



Об утверждении Плана развития акционерного общества "Национальная компания "Kazakh Tourism" на 2022 – 2031 годы

Постановление Правительства Республики Казахстан от 29 декабря 2021 года № 948.

Сноска. Заголовок - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

Примечание ИЗПИ!

Вводится в действие с 01.01.2022.

В соответствии с пунктом 2 статьи 184 Закона Республики Казахстан "О государственном имуществе" Правительство Республики Казахстан **ПОСТАНОВЛЯЕТ** :

Сноска. Преамбула - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

1. Утвердить прилагаемый План развития акционерного общества "Национальная компания "Kazakh Tourism" на 2022 – 2031 годы.

Сноска. Пункт 1 - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

2. Настоящее постановление вводится в действие с 1 января 2022 года.

*Премьер-Министр
Республики Казахстан*

А. Мамин

Утверждена
постановлением Правительства
Республики Казахстан
29 декабря 2021 года № 948

Сноска. Правый верхний угол плана - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

План развития акционерного общества "Национальная компания "Kazakh Tourism" на 2022 – 2031 годы

Сноска. Заголовок плана - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение

Раздел 1. Анализ текущей ситуации

Подраздел 1.1. Анализ внешней среды

Подраздел 1.2. Анализ внутренней среды

Раздел 2. Миссия и видение

Раздел 3. Стратегические направления деятельности, цели, ключевые показатели деятельности и ожидаемые результаты по ним

Подраздел 3.1. Стратегическое направление 1 "Развитие туристских ресурсов"

Подраздел 3.2. Стратегическое направление 2 "Формирование благоприятного климата для развития индустрии туризма"

Подраздел 3.3. Стратегическое направление 3 "Продвижение туристского потенциала страны на внутреннем и международном рынках"

Подраздел 3.4. Стратегическое направление 4 "Обеспечение устойчивого развития компании"

Раздел 4. Управление рисками

Приложения

Введение

Сноска. Раздел введение - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

Акционерное общество "Национальная компания "Kazakh Tourism" (далее – общество) создано постановлением Правительства Республики Казахстан от 14 июля 2017 года № 428.

План развития акционерного общества "Национальная компания "Kazakh Tourism" на 2022 – 2031 годы (далее – План развития) определяет миссию, видение, стратегические направления, цели, задачи, ключевые показатели и ожидаемые результаты деятельности общества на десятилетний период.

Указанные параметры сформированы на основе декомпозиции целей, задач и индикаторов документов Системы государственного планирования Республики Казахстан, в том числе:

1) Национального плана развития Республики Казахстан до 2025 года, утвержденного Указом Президента Республики Казахстан от 15 февраля 2018 года № 636 (далее – Национальный план-2025);

2) Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы, утвержденной постановлением Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 (далее – Концепция).

Раздел 1. Анализ текущей ситуации

Сноска. Раздел 1 с изменениями, внесенными постановлением Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

Подраздел 1.1. Анализ внешней среды

Восстановление международного туризма и тренды

По данным Всемирной туристской организации (United Nations World Tourism Organization) 2020 год стал худшим в истории для глобального туризма: число международных поездок сократилось на 74 %.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе зафиксировано самое большое падение количества поездок на 84 %, на Ближнем Востоке и в Африке – на 75 %, в Европе – на 70 %, в Северной и Южной Америке – на 69 %.

Это привело к падению экспортных доходов на 1,3 трлн долларов США, что в 11 раз больше, чем потери, зафиксированные во время глобального экономического кризиса 2009 года.

Согласно прогнозам организации ранее озвученные перспективы восстановления отрасли в 2021 году ухудшились. Несмотря на то, что многое было сделано, чтобы безопасные международные поездки стали возможными, кризис далек от завершения. По новым данным восстановление международного туризма может занять от полутора до трех лет и возвращение к докризисным показателям не произойдет раньше 2023 – 2024 годов.

Гармонизация, координация и цифровизация мер по снижению рисков, связанных с коронавирусной инфекцией COVID-19, включая сертификаты о тестировании, отслеживании и вакцинации, являются важной основой для содействия безопасному путешествию и подготовки к восстановлению туризма.

По мере возобновления туризма эксперты организации прогнозируют рост внутреннего туризма, спроса на туристические мероприятия под открытым небом и на природе, а также на "медленные путешествия".

Кроме того, при планировании путешествий:

1) популярность направлений будет зависеть от того, насколько хорошо страна или регион контролирует распространение новой коронавирусной инфекции COVID-2019. Принятые меры предосторожности и то, как была устранена первоначальная вспышка, убедят путешественников в том, что они будут в безопасности, находясь в определенной стране или месте;

2) будут востребованы маршруты, которые позволяют легко поддерживать практику социального дистанцирования, без общественных видов транспорта и многолюдных туристических зон, ориентированные на более отдаленные места, где туристы с меньшей вероятностью вступят в контакт с другими людьми;

3) изменятся не только популярные направления, но и то, как люди путешествуют к месту назначения и внутри него. На выбор авиакомпании будут влиять не только цена, но и стандарты гигиены (являются ли маски обязательными или нет, расстояние между сиденьями и так далее). Внутри страны путешественники могут быть более заинтересованы в выборе частного транспорта или перехода на поезд бизнес-класса, чтобы они могли оставаться в безопасности и избегать скопления людей;

4) отказ от групповых поездок;

5) будет важно оставаться на связи во время путешествий, поскольку теперь существует острая необходимость быть в курсе последних руководств по путешествиям в связи с коронавирусной инфекцией COVID-2019.

Международные рейтинги

Рейтинг Всемирного экономического форума

В глобальном рейтинге конкурентоспособности туризма и путешествий Всемирного экономического форума-2019 Казахстан занимает 80-е место из 140 стран, ненамного улучшив свои позиции по сравнению с предыдущим индексом 2017 года – 81-е место (оценивается один раз в два года, лучшие страны в рейтинге – Испания, Франция и Германия, худшие – Йемен, Чад и Либерия). Рейтинг учитывает ряд факторов, обеспечивающих устойчивое развитие сектора путешествий и туризма.

Таблица 1. Позиция Казахстана в рейтинге конкурентоспособности туризма и путешествий Всемирного экономического форума в 2019 году

	2017	2019	Изменение
Рейтинг конкурентоспособности туризма и путешествий	81 место	80 место	Улучшение на 1 пункт
<i>Улучшение рейтинга за счет показателей:</i>			<i>Повышение</i>
Культурные ресурсы и бизнес путешествия	75 место	65 место	на 10 пунктов
Инфраструктура туристского сервиса	97 место	90 место	на 7 пунктов
Конкурентоспособность цен	8 место	4 место	на 4 пункта
Наземная и портовая инфраструктура	91 место	87 место	на 4 пункта
Природные ресурсы	92 место	89 место	на 3 пункта
Приоритизация туризма	93 место	91 место	на 2 пункта
<i>Ухудшение рейтинга за счет показателей:</i>			<i>Понижение</i>
Экологическая устойчивость	99 место	118 место	на 19 пунктов
Благоприятная бизнес-среда	36 место	49 место	на 13 пунктов
Человеческие ресурсы и рынок труда	47 место	57 место	на 10 пунктов
Готовность ИКТ	52 место	60 место	на 8 пунктов
Здоровье и гигиена	6 место	12 место	на 6 пунктов
Безопасность и правопорядок	58 место	63 место	на 5 пунктов

Инфраструктура по воздушному транспорту	71 место	75 место	на 4 пункта
Международная открытость	113 место	113 место	Без изменений

Высокий потенциал для развития туризма в Казахстане отражен в следующих показателях рейтинга:

- 1) по количеству культурных объектов всемирного наследия страна занимает 62 место;
- 2) по количеству объектов устного и неосязаемого культурного наследия – 16 место ;
- 3) по количеству природных объектов всемирного наследия – 32 место.

При этом, по мнению экспертов Всемирного экономического форума, существенно ухудшают казахстанский рейтинг в сфере туризма следующие факторы:

- 1) невысокое качество туристской инфраструктуры (отели, курорты, культурно-развлекательные объекты) – 127 место;
- 2) недостаточная открытость воздушного сообщения – 123 место;
- 3) низкое качество дорог – 106 место;
- 4) слабое присутствие компаний по аренде автомобилей – 95 место.
- 5) сложности визового режима – 81 место.

Помимо законодательства и инфраструктуры в рейтинге отмечается слабый маркетинг туризма в Казахстане. Так, по показателю эффективности маркетинга и брендинга для привлечения туристов в Казахстан и рейтингу бренд-стратегии страны Республика Казахстан находится лишь на 99 месте.

Низкую активность маркетинга и продвижения Казахстана в качестве места туризма также отражают показатели цифрового спроса: по количеству онлайн поиска культурного и развлекательного туризма Казахстан находится на 104 месте, природного туризма – на 116 месте.

Brand Finance

По данным британской консалтинговой компании Brand Finance в 2020 году, несмотря на все проблемы, связанные с пандемией новой коронавирусной инфекции COVID-2019 и стагнацией экономики во всем мире, Казахстан сохранил позиции 2019 года и являлся одним из самых быстрорастущих национальных брендов. В сотне лучших страна заняла 44-е место, что на 7 позиций выше, чем в 2018 году.

Таблица 2. Страны – ценные национальные бренды

Страна	Место в рейтинге	
	2020	2019
США	1	1
Китай	2	2

Япония	3	4
Германия	4	3
Великобритания	5	5
Франция	6	6
Индия	7	7
Канада	8	8
Италия	9	10
Южная Корея	10	9
Россия	14	14
Казахстан	44	44
Камерун	100	98

Рейтинг Euromonitor International по устойчивому туризму

Согласно исследованиям Euromonitor International во всем мире наблюдаются явное изменение мышления и сопротивление старой модели путешествий и туризма, ориентированной только на объемы продаж. Вместо этого заинтересованные стороны объединяются и стремятся "стать лучше" за счет создания устойчивого туризма, который учитывает развитие условий для туризма и для сохранения природных ресурсов, социальных и культурных ценностей общества.

В рейтинге Euromonitor International по устойчивому туризму Казахстан занял 62-е место из 99 стран. Первые позиции заняли Швеция, Финляндия и Австрия, завершают список Маврикий (97-е место), Индия (98-е место) и Пакистан (99-е место). Среди стран Содружества Независимых Государств Беларусь на 26, Украина на 30, Грузия на 41, Россия на 65 месте.

Государственная политика

Правовые, экономические, социальные и организационные основы туристской деятельности, как одной из отраслей экономики Республики Казахстан, определены в Законе Республики Казахстан "О туристской деятельности в Республике Казахстан".

В целях совершенствования законодательной базы в сфере туристской деятельности при непосредственном участии общества разработан и подписан Главой государства Закон Республики Казахстан "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам туристской деятельности", который предусматривает:

1) определение понятия "приоритетные туристские территории" и предоставление инвестиционных преференций при создании объектов туристской деятельности на таких территориях;

2) разделение туроператорской деятельности на сферы выездного, въездного и внутреннего туризма;

3) внедрение системных мер государственной поддержки туристской отрасли: субсидирование затрат туроператоров за каждого иностранного туриста;

возмещение/субсидирование части затрат субъектов предпринимательства по приобретению оборудования для горнолыжных курортов и туристских автобусов, при строительстве, реконструкции объектов туристской деятельности, по строительству объектов придорожного сервиса, на содержание санитарно-гигиенических узлов;

субсидирование стоимости билета, включенного в туристский продукт, при перевозке несовершеннолетних пассажиров на воздушном транспорте на территории Республики Казахстан;

уплата туристского взноса для иностранцев;

4) определение полномочий общества, как организации, созданной Правительством Республики Казахстан в целях развития внутреннего и въездного туризма.

Для построения диверсифицированной и инновационной экономики в Национальном плане-2025 предусмотрена задача по развитию внутреннего туризма как нового источника роста экономики с мультипликативным эффектом. Для этого необходимы меры по развитию туристских ресурсов и дестинаций, привлечению инвестиций, повышению доступности и качества туристских продуктов и услуг, созданию благоприятного климата и популяризации туристского потенциала Казахстана.

Механизмы создания высокоэффективной, конкурентоспособной туристской отрасли, интегрированной в систему мирового туристского рынка, определены в Концепции. Она отражает комплексное развитие и благоустройство туристских дестинаций страны, а также создание качественных и аутентичных туристских продуктов вокруг туристских дестинаций с учетом природного, историко-культурного, этнического разнообразия и особенностей гастрономии Казахстана. По итогам реализации Концепции ожидается, что рост объема валовой добавленной стоимости в туристской отрасли достигнет более 6 трлн тенге.

В работу по развитию туристской отрасли Казахстана вовлечены центральные и местные исполнительные органы, отраслевые и предпринимательские ассоциации, общественные организации, экспертное сообщество, а также создано общество по развитию внутреннего и въездного туризма и продвижению туристского потенциала Казахстана.

Историко-культурные факторы

Казахстан обладает богатым историко-культурным наследием, уникальным природным потенциалом для развития популярного среди зарубежных туристов экотуризма, является относительно стабильным и безопасным местом для туризма, имеет потенциал развития новых турпродуктов.

В списке Всемирного наследия ЮНЕСКО в Республике Казахстан значатся 6 наименований (13 объектов в числе кандидатов). Из них к природным объектам относятся Сарыарка – степь и озера Северного Казахстана (Наурузумский и Коргалжынский государственные природные заповедники), Западный Тянь-Шань (

Каратауский и Аксу-Жабаглинский заповедники, Сайрам-Угамский государственный национальный природный парк), а также холодные зимние пустыни Турана (государственный национальный природный парк "Алтын-Эмель", Барсакельмесский государственный природный заповедник). Культурные объекты представляют признанный шедевром человеческого гения мавзолеей Ходжи Ахмеда Ясави в Туркестанской области, петроглифы археологического ландшафта Танбали и Шелковый путь: сеть маршрутов коридора Чанъань-Тяньшань, включающих городища Каялык, Карамерген, Талгар, Актобе, Акыртас, Кулан, Костобе и Орнек.

Кроме того, Казахстан в последние годы все чаще отмечается в разных международных рейтингах по туризму как одно из лучших мест для экотуризма.

Например, в начале 2020 года Британское общество бэкпекеров определило Казахстан в ТОП-5 списка к посещению на 2020 год для любителей активных экопутешествий, озеро Кайынды включили в список самых красивых горных озер мира по версии Российского информационного агентства, а по версии авторитетного издания Gulf News Большое Алматинское озеро вошло в ТОП-5 направлений для жителей Объединенных Арабских Эмиратов.

В 2021 году Казахстан определили в числе лучших мест для посещения по версии таких авторитетных мировых изданий, как Lonely Planet (США), Le Figaro (Франция), The Guardian (Великобритания).

Экономические факторы

В течение последних шести десятилетий в мире наблюдался безостановочный рост туризма. Международный туризм во многих странах был драйвером социально-экономического развития через создание рабочих мест, экспорт услуг и развитие инфраструктуры.

Экономическим фактором, оказавшим в 2020 году сокрушительное влияние на туристскую отрасль, как в мире, так и в Казахстане, стала новая коронавирусная инфекция COVID-19 и предпринятые для защиты от ее распространения ограничительные и карантинные меры.

Согласно данным Всемирной туристской организации в 2020 году мировой поток иностранных туристов уменьшился в 3,8 раза.

В связи с объявлением Всемирной организацией здравоохранения новой коронавирусной инфекции COVID-19 пандемией, в целях защиты жизни и здоровья граждан Казахстан ввел на всей территории чрезвычайное положение с 16 марта 2020 года. 11 мая 2020 года режим чрезвычайного положения завершился, при этом карантинные ограничения продолжили действие.

Заккрытие границ стало для туристского бизнеса и множества других смежных сфер шоком и полностью остановило работу рынка. Бизнес понес крупные финансовые потери. Это особенно критично с учетом небольшой продолжительности туристского сезона в отечественных направлениях.

В целом, доля туризма в структуре валового внутреннего продукта страны по методике Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) в 2020 году составила 5,2 %, тогда как в 2019 году она составляла 6 %.

По различным экспертным данным, доходность деятельности отечественных туристских операторов и агентов снизилась на 70 – 80 %. В разных регионах картина отличалась в лучшую или худшую сторону из-за влияния региональных факторов, наличия или отсутствия строгих ограничительных мер.

В Казахстан в 2020 году въехало 2 млн иностранных туристов, что меньше по сравнению с 2019 годом в 4,3 раза. Снижение числа въездных туристов на 70 - 90 % было зафиксировано по всем целевым рынкам.

Таблица 3. Динамика въездных турпотоков

Целевой рынок	Посетители, тысяч человек	Темп роста	Темп роста		
		2018/2019 %	2019/2020 %		
2018	2019	2020			
Россия	1738	1872	463	+ 7,7	- 75,3
Азербайджан	98,3	94,0	29,7	- 4,4	- 68,4
Китай	51,4	77,6	14,6	+ 51	- 81,2
Германия	99,1	101,5	11,6	+ 2,4	- 88,6
США	31,4	32,8	6,1	+ 4,5	- 81,4
Южная Корея	35,1	40,2	5,7	+ 14,5	- 85,8
Великобритания	21,5	23,2	4,0	+ 7,9	- 82,8
Индия	32,6	32,4	6,9	- 0,6	- 78,7
Иран	10,6	10,1	2,3	- 4,7	- 77,2
Польша	15,7	16,0	2,5	+ 1,9	- 84,4
Гонконг	7,0	7,4	0,8	+ 5,7	- 89,2
Малайзия	7,6	6,8	0,8	- 10,5	- 88,2
ОАЭ	5,3	8,1	0,8	+ 52,8	- 90,1
Латвия	4,1	4,4	0,8	+ 7,3	- 81,8
Сингапур	1,7	1,9	0,2	+ 11,8	- 89,5
Узбекистан	4351	3591	769	- 17,5	- 78,6

До пандемии динамика въездных туристских потоков в страну показывала качественные изменения: наблюдался рост количества въездных туристов из целевых стран при одновременном снижении посетителей из соседних стран (Узбекистан на 17,5 %, Украина на 6,3 %, Туркменистан на 36,9 %, Армения на 8,7 %).

Число туристов, выехавших из Казахстана, в 2020 году составило 2,9 миллиона человек, что в 3,7 раза меньше, чем в 2019 году.

Объемы услуг, оказанные местами размещения, снизились на 44,5 %, а заполняемость гостиниц по официальным данным статистики сократилась с 24 до 17 процентов. Это может говорить и об отсутствии спроса, и о теневом обороте гостиниц и пансионатов, что является одним из системных рисков в отрасли.

Таблица 4. Услуги мест размещения

Показатели	2018	2019	2020
Обслужено посетителей местами размещения, млн человек, в том числе:	5,5	6,3	3,6
<i>резидентов</i>	4,7	5,3	3,3
<i>нерезидентов</i>	0,83	0,98	0,25
Объем оказанных услуг, млрд тенге	103,9	120,5	66,9
Заполняемость гостиниц (койко-мест), %	23,2	23,7	17,3

Закрытие границ подтолкнуло казахстанцев к отдыху внутри страны. Большинство выезжало в ближайшие к городам природные места отдыха, национальные парки и курортные зоны. Поэтому внутренние турпотоки по сравнению с въездными и выездными сократились в меньшей степени. Так, в 2020 году число внутренних туристов составило 4,5 млн человек, что меньше уровня 2019 года на 32,8 % (6,7 млн человек), но в 1,6 раза больше выездных туристов. Развитие внутреннего туризма стало новым трендом развития туристской отрасли в стране.

В 2020 году 73 % внутренних туристов обслужены местами размещения (в 2019 году – 80 %), 21 % посетили национальные парки (в 2019 году – 16 %), 4,9 % отдохнули в санаторно-курортных организациях (в 2019 году – 4,5 %).

Из 4,5 млн внутренних туристов отечественные курортные зоны в 2020 году посетили 1,7 млн человек (в 2019 году - 1,2 млн человек, в 2018 году – 1,1 млн человек)

Таблица 5. Внутренние туристские потоки

Показатель	2018	2019	2020
Количество внутренних посетителей, тысяч человек, в том числе:	5864,7	6657,5	4463,2
<i>обслужено местами размещения</i>	4695,9	5286,8	3328,6
<i>обслужено санаторно-курортными учреждениями</i>	296,9	312,1	218,7

обслужено в особо охраняемых природных территориях	871,9	1058,6	915,9
--	-------	--------	-------

Важным экономическим аспектом развития внутреннего туризма является благосостояние населения.

В соответствии с данными статистики в 2020 году денежные доходы населения в среднем на душу в год составили 744424 тенге, а среднемесячная номинальная заработная плата одного работника – 184091 тенге. При этом в структуре потребительских расходов 77 % расходуются на продовольственные и непродовольственные товары, 16 % – на платные услуги.

В целом покупательская способность казахстанцев имеет тенденцию к снижению: темпы роста денежных доходов и заработной платы в реальном выражении с 2014 года имеют отрицательное значение при ежегодной инфляции в этом периоде больше 7 %.

Это также подтверждается тем, что более 50 % казахстанцев пользуются услугами гостиниц без категорий, а в 5 и 4-х звездочных гостиницах останавливаются лишь 14 %

Таблица 6. Обслужено резидентов в местах размещения по категориям, тысяч человек

Показатель	2018	2019	2020
Обслужено местами размещения, в т.ч.:	4695,9	5286,8	3328,5
Обслужено в гостиницах 5*	302,4	311,2	238,3
Обслужено в гостиницах 4*	376,6	416,2	246,7
Обслужено в гостиницах 3*	401,9	422,8	148,9
Обслужено в гостиницах 2*	58,4	30,6	13,1
Обслужено в гостиницах 1*	44	32	3,3
Обслужено в гостиницах без категорий	2227	2664	1916
Обслужено прочими местами размещений	1285,6	1410	762,2

Привлечение инвестиций

В период пандемии развитие туристской инфраструктуры дестинаций не приостанавливалось.

Объем инвестиций в основной капитал по отраслям туризма в 2020 году составил 628,9 млрд тенге, что на 23,4 % больше, чем в 2019 году (502,1 млрд тенге).

В регионах проведены инвентаризация республиканских и региональных перспективных проектов и сбор предложений региональных проектных офисов и инициаторов. По результатам этой работы актуализирован и находится на постоянном мониторинге расширенный перечень инвестиционных проектов в сфере туризма, из которого:

- 1) в 2019 году завершена реализация 82 проектов на сумму 30,8 млрд тенге;
- 2) в 2020 году оказано содействие по вводу 92 инвестиционных объектов на сумму 138,3 млрд тенге;
- 3) реализуется 152 инвестиционных проекта на сумму 1,1 трлн тенге, в том числе в планах на 2021 год завершить строительство 103 проектов на сумму 457,6 млрд тенге;
- 4) на стадии проработки находится 66 проектов на сумму 2,1 трлн тенге.

Кроме того, в 2019 – 2020 годах на реализацию 59 инфраструктурных проектов в приоритетных туристских территориях выделено 68 млрд тенге. В рамках реализованных проектов введено 10,6 тысяч новых койко-мест из 25 тысяч запланированных к 2025 году.

В результате, если в целом по Казахстану количество мест размещения незначительно сократилось (на 78 единиц или 2 %), то общий номерной фонд увеличился на 1,6 % и единовременная вместимость (койко-места) увеличилась на 1,3 %.

Таблица 7. Динамика мест размещения и номерного фонда

Показатели	2018	2019	2020
Количество мест размещения, единиц	3322	3592	3514
Количество мест размещения в курортных зонах, единиц*	900	1009	1467
Количество номеров, тысяч единиц	71,9	75,9	77,1
Единовременная вместимость, тысяч койко-мест	168,6	181,2	183,6

* - увеличение количества мест размещения в курортных зонах в 2020 году на 458 единиц связано с изменением методологии учета: обществом проработан вопрос и с 2020 года статистическая информация в разрезе курортных зон включает в себя дополнительно данные по ТОП-10 туристским дестинациям Карты туристификации Казахстана.

В целях улучшения инвестиционного климата туристской отрасли в Предпринимательский кодекс Республики Казахстан включены меры по снижению порога для признания инвестиционного проекта в сфере туризма приоритетным с 2 млн месячных расчетных показателей до 200 тысяч месячных расчетных показателей, что

дает налоговые и таможенные льготы, а в Закон Республики Казахстан "О туристской деятельности в Республике Казахстан" включены следующие системные меры, стимулирующие привлечение частных инвестиций в инфраструктурные проекты туристской отрасли:

1) возмещение части затрат субъектов предпринимательства по приобретению оборудования для горнолыжных курортов;

2) возмещение части затрат субъектов предпринимательства при строительстве, реконструкции объектов туристской деятельности;

3) возмещение части затрат по приобретению автотранспортных средств вместимостью не менее восьми посадочных мест;

4) возмещение части затрат субъектов предпринимательства по строительству объектов придорожного сервиса на дорогах областного и районного значения;

5) субсидирование части затрат субъектов предпринимательства на содержание санитарно-гигиенических узлов.

В программу "Экономика простых вещей" включены 5 кодов ОКЭД, по программе "Дорожная карта бизнеса – 2025" сняты отраслевые ограничения для малого и среднего бизнеса, дополнены субъектами крупного бизнеса (ОКЭДы 55.1, 55.2, 55.3), увеличена сумма кредитования до 7 млрд тенге.

В 2020 году в рамках мер государственной поддержки выделено льготное финансирование по "Дорожной карте бизнеса - 2025" 39,3 млрд тенге на 60 проектов, по программе "Экономика простых вещей" 21,7 млрд тенге на 43 проекта туристской отрасли.

Исследование проблем туристского рынка

Для выявления проблемных вопросов при разработке новых туристских продуктов обществом проведен опрос среди отечественных туристских операторов.

Для первичного анализа рассматриваемого вопроса выбран качественный (qualitative) метод исследования. Опрос состоял из трех открытых вопросов, а также одного вопроса с вариантами ответов.

Открытые вопросы:

1. С какими проблемами при разработке новых туристских продуктов сталкивается Ваша компания?

2. Какие действия, по-вашему, помогли бы в решении названных Вами проблем?

3. Какие новые опыты для туристов (experience) должны появиться в Казахстане, чтобы туроператоры смогли разрабатывать больше привлекательных турпродуктов?

В результате анализа ответов выявлены 5 групп проблем, с которыми сталкиваются туристские операторы при разработке новых туристских продуктов.

1. Нехватка или плохое качество услуг сервисных поставщиков

Чаще всего (24 ответа из 50) туристские операторы отмечали проблемы, связанные с нехваткой или плохим качеством услуг, предоставляемых поставщиками (места

размещения, транспорт, гиды и прочее). Одной из проблем, не позволяющих включать новые объекты в туристские продукты, является отсутствие объектов придорожного сервиса высокого качества, соответствующих санитарным нормам.

Отмечается нежелание поставщиков, в частности транспортных компаний, санаториев сотрудничать с туроператорами для оптимального ценообразования, у некоторых поставщиков присутствуют сомнения и медленно принимаются решения при работе с туроператорами. Кроме того, не обновляется парк транспортных средств; в местах размещения уровня 3 и 4 звезды и гостевых домах отмечаются очень низкий сервис, недостаточное качество услуг, предоставляемых гидами и нехватка профессиональных гидов, владеющих иностранными языками; существует нехватка мест размещения в отдаленных регионах.

Также отмечается нехватка базы данных (контактов, локаций, фотографий по таким объектам, как придорожный сервис, гостевые дома/хостелы, гиды/инструкторы, частные транспортные услуги (кто готов работать на своих машинах), особенно маленьких и "нераскрученных" туристских объектов.

К данной группе также можно отнести комментарии туроператоров о невозможности достаточного насыщения туристского продукта между якорными объектами, в связи с отсутствием интересных природных или искусственно созданных достопримечательностей; отсутствию зрелищных мероприятий с национальным колоритом или постоянно действующих этно-аулов, а также закрытости (относительной или полной) интересных для туристов промышленных объектов, к примеру, шахт и заводов.

2. Инфраструктура

Отмечается, что отсутствие необходимых коммуникаций (дороги, электричество, вода, туалет) не позволяет организовывать кемпинги и стоянки по дороге. Особо отмечаются трудности логистики в связи с удаленностью объектов друг от друга, а также невозможность использования автобусной полосы экскурсионными туристскими автобусами.

3. Финансовые вопросы

Высокие тарифы на авиабилеты и дороговизна цены на транспорт не позволяют создавать новые привлекательные для туристов туристские продукты. Также, согласно данным туроператоров, высокая себестоимость туристского продукта возникает вследствие высоких налогов (20 % КПН по общеустановленному режиму) или отсутствия стабильных дорог, в связи с чем требуется использование транспорта повышенной проходимости и небольшой вместимости. Несколько туристских операторов отмечают ограниченные возможности по льготам и финансированию в туризме, нехватку субсидирования и собственных средств, которые помогли бы в формировании новых турпродуктов. Также усложняет ценообразование и препятствует составлению стандартных туристских пакетов обновление входных билетов к объектам

культуры в середине туристского сезона, когда уже "проданы" туры. Дополнительным препятствием при создании новых туристских продуктов отмечается необходимость в дополнительных средствах на организационные расходы для исследования и поездки по новым направлениям.

Одними из проблем, препятствующих эффективной разработке туристских продуктов, отмечаются недобросовестная конкуренция и демпинг цен со стороны игроков туристской отрасли, работающих нелегально, то есть без оформления соответствующих документов и оплаты налогов. Один из туроператоров, ориентирующихся на внутренних туристов, отметил легкодоступность туристских объектов как одно из препятствий для создания туристских продуктов туроператорами.

5. Иные проблемы

Иные проблемы, отмеченные туроператорами, включают ограниченное количество профессиональных работников с пониманием рынка, ярко выраженную сезонность, ограниченный спрос на определенные виды туристских продуктов, а также недостаток контента о туристском потенциале Казахстана (фотографии, описательная информация).

По итогам исследования респондентами определены наиболее и наименее эффективные меры поддержки для развития туристских продуктов:

Очень полезно	Обучение местного населения ведению бизнеса для увеличения количества сервисных поставщиков Организация информационных туров для туристских операторов
Полезно	Обучение Создание площадки, где поставщики и туроператоры могли бы обмениваться информацией и устанавливать контакты (площадка для поиска поставщиков) Создание спроса на новые турпродукты посредством их продвижения Проведение инвентаризации объектов туризма Создание крупных "точек притяжения" туристов Исследование трендов и предпочтений потенциальных туристов для определения спроса на новые туристские продукты
Бесполезно	Проведение экспедиций для открытия новых направлений

Подраздел 1.2. Анализ внутренней среды

Учредителем общества является Правительство Республики Казахстан в лице Комитета государственного имущества и приватизации Министерства финансов Республики Казахстан.

Общество создано со стопроцентным участием государства в его уставном капитале

Права владения и пользования государственным пакетом акций общества осуществляет Комитет индустрии туризма Министерства туризма и спорта Республики Казахстан (единственный акционер).

Общество выпускает только простые акции. По состоянию на 31 декабря 2020 года общее количество объявленных и размещенных простых акций составляет 129349 (сто двадцать девять тысяч триста сорок девять) штук, привилегированных акций нет.

Общество является вновь созданной компанией, не имеет предшественников, дочерних и зависимых организаций, региональной филиальной сети.

В соответствии со статьей 14-3 Закона Республики Казахстан "О туристской деятельности в Республике Казахстан" общество наделено следующими полномочиями :

- 1) осуществляет организацию мероприятий, направленных на развитие въездного и внутреннего туризма;
- 2) осуществляет продвижение Республики Казахстан и ее туристских возможностей на международном и внутреннем туристских рынках, в том числе путем использования и развития национального туристского портала;
- 3) разрабатывает и продвигает национальные туристские бренды на международном и внутреннем туристских рынках, формирует и ведет их реестр в соответствии с утвержденными правилами;
- 4) разрабатывает маркетинговую стратегию в туристской отрасли, координирует и проводит мониторинг ее реализации;
- 5) участвует в создании и развитии туристских ресурсов;
- 6) проводит анализ туристского потенциала Республики Казахстан;
- 7) администрирует субсидирование стоимости билета, включенного в туристский продукт, при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Республики Казахстан (вводится в действие с 1 января 2022 года).

В соответствии с правоустанавливающими документами общество осуществляет следующие виды деятельности:

- 1) продвижение Казахстана в качестве международной туристской дестинации;
- 2) профессиональное управление туристским брендом Казахстана;
- 3) организация и проведение международных выставок;
- 4) организация и проведение мероприятий по развитию детского и юношеского туризма, увеличению потока въездного туризма, развитию медицинского туризма;
- 5) организация ярмарок, фестивалей, деловых и развлекательных мероприятий, направленных на продвижение имиджа страны;
- 6) осуществление внешнеэкономической и инвестиционной деятельности в соответствии с законодательством Республики Казахстан.

Финансовая модель

Уставный капитал общества сформирован за счет республиканского имущества, находящегося на балансе республиканского государственного казенного предприятия "Национальный музей Республики Казахстан", на сумму 129349 тысяч тенге.

Источником финансирования деятельности общества является механизм финансирования посредством выполнения государственного задания на реализацию мероприятий по развитию туризма в стране и продвижению Казахстана в качестве туристской дестинации на международном и внутреннем рынках.

При этом Комитетом по регулированию естественных монополий, защите конкуренции и прав потребителей Министерства национальной экономики Республики Казахстан согласие на создание общества было дано с условием осуществления всех видов деятельности (функций) на безвозмездной основе (приказ от 1 июля 2017 года № 149-ОД).

Корпоративное управление

Общество рассматривает корпоративное управление как средство повышения эффективности деятельности общества, обеспечения транспарентности и подотчетности, укрепления его репутации и снижения затрат на привлечение им капитала.

Система корпоративного управления в обществе основывается на уважении прав и интересов всех заинтересованных в деятельности общества лиц и способствует успешной деятельности общества, в том числе росту его ценности, поддержке финансовой стабильности и прибыльности.

В обществе утвержден Кодекс корпоративного управления, целями которого являются систематизация и совершенствование корпоративного управления, обеспечение общей прозрачности управления и подтверждение неизменной готовности общества следовать стандартам устойчивого развития и надлежащего управления.

Структура корпоративного управления обществом определяет разделение обязанностей между органами общества, обеспечивает системность и последовательность процессов корпоративного управления и включает в себя:

высший орган – единственный акционер;

орган управления – Совет директоров общества;

исполнительный орган – правление общества;

контрольные органы – служба внутреннего аудита, централизованная служба по контролю за закупками, антикоррупционная комплаенс-служба.

Человеческий капитал

Главная ценность общества – его человеческий капитал.

В целях обеспечения квалифицированными человеческими ресурсами общество проводит работу по формированию и внедрению единой кадровой политики. Задачами

кадровой политики являются привлечение и удержание в обществе профессионалов, способных внести ценный вклад в развитие и рост эффективности общества, а также получение максимальной отдачи от инвестиций в человеческие ресурсы.

Численность работников общества составляет 43 человека (включая исполнительный орган и административный блок).

35 % кадрового состава общества представлен работниками по специальности "Туризм", а остальные работники имеют соответствующее образование по своим направлениям деятельности (финансовое, экономическое, юридическое и так далее). При этом 63 % всего персонала владеют иностранным языком, 40 % персонала окончили высшие учебные заведения за рубежом и более половины (55 %) имеют степень магистра. Возрастная категория выглядит следующим образом: 21 % работников до 30 лет, 53 % – с 31 до 40 лет, 26 % – старше 40 лет.

В нормативном аспекте управление человеческими ресурсами общества подчиняется системе следующих внутренних документов:

1) Правила оказания социальной поддержки работникам общества, утвержденные решением Совета директоров от 31 января 2018 года;

2) Кодекс деловой и корпоративной этики общества, утвержденный решением Совета директоров от 31 мая 2019 года;

3) Кадровая политика общества, утвержденная решением Совета директоров от 3 декабря 2019 года;

4) Правила оплаты труда и вознаграждения работников общества, утвержденные решением правления от 29 ноября 2017 года;

5) Правила трудового распорядка общества, утвержденные решением правления от 8 декабря 2017 года;

6) Правила поощрения работников общества, утвержденные решением правления от 4 декабря 2018 года;

7) Правила обучения работников общества, утвержденные решением правления от 26 декабря 2018 года.

SWOT-анализ

На текущий момент общество имеет следующие сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы деятельности:

Сильные стороны	Слабые стороны
● Статус национальной компании.	● Недостаточные объемы и отсутствие альтернативных источников финансирования деятельности общества.
● Законодательно закрепленные полномочия и компетенции.	● Зависимость от местных исполнительных органов при реализации инвестиционных проектов.
● Команда, имеющая компетенции в отраслях туризма	

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> ● Наличие значительного природного и историко-культурного потенциала роста туристской отрасли Казахстана. ● Территориальные и природные возможности для экотуризма, как наиболее востребованного вида туризма в условиях коронавирусной инфекции COVID-2019. ● Положительный имидж Казахстана на мировой геополитической арене. ● Территориальная близость к развивающимся внешним рынкам, в которых растет туристский спрос (Китай, Индия, Ближний Восток, Россия), прямые перелеты. ● Стабильная внутривнутриполитическая обстановка и относительная безопасность для развития туризма. ● Открытие границ и восстановление безвизового режима с 2022 года (с учетом эпидемиологической обстановки). 	<ul style="list-style-type: none"> ● Затяжные последствия пандемии и медленные темпы восстановления мировой туристской индустрии. ● Смена государственных приоритетов, вызванных пандемией коронавируса. ● Низкий уровень конкурентоспособности отечественных туристских продуктов. ● Административные барьеры. ● Недостаточное развитие инженерной, транспортной, придорожной, социальной и иной туристской инфраструктуры в местах туризма. ● Слабая координация отраслей, смежных с туристской отраслью. ● Низкая транспортная доступность туристских дестинаций/объектов, ограниченность авиасообщений. ● Высокая конкуренция со стороны внешних региональных игроков отрасли.

Раздел 2. Миссия и видение

Миссия общества – сделать туризм в Казахстане популярным, комфортным и доступным.

Видение общества – ключевая организация в индустрии туризма, являющаяся информационно-аналитическим ресурсом для управления, координации и развития туризма в Казахстане.

Деятельность общества будет основываться на следующих принципах:

1) обеспечение сбалансированности интересов государства, инвесторов и субъектов туристской деятельности;

2) невмешательство в деятельность субъектов туристской деятельности, но обеспечение субъектам туристской деятельности благоприятных условий и равного доступа к инструментам государственной поддержки;

3) транспарентность и адресность оказываемых услуг;

4) своевременное и адекватное реагирование на изменения во внешней среде, потребности целевых групп, а также результаты мониторинга достижения поставленных целей;

5) комплексный подход к достижению поставленных целей;

6) постоянное улучшение финансовых показателей и показателей основной деятельности, совершенствование своих управленческих практик, процессов, технологических решений;

7) ответственность по всем взятым обязательствам перед акционерами, партнерами, коллективом и обществом;

8) повышение профессионализма своих сотрудников и их производительности, обеспечение безопасности и других необходимых условий труда, уважение прав работников и предоставление возможностей для персонального и профессионального развития.

Раздел 3. Стратегические направления деятельности, цели, ключевые показатели деятельности и ожидаемые результаты по ним

Сноска. Раздел 3 с изменениями, внесенными постановлениями Правительства РК от 17.03.2023 № 236 (вводится в действие по истечении десяти календарных дней после дня его первого официального опубликования); от 01.12.2023 № 1070.

В целях реализации своей миссии и видения общество будет осуществлять свою деятельность по следующим стратегическим направлениям:

1) развивать туристские ресурсы;

2) формировать благоприятный климат для развития индустрии туризма;

3) продвигать туристский потенциал страны на внутреннем и международном рынках;

4) обеспечивать устойчивое развитие компании.

Подраздел 3.1 Стратегическое направление 1 "Развитие туристских ресурсов"

Цель: Повысить привлекательность и доступность туристских дестинаций

Общество в рамках стратегического направления деятельности по развитию туристских ресурсов будет содействовать расширению потенциала и возможностей туристских дестинаций через мониторинг и содействие развитию их инфраструктуры и привлечение инвестиций в проекты туристской отрасли.

Задача 1. Мониторинг и содействие развитию инфраструктуры туристских дестинаций

Территории Казахстана с особым потенциалом туристского развития или приоритетные туристские территории включены в перечень объектов республиканского уровня карты туристификации.

Общество в планируемом периоде продолжит работу по содействию развитию туристской инфраструктуры в приоритетных туристских территориях, включенных в карту туристификации.

Содействие будет осуществляться посредством мониторинга своевременной реализации инфраструктурных проектов, а также отраслевых программных документов

В целях обеспечения системности работы обществом будет применен проектный подход и инструменты, в том числе:

1) обеспечение эффективных коммуникаций и оперативного информационного обмена с местными исполнительными органами через определение ответственных кураторов за дестинации среди работников общества;

2) структурный анализ дорожных карт в разрезе завершенных, реализуемых и планируемых к реализации инфраструктурных проектов по каждой дестинации, а также на предмет готовности к реализации (наличие проектно-сметной документации, заключения государственной экспертизы);

3) поиск источников финансирования и содействие своевременному и полному выделению финансирования на инфраструктурные туристские проекты;

4) выездной мониторинг хода реализации проектов и развития инфраструктуры на местах;

5) проведение регулярных совещаний с участием представителей региональных проектных офисов и/или местных исполнительных органов по вопросам текущего статуса реализуемых проектов, выявлению и принятию оперативных мер по решению возникающих проблемных вопросов, обеспечению завершения проектов со сроком реализации в текущем году и готовности к реализации проектов, запланированных на следующий год;

6) сбор перечня проблемных вопросов развития туризма и реализации инфраструктурных проектов в регионах и их вынесение на уровень руководителей центральных государственных органов, Аппарата Правительства Республики Казахстан ;

7) ежегодный анализ эффективности реализации мастер-планов развития дестинаций, выработка предложений по корректирующим действиям.

Согласно проведенным обществом обследованиям была выявлена потребность в 493 санитарно-гигиенических узлах в местах туристского интереса, с указанием локаций и необходимых инженерных коммуникаций, из которых в 2020 году установлены 144 единицы.

В рамках инфраструктурного развития обществом будет продолжен мониторинг установки, введения в действие и обслуживания санитарно-гигиенических узлов в местах туристского интереса, а также будет оказываться содействие в своевременном и достаточном выделении средств на эту работу. Например, в 2020 году в рамках

Дорожной карты занятости при содействии общества на установку 99 санитарно-гигиенических узлов был выделен 1 млрд тенге.

В качестве системного инструмента привлечения частных инвестиций в проекты по установке и содержанию санитарно-гигиенических узлов обществом разработаны механизмы возмещения затрат бизнеса по строительству объектов придорожного сервиса и субсидирования содержания санитарно-гигиенических узлов. В планируемом периоде обществом будет проведена работа по согласованию, утверждению и внедрению соответствующих правил и порядков, а также проведена масштабная информационно-разъяснительная работа среди бизнеса и местных исполнительных органов.

В дополнение к этому, в целях содействия развитию туристской инфраструктуры дестинаций обществом будет проводиться инвентаризация туристских маршрутов: исследования, направленные на изучение и совершенствование цепочек маршрута следования и отдыха потребителей туристских услуг в дестинациях с позиций привлекательности, комфортности, доступности и простоты для туристов.

На основе анализа результатов исследований обществом будут разрабатываться рекомендации для заинтересованных сторон по:

1) взаимосвязанным техническим и организационным мероприятиям, направленным на развитие туристской инфраструктуры индивидуально для каждой дестинации, в том числе по:

необходимости строительства, ремонта, реконструкции и модернизации автомобильных и железнодорожных дорог до/между туристскими объектами, а также аэропортов, вокзалов в туристских дестинациях;

развитию/модернизации полноценной придорожной, сервисной и "мягкой" инфраструктуры на территории дестинаций, по пути следования к ним с определением необходимости конкретных объектов и их местоположения (санитарно-гигиенические узлы, объекты кемпинга, сервисного обслуживания, пункты общественного питания, медицинские и санитарные пункты, информационные стенды, указатели, знаки ориентирования, подъездные пути, элементы благоустройства для людей с ограниченными возможностями и прочее);

2) совершенствованию/расширению действующих и созданию новых туристских продуктов и маршрутов, повышению их привлекательности для туристов, развитию "мягкой" инфраструктуры типовых туристских маршрутов (подробнее смотреть в разделе "Развитие туристских продуктов").

Инвентаризация туристских маршрутов будет осуществляться совместно с местными исполнительными органами, представителями отраслевых и предпринимательских ассоциаций, туристского бизнеса.

Результаты проводимого мониторинга будут освещаться на интернет-ресурсах общества, а также доводиться до сведения заинтересованных центральных и местных

исполнительных органов, депутатского корпуса, общественных организаций. Это позволит обеспечить прозрачность и независимость деятельности общества, консолидировать силы и создать действенный механизм, стимулирующий местные исполнительные органы осуществлять реализацию конкретных мероприятий по развитию туризма в управляемых территориях. Например, в 2020 году обществом проведена инвентаризация 50 популярных туристских маршрутов в ТОП-10 дестинациях и турпродукта "Grand tour". По результатам был составлен каталог туристских маршрутов по летним, зимним маршрутам, а также казахстанский отрезок Великого Шелкового пути, включающий 29 маршрутов. Актуальные данные о состоянии инфраструктуры и мест туристского интереса размещены на портале tourisonline.kz для помощи туристским операторам в составлении новых туристских продуктов.

В целях проведения сравнительного анализа, оценки эффективности вложенных средств и динамики развития регионов обществом планируются выработка методики и внедрение национальной рейтинговой оценки регионов по уровню развитости туристской инфраструктуры. Рейтинговая оценка будет учитывать лучший международный опыт и охватывать приоритетные туристские территории, включенные в карту туристификации Казахстана.

В целях обеспечения лучшей координации работы по развитию туристских дестинаций, которые по административно-территориальному разделению относятся к нескольким регионам, обществом будет применяться проектный подход и будут создаваться представительства.

Так, для эффективного решения межрегиональных и межведомственных вопросов при реализации проектов по развитию Алматинского горного кластера в 2019 году создано представительство общества в городе Алматы и на его базе с 2020 года функционирует объединенный офис по развитию Алматинского горного кластера, куда вошли представители общества, акиматов города Алматы и Алматинской области, а также каждого национального парка в рамках кластера.

Такая практика обществом будет продолжена и при необходимости будет организована деятельность представительств на приоритетных туристских территориях

Задача 2. Привлечение инвестиций в туристскую отрасль

Консалтинг и сопровождение

Общество будет выполнять координирующую роль в вопросах привлечения инвестиций для реализации проектов по развитию туристских дестинаций Казахстана.

Для успешной реализации инвестиционных проектов при поиске инвесторов ключевым критерием станет их практический опыт в реализации аналогичных проектов. В связи с этим обществом совместно с местными исполнительными органами создана постоянно обновляемая база данных потенциальных инвесторов по

принципу "знай своего клиента", которая позволяет идентифицировать характер деятельности контрагента и его инвестиционные приоритеты.

Обществом будет продолжена работа по формированию, мониторингу реализации и актуализации базы данных перспективных инвестиционных проектов.

В целом, на постоянном мониторинге в базе данных находятся 218 инвестиционных проектов на сумму 3,2 трлн тенге со сроками реализации 2021 – 2025 годы. Обществом на постоянной основе осуществляются мониторинг, актуализация и продвижение указанного перечня проектов. По мере завершения инвестиционные проекты исключаются из данного перечня и переходят в категорию завершенных. Так, с начала 2021 года из упомянутого перечня введены 4 объекта, расположенные в Туркестанской области.

Содействие в реализации данных проектов обществом будет осуществляться в части:

1) выделения льготного финансирования, преференций, решения земельных, инфраструктурных и иных проблемных вопросов с государственными органами;

2) поиска, консалтинга и сопровождения инвесторов;

3) "упаковки" инвестиционных проектов и подготовки инвестиционных предложений для инвесторов;

4) распространения информации о перспективных инвестиционных проектах среди потенциальных инвесторов, в том числе через базу потенциальных инвесторов, ресурсы акционерного общества "Национальная компания "Kazakh Invest", дипломатические представительства, партнерскую сеть.

Обществом будет продолжена работа с якорными инвесторами для успешной реализации проектов по экологическому туризму в национальных парках.

Так, в 2021 году были определены инвесторы по национальным паркам "Көлсай көлдері", "Чарын", "Алтын-Эмель". В 2020 году в "Иле-Алатау" был привлечен инвестор, построен первый визит-центр в ущелье Аюсай. В Алматинском горном кластере 3 инвестора реализуют проекты с визит-центрами (Бутаковка, Туюк-су, Горельник и комплекс "MEDEO RESORT"). На территории ТОП-10 туристских дестинаций инвестор начал строительство сети экоотелей и данную работу планируется масштабировать по всему Казахстану.

Данные проекты в среднесрочной перспективе обеспечат приток не менее 56 млрд тенге инвестиций, строительство не менее 14 визит-центров, введение в эксплуатацию новых экологичных мест размещения с номерным фондом не менее 900 номеров, обустройство не менее 180 км троп.

Обществом также будет внедряться принцип планирования инвестиций. Так, проведенные работы в регионах по инвентаризации туристских маршрутов и рейтинговой оценке развития туристской инфраструктуры позволят выявлять потребности в конкретных объектах и станут источником формирования обоснованных

и комплексных предложений для инвесторов, направленных на дальнейшее развитие туристских дестинаций.

Улучшение инвестиционного климата

В целях обеспечения привлечения инвестиций в проекты туристской отрасли обществом будут предприниматься меры по улучшению инвестиционного климата сферы туризма, в том числе:

1) повышение доступности существующих финансовых и нефинансовых мер поддержки для субъектов предпринимательства в секторе въездного и внутреннего туризма, в том числе в рамках посткризисных мер по восстановлению бизнесов, пострадавших от влияния пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-2019;

2) разработка и внедрение мер стимулирования и инструментов поддержки предпринимательства в секторе внутреннего и въездного туризма (в том числе субсидирование, льготное кредитование, грантовое финансирование, лизинг, налоговые льготы, возмещение затрат);

3) улучшение условий и снижение административных барьеров для инвесторов.

В целях внедрения системных мер стимулирования привлечения частных инвестиций в проекты туристской отрасли обществом разработаны механизмы и правила возмещения части затрат субъектов предпринимательства при приобретении оборудования для горнолыжных курортов и автотранспортных средств вместимостью не менее восьми посадочных мест, при строительстве, реконструкции объектов туристской деятельности, по строительству объектов придорожного сервиса на дорогах областного и районного значения, субсидированию части затрат субъектов предпринимательства на содержание санитарно-гигиенических узлов. В дальнейшем будет проведена работа по согласованию разработанных правил с заинтересованными государственными органами, бизнесом и общественностью, проработаны вопросы выделения финансирования для запуска мер с 2022 года, а также проведена масштабная информационно-разъяснительная работа среди предпринимателей и населения.

Инвестиционная деятельность

В целях оказания финансовой поддержки инициативам частного сектора в туристской отрасли обществом планируется осуществлять инвестиционную деятельность путем участия в уставных капиталах вновь создаваемых и действующих организаций, реализующих инвестиционные проекты в сфере туризма, и участия в управлении этими проектами.

При осуществлении инвестиционной деятельности общество будет принимать участие в финансировании окупаемых и эффективных инвестиционных проектов, направленных на расширение, реконструкцию и техническое перевооружение действующих, а также строительство новых объектов инфраструктуры в туристской отрасли. Инвестиционные проекты с участием общества должны соответствовать ключевым направлениям развития туризма в регионе и приоритетным видам туризма.

единовременной вместимости в туристских destinations, койко-мест	2000	6400	7700	16200	17200	18200	19200	20200	21200	22200
--	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

Ожидаемые результаты

1) К 2031 году в проекты туристской отрасли будет привлечено не менее 1473 млрд тенге инвестиций, в том числе иностранных инвестиций 221 млрд тенге;

2) в рамках инвестиционных проектов, реализованных при содействии/участии общества, в туристских destinations к 2031 году будут введены не менее 22200 новых койко-мест;

3) для развития туристской инфраструктуры национальных парков к 2031 году будет привлечено не менее 56 млрд тенге инвестиций, которые обеспечат строительство не менее 14 визит-центров и ввод в эксплуатацию не менее 900 номеров;

4) при содействии общества до 2025 года в ТОП-10 destinations Карты туристификации Казахстана будет реализован 141 инфраструктурный проект на сумму 197,4 млрд тенге (при выделении соответствующего финансирования местным исполнительным органам);

5) до 2031 года в местах туристского интереса будут построены и введены в эксплуатацию не менее 493 санитарно-гигиенических узлов и 64 объекта придорожного сервиса;

6) до 2031 года будет внедрена национальная рейтинговая оценка регионов по уровню развитости туристской инфраструктуры.

Подраздел 3.2. Стратегическое направление 2 "Формирование благоприятного климата для развития индустрии туризма"

Цель: Повысить качество туристских продуктов и услуг

В целях повышения качества отечественных туристских продуктов и услуг общество будет содействовать созданию наиболее благоприятных условий для субъектов туристской деятельности, работающих в секторе внутреннего и въездного туризма, развития компетенций работников отраслей туризма, цифровизации туристской отрасли и системного развития туристских продуктов.

Особое внимание будет уделено выработке анти- и посткризисных мер по восстановлению и поддержке отечественного туристского бизнеса в секторе

внутреннего и въездного туризма в связи с последствиями влияния на рынок пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-2019.

Задача 1. Администрирование субсидирования стоимости билета, включенного в туристский продукт, при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Республики Казахстан

Общество будет осуществлять администрирование инструмента субсидирования стоимости билета, включенного в туристский продукт, при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Республики Казахстан.

Основная цель субсидирования — мотивировать казахстанцев отдыхать всей семьей в туристских дестинациях Казахстана путем снижения расходов на туристские продукты.

В рамках реализации механизма будет предусмотрено субсидирование расходов граждан Казахстана по приобретению авиабилета для детей в возрасте от 2 до 18 лет в составе приобретенного туристского продукта с соблюдением условий, предусмотренных соответствующим порядком. Субсидирование будет осуществляться путем оплаты туроператору стоимости "детских" авиабилетов, входящей в общую стоимость турпродукта, которая реализуется потребителю за вычетом стоимости билета.

Общество будет обеспечивать прозрачное и быстрое прохождение процессов администрирования инструмента, совершенствовать и повышать эффективность механизма.

Начиная с 2020 года обществом проводится работа по разработке правил субсидирования совместно с туристским бизнесом, центральными и местными исполнительными органами. Будет продолжена работа по согласованию и утверждению правил, проведению масштабной разъяснительной работы среди туристских операторов и населения.

Внедрение субсидирования позволит обеспечить увеличение количества внутренних авиамаршрутов, рост количества посетителей в местах размещения на территории дестинаций, формирование качественных туристских продуктов, создание здоровой конкуренции среди авиаперевозчиков, туроператоров и мест размещения.

В свою очередь, это будет способствовать снижению цен и повышению качества предоставляемых услуг и сервиса. По приблизительным расчетам мера позволит удешевить отдых казахстанцев до 30 %.

До 2031 года планируется обеспечить охват субсидированием не менее 108,8 тысяч детей.

Задача 2. Развитие компетенций

Обществом будет проводиться работа по повышению квалификации работников отраслей туризма через организацию обучающих мероприятий, тренингов, стажировок,

мастер-классов, курсов повышения квалификации с привлечением опытных локальных и международных экспертов, в том числе в онлайн формате.

Обществом в 2020 году на базе коммуникационной онлайн-платформы tourisonline.kz запущена онлайн академия внутреннего туризма (academy.tourisonline.kz, информация о работе платформы приведена в разделе "Цифровизация туристской отрасли"). На платформе слушатели смогут изучить азы туристского бизнеса от того, как начать свою деятельность, до практических навыков по развитию действующего бизнеса. За 2020 год на платформе обсуждено 50 тем с участием порядка 3000 человек, а просмотры записей вебинаров составили более 35 тысяч. География участников, кроме Казахстана, охватывает страны Содружества Независимых Государств и дальнего зарубежья.

С момента запуска онлайн академии внутреннего туризма в сентябре 2020 года на платформе размещены 6 обучающих курсов от вводного до конкретных идей о том, как создавать туристский продукт, а также была размещена инструкция об информационной системе eQonaq (eHotel).

Обществом планируется продолжить работу по сопровождению деятельности платформы и онлайн академии (контент, продвижение, развитие) и обеспечить постепенное увеличение охвата слушателей и просмотров.

Помимо этого, обществом будут разрабатываться специальные программы и проводиться обучающие мероприятия для субъектов туристского бизнеса по развитию туристских продуктов, в том числе по деловому туризму, стандартам качества туристских услуг.

В целях развития и популяризации агротуризма обществом будут проводиться обучающие мероприятия среди сельского населения по маркетингу, созданию туристских продуктов, открытию и ведению бизнеса, в том числе открытию гостевых домов. Охват регионов будет происходить в представляющих интерес для туристов приоритетных туристских территориях.

Кроме того, в 2021 году в пилотном режиме было начато обучение линейного персонала для сферы туризма на базе местных учебных заведений. Подготовка кадров сконцентрирована в приоритетных туристских территориях, начиная с Мангистауской области.

С 2022 года планируются введение программы менторства для микро- и малого бизнеса, а также организация консультаций и партнерских встреч для таких направлений, как агротуризм, экотуризм, медицинский туризм, детско-юношеский туризм и другие.

В целом, обществом планируется к 2031 году обеспечить охват мероприятиями по развитию компетенций не менее 14 тысяч занятых в сфере туризма.

Работа по повышению компетенций рынка будет вестись в тесном сотрудничестве с высшими и среднеспециальными учебными заведениями, в том числе путем

содействия внедрению новых и актуализации существующих образовательных программ в высших учебных заведениях по направлению "Туризм" (управление дестинацией, управление национальными парками, событийный менеджмент и другое).

Задача 3. Цифровизация туристской отрасли

Обществом будет проводиться работа по созданию специализированных автоматизированных информационных систем и приложений, необходимых для комплексной поддержки развития внутреннего и въездного туризма в Казахстане, по следующим направлениям:

1) повышение доступности туристских услуг через внедрение технологий онлайн-продаж и онлайн-взаимодействия между субъектами туристского бизнеса, туристами, органами власти;

2) повышение доступности и качества аналитических данных в сфере внутреннего и въездного туризма;

3) создание и сопровождение платформ и каналов для масштабного продвижения туристского потенциала Казахстана в стране и за рубежом (подробное описание в разделе "Онлайн продвижение").

В долгосрочной перспективе все созданные специализированные информационные системы и модули будут объединены в единый комплекс – информационно-коммуникационную систему E-Tourism с отдельными структурными элементами, отвечающими за автоматизацию, перевод в онлайн-режим и упрощение разных процессов туристской деятельности и потребления туристских услуг.

Информационная система eQonaq (eHotel)

Обществом разработана информационная система eQonaq (eHotel) с мобильным приложением, которая позволила создать единый реестр мест размещения, собирать и обрабатывать данные по туристским потокам, портрету туристов и миграционному контролю.

На сегодняшний день система интегрирована с информационной системой Комитета национальной безопасности Республики Казахстан "Беркут" и информационной системой Комитета миграционной службы Министерства внутренних дел Республики Казахстан, что позволило автоматизировать процесс уведомления органов внутренних дел о прибытии иностранных туристов в места размещения. Это, с одной стороны, облегчает визово-миграционные процедуры для въездных туристов, а с другой, повышает прозрачность деятельности мест размещения и учета иностранных туристов.

Информационная система eQonaq (eHotel) установлена в 217 местах размещения, во всех 4-5 звездочных отелях городов Астаны и Алматы.

В планируемом периоде обществом будут проведены работы по масштабированию системы и ее внедрению в регионах Казахстана (областные центры и туристские дестинации), проведению обучения сотрудников мест размещения по использованию

системы, а также на постоянной основе будет проводиться модернизация модулей системы.

Планируется в 2029 году обеспечить охват мест размещения (юридических лиц) информационной системой "eQonaq" (eHotel) до 100 %.

Модули национального туристского портала Kazakhstan.travel

В планируемом периоде в рамках содействия цифровизации туристской отрасли обществом будет продолжена работа по становлению портала Kazakhstan.travel в качестве единой информационно-коммуникационной площадки отрасли, максимально пригодной для использования государством, бизнесом и туристами.

Для этого будет проведена работа по созданию и развитию страниц по транспортной инфраструктуре, продавцам и магазинам сувенирной продукции, дестинациям и туристским объектам, созданию новых и доработке имеющихся функций коммерческой платформы портала, персонализированному отображению информации для посетителей, а также по развитию модулей "MICE", "Фотобанк" и "Marketplace".

Модуль "MICE"

В данном разделе для казахстанских и зарубежных компаний, желающих организовать/провести мероприятие в Казахстане, предложены информация о доступных площадках для проведения конгрессно-деловых мероприятий в городах Астане и Алматы, функция для поиска площадок, данные о различных казахстанских и зарубежных программах, поддержке организаторов мероприятий в Казахстане и отечественных поставщиках услуг для организации и проведения конгрессно-деловых мероприятий.

В данном разделе портала обществом планируется внедрение возможности управления документированными запросами организаций (RFP) через личный кабинет (просмотр статуса и прочее), создание новых ролей, добавление новых городов и информации о них.

Модуль "Фотобанк"

Раздел Фотобанк, содержащий на сегодняшний день порядка 500 актуальных и качественных фотографий мест туристского интереса в Казахстане, позволяет находить фотографии Казахстана по различным параметрам (тегам), просматривать и бесплатно загружать их.

В рамках развития данного раздела портала Обществом будет проведена работа по совершенствованию дополнительных функций и возможностей по установке полупрозрачных водяных знаков "www.kazakhstan.travel" в углу фотографий;

обеспечению возможности отправления запроса на получение выбранной фотографии в лучшем качестве;

получению аналитики о полезности фотобанка, в том числе о количестве загруженных фотографий, обеспечению возможности демонстрации фотографий

наиболее загружаемых и недавно загруженных фотографий, по тегам "популярный" и "новый" (функция добавления автоматически присваиваемых, обновляемых тегов).

Создание модуля "Marketplace"

Общество на текущий момент осуществляет проектирование модуля "Marketplace" – сервиса для онлайн-бронирования и продаж туристских продуктов и услуг.

В рамках развития модуля Marketplace обществом планируется:

добавление функции поиска услуг/товаров, доступных для приобретения через портал (туристские пакеты, автокемпинг, сувениры, аренда автомобилей и прочее);

добавление функции бронирования с моментальным получением подтверждения после произведения оплаты и бронирования с помощью отправления заявки;

доработка личных кабинетов представителей бизнеса;

регистрация и модерация представителей бизнеса;

развитие коммерческой платформы;

интеграция с крупными агрегаторами туристических продуктов.

Цифровизация сакральных мест с применением игровых элементов

Обществом в реализацию проекта "Сакральная география" планируется продвижение туризма по культурно-географическому поясу святынь Казахстана, куда включены 100 общенациональных сакральных объектов Казахстана. Это особо почитаемые памятники природного и культурного наследия, имеющие непреходящую ценность в памяти казахского народа и выступающие в качестве символа национального единства и возрождения.

В целях увеличения внутреннего туристского потока в сакральные места Казахстана, параллельно с работой по развитию туристской инфраструктуры в этих местностях, обществом будет реализован проект по привлечению туристов к посещению сакральных мест с применением игровых элементов.

Проект ориентирован на привлечение к сакральным святыням Казахстана целевой аудитории молодого и среднего поколения казахстанцев. Проект предусматривает разработку мобильного приложения для стимулирования в игровой форме продаж туристских пакетов и посещения сакральных мест.

В дальнейшем данную практику планируется применить и для повышения посещаемости других исторических или культурных объектов (музеи, библиотеки, театры и так далее).

Информационная система "Турстат"

Обществом разработана информационная система по сбору и обработке данных в сфере туризма Tourstat.kz – система с возможностью визуализации статистической и иной информации в сфере туризма в удобном для пользователя виде и форматах.

На сегодняшний день система интегрирована с информационной системой Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам

Республики Казахстан, что позволило облегчить получение данных с автоматическим формированием графиков и диаграмм.

В среднесрочной перспективе обществом планируются интеграция системы с данными мобильных операторов, информационной системой eQonaq (eHotel) и обмен информацией от перевозчиков пассажиров, что, в свою очередь, позволит оперативно получать актуальные данные о фактической численности внутренних и въездных туристов в разрезе регионов, дестинаций, возраста и прочих критериев. Кроме того, интеграция позволит иметь отсутствующую на сегодняшний день информацию о передвижении туристов по Казахстану и их расходах.

Это позволит иметь реальную и оперативную картину о фактических туристских потоках в стране, а также выводить деятельность мест размещения из теневого оборота.

Информационная система "Туризм онлайн"

В целях формирования площадки для туристической экосистемы, объединяющей участников рынка, обществом разработана единая коммуникационная онлайн-платформа tourisonline.kz, на базе которой запущена онлайн академия внутреннего туризма (academy.tourisonline.kz), где есть возможность собрать знания профессионалов отечественной туристской отрасли и обмениваться последними трендами в сфере туризма посредством форума, чат-бота и вебинаров.

В рамках дальнейшего развития системы "Туризм онлайн" для удобства работы туристского бизнеса общество планирует на его платформе:

создать цифровые карты туристских маршрутов с нанесением на них информации по имеющимся объектам, сервисам и поставщикам услуг, необходимой для формирования туристских продуктов (места размещения, питания, санитарно-гигиенические узлы, обеспеченность связью и интернетом, придорожный сервис, медицинские услуги и так далее);

создать возможность для обратной связи, отзывов, предложений и комментариев о качестве предоставляемых услуг в онлайн формате;

вести рейтинг туристских операторов и поставщиков туристских услуг, что будет содействовать повышению качества и развитию существующих туристских продуктов и услуг.

Информационная система "View Project"

Обществом разработана автоматизированная информационная система управления проектами "View Project" для онлайн мониторинга и взаимодействия с акиматами при реализации инфраструктурных и инновационных проектов в туристских дестинациях Казахстана. Доступ к системе будут иметь местные государственные органы, партнеры, инвесторы и другие заинтересованные стороны.

Обществом начата работа по введению данных о проектах в систему.

Для развития и эффективного использования системы в работе обществом планируется разработка функционала и возможностей системы по:

вовлечению местных исполнительных органов в работу на совместной площадке по актуализации данных и продвижению проектов;

автоматизации процессов и сокращению временных затрат на подготовку актуальной справочной информации о статусе, финансировании и проблемных вопросах реализации проектов;

визуализации проектов на многослойной цифровой карте.

Задача 4. Развитие туристских продуктов

В целях эффективного использования ресурсов и создания условий для формирования конкурентоспособного национального туристского продукта с учетом результатов опроса туристского бизнеса о проблемах формирования туристских продуктов (описание приведено в разделе "1.1 Анализ внешней среды") обществом будет проведена системная работа в рамках реализации подписанной в 2020 году между Министерством культуры и спорта Республики Казахстан, обществом и Национальной палатой предпринимателей Республики Казахстан "Атамекен" Дорожной карты по разработке национального туристского продукта (далее – Дорожная карта).

Дорожная карта включает 30 мероприятий по 6 разделам, направленных на развитие туристских продуктов. В 2020 году в рамках Дорожной карты обществом реализован ряд точечных мероприятий для развития туристских продуктов по аграрному (сельскому), школьному, санаторно-курортному, кемпинговому туризму и караванингу, а также проведены исследование стандартов и инвентаризация туристских маршрутов.

В дальнейшем обществом планируется продолжить реализацию Дорожной карты и проводить системную поддержку бизнеса в формировании качественных туристских продуктов, в том числе (но не ограничиваясь):

проведение информационных туров;

инвентаризация детских оздоровительных центров и лагерей;

инвентаризация туристских маршрутов;

продвижение экологического и агро-сельского туризма с созданием базы данных гостевых домов и проведением тренингов;

внедрение знака качества туристских услуг в Казахстане;

разработка новых программ и продвижение экскурсионно-познавательного детско-юношеского туризма (живые уроки) в Казахстане;

продолжение семинаров и тренингов в рамках онлайн академии;

развитие городского туризма, в том числе через исследование деятельности музеев и другие мероприятия.

Информационные туры

Обществом ежегодно будут организовываться и проводиться ознакомительные информационные туры для отечественных и зарубежных туристских операторов,

агентств и организаторов международных мероприятий в сфере туризма, а также средств массовой информации и блогеров, охватывающих соответствующие целевые аудитории. Информационные туры планируется проводить с участием не менее 100 человек в год. Перечень информационных туров будет формироваться обществом с учетом потребностей и предложений рынка.

По результатам туров туристские операторы, открывшие новые для себя направления и объекты, будут разрабатывать новые или улучшать имеющиеся продуктовые предложения на основе полученной информации. Представители конгрессно-деловых агентств и организаторов международных мероприятий смогут изучить потенциал площадок для проведения мероприятий и запланировать их организацию. Представители средств массовой информации и блогеры будут распространять полученный контент на свою аудиторию и популяризировать туризм в Казахстане.

Продвижение экскурсионно-познавательного детско-юношеского туризма

Обществом в 2020 году совместно с Национальной палатой предпринимателей "Атамекен" и туристским бизнесом начата работа по содействию внедрению туристско-экскурсионных мероприятий в образовательные программы в рамках проекта "Живые уроки".

Основная цель проекта – повысить интерес школьников к туризму, расширить их знания и проводить патриотическое воспитание молодого поколения.

Проект предусматривает проведение экскурсионных занятий с выездом за пределы школ, во время которых осуществляется визуализация школьных программ. Реализация проекта требует тесного взаимодействия туристских операторов с образовательными учреждениями. В проекте принимают участие приоритетно дети из социально уязвимых слоев населения, отличники учебы и дети медицинских работников, обучающиеся в школах городских и сельских регионов.

В 2020 году в проекте приняли участие 655 детей из четырех регионов (города Нур-Султан, Алматы, Туркестанская и Жамбылская области).

В дальнейшем в рамках проекта обществом планируется оказывать содействие в формировании интерактивных туров, обеспечить методическую разработку программ экскурсионных уроков по школьным предметам с охватом всех регионов Казахстана.

В планируемом периоде в рамках проекта "Живые уроки" будут расширена география и увеличен охват детей. В 2022 году обществом обеспечен охват не менее 1000 детей. С 2023 года проект будет передан для реализации местным исполнительным органам для привлечения к участию в проекте школьников из регионов.

Кроме того, с учетом улучшения эпидемиологической ситуации при сотрудничестве с акционерным обществом "Национальная компания "Қазақстан темір жолы" планируется восстановить работу детского туристского поезда.

Инвентаризация и исследования

Обществом для развития туристских продуктов планируется проводить маркетинговые исследования, включающие сбор актуальных данных о востребованности и состоянии тех или иных туристских маршрутов и объектов для дальнейшего использования туристскими операторами при разработке своих продуктовых предложений, в том числе:

1) изучение трендов и спроса на казахстанские туристские продукты и услуги в целевых сегментах;

2) инвентаризация и диагностика объектов туристского интереса и действующих туристских маршрутов, определение мер по их благоустройству;

3) выработка предложений по разработке модельных и типовых туристских маршрутов, в том числе краткосрочных и массовых, для развития семейного и детско-юношеского туризма, туров выходного дня, специальных туристских предложений для потоков транзитных пассажиров во время пребывания в стране.

На ежегодной основе обществом будут проводиться экспедиционные выезды в целях открытия новых направлений, разработки и продвижения туристских продуктов, в том числе по агро-сельскому, гастрономическому, кемпинговому туризму, караванингу, и так далее.

В результате проведенных исследований и экспедиционно-изыскательских выездов будут созданы базы данных (реестров) объектов туристского интереса в цифровом и печатном видах, проведена оценка их текущего состояния, выработаны рекомендации по развитию и улучшению.

Обществом будет ежегодно организовываться и проводиться инвентаризация туристских маршрутов с охватом приоритетных туристских территорий в целях изучения местностей для формирования новых и развития существующих туристских продуктов. Обществом планируется проведение инвентаризации не менее 1000 туристских маршрутов/объектов.

По итогам инвентаризации и исследований соответствующие предложения и рекомендации будут вноситься центральным и местным исполнительным органам, в том числе по развитию инфраструктуры.

Стандартизация и сертификация туристских услуг

По результатам проведенных исследований систем стандартизации туристских услуг на примере международного опыта (Китай, Испания, Швейцария) обществом будет осуществлено поэтапное внедрение системы "знак качества", которая призвана стать эффективным механизмом для добровольной стандартизации туристских услуг в Казахстане.

В целях внедрения системы обществом будут проведены следующие мероприятия:

1) разработка и формирование нормативной базы для функционирования системы;

2) инвентаризация совместно с Казахстанским институтом стандартизации и сертификации всех стандартов, касающихся сферы туризма, с выявлением потребности в актуализации существующих или создании новых стандартов;

3) продвижение идеи соответствия стандартам качества среди субъектов туристского бизнеса;

4) внедрение системы качества среди мест размещения;

5) внедрение системы оценки качества туристских троп и их классификации;

6) внедрение системы среди туристских объектов, гидов-экскурсоводов.

Продвижение и стимулирование пакетных туров

Для стимулирования создания и продвижения пакетных туров обществом будет запущена Программа развития туристских продуктов. Суть Программы заключается в отборе и дальнейшем продвижении через инструменты общества туристских продуктов, представляющих собой пакетные туры с гарантированной датой и фиксированными ценами по приоритетным туристским территориям. При этом обществом будет оказываться консультационная поддержка в создании и правильной "упаковке" качественных казахстанских туристских продуктов для туристов.

На начальном этапе фокус будет сделан исключительно на пакеты для внутреннего туризма. С 2022 – 2023 годов Программа будет проводиться также и для туристских продуктов по въездному туризму.

Развитие конгрессно-делового туризма

В целях развития конгрессно-делового туризма общество в 2019 году вступило в членство в Международную ассоциацию конгрессов и конференций (ICCA) и совместно с ключевыми заинтересованными сторонами страны начало участвовать в зарубежных тендерных площадках (биддинг) путем подачи единой заявки по привлечению различных конгрессно-деловых мероприятий в Казахстан.

Привлечение мероприятий в страну приводит к привлечению иностранных делегаций, повышению деловой активности и, как следствие, вкладу в экономику страны и поддержке рабочих мест. Например, по данным исследования Гонконгского политехнического университета (PolyU) проведенное мероприятие PATA Travel Mart в 2019 году в Казахстане способствовало созданию и поддержке 225 временных и постоянных рабочих мест, а общий коэффициент возврата инвестиций составил 1:3.

В целях продолжения данной работы общество планирует ежегодно принимать участие в 10 зарубежных тендерных площадках.

Как показывает международный опыт, программы послов конгрессно-делового туризма являются важной составной частью плана развития, так как данные послы выбираются из числа людей, известных на международном уровне (ученые, врачи, общественные деятели и так далее), которые могут привлечь крупные мероприятия международных ассоциаций и иностранных компаний.

В целях создания условий для привлечения конгрессно-деловых мероприятий в Казахстан обществом утверждена Программа послов конгрессно-делового туризма, направленная на поддержку местных организаторов международных мероприятий. Программа охватывает меры по стимулированию увеличения количества крупных международных мероприятий, которые привлекаются потенциальными послами конгрессно-делового туризма.

Общество планирует ежегодно привлекать 10 послов конгрессно-делового туризма.

Развитие экологического туризма

В целях внедрения устойчивых форм управления для развития экологического туризма обществом будет проводиться работа по проведению системного анализа действующих практик и законодательства развития туризма, в том числе в особо охраняемых природных территориях, на соответствие универсальным стандартам с привлечением экспертного сообщества.

Выработанные формы и стандарты устойчивого развития будут внедряться на системной основе и продвигаться по стране в рамках информационных кампаний по бережному отношению к природе.

Важными компонентами развития устойчивого и экологического туризма станут проведение обучающих мероприятий для местных исполнительных органов и заинтересованного бизнеса, в том числе с привлечением международных экспертов, а также внедрение цифровых и автоматизированных технологий в процессы управления туризмом на особо охраняемых природных территориях.

Развитие агротуризма

В целях развития агротуризма (сельского туризма) обществом будет координироваться работа по совершенствованию законодательной базы, включая вопросы использования земель сельскохозяйственного назначения для развития агротуризма.

В целях массового открытия по стране гостевых домов, специализированных частных отелей в форме стилизованных "агротуристских деревень", "рыбацких и охотничьих деревень" будут проработаны вопросы внедрения мер поддержки сельских жителей для строительства и развития агротуристских объектов в виде малых грантов и кредитов, а также обучения и информационно-агитационной работы среди сельского населения.

Развитие агротуризма непосредственно связано с работой по привлечению инвестиций для улучшения инфраструктуры сел, а также по развитию брендинга территорий.

Развитие этнографического туризма

Содействие развитию этнографического туризма будет осуществляться через:

1) разработку и распространение информации о возможностях ведения малого бизнеса в сфере туризма в сельских регионах (открытие гостевых домов с упором на

национальное гостеприимство и этнографические элементы), в том числе по дистрибуции туристских продуктов;

2) проведение событийных мероприятий национального и международного масштаба с элементами соколиной охоты, национальных игр (кокпар, байга) и обрядов;

3) выпуск иллюстрированных сборников казахских легенд, связанных с природными, культурными и иными достопримечательностями Казахстана;

4) создание условий для решения системных проблем и сдерживающих факторов в сфере ремесленничества (нормативная база, статус ремесленников, меры государственной поддержки, обучение, продвижение и так далее).

Кемпинговый туризм и автокараванинг

В целях успешного развития кемпингового туризма и автокараванинга будут реализованы следующие меры:

1) разработка стандартов проектирования и деятельности кемпингов (перечня оказываемых услуг и уровня сервиса) в зависимости от их категории на основе международных стандартов развитых стран, совершенствование правил дорожного движения Республики Казахстан с учетом международного опыта по обеспечению удобного дорожного движения для рекреационного транспорта;

2) разработка механизмов государственной поддержки, в том числе государственно-частного партнерства, для развития сети кемпингов, трейлерных парков, глэмпингов, этноаулов вдоль наиболее популярных автомаршрутов;

3) организация караванинг экспедиций, а также мероприятий по регионам для определения мест стоянок/ кемпингов/ глэмпингов вдоль якорных туристических маршрутов с учетом имеющихся достопримечательностей и мест туристского интереса.

Лечебно-оздоровительный (медицинский) туризм

В рамках содействия развитию лечебно-оздоровительного (медицинского) туризма будут реализованы следующие меры:

1) будут разработаны и внедрены меры поддержки для учреждений здравоохранения и туристских компаний по медицинскому туризму (содействие маркетинговой деятельности медицинских учреждений, участие в специализированных выставках и мероприятиях, получение международных аккредитаций и другое);

2) будет оказываться содействие в формировании и продвижении медицинских туристских продуктов (инвентаризация санаторно-курортных объектов и их маркетинговый анализ, обучение менеджеров клиник правилам формирования туристских продуктов, пониманию составляющих туристских продуктов, продвижение и маркетинг медицинского туризма);

3) внедрение стандартов сервиса, формирование "сервисной оболочки" в стандартах медицинских услуг и процедур, обучение, обмен опытом, привлечение зарубежных экспертов-лидеров медицинского туризма;

4) стимулирование сотрудничества медицинских организаций и санаториев с туристскими операторами посредством информационных туров, семинаров и других мероприятий;

5) продвижение приоритетных зон медицинского туризма в городах Астане, Алматы, Шымкенте, в которых планируется создание благоприятного климата для инвесторов (налоговые и таможенные преференции, упрощенные процедуры получения разрешений на привлечение иностранных специалистов и другие).

Институциональные изменения

Для решения вопроса недобросовестной конкуренции обществом будут проработаны вопросы и подготовлена необходимая правовая база по:

созданию алгоритма выявления и наказания нелегально работающих гидов и подложных турфирм с целью их дальнейшего выведения на правовое поле;

усилению контроля и регулирования туристской деятельности по внутреннему и въездному туризму, в том числе по передаче дополнительных функций в туристскую полицию.

Задача 5. Развитие экосистемы туристской отрасли

Обществом в целях формирования благоприятной экосистемы для развития внутреннего и въездного туризма планируется продолжить работу по совершенствованию системных мер поддержки отрасли, содействию в реализации программных документов в сфере туризма и аналитической поддержке туристской отрасли.

Совершенствование мер государственной поддержки

Обществом проводится и будет продолжена работа по совершенствованию системных мер государственной поддержки по следующим направлениям:

1) проработка вопросов и обеспечение внедрения с 2022 года системных мер поддержки туристской отрасли, определенных Законом Республики Казахстан "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам туристской деятельности" (согласование и утверждение регулирующих документов, обеспечение выделения финансирования, информационно-разъяснительная работа и другое);

2) мониторинг и совершенствование бизнес-процессов системных мер государственной поддержки;

3) автоматизация и цифровизация процедур получения субъектами туристской отрасли мер государственной поддержки;

4) дальнейшая работа по созданию льготных условий для субъектов туристской деятельности (льготное кредитование и налогообложение, субсидирование, возмещение затрат, грантовые программы и так далее).

В целях оказания финансовой поддержки туристской отрасли обществом будет прорабатываться вопрос по расширению своих полномочий и функций в части

выделения грантов и приоритетного права на получение земельных участков для развития туристских ресурсов (объектов).

Аналитическая поддержка

В рамках аналитической поддержки обществом проведены маркетинговые исследования, исследования по инвентаризации и определению мест туристского интереса, где необходимо наличие современных санитарно-гигиенических узлов для обеспечения комфортного пребывания туристов, выработке оптимальной модели государственно-частного партнерства по созданию и содержанию санитарно-гигиенических узлов совместно с частными партнерами, развитию медицинского, социального и агротуризма, мониторингу соблюдения национальных стандартов туристской отрасли (места размещения, гиды), разработке проектов стандартов по этноаулам и центрам ремесленников, авиа и железнодорожной доступности ТОП-10 туристских дестинаций.

На регулярной основе проводилась рассылка новостей сферы туризма Казахстана на английском языке (публикации в мировых средствах массовой информации о Казахстане, предстоящие события в Казахстане, новые рейсы, соединяющие города Казахстана, целевые страны и так далее) и информационных travel-дайджестов о событиях, происходящих в туристском мире, по базе контактов общества. База состоит из контактных данных представителей отечественных и зарубежных компаний сферы туризма и других смежных сфер, представителей средств массовой информации и партнеров.

Обществом будет продолжена аналитическая поддержка туристской отрасли, в том числе:

1) анализ эффективности проводимой в отрасли государственной политики и выработка рекомендаций по ее совершенствованию, в том числе через разработку и мониторинг реализации ключевых программных документов в сфере туризма, а также мониторинг текущей ситуации развития туристской отрасли;

2) исследование и анализ мировых трендов развития индустрии туризма (спрос, популярные виды туризма, технологии и процессные инновации) для развития перспективных массовых и нишевых туристских предложений в Казахстане;

3) совершенствование законодательства, в том числе по либерализации визовых и миграционных процедур; упрощению и повышению оперативности процедур прохождения пограничного контроля при въезде иностранных граждан в страну в туристских целях; расширению возможностей использования цифровых технологий в туристской отрасли (онлайн-оформление документов и электронные визы, учет туристских потоков, электронное бронирование, билеты и так далее);

4) подготовка информационных аналитических и новостных материалов для участников туристского рынка (дайджесты);

субсидирования стоимости авиабилета, включенного в туристский продукт, тысяч человек	10	2,8	5	7	9	11	13	15	17	19
Количество участников обучающих мероприятий общества, человек	1300	1350	1400	1450	1500	1550	1600	1650	1700	1750
Увеличение охвата мест размещения (юридических лиц) информационной системой "eQonaq" (eHotel), %	49	75	85	95	96	97	98	100	100	100

Ожидаемые результаты

1) охват механизмом субсидирования стоимости билета, включенного в туристский продукт, при воздушной перевозке несовершеннолетних пассажиров на территории Республики Казахстан до 2031 года не менее 108,8 тысяч детей;

2) развитие компетенций в сфере туризма и охват обучающими мероприятиями общества до 2031 года порядка 14 тысяч человек;

3) увеличение охвата мест размещения (юридических лиц) информационной системой "eQonaq" (eHotel) до 100 % в 2029 году;

4) интеграция информационной системы "Турстат" с данными мобильных операторов, пассажирских перевозок и информационной системы eQonaq (eHotel) (до 2025 года, при выделении финансирования);

5) создание в 2022 году и постоянное ведение на платформе информационной системы "Туризм онлайн" цифровой карты туристских маршрутов для формирования туристских продуктов;

6) внедрение рейтинга туристских операторов и поставщиков туристских услуг;

7) проведение ежегодных информационных туров для представителей туристского бизнеса, средств массовой информации и блогеров с охватом не менее 100 человек в год;

8) ежегодное участие в не менее 10 зарубежных тендерных площадках по проведению в Казахстане конгрессно-деловых мероприятий (биддинг) и привлечение не менее 10 послов конгрессно-делового туризма;

9) поэтапное внедрение до 2031 года системы "знак качества", увеличение количества субъектов туризма, соответствующих утвержденным стандартам качества;

10) запуск с 2022 года программы развития туристских продуктов;

11) обеспечение разработки, мониторинга и координации реализации национального проекта по туризму (до 2025 года);

12) обеспечение внедрения с 2022 года системных мер поддержки, определенных Законом Республики Казахстан "О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам туристской деятельности";

13) увеличение охвата цифровизацией деятельности гидов и экскурсоводов до 95% к 2025 году.

Подраздел 3.3. Стратегическое направление 3 "Продвижение туристского потенциала страны на внутреннем и международном рынках"

Цель: Обеспечить узнаваемость туристских дестинаций Казахстана

В целях повышения информированности потенциальных туристов о возможностях Казахстана для путешествий и отдыха, а также узнаваемости Казахстана в качестве международной туристской дестинации общество продолжит осуществлять комплекс онлайн и офлайн мероприятий, продвигающих на целевые рынки приоритетные виды туризма в Казахстане и дестинации с высоким туристским потенциалом, вошедшие в карту туристификации Казахстана.

Информационные потоки и мероприятия будут направлены на повышение информированности потенциальных туристов о национальном туристском продукте, популяризацию отечественных дестинаций, культурных объектов и мероприятий, вовлечение туристских операторов и агентов в процессы продвижения казахстанских туристских продуктов, популяризацию и развитие культуры туризма среди местного населения, а также бережного отношения к природе.

Задача 1. Онлайн продвижение

Национальный туристский портал Kazakhstan.travel

За 2018 – 2020 годы общество провело значительную модернизацию национального туристского портала Kazakhstan.travel (далее – портал), который позиционируется как ключевой элемент в продвижении Казахстана в качестве туристского направления.

На сегодняшний день портал охватывает все значимые по стране объекты туристского интереса и туристские предложения; доступен на 7 языках целевых рынков (казахский, русский, английский, французский, немецкий, китайский, корейский); оснащен дополнительными модулями и информационными справочниками; имеет раздел для туристов, с возможностью поиска маршрутов, туристских предложений, получения полезной информации и странового календаря мероприятий; имеет раздел для представителей бизнеса, куда включены реестры туристических агентств, гидов-экскурсоводов, ремесленников с возможностью фильтрации по регионам и видам туризма.

В планируемом периоде обществом будет продолжена работа по продвижению туристского потенциала страны посредством портала, в том числе:

- создание и развитие сервиса на портале для онлайн-бронирования и покупки туристских продуктов и услуг;

- оптимизация портала под поисковые системы (SEO оптимизация);

- размещение рекламы в интернет-ресурсах для привлечения пользователей на портал;

- обеспечение доступности портала на 8 языках;

- формирование информационного и визуального контента, вдохновляющего на поездки в Казахстан (статьи, видеоролики, фото);

- создание и размещение на портале виртуальных и 3D-туров ключевых музеев, историко-культурных и природных достопримечательностей Казахстана;

- расширение функционала событийного календаря и персонализированного отображения информации для посетителей;

Общество планирует обеспечивать не менее 500 тысяч пользователей портала в год.

Продвижение в социальных сетях

Обществом созданы и на постоянной основе ведутся аккаунты в социальных сетях Facebook и Instagram, ориентированные на повышение узнаваемости Казахстана как туристического направления в целевых англоговорящих рынках (страны Европы и Юго-Восточной Азии). Для продвижения национального туристского продукта в этих социальных сетях обществом будет проводиться платная таргетированная реклама, ориентированная на любителей экологического и приключенческого туризма. Прогнозируемый охват целевых рынков через Facebook и Instagram составляет не менее 50 млн просмотров в год.

Основная аудитория канала на видеохостинге YouTube (7,2 тысячи подписчиков) – около 70 % казахстанцы, иностранная аудитория составляет 30 %. Видеоконтент канала

способствует повышению узнаваемости продвижения туристского бренда Казахстана среди целевой аудитории. Контент канала доступен на трех языках (казахский, русский, английский). Эффект от ведения канала достигается за счет размещения на канале видео, являющихся частью PR-кампаний, которые впоследствии приобретают "вирусный" эффект и создают "информационные волны". В перспективе планируется на постоянной основе запускать не менее 3-х рекламных кампаний, в результате которых должен быть достигнут охват не менее 50 млн просмотров. Кроме того, канал будет использован также для содействия в продвижении имиджевых видеоматериалов местных исполнительных органов о туристском потенциале их дестинаций (на безвозмездной основе).

Телеграм канал "СаяхатTime" (4,6 тысячи подписчиков) ведется преимущественно для профессиональной туристской аудитории, где освещаются основные новости и статистика развития туризма в стране, публикуются тематические видеоматериалы, опросы туристского бизнеса, полезная инфографика, запросы от иностранных туристов по вопросам организации отдыха в Казахстане.

В китайских социальных сетях WeChat и Weibo открыты аккаунты для охвата китайской аудитории, через которые продвигаются возможности для экотуризма и приключенческого туризма в Казахстане. В 2020 году охват на двух платформах составил 3,2 млн просмотров, обществом планируется поддерживать охват китайского рынка не ниже данного уровня.

С 2021 года обществом начата работа по продвижению внутреннего туризма среди молодежи до 20 лет через набирающую популярность социальную сеть Tiktok. Контент канала также будет нацелен на продвижение возможностей экологического и приключенческого туризма в Казахстане.

В целом, в планируемом периоде общество продолжит вести аккаунты в социальных сетях и каналах и будет структурировать их с учетом динамики популярности и востребованности. Для популяризации туризма в социальных сетях общество будет:

- формировать контент, адаптированный под соответствующий формат конкретной социальной сети, интересы охватываемой на ней целевой аудитории (посты, инфографика, опросы, викторины);

- привлекать популярных инфлюенсеров и вести тревел-блоги;

- проводить работу с аудиторией, осуществлять обратную связь и обеспечивать общение в комментариях;

- контент в социальных сетях будет доступен на нескольких языках.

Для продвижения аккаунтов в социальных сетях обществом будут применяться инструменты прямой рекламы и "вирусного" маркетинга, а также мониторинг позитивного и негативного фона.

Цифровая и онлайн реклама

Цифровая реклама (реклама в интернете) позволит точно выбирать требуемую аудиторию с помощью инструментов таргетинга, что скажется на эффективности проводимой маркетинговой кампании.

Обществом разработаны концептуальные подходы продвижения туристского потенциала страны через рекламные инструменты Google, Yandex, Facebook, Instagram и YouTube на целевые страны Европы, Азии, Содружества Независимых Государств.

В планируемом периоде обществом будут проводиться рекламные кампании в том числе, но не ограничиваясь в:

- поисковой выдаче Google Ads Search и сайтах-партнерах;
- поисковой выдаче Яндекс.Директ Search;
- Google Video (YouTube + GDN video);
- партнерской видео сети Яндекс;
- ленте новостей Stories и Audience Network;
- социальных сетях Instagram и Facebook.

В целях проведения эффективных рекламных кампаний в интернете обществом будет проводиться работа по созданию, подбору и адаптации контента и способов коммуникации на внутреннюю и зарубежную аудитории, мониторинг и выбор площадок, где целевая аудитория в большей степени представлена.

По результатам указанных мер, по ожиданиям общества, охват целевой аудитории на внутреннем и зарубежном рынках цифровой рекламой должен составить не менее 50 млн просмотров.

Специальные проекты – имиджевые проекты в сотрудничестве с популярными личностями, маркетинговыми компаниями, туристическими порталами, агрегаторами.

В целях онлайн продвижения национального туристского продукта обществом будут реализовываться специальные проекты, в том числе:

1) сотрудничество с крупными туристскими агрегаторами, туристскими и информационными сайтами и порталами, в том числе размещение информации о Казахстане на таких ресурсах (WikiTravel, Wikipedia, Tiplr.com, We Project, NUR.KZ, онлайн платформы ExpediaGroup, Aviasales, Trip advisor, Lonely Planet и другие). Потенциал охвата данного инструмента продвижения может составить порядка 100 млн просмотров;

2) проведение онлайн презентаций туристского потенциала Казахстана и информационных туров в формате вебинаров для представителей зарубежных и отечественных средств массовой информации, блогеров, туристских операторов и других участников туристского рынка;

3) содействие в развитии сайтов местных исполнительных органов, туристских объектов и организаций через методологическую поддержку, предоставление информационного и визуального контента, обучение персонала, поддержку в продвижении.

Задача 2. Офлайн продвижение

PR и традиционная реклама

В рамках офлайн продвижения общество будет осуществлять продвижение казахстанских туристских продуктов, в том числе:

- 1) рекламные акции и кампании;
- 2) реклама на отечественном и зарубежном телевидении, потенциал охвата которой составляет порядка 200 млн просмотров;
- 3) распространение информационных материалов по возможностям туризма в Казахстане в местах массового скопления людей (наружная реклама, информационные буклеты, видеоролики, материалы в печатных изданиях) (аэропорты, вокзалы, спортивные мероприятия, борты самолетов, поезда и так далее);
- 4) продолжение реализации программы "послы туризма", предусматривающей сотрудничество с публичными личностями, блогерами, отраслевыми агентами влияния и лидерами мнений в вопросах повышения интереса и популяризации туризма в Казахстане. На сегодняшний день послами туризма являются популярный певец Димаш Кудайберген, основатель швейцарского туристского портала Indy-guide.com Атахан Тосун, молодежный чемпион мира (WBC Youth World Super Welterweight) Садриддин Ахмедов и другие. Ежегодно обществом будут привлекаться не менее 3-х послов туризма для продвижения туристского потенциала Казахстана в целевых рынках;
- 5) реализация партнерских проектов и программ с образовательными и краеведческими организациями, ассоциациями, средствами массовой информации;
- 6) отправка адресных информационных рассылок для партнеров общества, с которыми заключены меморандумы и соглашения о сотрудничестве, и зарубежных туристских операторов, с которыми налажено деловое взаимодействие;
- 7) привлечение и содействие в организации съемок зарубежных творческих продуктов, фильмов, телепередач;
- 8) организация представительства общества в целевых странах для продвижения национального туристского продукта и содействия в формировании устойчивых коммуникаций для развития въездного туризма;
- 9) ежегодно обществом будет формироваться календарь событийных мероприятий, который позволит обеспечить плановый, комплексный и системный подход в продвижении туристских дестинаций Казахстана, а также эффективно распределять ресурсы.

Участие в международных выставках

В целях экспорта национального туристского продукта на международные рынки и содействия в налаживании партнерских коммуникаций между отечественными и зарубежными туристскими операторами общество, в зависимости от эпидемиологической ситуации в мире, продолжит обеспечивать участие Казахстана на

международных туристских выставках и проводить презентационные мероприятия в целевых странах (Германия, Польша, Россия, Китай, Южная Корея и Малайзия).

Общество планирует ежегодно обеспечивать участие не менее 100 представителей туристского бизнеса в международных туристских выставках и презентационных мероприятиях.

Проведение якорных мероприятий

Как показывает мировая практика, одним из "якорей" для привлечения туристов являются массовые мероприятия культурного, спортивного и развлекательного характера (Октоберфест в Германии, Венецианский карнавал, фестиваль Холи в Индии, карнавал в Рио-де-Жанейро и так далее).

Общество будет осуществлять поддержку развития событийного туризма в Казахстане, через реализацию событийных проектов, в том числе по развитию эко- и этнотуризма, а также медицинского, делового, спортивного и детско-юношеского туризма.

Так, в 2018 – 2019 годах общество осуществляло организацию и проведение крупных якорных мероприятий, таких как международный этно-культурный фестиваль кочевой культуры Kóshpendiler Álemi, конные и пешие экспедиции.

Однако, учитывая распространение в мире новой коронавирусной инфекции COVID-2019 и его штаммов, и, как следствие, кризис в экономическом развитии, проведение масштабных массовых мероприятий приостановлено.

Вместе с тем, по мере улучшения санитарно-эпидемиологической ситуации общество возобновит работу по поддержке событийного туризма, с принципиальным изменением подходов.

Так, если ранее обществом осуществлялись разработка идей мероприятий, их планирование, организация и продвижение на внутреннем и международном рынках, то в будущем планируется осуществление маркетинговой поддержки мероприятий, инициатором которых выступают местные исполнительные органы, бизнес-сообщество, частные лица.

Ежегодно обществом будет агрегироваться перечень планируемых мероприятий, и по результатам его анализа будет отбираться пул событийных "якорных" проектов, которые смогут заинтересовать и привлечь максимальное количество туристов и по которым обществом будет оказана поддержка в части их "упаковки", рекламы, продвижения.

Задача 3. Управление национальным туристским брендом

Общество будет осуществлять разработку и продвижение национальных туристских брендов на международном и внутреннем туристских рынках.

Работа общества по туристскому брендингу будет осуществляться с учетом разработки и утверждения национального бренда Казахстана.

После его разработки общество, взяв на себя роль странового бренд-менеджера в сфере туризма, выработает единую концепцию/стратегию продвижения туристских брендов Казахстана, предусматривающую ведение их реестра и активное участие всех заинтересованных сторон (государственных органов, ассоциаций, организаций, субъектов квазигосударственного сектора, туристского бизнеса).

Туристские бренды страны будут продвигаться через все имиджевые мероприятия и ресурсы заинтересованных ведомств (министерств туризма и спорта, иностранных дел, Фонда Первого Президента Республики Казахстан – Елбасы, акционерных обществ "Фонд национального благосостояния "Самрук-Қазына", "Эйр Астана", "Национальная компания "Қазақстан темір жолы", "Национальная компания "ҚазАвтоЖол", "Национальная компания "QazExpoCongress", отраслевых ассоциаций, акиматов). Также при продвижении казахстанского туристского бренда обществом будут использоваться ресурсы и налажено сотрудничество с представительствами Казахстана в зарубежных странах (дипломатические представительства, посольства, представительства национальных компаний).

Результатом работы по брендингу должны стать благоприятный туристский имидж Казахстана и готовность туристов платить за казахстанские турпродукты более высокую цену.

Ключевые показатели деятельности

Показатель	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Охват онлайн и офлайн продвижением на внутреннем рынке, млн просмотров	8	8	10	12	14	16	18	20	22	24
Охват онлайн и офлайн продвижением на целевых зарубежных рынках	160	180	200	240	260	280	300	320		360

туристских потоков, установления предельных нагрузок, при которых не утрачивается способность природных комплексов к самовосстановлению;

- развитие экологического, в том числе сельского и агротуризма;

- аналитическая и законодательная поддержка в вопросах развития видов туризма, напрямую связанных с использованием природных ресурсов;

- информационно-агитационная работа среди населения, направленная на повышение общей культуры туризма и бережного отношения к природе.

В целях обеспечения экономической составляющей устойчивого развития общество будет предпринимать меры, направленные на рост долгосрочной стоимости, обеспечение интересов акционеров и других заинтересованных сторон, повышение эффективности процессов и производительности труда.

В рамках реализации социальной составляющей устойчивого развития обществом будет проводиться работа по обеспечению безопасности труда, сохранению здоровья работников, созданию условий для индивидуального развития персонала. Кроме того, обществом будут проводиться мероприятия по развитию компетенций субъектов туристского и сопутствующего бизнеса через организацию обучающих мероприятий, тренингов, стажировок, мастер-классов, курсов повышения квалификации.

Задача 1. Обеспечение финансовой устойчивости

В целях обеспечения самокупаемости и финансовой устойчивости финансовая модель общества будет совершенствоваться в сторону расширения и дифференциации источников финансирования.

Мероприятия в рамках выбранных стратегических направлений деятельности общества, соответствующие компетенции, необходимые для их реализации, дадут возможность обществу увеличить линейку альтернативных источников дохода, в том числе за счет:

1) оказания услуг по организации мероприятий, направленных на привлечение въездных и внутренних туристов;

2) сопровождения и консалтинга инвесторов по реализации проектов туристской отрасли;

3) неконтрольного участия в инвестиционных проектах путем приобретения доли в уставном капитале, с учетом наличия ресурсов;

4) консультационных, маркетинговых и информационно-аналитических услуг (проведение исследований, обучающие мероприятия, развитие компетенций, оценка деятельности субъектов туристского рынка);

5) оказания услуг по администрированию инструментов поддержки и стимулирования туристского бизнеса и туризма в Казахстане;

6) организации и проведения мероприятий по продвижению туристских возможностей на международном и внутреннем туристских рынках;

7) создания и внедрения специализированных информационных систем и цифровых продуктов;

8) осуществления туристской деятельности, направленной на создание и/или развитие туристских ресурсов;

9) осуществления управления объектами туристской деятельности на особо охраняемых природных территориях.

При этом финансовая модель будет формироваться с обязательным соблюдением требований национального законодательства и международных стандартов в области защиты и развития конкуренции.

В целом, финансовая политика общества будет осуществляться с учетом следующих принципов:

1) целенаправленность – предполагает ориентацию на четко сформулированную стратегическую цель деятельности общества. Все планируемые организационно-финансовые мероприятия должны обеспечивать достижение именно заданной цели;

2) реализуемость – при постановке долгосрочных целей и определении стратегии их достижения учитываются реальные возможности общества. Поставленные цели должны быть реализуемы, а задачи выполнимы;

3) комплексность – всесторонний анализ и учет информации позволяет своевременно реагировать на изменения внешней и внутренней среды;

4) перспективность – финансовое стратегическое планирование направлено на долгосрочную перспективу;

5) приоритетность – долгосрочная стратегическая линия является приоритетной и определяющей по отношению ко всей последующей работе.

Для повышения эффективности управления финансовыми ресурсами в обществе будет разработана комплексная модель управления ликвидностью и финансовыми рисками компании. Ее реализация обеспечит прозрачность и контроль над денежными потоками компании, доступность и качество информации, необходимой для принятия решений, снижение негативного влияния финансовых рисков на результаты деятельности компании.

Задача 2. Совершенствование системы корпоративного развития

В рамках становления и развития эффективной системы корпоративного управления обществом будет проводиться работа по повышению эффективности деятельности органов управления компании и их взаимодействия, а также выстраиванию эффективных внутренних бизнес-процессов.

Ключевыми факторами эффективности деятельности Совета директоров и правления и принятых ими решений являются качество, своевременность и полнота

вносимых на рассмотрение материалов. В связи с этим будут усилены контроль и ответственность работников общества, а также юридическое сопровождение при подготовке материалов.

Движущей силой в реализации стратегических задач являются корректно выстроенные бизнес-процессы. В связи с этим обществом на периодической основе будет осуществляться анализ и проводиться работа по совершенствованию бизнес-процессов внутри организации, исключению дублирующих функций и возможных конфликтов интересов, а также вырабатываться предложения по автоматизации бизнес-процессов.

С целью улучшения качества корпоративного управления в обществе будет внедрена практика периодической диагностики корпоративного управления (структура, процессы, прозрачность) на основе методик лучшей мировой практики.

В целях повышения прозрачности деятельности, формирования положительного имиджа и повышения вовлеченности профессионального сообщества в сфере туризма в реализуемые компанией мероприятия и программы обществом будет проводиться активное и целенаправленное информирование общественности в целом и ключевых контрагентов о своей деятельности.

Общество, как субъект квазигосударственного сектора, будет обеспечивать прозрачность принимаемых решений в части реализации отдельных внутренних процедур, привлекающих наибольшее внешнее внимание: проведение закупок, набор персонала на занятие вакантных должностей, инвестиционная деятельность.

Общество будет обеспечивать раскрытие актуальной информации о финансовом состоянии, дивидендной политике, достигнутых результатах, перспективах развития и другой информации, подлежащей раскрытию в соответствии с действующим законодательством об акционерных обществах, а также иной информации об изменениях, новых видах, направлениях и результатах деятельности общества, выгодах сотрудничества с обществом и успешных проектах.

Общество будет стремиться к внедрению передовых практик корпоративного управления и не менее одного раза в три года проводить независимую оценку корпоративного управления в компании.

Задача 3. Повышение эффективности кадровой политики

Успешная реализация стратегических целей и задач общества зависит от качества человеческих ресурсов и их мотивации.

В связи с этим кадровая политика общества будет осуществляться на принципах социальной ответственности, прозрачности системы управления персоналом, преемственности знаний и опыта, индивидуальной ответственности работников, взаимосвязи интересов и целей общества и работников. Кроме того, в целях реализации государственной гендерной политики общество будет стремиться к увеличению доли женщин на уровне принятия решений.

Повышение качества трудовых ресурсов общества, как ключевого актива компании, будет осуществляться за счет управления процессами подбора и адаптации персонала, повышения профессионального уровня работников.

В целях продуктивного управления имеющимся кадровым потенциалом общества будет организована работа по обучению и профессиональному развитию работников общества для повышения качества выполняемого функционала, а также получения необходимых дополнительных знаний.

В обществе в целях сохранения наработанных компетенций будет сформирована практика планирования преемственности. Планирование преемственности будет осуществляться через инструменты кадрового резерва, наставничества и периодической ротации персонала в зависимости от профессиональных качеств работников и функциональных задач компании.

Система управления эффективностью труда в обществе будет нацелена на обеспечение прямой и стабильной заинтересованности каждого работника в повышении личной трудовой эффективности, а также на привлечение и удержание высококвалифицированных специалистов. Управление эффективностью труда (деятельности) будет осуществляться за счет создания благоприятных условий труда работников через такие инструменты, как социальная поддержка, материальное стимулирование, оценка деятельности.

Оценка эффективности деятельности работников, как рычаг повышения производительности труда работников, будет осуществляться посредством установления индивидуальных ключевых показателей деятельности и оценки персонала.

Эффективные коммуникации и взаимодействие работников будут обеспечиваться путем проведения корпоративных мероприятий, формирования эффективных внутренних каналов коммуникации, регулярного изучения мнений и предложений работников, в том числе в рамках встреч с руководством общества.

Общество планирует обеспечивать уровень текучести кадров не более 15 %, как общепринятый в отечественном квазигосударственном секторе уровень естественной текучести кадров.

В соответствии с поручением Главы государства, данным на четвертом заседании Национального совета общественного доверия от 22 октября 2020 года, необходимо обеспечить поэтапное повышение доли женщин в руководящих органах компаний с государственным участием до 30%.

На текущий момент доля женщин среди руководителей структурных подразделений составляет 55 %, в составе исполнительного органа общества – 25 % (1 из 4), а доля женщин в составе Совета директоров общества – 14 % (1 из 7). При этом в общей численности общества количество работников женского пола составляет 52 %.

Кадровая политика общества будет нацелена на дальнейшее обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей женщин, в том числе обеспечение поэтапного повышения доли женщин в руководящих органах общества до 30%.

Ключевые показатели деятельности

Показатель	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030	2031
Вклад общества в экономику, % от валового внутреннего продукта на душу населения	0,6	0,8	0,85	0,9	0,95	1	1,1	1,2	1,3	1,4
Получение рейтинга корпоративного управления, оценка по 10-балльной шкале	-	-	4	-	-	6	-	-	7	-
Увеличение доли женщин на уровне принятия решений, %	25	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Ожидаемые результаты:

1) вклад общества в экономику страны увеличится с 0,6 % от валового внутреннего продукта на душу населения в 2022 году до 1,4 % от валового внутреннего продукта на душу населения в 2031 году;

2) в обществе будет внедрена практика и один раз в три года будет проводиться диагностика корпоративного управления с получением рейтинга;

3) обществом будет обеспечен планомерный рост рейтинга корпоративного управления;

4) обществом будет обеспечен уровень текучести кадров не более 15 % в год.

Раздел 4. Управление рисками

Сноска. Раздел 4 – в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

В рамках реализации настоящего Плана развития общество может столкнуться со следующими рисками:

№ п/п	Риски (описание, последствия)	М е р ы п о предупреждению риска	Меры по реагированию в случае наступления риска
Риски привлечения инвестиций			
1	Отсутствие инвестиционных предложений со стороны инициаторов проектов/интереса со стороны потенциальных инвесторов.	1. Повышение осведомленности потенциальных инвесторов об имеющихся инвестиционных предложениях и возможностях. 2. Тесное сотрудничество с местными исполнительными органами по вопросам разработки и реализации инвестиционных проектов в сфере туризма. 3. Выработка предложений по совершенствованию инвестиционного климата.	Самостоятельное инициирование обществом привлекательных инвестиционных предложений на основе проведенных маркетинговых исследований. Пересмотр критериев отбора и механизмов финансирования проектов.
2	Валютные риски: возможные потери и уход инвестора из проекта в связи с резким колебанием курса валют.	1. Учет валютных рисков в процессе планирования и структурирования проекта. 2. Максимизация доли местного содержания в структуре затрат проекта. 3. Заключение фьючерсных контрактов.	Поиск новых/дополнительных источников финансирования, альтернативных поставщиков

Риски привлечения инвестиций

3	Отсутствие средств, выделенных на финансирование проектов посредством долевого участия в якорных проектах, что делает практически невозможной инвестиционную деятельность компании.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Создание инвестиционной базы проектов общества на 5-летний период. 2. Поиск дополнительного финансирования по линии международных институтов развития. 	Создание фонда прямых инвестиций, отраслевых инвестиционных фондов, различных финансовых институтов, в том числе государственных и международных
---	---	--	--

Риски аналитической деятельности общества

4	Риск того, что рекомендации и предложения общества не будут использованы и внедрены соответствующими центральными и местными исполнительными органами, организациями	<ol style="list-style-type: none"> 1. Совместная проработка исследуемых вопросов с заинтересованными органами и организациями. 2. Доведение выработанных рекомендаций до сведения отраслевых и предпринимательских ассоциаций, распространение среди экспертного и бизнес-сообщества, партий и т.д. 	Агрегирование данных и выработка предложений по системному развитию туристской отрасли с вынесением на уровень Правительства Республики Казахстан
---	--	---	---

Риски цифровизации туристской отрасли

5	Неготовность участников туристического рынка к переходу к цифровому бизнесу (ментальная, техническая).	<ol style="list-style-type: none"> 1. Развитие компетенций туристического бизнеса и распространение знаний/информации по вопросам цифровизации бизнес-процессов при осуществлении туристской деятельности. 2. Выявление технических проблем, которые могут препятствовать внедрению цифровых технологий (в рамках маркетинговых исследований), выработка рекомендаций по их нивелированию. 	Проведение информационно-разъяснительной работы с участниками туристского рынка о преимуществах и необходимости внедрения цифровых инструментов управления бизнесом. Предложения в уполномоченный орган в сфере информатизации по развитию информационной системы и цифровой инфраструктуры.
---	--	--	--

Финансовые риски

6	Отсутствие средств, выделенных на реализацию запланированных	Координация работы местных исполнительных органов и других органов и организаций по	Поиск дополнительного финансирования по
---	--	---	---

	мероприятий Плана развития, и/или их недостаточный объем.	развитию и продвижению внутреннего и въездного туризма	линии институтов развития, в том числе международных
Риски продвижения			
7	"Слабый" бренд: риск того, что туристские бренды Казахстана не будут выделяться среди конкурентов и не вызовут интереса у потенциальных туристов. Это приведет к отсутствию ожидаемого роста турпотока в страну и неэффективности затрат на брендинг и продвижение.	1. Качественная проработка на стадии формирования бренда. 2. Тестирование бренда.	Мероприятия по ребрендингу с учетом прошлого опыта
8	Противоречие между обещаниями бренда и возможностями туристских ресурсов и инфраструктуры Казахстана. Это сведет к нулю повторность визитов в Казахстан и приведет к уменьшению количества лояльных клиентов в средне- и долгосрочной перспективе.	Проведение комплекса работ по развитию туристских ресурсов и повышению качества туристских услуг в Казахстане	1. Мероприятия по ребрендингу с учетом прошлого опыта. 2. Более интенсивное проведение мероприятий по развитию туристских ресурсов Казахстана.
9	Неохваченность продвижением той или иной аудитории, способной существенно увеличить туристские потоки в страну.	Периодический анализ и маркетинг внешних рынков	Актуализация маркетинговой стратегии продвижения
Последствия пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-2019			
10	Продление пандемии новой коронавирусной инфекции COVID-2019 и связанных с ней запретов на пересечение границ и свободное передвижение людей. Приобретенные страхи у людей к путешествиям. Эти факторы могут свести к нулю предпринятые обществом меры по развитию туризма в Казахстане.	Распространение информации о предпринятых в Казахстане мерах безопасности, эпидемиологической ситуации в регионах. Создание условий для социально-дистанцированной логистики и отдыха туристов. Приоритетное продвижение внутреннего туризма.	Использование времени вынужденного простоя отрасли для развития инфраструктуры и подготовки контента для качественных и интересных туристских продуктов и услуг

Сноска. Правый верхний угол - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

Методология расчета ключевых показателей деятельности акционерного общества "
Национальная компания "Kazakh Tourism"

Сноска. Методология с изменениями, внесенными постановлением Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

1. Показатель "Объем привлеченных инвестиций в проекты туристской отрасли"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение:

1) показателей Национального плана – 2025 "Инвестиции в основной капитал" (для отрасли "Услуги по проживанию и питанию") и "Валовый приток прямых иностранных инвестиций);

2) индикатора Концепции "Рост инвестиций в услугах по проживанию и питанию".

Методика:

При расчете фактического уровня объема привлеченных обществом инвестиций в проекты туристской отрасли в отчетном периоде будут учитываться:

1) стоимость проектов, в которых общество приняло участие, в том числе:

вложенные в отчетном периоде государственные инвестиции;

вложенные в отчетном периоде частные отечественные и иностранные инвестиции;

стоимость основных и нематериальных активов, внесенных в отчетном периоде в оплату уставного капитала созданных под реализацию проекта совместных предприятий;

2) частные отечественные и иностранные инвестиции (в том числе, стоимость ликвидных, основных и нематериальных активов), вложенные в отчетном периоде в проекты, по которым общество оказало содействие в выделении льготного финансирования, преференций, решении земельных, инфраструктурных и иных проблемных вопросов с государственными органами;

3) частные отечественные и иностранные инвестиции (в том числе, стоимость ликвидных, основных и нематериальных активов), вложенные в отчетном периоде в проекты, по которым общество осуществляло консалтинг, сопровождение и "упаковку"

Единица измерения: млрд тенге.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации:

Решения органов общества, учредительные договоры и уставы совместно создаваемых компаний, обращения в/ ответы от уполномоченных государственных органов, меморандумы и соглашения с инвесторами, партнерами и инициаторами проектов, протоколы встреч с инвесторами и партнерами, официальная переписка.

2. Показатель "Объем привлеченных иностранных инвестиций в проекты туристской отрасли"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателя Национального плана – 2025 " Валовой приток прямых иностранных инвестиций".

Методика:

При расчете фактического уровня объема привлеченных обществом иностранных инвестиций в проекты туристской отрасли в отчетном периоде будут учитываться:

1) стоимость вложенных в отчетном периоде иностранных инвестиций в проекты, в которых общество приняло участие;

2) иностранные инвестиции (в том числе, стоимость ликвидных, основных и нематериальных активов), вложенные в отчетном периоде в проекты, по которым общество оказало содействие в выделении льготного финансирования, преференций, решении земельных, инфраструктурных и иных проблемных вопросов с государственными органами;

3) иностранные инвестиции (в том числе, стоимость ликвидных, основных и нематериальных активов), вложенные в отчетном периоде в проекты, по которым общество осуществляло консалтинг, сопровождение и "упаковку".

Единица измерения: млрд тенге.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации:

Решения органов общества, учредительные договоры и уставы совместно создаваемых компаний, обращения в/ ответы от уполномоченных государственных органов, меморандумы и соглашения с инвесторами, партнерами и инициаторами проектов, протоколы встреч с инвесторами и партнерами, официальная переписка.

3. Показатель "Увеличение единовременной вместимости в туристских дестинациях "

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателя Национального плана-2025 "Рост производительности труда" (услуги по проживанию и питанию) и индикатора Концепции "Увеличение занятости в отрасли туризма".

Введение в местах туристского интереса новых современных мест размещения, в том числе в тех дестинациях, где сейчас таковых не имеется (национальные парки),

позволит увеличить объем услуг, оказанных местами размещения, и, соответственно, повысить производительность труда услуг по проживанию и питанию.

Методика:

При расчете фактического уровня увеличения единовременной вместимости в туристских дестинациях будет учтено количество вновь построенных и/или введенных в эксплуатацию в отчетном периоде койко-мест в рамках инвестиционных и инфраструктурных проектов, в отношении которых общество:

1) приняло финансовое участие;

2) оказало содействие в выделении льготного финансирования, преференций, решении земельных, инфраструктурных и иных проблемных вопросов с государственными органами;

3) осуществляло консалтинг, сопровождение и "упаковку".

Единица измерения: количество койко-мест.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации: официальные данные инвесторов, партнеров, местных исполнительных органов о количестве вновь введенных койко-мест.

4. Показатель "Количество участников обучающих мероприятий общества"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателя Национального плана – 2025 "Рост производительности труда" (по услугам по проживанию и питанию) через развитие компетенций работников сферы туризма и, соответственно, повышение производительности их труда.

Методика:

При расчете показателя будут учитываться отечественные и иностранные участники онлайн и офлайн семинаров, тренингов, курсов и иных обучающих мероприятий, организованных и проведенных обществом, в том числе на платформе онлайн академии внутреннего туризма.

Единица измерения: количество обученных человек.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации: списки участников обучающих мероприятий, выданные сертификаты об обучении.

5. Показатель "Увеличение охвата мест размещения (юридических лиц) информационной системой "eQonaq" (eHotel)"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателя Концепции "Увеличение охвата гостиниц информационной системой "eQonaq" до 100 %".

Методика:

Фактический уровень охвата мест размещения (юридических лиц) информационной системой "eQonaq" (eHotel) в отчетном периоде рассчитывается по формуле:

$$O = \text{MPQ} / \text{MP} * 100,$$

где:

O – охват мест размещения (юридических лиц) информационной системой "eQonaq" (eHotel) в отчетном периоде;

MPQ – число мест размещений (юридических лиц), фактически подключенных к информационной системе eQonaq (eHotel) к концу отчетного периода;

MP - общее количество мест размещений (юридических лиц) в Республике Казахстан к концу отчетного периода согласно официальной статистической информации.

Единица измерения: %

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации:

аналитическая информация из информационной системы eQonaq (eHotel) о количестве зарегистрированных объектов размещения (юридических лиц);

официальная статистическая информация о количестве мест размещения в Республике Казахстан.

6. Исключена постановлением Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

7. Показатель "Количество детей, охваченных инструментом субсидирования стоимости авиабилета, включенного в туристский продукт"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателя Национального плана – 2025 "Рост производительности труда" (по услугам по проживанию и питанию) через повышение ценовой доступности и спроса на субсидируемые пакетные туры, обязательно включающие в себя организованные услуги по проживанию и питанию.

Методика:

Фактическое количество несовершеннолетних граждан Республики Казахстан в возрасте от 2-х до 18-ти лет, перевезенных воздушным транспортом с применением инструмента субсидирования стоимости билета, включенного в туристский продукт, будет формироваться согласно представленной информации о фактически проданных туристских услугах по туристским продуктам в целях получения субсидирования на проданные детские авиабилеты, реализованные в составе туристского продукта.

Единица измерения: тысяч человек.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации: информация туристских операторов.

8. Показатель "Охват онлайн и офлайн продвижением на внутреннем рынке"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателя Концепции по увеличению количества въездных туристов через повышение информированности о возможностях туризма в Казахстане потенциальных туристов из целевых рынков и аудиторий.

Методика:

Охват включает фактический охват аудитории онлайн рекламой (просмотры в социальных сетях, на видеохостингах, портале, баннерная реклама, реклама в поисковых системах и прочее), полученный из отчетов соответствующих площадок, и потенциальный охват традиционной рекламой (реклама на телевидении, наружная реклама, продвижение на массовых площадках).

Единица измерения: млн просмотров.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации: данные площадок о фактических просмотрах и потенциальном охвате.

9. Показатель "Охват онлайн и офлайн продвижением на целевых зарубежных рынках"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателей Государственной программы по охвату зарубежной целевой аудитории и количеству въездных и внутренних туристов через повышение информированности о возможностях туризма в Казахстане потенциальных туристов из целевых рынков и аудиторий.

Методика:

Охват включает фактический охват аудитории онлайн рекламой (просмотры в социальных сетях, на видеохостингах, портале, баннерная реклама, реклама в поисковых системах и прочее), полученный из отчетов соответствующих площадок, и потенциальный охват традиционной рекламой (реклама на телевидении, наружная реклама, продвижение на массовых площадках).

Единица измерения: млн просмотров.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации: данные площадок о фактических просмотрах и потенциальном охвате.

10. Показатель "Вклад общества в экономику"

Влияние на показатели Системы государственного планирования:

Показатель нацелен на достижение показателей Национального плана – 2025 "Валовой внутренний продукт на душу населения в номинальном выражении" и "Валовой внутренний продукт на душу населения по паритету покупательской способности".

Методика:

Расчет вклада общества в экономику осуществляется методом дохода, по аналогии с применяемой в статистике методикой расчета валового внутреннего продукта методом доходов.

Расчет показателя осуществляется по формуле:

$$\text{Вклад} = (\text{ОТ} + \text{ЧН} + \text{ВП} + \text{ПД}) / \text{V}_{\text{ВВП}} * 100 \%,$$

где:

вклад – вклад общества в экономику в отчетном периоде;

ОТ – оплата труда работников общества в отчетном периоде, включающая в себя заработную плату и отчисления на социальное страхование;

ЧН – сумма уплаченного в бюджет в отчетном периоде НДС;

ВП – валовая прибыль, полученная обществом от основной деятельности в отчетном периоде, и рассчитанная как разность между валовым доходом общества и себестоимостью оказанных услуг (по отчетному периоду);

ПД – прочий доход общества;

Вввп – объем валового внутреннего продукта страны на душу населения.

Единица измерения: %.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации: бухгалтерские и финансовые документы общества и иные справочные данные, в том числе уполномоченных органов.

11. Показатель "Получение рейтинга корпоративного управления"

Методика:

Фактический уровень рейтинга будет получен по итогам оценки специализированной независимой компании, привлеченной обществом для определения уровня корпоративного управления в компании.

Единица измерения: место в рейтинге по шкале от 1 до 10.

Периодичность оценки: один раз в три года, начиная с 2023 года.

Источники информации: отчет по оценке уровня корпоративного управления в обществе привлеченной независимой специализированной компании.

12. Показатель "Увеличение доли женщин на уровне принятия решений"

Методика:

Доля женщин на уровне принятия решений рассчитывается по формуле:

$$K = \text{Пж} / \text{По} * 100 \%,$$

где:

К – доля женщин на уровне принятия решений;

Пж – количество женщин в исполнительном органе общества;

По – общее число членов исполнительного органа общества.

Единица измерения: %, по сравнению с предыдущим годом.

Периодичность оценки: ежегодно.

Источники информации: фактические данные о численности и составе исполнительного органа общества в отчетном году.

Сноска. Правый верхний угол - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

Стратегическая карта

Сноска. Таблица - в редакции постановления Правительства РК от 01.12.2023 № 1070.

Общенациональные приоритеты	Национальный план развития Республики Казахстан до 2025 года	Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы	План развития Министерства туризма и спорта Республики Казахстан на 2023 – 2027 годы	Ключевые показатели деятельности акционерного общества "Национальная компания "Kazakh Tourism", предусмотренные Планом развития
1	2	3	4	5
Доведение к 2025 году валового притока прямых иностранных инвестиций до 30 млрд долларов США	1. Обеспечить к 2025 году реальный рост инвестиций в основной капитал в разрезе услуг по проживанию и питанию до 87,3 % к уровню 2019 года. 2. Обеспечить к 2025 году валовой приток прямых иностранных инвестиций 30 млрд долларов США.	Рост инвестиций в услугах по проживанию и питанию до 260 млрд тенге	Рост инвестиций в услугах по проживанию и питанию к 2027 году до 200 млрд тенге	1. Обеспечить к 2031 году привлечение при содействии/участии общества не менее 1473 млрд тенге инвестиций в проекты туристской отрасли. 2. Обеспечить к 2031 году привлечение при содействии/участии общества не менее 221 млрд тенге иностранных инвестиций в проекты туристской отрасли.
-				Увеличить к 2031 году одновременную вместимость в туристских дестинациях на 22200 новых койко-мест (в рамках инвестиционных проектов,

-	Обеспечить к 2025 году прирост производительности труда услуг по проживанию и питанию на 12,2 % от уровня 2019 года.	Увеличение занятости в отрасли туризма до 800 тыс. человек в 2029 году. Увеличение охвата гостиниц информационной системой "eQonaq" до 100 % в 2029 году.	1. Увеличение количества номерного фонда до 208 530 койко-мест в 2023 году. 2. Увеличение занятости в отрасли туризма к 2027 году до 690 тыс человек.	реализованных при содействии/участии общества). Обеспечить охват инструментом субсидирования стоимости авиабилета, включенного в туристский продукт, не менее 108,8 тысяч детей. Обеспечить охват обучающими мероприятиями общества не менее 14 тысяч человек Обеспечить в 2029 году охват мест размещения (юридических лиц) информационной системой "eQonaq" (eHotel) до 100 %
-	-	Увеличение количества внутренних туристов до 11 млн человек в 2029 году	Увеличить к 2027 году количество внутренних туристов до 9 млн человек	Увеличить охват онлайн и офлайн продвижением на внутреннем рынке с 8 млн в 2021 году до 24 млн в 2031 году
-	-	Увеличение количества въездных туристов в 2029 году до 4 млн человек	Увеличить к 2027 году количество въездных туристов до 4 млн человек	Увеличить охват онлайн и офлайн продвижением на зарубежном рынке со 160 млн просмотров в 2021 году до 360 млн в 2031 году
-	1. Увеличение валового внутреннего продукта на душу населения в номинальном выражении к 2025 году до 14,6 тысячи долларов США. 2. Увеличение валового внутреннего продукта на душу	-	Рост объема валовой добавленной стоимости в отрасли туризма к 2027 году до 5,1 трлн тенге	Обеспечить увеличение вклада общества в экономику страны с 0,6 % от валового внутреннего продукта на душу населения в 2022 году до 1,4 % от валового внутреннего

населения по паритету покупательской способности к 2025 году до 36,2 тысячи международных долларов.			продукта на душу населения в 2031 году
---	--	--	--

© 2012. РГП на ПХВ «Институт законодательства и правовой информации Республики Казахстан»
Министерства юстиции Республики Казахстан