране имеется недостаточное количество доступных туристских объектов, доступного туристского транспорта. Не скоординирована работа по вопросам социального туризма среди субъектов туристской индустрии.

В области социального туризма будут приняты следующие меры:

1) усиление функций социального туризма при всех субъектах индустрии туризма;

2) во всех туристских проектах будет предусмотрена, как обязательное условие, доступность для маломобильных групп населения согласно стандартам;

3) разработка и продвижение доступных туристских маршрутов в каждом регионе страны и создание реестра доступных маршрутов;

4) мониторинг и анализ существующих казахстанских сайтов для туристов с выработкой рекомендаций по их адаптации для туристов из маломобильных групп населения;

5) обмен опытом по вовлечению новых организаций в сферу социального туризма.

Детско-юношеский туризм

Развитие детско-юношеского туризма будет проводиться комплексно совместно со всеми заинтересованными органами и акиматами путем:

1) определения стратегических направлений для создания открытого информационного, образовательного, социального пространства детско-юношеского туризма, привития навыков трудовой, общественной деятельности, поисковой и исследовательской работы, профессиональной ориентации, социальной адаптации;

2) создания условий для развития детско-юношеского туризма, краеведения и экскурсионной работы;

3) обновления содержания туристско-краеведческих мероприятий в контексте культурно-образовательного и социально-педагогического проектирования и компетентностной модели образовательного процесса.

Детско-юношеский туризм, являясь активным видом туризма, способствует:

1) приобщению подрастающего поколения к здоровому образу жизни через общение с природой и является альтернативой вредным привычкам;

2) воспитанию воли и духовности;

3) практическому познанию родного края, знакомству с окружающей природой, памятниками истории и культуры.

Занятие различными видами туризма с детских лет позволяет воспитывать чувство гражданственности, туристской культуры и развивает способность воспринимать идеологию гостеприимства как общегосударственную идею, при реализации которой возможно реальное развитие туризма как действенного сектора экономики, обеспечивающего устойчивое развитие государства с минимальными последствиями для природы и общества.

В области детско-юношеского туризма будут реализованы следующие меры:

1) разработка образовательных программ, курсов повышения квалификации педагогов дополнительного образования по туристской технике и спортивному ориентированию;

2) совершенствование нормативного регулирования детско-юношеского туризма в Республике Казахстан;

3) разработка туристских маршрутов для школьников и студентов во время каникул;

4) разработка методических рекомендаций;

- по организации туристско-краеведческой работы в организациях дополнительного и среднего образования;

- по организации деятельности инструктора детско-юношеского и школьного туризма;

- по организации деятельности детско-юношеских туристских баз, агротуристских объектов;

- по судейству школьных туристских соревнований;

- по хранению туристского снаряжения и инвентаря;

5) разработка нормативов на прохождение туристских походов и спортивного ориентирования;

6) открытие молодежных туристских баз и студенческих туристских клубов в высших учебных заведениях;

7) выявление и распространение лучших практик;

8) проведение профориентационной работы в области туристского менеджмента среди обучающихся;

9) проведение республиканских мероприятий по детско-юношескому туризму, ежегодных республиканских зимних и летних спартакиад по туристскому многоборью;

10) организация республиканской экспедиции "Менің Отаным - Қазақстан".

Спортивный туризм

Ввиду увеличивающегося интереса людей к спорту особое внимание будет уделено развитию спортивного туризма, который представляет собой проведение массовых мероприятий на международном уровне: олимпиады, турниры, фестивали и другие. Казахстан имеет опыт в организации и проведении таких мероприятий (7-е Зимние Азиатские игры, 28-я Всемирная зимняя Универсиада) и соответствующую материально-техническую базу.

Проведение таких крупных спортивных мероприятий позволяет не только укрепить имидж страны на международной арене как открытого и гостеприимного государства, но и создает импульс для развития туристской инфраструктуры, которая будет служить многие годы, привлекая новые туристские потоки в регион.

Медицинский туризм

По оценкам Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) к 2022 году туризм и здравоохранение совместно станут одной из определяющих мировых отраслей. За последние 12 лет в мире объем доходов в секторе медицинского туризма увеличился более чем в 17 раз – с 40 млрд. до 700 млрд. долл. США. Медицинский туризм составляет порядка 16% от общего объема доходов от туризма, а центры мирового медицинского туризма в настоящее время смещаются в страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

По данным Global Spa & Wellness Summit (GSWS) к 2017 году 50% рынка медицинского туризма будет приходиться на страны Азии, Латинской Америки и Ближнего Востока.

В Казахстане потенциал медицинского туризма (как внутреннего, так и внешнего), в частности, для получения сложного лечения имеется преимущественно в Астане. Растет количество иностранных пациентов, число которых за 12 месяцев 2016 года по стране превысило 10 тыс., преимущественно из стран Содружества Независимых Государств. Тем самым, Казахстан постепенно становится частью мировой индустрии медицинского туризма.

Для развития медицинского туризма и внедрения международных стандартов диагностики и лечения по инициативе Главы государства в г. Астане было создано АО "Национальный медицинский холдинг", трансформированное в корпоративный фонд "University Medical Center", основной миссией которого является оказание высокого уровня медицинской помощи с учетом синергии научно-исследовательской, образовательной и клинической деятельности.

В нескольких кардиологических клиниках столицы (Национальный научный кардиохирургический центр, Национальный научный медицинский центр, больница Управления делами Президента, 2-я городская больница) проведены более 30 тыс. сложнейших и уникальных операций на сердце, включая порядка 40 трансплантаций сердца и 5 трансплантаций легких.

Национальный центр нейрохирургии – единственная специализированная клиника в Казахстане, оказывающая полный спектр медицинских услуг при нейрохирургической патологии, начиная с диагностики и заканчивая ранней реабилитацией пациентов с применением самых современных медицинских технологий, направленных на максимальную эффективность и безопасность для пациента. Центр оснащен самым современным медицинским оборудованием, не имеющим аналогов в республике. Данное оборудование позволяет с максимальной точностью и безопасностью для пациента проводить малоинвазивные нейрохирургические операции.

В области медицинского туризма будет обеспечена доступность медицинских услуг в шести туристских кластерах ("Астана – сердце Евразии"; "Алматы –

свободная курортная зона Казахстана"; "Жемчужина Алтая"; "Возрождение Великого Шелкового пути"; "Каспийские ворота"; "Единство природы и кочевой культуры").

Деловой туризм (MICE - туризм)

Деловой туризм (MICE - туризм) – относится к типу организованных поездок, связанных с бизнес-мотивами: деловые встречи, поощрительные туры, конференции, выставки, мероприятия, заседания рабочих групп, семинары и досуг во время деловых поездок.

Пляжный туризм

В нашей стране пляжный туризм характеризуется коротким сезоном, отсутствием необходимой инфраструктуры, однако исключать данный вид туризма из перечня привлекательных нельзя.

Пляжный туризм – пребывание в прибрежных зонах с оздоровительными целями и целью отдыха, а также водные виды спорта, катание на лодках и яхтах (морской отдых). К основным странам, генерирующим туристские прибытия в Казахстан по данному турпродукту, относятся Казахстан, Российская Федерация.

В целях развития пляжной туристской деятельности в Республике Казахстан будет выработан ряд мер, в том числе по поддержке предпринимательской деятельности в случаях чрезвычайных ситуаций.

Агротуризм

Агротуризм является относительно новым и перспективным направлением, предполагающим формирование и предоставление приезжим гостям комплексных услуг по проживанию, отдыху, питанию, экскурсионному обслуживанию, организации досуга и спортивных мероприятий, рыбалки и охоты, приобретению знаний и навыков, а также возможности занятия активными видами туризма в сельской местности.

Привлекательными чертами агротуризма являются чистый воздух, домашняя атмосфера, нетронутая природа, натуральные продукты, тишина и неторопливый быт. Это мощный инструмент охраны окружающей среды, способствующий вовлечению в этот процесс местного населения, для которого бережное отношение к природе станет экономически выгодным.

В этой связи целесообразно определить механизмы для становления и развития МСБ регионов, занятых в агротуризме, сформировать методические пособия, оказывать консультативную помощь предпринимателям, открывающим гостевые дома, определить действенные инструменты для информационной поддержки и продвижения гостевых домов на местном уровне.

В области агротуризма (сельского туризма) будут приняты следующие меры:

1) введение понятийного аппарата агротуристской деятельности, в т.ч. понятия сельского туризма ("агротуризма");

2) популяризация и пропаганда "агротуризма" (сельского туризма);

3) развитие МИО агротуристских объектов в сельской местности: гостевых домов, специализированных частных отелей в форме стилизованных "агротуристских деревень", "рыбацких и охотничьих деревень" и т.д.

Охотничий и рыболовный туризм

Охотничий туризм – признанный в мире механизм привлечения финансов для сохранения дикой природы, который кардинально меняет отношение местного населения и органов местного управления к вопросам сохранения диких животных и мест их обитания.

По различным экспертным оценкам в Казахстане расходы на охрану редких и исчезающих видов могут быть полностью покрыты за счет развития охотничьего туризма.

Мировой практикой доказано, что научно-обоснованный лимит изъятия старых самцов не оказывает угнетающего влияния на популяцию, а в некоторых случаях только увеличивает ее продуктивность. Для некоторых государств он стал единственным способом сохранить редкие виды животных. К примеру, самки некоторых видов семейства полорогих остаются яловыми, когда старый самец не позволяет самцам моложе участвовать в гоне, а сам не в силах покрыть всех самок.

В Казахстане современное положение популяций многих редких видов стабилизировалось и можно говорить об устойчивом использовании старых особей для целей охоты. Возможно, следует пересмотреть Положение о Красной книге в части замены полных запретов на научно-обоснованное изъятие.

Анализ развития охотничьего туризма в мире показывает, что это динамично-развивающаяся отрасль. В качестве примера можно привести данные по Соединенным Штатам Америки (показательно в связи с развитой системой финансового учета). Американцы ежегодно на нужды охоты тратят 22 млрд. долл. США, а общий мультипликативный эффект от охоты составляет 61 млрд. долл. США. Охотничьи хозяйства США создают более 700 тыс. рабочих мест и обеспечивает заработок более 16 млрд. долл. США в год.

В конце 60-х годов в Европе данный вид активного отдыха стал резко набирать популярность и в настоящее время наиболее развит в Испании, Венгрии и некоторых других странах.

Неоценимое экономическое значение охотничий туризм имеет для некоторых развивающихся стран Африки, где он наряду с другими формами туризма является одним из источников получения валюты. Сафари в Африке является на сегодняшний день наиболее известным широкому потребителю охотничьим

туристским продуктом. К примеру, Южно-Африканскую Республику в год посещают около 8 000 охотников, а совокупный доход от этой отрасли составляет 100 млн. долл. США в год.

Наша страна исключительно богата представителями животного мира, традиционно являющимися объектами охоты.

В целом можно констатировать, что наличие разнообразного животного мира с развитой охотничьей инфраструктурой привлекает в страну значительные денежные средства, помогает сохранить природу и в тоже время способствует развитию регионов:

1) государство получает средства за счет продажи права на охоту в целом и выдачу лицензий на отстрел отдельных видов животных;

2) частные охотничьи хозяйства получают средства от охотников за счет организации охоты;

3) местные представители получают прибыль за счет организации размещения, питания, транспортировки охотников, продажи сувениров, изготовления охотничьих трофеев.

Созданная инфраструктура охотничьего туризма предоставит возможность развитию экологического туризма на данных территориях, предоставляя местному населению дополнительный стимул в сохранении дикой природы.

Для развития рыболовного туризма планируется ввести круглогодичное разрешение на рыбалку по принципу "поймал-отпустил".

Потенциал Казахстана представлен возможностью озерной и речной рыбалки в многочисленных водоемах, и в этих условиях рыболовный туризм в стране развивается очень быстро и повсеместно. В стране функционирует Федерация спортивного рыболовства. Казахская команда является одной из сильнейших в мире. Также стремительно развивается вид подводной охоты. Все больше туристских объектов включают рыбалку в список предлагаемого пакета услуг.

Показателен опыт санатория-курорта "Рахмановские ключи" в Восточно-Казахстанской области. На озеро, которое считалось "мертвым", после проведения соответствующего исследования аквакультуры были завезены некоторые виды рыб, что позволило увеличить и без того большой поток туристов в данное курортно-санаторное учреждение.

В области охотничьего туризма будут приняты следующие меры:

1) пересмотр подходов на отстрел отдельных особей животных из Красной книги Казахстана;

2) проработка вопроса организации аукционов на отстрел отдельных редких видов животных. Например, в Исламской Республике Иран мархуры (винторогий козел) были практически истреблены англичанами, а затем и местными охотниками. Правительством Исламской Республики Иран было выделено

несколько лицензий на мархуров, которые были проданы на аукционах США. Общий объем средств, полученных от продажи пяти лицензий, составил около 300 000 долл. США, которые были израсходованы на работу по восстановлению численности мархуров. За их счет в Исламской Республике Иран были созданы специальные природоохранные подразделения, оснащенные современной техникой – рациями, транспортом, оружием и с хорошей заработной платой у ее сотрудников;

3) создание условий для развития природного и охотничьего туризма. Прежде всего, это касается поощрения искусственного разведения диких исчезающих и редких видов животных, режима въезда и охоты приезжих охотников.

В сфере популяризации охотничьего и рыболовного туризма:

1) создание диалоговой площадки для любителей экстрим отдыха (охота, рыбалка) через Facebook или другие популярные интернет-ресурсы с привлечением иностранной аудитории;

2) проработка вопроса о создании серии документальных фильмов о биологическом разнообразии и охотничьих хозяйствах Республики Казахстан и показ их на центральных отечественных телеканалах, а также трансляция на популярных зарубежных каналах (National Geographic, BBC и т.д.).

Кемпинговый туризм, автотуризм и караванинг

Автотуризм и караванинг являются наиболее современными, мобильными и доступными видами туризма. Для целей временного проживания автотуристов и караванеров служат кемпинги (территории на открытом воздухе, оборудованные для туристского транспорта), парковки в этноаулах, зонах отдыха, у отелей, гостевых домов, придорожного сервиса, любая охраняемая площадка на природе.

По данным Европейской федерации ассоциаций кемпингов на сектор кемпингового туризма и караванинга каждый год, в среднем, приходится около 25% всех отдыхающих в Европе. Данный сектор предоставляет 10,8 млн. мест для ночлега туристов и является самой крупной туристической сетью Европы, опережая традиционный гостиничный бизнес с 8,7 млн. мест. Общее количество кемпингов в Европе составляет порядка 25 тысяч.

В общей сложности общий годовой оборот отрасли караванинга в Германии составляет около 10 млрд. евро, в данной отрасли занято около 170 тысяч человек, а его прибыль оценивается в 4,1 млрд. евро. Общий товарооборот туристской отрасли Федеративной Республики Германия составляет 140,6 млрд. евро или 8% ВВП страны.

В Китайской Народной Республике на текущую пятилетку принята программа развития туризма, как основного драйвера трансформации и модернизации экономики Китайской Народной Республики, караванинг и кемпинговый туризм являются частью данной программы развития туризма. По

прогнозу, к 2020 году в Китайской Народной Республике число кемпингов увеличится до 10 тысяч. Уже сейчас функционирует большое количество кемпингов (порядка 500), особенно в южной части, и их количество ежегодно растет. Китайская Народная Республика имеет свои компании, производящие автодома и жилые прицепы, ежегодно в стране проходят международные выставки караванинга, привлекающие множество местных и иностранных посетителей. Аналитики полагают, что в будущем трейлер-туризм станет одним из самых популярных видов туризма в Китайской Народной Республике.

Быстрыми темпами кемпинговый туризм, автотуризм и караванинг развиваются в соседней Российской Федерации. Причем, если раньше российские автотуристы и караванеры предпочитали в целях автотуризма путешествовать по Европе, то в свете последних политических событий российские автотуристы и караванеры с удовольствием путешествуют по маршрутам Великого Шелкового пути. Караванинг практически всесезонен. С путешествием на колесах также легко сочетаются другие интересы: краеведение и страноведение, история, спорт, фотография. Караванинг позволяет туристу ощутить полную гармонию с природой, не лишая его при этом комфорта и удобств цивилизации.

В области кемпингового туризма, автотуризма и караванинга будет принят ряд нормативных требований касательно:

- 1) соответствующих дорожных знаков в правилах дорожного движения (далее – ПДД);
- 2) определения порядка проверки туристского автотранспорта дорожно-патрульной полицией на соблюдение ПДД;
- 3) определения порядка прохождения технического осмотра туристского автотранспорта;
- 4) установления стандартов к туристскому автотранспорту.

Для развития кемпингового туризма в соответствии с международными требованиями будут приняты:

- 1) стандарты для открытия кемпингов и стоянок;
- 2) стандарты для оборудования электро- и водоснабжения туристского автотранспорта.

Гастрономический туризм

Гастрономический туризм – новый и перспективный вид туризма, основная цель которого – знакомство с той или иной страной через призму национальной кулинарии. Гастрономический туризм является одним из самых быстрорастущих в странах СНГ. Казахстан обладает потенциалом в развитии гастрономического туризма. История кулинарии (гастрономии) Казахстана неразрывно связана с историей развития и становления казахстанского общества в целом.

Изначально история возникновения отечественной кулинарии берет истоки в культуре и быте кочевых цивилизаций, в связи с этим в основе казахской национальной кухни лежит искусное приготовление мясных блюд из мяса различных видов животных, способных к длительным перемещениям. В связи с этим, казахская национальная кухня приобрела особое искусство и специфику в приготовлении вкусных яств из, казалось бы, ограниченного круга продуктов, обусловленных бытом кочевников. В результате возникли национальные бренды казахской кулинарии: мясо по-казахски, деликатесные блюда из конины – казы и жая, отваренные либо запеченные в собственном соку тушки ягненка, сырне, уникальные молочные напитки кумыс и шубат, кисломолочные продукты курт и иримшик, изделия из теста - нан, бауырсак и многое другое.

Историческая общность с древними цивилизациями соседей привнесла колорит восточных оседлых культур в виде плова, мант, лагмана и прочих многочисленных среднеазиатских блюд. Определенное влияние на формирование национальной кухни оказывало формирование Великого Шелкового Пути и кухонь народов, которые населяли его, в т. ч. уйгурских и дунганских народов.

Огромное влияние на многонациональный характер формирования казахстанской кухни оказали 19-20 вв., история взаимоотношений с Российской Федерацией, народами, проживавшими на территории бывшего советского пространства. Многонациональный Казахстан стал домом для представителей более 130 этносов, каждый из которых имеет свою особенную, национальную кухню. В результате местная кухня была обогащена огромным разнообразием кухонь всех национальностей постсоветского пространства. В повседневный рацион казахстанцев прочно вошли борщ, пельмени, оливье, кавказский шашлык и многое другое.

В результате последних десятилетий глобализации мировой экономики казахстанская ресторация приняла лучшие тренды мировой кулинарии: итальянскую кухню, европейскую кухню, фаст-фуд и паназиатскую кухню. Таким образом, Казахстан представляет из себя уникальный гастрономический проект, особенностью которого является переплетение исторического и культурного кулинарного прошлого с сохранением ярко выраженного национального присутствия.

Другой кулинарной особенностью Казахстана является то, что блюда готовятся из экологически чистых продуктов без использования генетически модифицированных организмов (далее – ГМО) и консервантов. Блюда разных народов, приготовленные из экологически чистых продуктов без ГМО и консервантов, увеличат интерес к въездному туризму. Для развития гастрономического туризма будут проведены следующие мероприятия:

1) усилена работа с предпринимателями в сфере ресторанного бизнеса, а также смежных сфер деятельности для определения рычагов, способствующих действенной работе инструментов государственной поддержки на местах. Меры по развитию гастрономического туризма будут включать экономические стимулы для МСБ.

2) разработаны тематические гастрономические туры в туристских кластерах;

3) организовано проведение гастрономических фестивалей – фудшоу, мастер-классов, во время которых у туристов будет возможность принять участие в приготовлении блюд.

Подготовка кадров для сферы туризма

В настоящее время подготовку кадров для туристской отрасли в организациях высшего и послевузовского образования осуществляют 47 высших учебных заведений в рамках специальностей "Туризм", "Регионоведение" – 12 ВУЗов и "Переводческое дело" – 45 ВУЗов.

Подготовка кадров для туристской отрасли в системе технического и профессионального образования осуществляется в 41 учебном заведении технического и профессионального образования.

При этом подготовка выпускников идет в отрыве от сегодняшних реальностей. В этой связи будет пересмотрен государственный обязательный стандарт образования (ГОСО) в сфере туризма и рассмотрен вопрос распространения сертификации ЮНВТО (Всемирной туристской организации) по системе TedQual на все высшее учебные заведения, преподающие специальность "Туризм", что должно привести к активному внедрению дуального образования в сфере туризма.

Казахский национальный университет им. аль-Фараби успешно прошел эту сертификацию.

TedQual (Tourism Education Quality) – добровольная сертификация высших учебных заведений по специальности "Туризм", нацеленная на непрерывный рост качества образования. Сертификация анализирует и оценивает 5 составляющих системы образования, влияющих на внутренние и внешние аспекты учебных программ, включая соответствие контента учебных программ сегодняшним потребностям индустрии туризма.

Важным является создание при Национальном туристском офисе Центра по краткосрочной подготовке гидов и экскурсоводов, владеющих английским, французским, китайским, турецким и другими языками. Вместе с тем, в целях развития социального туризма планируется предусмотреть подготовку гидов и экскурсоводов для лиц с ограниченными возможностями (пожилые люди, лица с нарушением зрения, слуха, опорно-двигательного аппарата и др.).

Также в целях увеличения количества ученых в сфере туризма будет проведена работа по рассмотрению вопроса увеличения государственного заказа по специальности PhD в сфере туризма (на сегодня государственный заказ составляет 3-4 места в год).

Наряду с этим, в настоящее время является актуальным возвращение специальности "Менеджмент в сфере туризма" (без гостиничного и ресторанного бизнеса) в перечень приоритетных по обучению за рубежом в рамках международной стипендии Президента Республики Казахстан "Болашак".

В области особо охраняемых природных территорий и лесного хозяйства будут приняты следующие меры:

1) согласование генеральных планов особо охраняемых природных территорий с уполномоченным органом по туризму, который может вносить предложения при корректировании генеральных планов в части развития туризма, при этом определять проекты бальнеологического назначения для оздоровления населения и объектов для осуществления экологического туризма приоритетными для реализации в особо охраняемых природных территориях;

2) в целях упрощения процедур предоставления земельных участков государственных национальных природных парков в долгосрочное и краткосрочное пользование будут рассмотрены вопросы выдачи уполномоченным органом в области особо охраняемых природных территорий разрешения на использование под объекты строительства данных участков и согласования им эскизного проекта;

3) совместно с уполномоченным органом в области лесного хозяйства и животного мира, а также с администрациями особо охраняемых природных территорий будет проведено оборудование экотроп и маршрутов с учетом потребностей маломобильных групп населения, что сделает их более доступными и безопасными;

4) совместно с уполномоченным органом в области лесного хозяйства и животного мира будут созданы условия для добросовестной конкуренции среди участников тендера, открытости и прозрачности процесса выдачи разрешения на использование под объекты строительства участков государственных национальных природных парков путем упрощения действующих механизмов.

В области земельных отношений будет рассмотрен вопрос строительства сезонных построек и легких архитектурных форм (прибрежных кафе) на земельных участках водоохранных полос без использования тяжелых строительных материалов.

В области упрощения процедур миграционного контроля и оформления виз будут реализованы следующие меры:

1) продолжение работы по упрощению процедуры оформления казахстанских виз для обеспечения потока туристов в страну;

2) рассмотрение вопроса открытия в пилотном режиме визового центра Казахстана за рубежом;

3) проработка вопроса по определению порядка оплаты штрафов иностранными гражданами и лицами без гражданства как в Республике Казахстан, так и за рубежом в электронном виде;

4) рассмотрение вопроса по упрощению процесса регистрации и учета иностранных граждан, в том числе путем внедрения новых технологий.

В области авиационного пространства будут поддержаны меры, направленные на создание конкурентных условий для развития рынка внутренних авиаперевозок, в том числе дальнейшее развитие субсидирования внутренних авиарейсов.

В области игорного бизнеса планируется расширить перечень разрешенных игорных зон, а также проработать вопрос внесения поправок в действующее законодательство Республики Казахстан в сфере игорного бизнеса в части месторасположения игорных заведений и определения целевой аудитории.

В целях совершенствования законодательства Республики Казахстан в сфере выездного туризма планируется внести изменения в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам страхования и страховой деятельности.

В качестве альтернативы страхованию гражданско-правовой ответственности субъектов рынка (далее – ГПО) предлагается внедрение обязательного страхования туроператором каждого туриста, выезжающего за рубеж, что является мировой практикой. Данные поправки повысят заинтересованность туроператоров сферы выездного туризма в недопущении страхового случая и предотвращении рисков. Вместе с тем, законопроектом полностью будут освобождены от страхования ГПО турагенты так как турпродукт, полностью формируется туроператором.

Также, в законопроекте будут определены события, признаваемые в качестве страхового случая, и виды расходов, подлежащих возмещению.

Казахстан имеет огромный туристский потенциал для привлечения иностранных туристов, однако почти 90% отечественных туроператоров работают на выездной туризм.

В целях стимулирования туроператоров на развитие въездного и внутреннего туризма будет проработан вопрос отмены наличия договора обязательного страхования ГПО на осуществление туроператорской деятельности по въездному и внутреннему туризму в рамках законопроекта.

В области стандартизации планируется:

- 1) совместно с заинтересованными уполномоченными государственными органами провести мониторинг и анализ существующих нормативных документов по стандартизации и нормативных правовых актов в сфере туризма;
- 2) подготовить необходимую нормативно-техническую базу в сфере туризма;
- 3) проработать вопрос внедрения стандартов на туристские услуги.

ЭКСПО-2017

Международная специализированная выставка ЭКСПО – это крупнейшее международное мероприятие, являющееся символом индустриализации и открытой площадкой для демонстрации технических и технологических достижений.

В период выставки прогнозируемый поток туристов создаст дополнительный спрос на 10 000 койко-мест. По состоянию на декабрь 2016 года на территории города Астаны функционируют 164 гостиницы на 12 482 мест, а также 25 хостелов на 664 места. К ЭКСПО-2017 планируется ввод в эксплуатацию 23 гостиничных объектов на 2 829 мест.

Всего к маю 2017 года в городе Астане будет осуществлен ввод 34 739 койко-мест, в том числе за счет съемных квартир и студенческих общежитий.

Усилия, связанные с организацией ЭКСПО-2017, будут направлены на создание недостающей туристской инфраструктуры, внесение "мягких" изменений и решение основных задач, касающихся повышения конкурентоспособности туристского продукта Казахстана: упрощение въездных формальностей, создание туристской и транспортной инфраструктуры, организацию профессионального обучения и развитие человеческих ресурсов для сектора туризма, возможность обеспечения привлекательных цен и эффективную модель управления дестинацией и т.д.

В целях комфортного пребывания гостей выставки, ознакомления с природными, культурными, архитектурными достопримечательностями страны определены основные туристские маршруты из Астаны по 6 национальным кластерам Республики Казахстан с обязательным посещением выставки ЭКСПО-2017.

Инфраструктура

Транспортная инфраструктура

Количество въездных посетителей в Казахстан за 2015 год составило 6,4 млн. человек. Данный показатель устойчиво растет на протяжении 5 лет в среднем на 10%. Местами размещения в 2015 году обслужено 3,8 млн. человек, из которых 692 250 нерезиденты. Данный показатель увеличился по сравнению с 2013 годом на 18,1%. Наряду с этим показатели выездного туризма также устойчиво растут и превышают показатели въездного туризма. Так, в 2015 году количество выездных туристов составило 11,3 млн. человек.

Несмотря на богатый туристско-рекреационный потенциал, доля в валовом внутреннем продукте от туризма составляет около 0,9%.

Успешное развитие индустрии туризма обуславливается наличием высококачественной и развитой транспортной системы, соединяющей места туристского интереса внутри и вне кластера.

Воздушный транспорт

Воздушный транспорт играет важнейшую роль в развитии индустрии туризма ввиду того, что будет являться основным видом транспорта для въездного туризма.

В данном направлении будет рассмотрен вопрос предоставления более доступных цен на авиаперевозки в целях увеличения заполняемости рейсов на существующих авиамаршрутах. Наряду с этим будут разработаны новые авиамаршруты.

Железнодорожный транспорт

Железнодорожный транспорт играет важную роль в функционировании и развитии товарного рынка страны и удовлетворении потребностей туристов и населения в передвижении. Основная роль железных дорог определяется большими расстояниями перевозок от главных кластеров до туристских центров.

По сравнению с другими видами пассажирского транспорта железнодорожный транспорт имеет ряд преимуществ, из которых наиболее важными являются:

- 1) регулярность перевозок независимо от времени года, суток и погоды;
- 2) невысокая стоимость перевозки по сравнению со стоимостью перевозки другими видами транспорта.

В данном направлении будут рассмотрены меры по расширению маршрутов, включающие открытие международного сообщения со странами ближнего и дальнего зарубежья путем использования новых (высокоскоростных) поездов.

Внутренний транспорт

Для развития внутреннего транспорта будут проведены следующие мероприятия:

- 1) открытие туристских автобусных маршрутов для обзорных экскурсий в городах Астане, Алматы и Шымкенте;
- 2) определение и внедрение стандартов качества местных услуг такси, учитывающих обеспечение остановок с указателями для такси, новые автомобили, обозначенные знаками такси, а также соответствие качества и цены поездок на такси преимущественно в городах Астане, Усть-Каменогорске, Шымкенте и Актау, а также во всех ключевых местах туристского интереса кластеров, в которых имеются или требуются услуги такси;

3) рассмотрение вопроса введения сезонных автобусных маршрутов к региональным туристским объектам.

"Мягкая" инфраструктура

К "мягкой" инфраструктуре относятся недорогостоящие, но крайне важные проекты и мероприятия, которые повысят конкурентоспособность туристской дестинации, включающие представление высококачественной информации туристам и инвесторам, высокий уровень образования и подготовки специалистов в сфере туризма и гостеприимства.

Проекты и мероприятия, относящиеся к информационной среде, включают, но не ограничиваются следующим:

1) организация работы МИО визит-центров, предоставляющих бесплатную туристскую информацию, возможности бронирования, приобретения сувениров, книг и карт в особенности в аэропортах, на железнодорожных вокзалах, центральных автовокзалах, а также вдоль автомагистралей;

2) туристские указатели в основных местах туристских достопримечательностей, гостиницах и других местах размещения, аэропортах, на железнодорожных вокзалах, центральных автовокзалах, в портах, а также других местах туристского интереса;

3) гарантированные программы – культурные, экскурсионные и другие программы, предлагаемые туристской дестинацией;

4) карты дестинации, предлагающие пакет туристских достопримечательностей, услуг и продуктов дестинации;

5) мониторинг спроса дестинации (например, уровень удовлетворенности посетителей), предложений (например, гостиничное обслуживание), конкурентов, продуктов и т.д.;

6) партнерство среди заинтересованных сторон, вовлеченных в развитие гостиниц и других мест размещения, ресторанов, туристских достопримечательностей, туроператоров, авиалиний, местных исполнительных органов, университетов, средств массовой информации и др.;

7) формирование положительного отношения местного населения к туристам с помощью семинаров, информационных брошюр и других мероприятий, демонстрирующих положительные результаты от развития туризма;

8) привлечение как местных, так и иностранных инвесторов в развитие индустрии туризма Республики Казахстан.

Институциональные преобразования

Уполномоченный орган в сфере туризма – государственный орган, ответственный за формирование и реализацию государственной политики в

сфере туристской деятельности, осуществление государственного контроля над соблюдением законодательства Республики Казахстан о туристской деятельности.

Для обеспечения эффективной работы в областях и развития шести туристских кластеров в регионах уполномоченным органом в сфере туризма совместно с МИО будет проведена следующая работа:

1) оказание поддержки и содействия продвижению и реализации туристского продукта, проектов на региональном уровне;

2) продвижение дестинации, в том числе создание бренда и формирование имиджа;

3) координация и управление туристскими дестинациями;

4) согласование ежегодного оперативного и маркетингового планов по продвижению туризма с уполномоченным органом в сфере туризма.

Для выполнения поставленных настоящей Концепцией задач будут укреплены существующие институциональные структуры, а также рассмотрена возможность усиления системы их взаимодействия с учетом развития туристской индустрии и отрасли в целом.

Для эффективного продвижения имиджа страны и привлечения большого потока туристов будет проведена широкомасштабная маркетинговая и рекламная кампания как за рубежом, так и внутри страны.

Если следовать мировой практике, то анализ управленческой модели туризма в ведущих странах мира показывает, что для успешного развития отрасли необходимо наличие более гибкой отдельной структуры помимо центрального и местного уполномоченных органов, которая сосредоточена на маркетинге, тесно взаимодействует с бизнесом, оперативно реагируя на новые вызовы и изменения мировой конъюнктуры.

Международный опыт доказывает высокую эффективность так называемых Destination marketing organizations – профессиональных "организаций по управлению и маркетингу дестинаций" (далее – ДМО) как на региональном, так и на национальном уровне.

Так, центральная роль в продвижении Итальянской Республики на зарубежных рынках принадлежит Национальному управлению Италии по туризму ("ENIT"). Основными функциями "ENIT" являются маркетинговые исследования, координация международной деятельности местных туристских администраций. "ENIT" подчиняется центральной исполнительной власти (формально Департаменту по туризму при Министерстве производственной деятельности) и полностью финансируется из бюджета (около 30 млн. долл. США в год).

Деятельностью по привлечению туристов во Французскую Республику занимается Национальный туристский дом Франции, бюджет которого формируется за счет поступления государственных средств.

Внешний маркетинг в Федеративной Республики Германия осуществляется Немецким центром туризма. Организация создана федеральным правительством и имеет представительства за рубежом. Основными целями организации являются создание и сохранение имиджа Федеративной Республики Германия как страны, благоприятной для туризма.

В Испанской Республике подобной маркетинговой ветвью является компания "Turespaña" ("Turspain"), входящая в структуру Министерства индустрии, энергетики и туризма и ответственная за продвижение испанского туризма в мире.

Опираясь на мировой опыт, в целях эффективного развития отрасли и деятельности отечественных туроператоров, введения единых норм и стандартов услуг остро стоит вопрос создания ДМО (национального уровня) с разветвленной сетью представительств в регионах страны (региональных ДМО), которое будет нести полную ответственность за продвижение туризма на международном и внутреннем рынках.

В связи с чем целесообразно создание Национального туристского офиса в формате национальной компании, который будет уполномочен на исполнение следующих функций:

- 1) профессиональное управление туристским брендом Казахстана;
- 2) продвижение Казахстана как международной туристской дестинации;
- 3) формирование и реализация стратегии маркетинга;
- 4) организации якорных мероприятий, привлекающих туристов;
- 5) наполнение единого туристского портала Казахстана;
- 6) мониторинг качества оказания услуг и подготовки предложений по их улучшению;
- 7) сбор статистики для достижения максимального соответствия получаемого туристского опыта ожиданиям посетителей дестинации;
- 8) анализ всего спектра туристской деятельности как в целом по стране, так и разрезе кластеров, туристских зон и т.д.;
- 9) мониторинг существующей структуры и количества предложений туристских продуктов;
- 10) мониторинг тенденций в туризме, своевременная реакция на изменения;
- 11) стимулирование притока как внешних, так и внутренних инвестиций в туристскую индустрию, привлечение инвесторов для реализации туристских проектов;

12) обеспечение повышения качества предоставляемых услуг и квалификации специалистов в области туристской деятельности;

13) анализ туристского потенциала страны в целом и регионов, выработка предложений по развитию стандартов качества туристского продукта;

14) формирование и поддержание стратегического партнерства власти, бизнеса и туристов.

Вместе с тем, в реализацию Послания Главы государства от 31 января 2017 года "Третья модернизация Казахстана: глобальная конкурентоспособность" Правительством Республики Казахстан принято решение об использовании "Проектного управления".

Правительством определена "Олимпийская трасса" из 6 отраслей экономики, где отрасль туризма рассматривается в качестве основного драйвера диверсификации экономики страны.

Основными условиями успешной реализации "Проектного управления" являются тесная вовлеченность частного сектора и бизнеса в качестве основной движущей силы роста, а также эффективное продвижение имиджа страны и привлечение большого потока туристов, в связи с чем также остро стоит необходимость создания Национального туристского офиса.

В соответствии с Законом Республики Казахстан от 1 марта 2011 года "О государственном имуществе" национальная компания - созданное по решению Правительства Республики Казахстан акционерное общество, осуществляющее деятельность в отраслях, составляющих основу национальной экономики. К 2025 году отрасль туризма должна выступить одной из составляющих основу национальной экономики, чья доля в структуре ВВП страны должна составить около 8%.

При этом статус Национального туристского офиса в формате национальной компании дает возможность открытия представительств в странах ближнего и дальнего зарубежья для привлечения туристов и инвесторов в Казахстан, а также предоставляет компании условия заключать договора с иностранными и отечественными предприятиями по закупке товаров, работ и услуг на основе типовых правил закупок, что благоприятно скажется на оперативности принятия решений при продвижении Казахстана в качестве туристской дестинации.

В целях снижения нагрузки на бюджет в качестве основного источника финансирования ДМО будет рассмотрена возможность поэтапного внедрения сбора на развитие туризма "bed-tax".

Имиджевая стратегия

В рамках развития имиджевой стратегии будут пересмотрены подходы к продвижению казахстанского турпродукта за рубежом посредством реализации следующих мер:

1) формирования единого календаря событий и интерактивной 3d туристской карты, при использовании которой турист сможет совершить виртуальный тур по тому или иному региону страны;

2) проработки вопроса по разработке единого национального бренда для работы на международных рынках;

3) активизации работы по сотрудничеству с международными туристскими организациями (ЮНВТО, РАТА и др.);

4) поддержки и дальнейшего наполнения специализированной онлайн-платформы www.kazakhstan.travel, отражающей все туристские предложения по Казахстану и предоставляющей функции онлайн-бронирования;

5) организации ознакомительных туров по Казахстану для представителей средств массовой информации (пресс-туры) и зарубежных профессионалов индустрии туризма (инфо-туры) с целью информирования и продвижения туристских продуктов Казахстана;

6) проведения специализированной выставки по въездному туризму в гг. Астане и Алматы в формате b2b с обязательным проведением инфо-туров.

Меры быстрого эффекта

Развитие туристской отрасли в Казахстане может привести к ощутимым результатам при выполнении следующих условий:

1) надлежащая комплектация и коммерциализация определенных туристских продуктов;

2) увеличение объема и снижение стоимости авиасообщений внутри Казахстана, а также между Казахстаном и другими странами;

3) профессиональное определение и реализация конкретных мероприятий по продвижению.

На основании указанных выше критериев можно будет достигнуть следующих "быстрых результатов":

1) создание продуктов МІСЕ-туризма в городах Астане и Алматы при приоритете международных конференций и больших событий;

2) создание ДМО на национальном и региональном уровнях, что обеспечит тесное взаимодействие с бизнесом, эффективное развитие всей системы туризма внутри страны;

3) разработка нескольких туров в шести кластерах, а также по всему Казахстану;

4) проведение онлайн-мероприятий по продвижению, в том числе мероприятий на ведущих интернет-платформах: Google Earth, Trip Advisor и социальных сетях: Facebook и Twitter.

Для реализации крупных туристских проектов и последующего управления созданными инфраструктурными объектами, туристскими ресурсами существует

потребность в высококвалифицированных специалистах, управленцах высшего звена.

С этой целью, а также для повышения качества предоставляемых услуг и системы внутреннего менеджмента будет внедрена система обучения в виде тренингов и курсов по повышению квалификации в сфере туризма для руководителей туристских компаний и мест размещения.

5. ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИИ И ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ КОНЦЕПЦИИ

Для достижения указанных целей и задач предлагаются следующие периоды реализации:

2017-2019 годы – является наиболее важным, поскольку успех последующих периодов зависит от выполнения работ: адаптация существующих и создание новых правовых мер и институциональных механизмов, включая создание Национального туристского офиса с разветвленной сетью представительств в регионах страны. На данном этапе будут сформированы туристские кластеры; подготовлены национальные (крупные) туристские проекты и инициировано их строительство за счет частных инвестиций, в том числе иностранных, простимулирована разработка других (малых) туристских проектов, разработана система маркетинга, а также приняты иные меры, направленные на получение быстрых результатов.

Одним из ключевых вопросов повышения институциональной эффективности отрасли туризма является тесная интеграция со сферой экономики, культуры, работы с детьми и молодежью, социального обеспечения граждан, физической культуры и спорта, образования, содействия занятости и сохранения природных и культурно-исторических ресурсов нашей страны.

С точки зрения частного инвестирования планируется строительство новых мест размещения и объектов туристской инфраструктуры в рамках развития якорных и региональных туристских проектов, в том числе проектов с низким уровнем риска и возможностью реализации в короткие сроки.

2020-2023 годы – планируется дальнейшее развитие внутреннего и въездного туризма. На данном этапе важно активное продвижение туристского потенциала страны, продолжение развития инфраструктуры, укрепления потенциала человеческих ресурсов и выполнения различных мероприятий в области маркетинга. Вместе с тем, в течение данного периода будет продолжаться реализация мероприятий 2017-2019 годов с диверсификацией туристских предложений и значительной поддержкой предприятий малого и среднего бизнеса для развития туристских проектов по всей стране.

Для повышения инвестиционной привлекательности сферы туризма и обеспечения условий развития отрасли в качестве одного из приоритетных секторов экономики будут созданы современные высокоэффективные и

конкурентоспособные туристские комплексы для интеграции казахстанского туризма на мировой туристский рынок.

Основным индикатором развития отрасли туризма является количество посетителей, ночевок, а также доходов от туристской деятельности. Достижение цели и задач настоящей Концепции будет определяться посредством роста показателей развития туризма.

Ожидаемые результаты

Успешная реализация вышеуказанных целей и задач приведет к следующему росту показателей индустрии туризма в Республике Казахстан:

1) увеличение выпуска услуг по проживанию и питанию в 2023 году до 875,0 млрд. тенге;

2) увеличение выпуска услуг пассажирского воздушного транспорта в 2023 году до 380,0 млрд. тенге;

3) увеличение предоставления койко-суток в 2023 году до 15 млн. койко-суток;

4) увеличение количества внутренних посетителей в 2023 году до 12 млн. человек;

5) увеличение средних расходов внутренних посетителей в реальном выражении до 71,8 тыс. тенге;

6) увеличение количества въездных посетителей в 2023 году до 5,5 млн. человек;

7) увеличение средних расходов въездных посетителей в реальном выражении до 248 тыс. тенге.

6. ПЕРЕЧЕНЬ НОРМАТИВНЫХ ПРАВОВЫХ И ПРАВОВЫХ АКТОВ, ПОСРЕДСТВОМ КОТОРЫХ ПРЕДПОЛАГАЕТСЯ РЕАЛИЗАЦИЯ КОНЦЕПЦИИ

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан от 27 декабря 1994 года.

2. Лесной кодекс Республики Казахстан от 8 июля 2003 года.

3. Кодекс Республики Казахстан от 10 декабря 2008 года "О налогах и других обязательных платежах в бюджет".

4. Земельный Кодекс Республики Казахстан от 20 июня 2003 года.

5. Закон Республики Казахстан от 7 июля 2006 года "Об особо охраняемых природных территориях".

6. Проект Концепции законопроекта "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам туристской деятельности" (срок – до конца 2017 года).

7. Проект постановления Правительства Республики Казахстан "Об утверждении Плана мероприятий по реализации Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года" (срок – сентябрь 2017 года).

8. Стратегические планы центральных государственных органов.

Расшифровка аббревиатур:

Институты и компании:

SMIT – Марокканское общество инжиниринга в туризме

ЮНВТО – Всемирная туристская организация

ЮНЕСКО – Специализированное учреждение Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры

Страны и регионы:

ЕС – Европейский союз

ОАЭ – Объединенные Арабские Эмираты

Другие используемые термины и сокращения:

МИО – местные исполнительные органы

MICE – встречи, поощрительные туры, конференции/форумы и выставки/события

SEM (с англ. searchenginemarketing) – поисковый маркетинг

DMO (с англ. Destination Management Organization) – организация по управлению туристской дестинацией

ВВП – валовый внутренний продукт

ГНПП – государственный национальный природный парк

МСБ – малый и средний бизнес

ООПТ – особо охраняемая природная территория

ТЭО – технико-экономическое обоснование