**Қазақстан Республикасының**

**туристік саласын дамытудың 2025 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы**

Қазақстан Республикасының үкіметі қаулы **ЕТЕДІ:**

1. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2025 жылға дейінгі тұжырымдамасы бекітілсін.

2. «Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 30 маусымдағы № 406 қаулысының күші жойылды деп танылсын.

3. Осы қаулы қол қойылған күнінен бастап қолданысқа енгізіледі.

|  |  |
| --- | --- |
| **Қазақстан Республикасының** **Премьер-Министрі**  |  **А. Мамин** |

**Қазақстан Республикасы**

**Үкіметінің**

**2021 жыл «\_\_» \_\_\_\_\_\_**

**№ \_\_\_ қаулысымен**

**БЕКІТІЛДІ**

**Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2025 жылға дейін Тұжырымдамасы**

Мазмұны

1. Паспорт

2. Туристік саланы дамытудың ағымдағы жағдайын талдау

3. Халықаралық тәжірибеге шолу

4. Туристік саланы дамыту пайымы

5. Туристік саланы дамытудың негізгі қағидаттары мен тәсілдері

6. Нысаналы индикаторлар және күтілетін нәтижелер

7. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2025 жылға дейінгі тұжырымдамасын іске асыру жөніндегі іс-қимыл жоспары

1. Концепция паспорты

|  |  |
| --- | --- |
| Атауы | Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2025 жылға дейінгі тұжырымдамасы (бұдан әрі – Тұжырымдама) |
| Әзірлеу үшін негіздеме (іске асырылуы үшін тұжырымдаманы, тапсырманы әзірлеу қамтамасыз етілетін МЖЖ-нің жоғары тұрған құжаттары көрсетіледі ) | 1. «Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі ұлттық даму жоспарын бекіту және Қазақстан Республикасы Президентінің кейбір жарлықтарының күші жойылды деп тану туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2018 жылғы 15 ақпандағы № 636 Жарлығына өзгерістер енгізу туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2021 жылғы 26 ақпандағы № 521 Жарлығы.2. «Мемлекет басшысының 2020 жылғы 1 қыркүйектегі «Қазақстан Жаңа нақты ахуалда: іс-қимыл уақыты» атты Қазақстан халқына Жолдауын іске асыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Президентінің 2020 жылғы 14 қыркүйектегі № 413 Жарлығы.3. «Қазақстан Республикасының Мемлекеттік жоспарлау жүйесін бекіту туралы» Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2017 жылғы 29 қарашадағы № 790 қаулысы.4. «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне туристік қызмет мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» 2021 жылғы 30 сәуірдегі Қазақстан Республикасының Заңын іске асыру жөніндегі шаралар туралы» Қазақстан Республикасы Премьер-Министрінің 2021 жылғы 3 маусымдағы № 100-ө Өкімі |
| Әзірлеуге және іске асыруға жауапты мемлекеттік орган, сондай-ақ тұжырымдаманы іске асыруға жауапты мемлекеттік органдар мемлекеттік органдар  | Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігі, Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі, Қазақстан Республикасы Сауда және интеграция министрлігі, Қазақстан Республикасы Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау министрлігі, Қазақстан Республикасы Экология, Геология және табиғи ресурстар министрлігі, Қазақстан Республикасы Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігі, Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігі, Қазақстан Республикасы Білім және ғылым министрлігі, Қазақстан Республикасы Цифрлық даму, инновациялар және аэроғарыш өнеркәсібі министрлігі, Қазақстан Республикасының Ішкі істер министрлігі, Қазақстан Республикасының Қаржы министрлігі, Қазақстан Республикасының Энергетика министрлігі, Қазақстан Республикасының Сыртқы істер министрлігі, Қазақстан Республикасының Ақпарат және қоғамдық даму министрлігі, Қазақстан Республикасының Ұлттық қауіпсіздік комитеті, Қазақстан Республикасының Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігі, жергілікті атқарушы органдар, «Атамекен» ҰКП (келісім бойынша), «Бәйтерек» ҰБХ» АҚ (келісім бойынша), «ҚазАвтоЖол» ҰК» АҚ(келісім бойынша), «Қазақ инвест» ҰК» АҚ (келісім бойынша), «ҚТЖ» ҰК» АҚ, «Қазақтелеком» АҚ (келісім бойынша), «Kazakh Tourism» ҰК» АҚ (келісім бойынша) |
| Іске асыру мерзімі | 2022-2025 жылдар |

**2. Туристік саланы дамытудың ағымдағы жағдайын талдау**

**Әлемдегі ағымдағы жағдайды бағалау**

Туризм – бұл әлемдік экономиканың ең ірі ғана емес, сонымен бірге қарқынды дамып келе жатқан саласы, оның өсу қарқыны экономиканың басқа салаларының өсу қарқынынан 2 есе жоғары. Негізгі көрсеткіштер бойынша, оның ішінде инвестициялық салымдардың тиімділігі бойынша туризмді мұнай өндіру өнеркәсібімен салыстыруға болады.

Пандемияға дейін туризм әлемдік жиынтық өнімнің шамамен 10%-ын, қызметтердің әлемдік экспортының 30%-ын, әлемдік инвестициялардың 7%-ын, жұмыс орындарының 10%-ын және барлық салық түсімдерінің 5%-ын құрады.

Қызметтермен экспорттық-импорттық операцияларды көздейтін сыртқы сауданың маңызды сегменті ретінде әрекет ететін Туризм «көрінбейтін» экспорттың ерекшелігіне ие. Өнімдері тұтынушыға тасымалданатын экономиканың басқа салаларынан айырмашылығы, ол адамдардың рекреациялық ресурстарды шоғырландыру орындарына қоныс аударуына әкеледі, ал бұл ресурстарды тұтыну белгілі бір жерде жүреді.

Соңғы алты онжылдықта әлемде туризмнің тоқтаусыз өсуі байқалды. Көптеген елдерде Халықаралық туризм жұмыс орындарын құру, қызметтерді экспорттау және инфрақұрылымды дамыту арқылы әлеуметтік-экономикалық дамудың драйвері болды.

Жаһандық коронавирустық пандемия экономиканың әртүрлі салаларына, соның ішінде туристік салаға әсер еткен әлемдегі ең үлкен дағдарысқа әкелді. Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO) деректері бойынша 2020 жыл жаһандық туризм үшін тарихтағы ең нашар жыл болды: халықаралық сапарлар саны 2019 жылмен салыстырғанда 74%-ға азайды.

2019 жылы Саяхат және туризм секторы әлемдік ЖІӨ-ге 10,4%-ды енгізді, оның үлесі ұтқырлықтың шектеулеріне байланысты 2020 жылы 5,5%-ға дейін төмендеді.

Іс жүзінде барлық елдер туризм саласындағы, оның ішінде ұсынылатын туристік өнімдерге, нысаналы сегменттерге мемлекеттік қолдау шаралары жөніндегі өз саясатын қайта қарайды.

Пандемиядан бұрын саяхат пен туризм (оның тікелей, жанама және индукцияланған салдарын қоса алғанда) бүкіл әлемде құрылған барлық 4 жаңа жұмыс орындарының 1-ін, барлық жұмыс орындарының 10,6%-ын (334 миллион) және әлемдік ЖІӨ-нің 10,4%-ын (9,2 триллион АҚШ доллары) құрады.

Саяхат және туризм секторы 4,7 трлн. АҚШ долларына жетіп, 4,5 трлн-ға жуық шығынға ұшырады, бұл ретте ЖІӨ-ге салым 2019 жылмен салыстырғанда 49,1%-ға қысқарды, ал әлемдік экономиканың ЖІӨ-нің төмендеуі 2020 жылы 3,7%-ды құрады.

Азия — Тынық мұхиты аймағында сапарлар санының ең көп төмендеуі тіркелді – минус 84 %, Таяу Шығыс пен Африкада 75% құлдырау байқалды, Еуропада 70% төмендеу тіркелді, Солтүстік және Оңтүстік Америкада 69% төмендеу байқалды.

Бұл экспорттық кірістің 1,3 трлн. АҚШ долл. төмендеуіне әкелді, бұл 2009 жылғы жаһандық экономикалық дағдарыс кезінде болған шығындардан 11 есе көп.

2020 жылы 62 миллион жұмыс орны жоғалды, бұл әлемдік секторда 2019 жылы 334 миллионға қарағанда 272 миллион адамды жұмыспен қамтып 18,5% төмендеуді құрады.

Осыған байланысты ішкі және шетелдік қонақтардың қажеттіліктерін түрлі туристік қызметтермен қанағаттандыру үшін кең мүмкіндіктерді қамтамасыз ететін заманауи жоғары тиімді және бәсекеге қабілетті туристік кешен құру қажеттілігі туындады.

Осы Тұжырымдама көліктік және қалалық инфрақұрылымды дамытуды, автомобиль қатынасы мен тұрақты қалалық көліктің қолжетімділігін, әуе және теміржол қатынасын дамытуды, шекаралық өткізу пункттерінің, сумен жабдықтау және су бұру, қатты қалдықтарды басқару, электрмен жабдықтау және телекоммуникация, сервистік және басқа да туристік инфрақұрылымды (көлік хабтары, әуежайлар, теміржол вокзалдары, жергілікті маңызы бар автомобиль жолдары) дамытуды қоса алғанда, елдің туристік дестинацияларын кешенді дамытуды және абаттандыруды көрсетеді, елді мекендерден тыс туристік объектілерге кірме жолдар, жол бойындағы сервис, санитариялық-гигиеналық тораптар, аумақты абаттандыру, жұмсақ инфрақұрылым және т.б.), Қазақстанның табиғи, тарихи-мәдени, этностық әртүрлілігі мен гастрономиясының ерекшеліктерін ескере отырып, туристік дестинациялардың айналасында сапалы және теңтүпнұсқалы туристік өнімдер жасау. Экологиялық, жағажайлық, балаларға арналған, мәдени-танымдық, тау шаңғысы және т.б. туризм түрлерін дамытуға баса назар аударылатын болады.

Тұжырымдаманы қабылдау отандық туристік саланы тиімді дамыту үшін қажетті жағдайлар жасайды және 2025 жылы ЖІӨ құрылымында 8 %-дық үлеске қол жеткізу жөніндегі міндетке қол жеткізуге мүмкіндік береді.

**Қазақстандағы ағымдағы жағдайды бағалау**

Қазақстан туристік дестинация ретінде өзінің қалыптасуының бастапқы кезеңінде тұр.

2019 жылғы мамырда Туристік саланы дамытудың 2020-2025 жылдарға арналған Мемлекеттік бағдарламасы (бұдан әрі – мемлекеттік бағдарлама) қабылданды.

Мемлекеттік бағдарлама қабылданған сәттен бастап салада бірқатар маңызды шешімдер қабылданды: «Tax free» жүйесі енгізілді, визасыз елдердің тізімі 73 елге дейін кеңейтілді, көші-қон карточкалары мен шетелдіктерді 30 күнге дейінгі мерзімге тіркеу тоқтатылды, визалық-көші – қон режимін бұзғаны үшін жазалау шаралары ізгілендірілді, зерттеу жүргізілді және орналасқан жерлері көрсетіле отырып, санитариялық-гигиеналық тораптардың (бұдан әрі –СГТ) болуы қажет орындар анықталды, Қазақстанның туристік орындарында СГТ карталары жасалды, 99 СГТ-ді орнатуға 1 млрд теңге бөлінді, өткізу пункттерін одан әрі жаңғырту үшін ҚР ИИДМ балансына беру туралы шешім қабылданды, «Қарапайым заттар экономикасы» бағдарламасына туризмнің 5 ЭҚЖЖ енгізілді, мемлекеттік ұлттық табиғи парктерді (бұдан әрі – МҰТП) қайта қалыптастыру бойынша жұмыс басталды, Іле-Алатау МҰТП алғашқы жеке инвестордың инвестициясы тартылды, Қазақстанның 11 әуежайында «ашық аспан» режимі енгізілді, еліміздің салалық кадрлық әлеуетін дамыту үшін Түркістанда Халықаралық туризм және меймандостық университеті ашылды, туристік саланы мемлекеттік қолдаудың жаңа тетіктерін қамтамасыз ететін бірқатар жүйелі шаралар заңнамалық деңгейде қабылданды.

2019 жылы елге 8,5 млн. сырттан келушілер келді, олардың 90%-ы ТМД елдерінің азаматтары. Олардың елде өткізген орташа уақыты 3 күннен аспады.

Ішкі туризм әлеуетінің жеткіліксіз іске асырылуы 2019 жылы 2,7 млрд АҚШ долларын құрайтын туристік қызметтер импортымен 10,7 млн ​​адамды құрайтын шығатын туристік ағынның көрсеткішінен көрінеді.

Сонымен бірге, COVID-19 коронавирусының таралуынан қорғау үшін қабылданған шектеу және карантиндік шаралар 2020 жылы бүкіл әлемдегі туристік салаға қатты әсер етті.

Шекаралардың жабылуы қазақстандықтарды ел ішінде демалуға итермеледі. Көпшілігі қалаларға жақын табиғи демалыс орындарына, ұлттық парктер мен курорттық аймақтарға барды. Сондықтан ішкі туристік ағымдар келу және кету ағындарымен салыстырғанда аз дәрежеде азайды.

Мәселен, 2020 жылы ішкі туристер саны 4,5 млн. адамды құрады, бұл 2019 жылғы деңгейден 32,8%-ға (6,7 млн.адам) аз, бірақ сыртқа шығатын туристер санынан 1,6 есе көп. Ішкі туризмді дамыту елдегі туристік саланы дамытудың жаңа трендіне айналды.

Туризмнің жандануына қарай туризм индустриясының халықаралық сарапшылары ішкі туризмнің, ашық аспан астындағы және табиғаттағы туристік іс-шараларға сұраныстың өсуін болжайды.

Осы кезеңде барынша қолайлы жағдай жасау және отандастардың шетелдік сапарларын ішкі нарыққа қайта бағдарлау, сондай-ақ әлеуметтік қашықтық практикасын қолдау мүмкіндігімен Қазақстанда туризмді қауіпсіз және экологиялық ете отырып, шетелдік туристерді тартуға назар аудару орынды болып көрінеді.

Сонымен қатар, Қазақстан өз азаматтарының өмірі мен денсаулығын қорғау мақсатында 2020 жылғы 16 наурыз бен 11 мамыр аралығында еліміздің барлық аумағында төтенше жағдай енгізді.

Шекаралардың жабылуы туристік бизнеске және басқа да көптеген бизнеске соққы берді және нарықты толығымен тоқтатты. Бизнес үлкен қаржылық шығындарға ұшырады.

Түрлі сараптамалық деректер бойынша отандық туроператорлар мен турагенттер қызметінің кірістілігі 50-60%-ға төмендеді. Әр түрлі аймақтарда туризмнің көрсеткіштері аймақтық факторлардың әсерінен, қатаң шектеу шараларының болуы немесе болмауы салдарынан жақсы немесе нашар болды.

Бүкіл әлемдегі сияқты, Қазақстанда туризм саласындағы кәсіпкерлік субъектілері үшін дағдарысқа қарсы бірқатар шаралар қабылданды.

Бірінші кезекте салықтық демалыстарды ұсыну бойынша шаралар қабылданды, салықтардың бірқатар түрлерінен босату түрінде туристік сектор үшін қолдаудың жаңа құралдары әзірленді, карантин кезеңіне банктік кредиттердің төлемдері бойынша кейінге қалдырулар ұсынылды, оқшаулау кезеңінде мемлекеттен ең төменгі жалақыны төлеу қамтамасыз етілді.

Бұдан басқа, туристік саланы мемлекеттік қолдаудың жаңа тетіктерін қамтамасыз ететін бірқатар жүйелі шаралар заңнамалық деңгейде қабылданды.

**Туристік саладағы күшті және әлсіз жақтарды, мүмкіндіктер мен қауіптерді талдау**

|  |  |
| --- | --- |
| **Күшті жақтары** | **Әлсіз жақтары** |
| Мәдени-танымдық туризмді дамытуға мүмкіндік беретін Қазақстанның бірегей мәдениеті мен тарихы | Көлік-логистикалық, инженерлік-коммуникациялық, сервистік және басқа да туристік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, кейде болмауы, бұл өз кезегінде ұсынылатын туристік өнімнің сапасын төмендетеді |
| Туристік ағындардың тартылыс объектілеріне айналуы мүмкін бай табиғи ресурстар, сондай-ақ мемлекеттік ұлттық табиғи парктердің үлкен туристік әлеуеті | Баға мен сапаның арақатынасы: ұшулар мен тұру қызметтері көрші елдерге қарағанда қымбат |
| MICE, шытырман оқиғалы туризм, агротуризм және т.б. сияқты жаңа өнімдердің даму әлеуеті | Қазақстанда экотуризм тәсілдері мен саясаты қалыптастырылмаған |
| Табиғи әлеуметтік қашықтық | Негізгі дағдылардың болмауы және өнімділіктің төмен деңгейі саланы бәсекеге қабілеттілігін біршама төмендетеді. |
| Нұр-Сұлтан, Түркістан, Ақтау қалаларында және басқа да басым туристік аумақтарда (бұдан әрі –БТА) жаңа «тартылыс орталықтарын» салу және дамыту | Турист мәдениетінің төмен деңгейі және демалыс орындарындағы сервис деңгейі  |
| **Мүмкіндіктер** | **Қауіп-қатер** |
| Әлемде зерттелмеген жаңа туристік бағыттарға қызығушылықтың артуы | Covid-19 пандемиясына байланысты туристік ағымдар көлемінің төмендеуі |
| Туристік сұраныстың өсуі байқалатын дамып келе жатқан сыртқы нарықтарға аумақтық жақындығы (Ресей, ҚХР, Үндістан)  | Туристерге қолайлы жағдай жасау жолымен әлемдік туризм саласындағы бәсекелес дестинацияларды күшейту (пандемия кезінде шекараны ашу, жұқпауды кепілдендіру және т. б.) |
| COVID-2019 пандемиясынан кейін, атап айтқанда, жақын орналасқан елдерден туристік ағындардың қайта басталуы | Инвестициялық белсенділіктің төмен деңгейі |
| Пандемия кезінде шетелге саяхаттау қаупі салдарынан Қазақстандықтардың ішкі туризмге деген қызығушылығын арттыру | Қазақстанның туризм үшін қолайсыз ел ретіндегі бейнесін қалыптастыру, халықтың вакциналануының төмен болуынан, гигиена стандарттарының, әлеуметтік қашықтық тәжірибесінің болмауынан дестинацияларды теріс қабылдау, сондай-ақ оның инвестициялық тартымдылығының төмендеуі |
| Саланың инвестициялық тартымдылығының өсуі | Экономикалық мәселелерге байланысты тұтынушылардың сатып алу қабілетінің төмендеуі |
| Ішкі туризмді дамыту туристік базаны кеңейтуге және көрсетілетін қызметтердің алуан түрлілігіне алып келеді |  |

**Туристік саланы дамыту мәселелері**

Туристік саланы дамыту халықтың жұмыспен қамтылуын, келу және ішкі туризм көлемін ұлғайту есебінен мемлекет пен халық кірісінің тұрақты өсуін қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруға бағытталуы тиіс.

Осы мақсатқа қол жеткізу үшін мынадай міндеттерді шешу қажет: туризм инфрақұрылымын дамыту, туризмді мемлекеттік реттеу мен қолдаудың тиімді тетігін құру, елдің тартымды туристік имиджін қалыптастыру, туристік әлеуетті арттыру, ел ішінде және шетелде өзінің танымал бренді бар дестинациялар ретінде басым туристік аумақты қалыптастыру.

**1 мәселе.** Туристік тартылыс орындарында инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы

Туристік аумақтарға туристік ағындарды тарту кезінде негізгі тежеуші фактор көлік-логистикалық, инженерлік-коммуникациялық, сервистік және басқа туристік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, ал кейде болмауы болып табылады, бұл өз кезегінде ұсынылатын туристік өнімнің сапасын төмендетеді.

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда (бұдан әрі – ЕҚТА) жетіспейтін инфрақұрылымды құру үшін заңнамалық, инвестициялық және қаржы саласында бірқатар жүйелі мәселелер бар екенін атап өту қажет.

Сонымен қатар, туристердің туристік аумақтардағы және оларға барар жолдағы қарапайым қажеттіліктерін қанағаттандыруды қамтамасыз ету мәселесі өткір тұр. Абаттандырылған дәретханалардың және жол бойындағы сервистің заманауи объектілерінің болмауы отандық және шетелдік саяхатшыларды кері итермелейді, сондай-ақ өңірлерге инвесторлар тартуға теріс әсер етеді.

Дамыған инфрақұрылымсыз туризмді дамыту мүмкін еместігін ескере отырып, туристік аумақтардың инфрақұрылымдық жобаларын қаржыландыруды ұлғайтуға ерекше назар аудару қажет.

**2 мәселе.** Орналастыру орындарының шектеулі саны

Көптеген орналастыру объектілерінің материалдық базасы (қонақ үйлерді, пансионаттарды, демалыс үйлері мен базаларын, санаторий-курорттық мекемелерді және басқаларды қоса алғанда) моральдық және физикалық тозудың жоғары дәрежесімен сипатталады, бұл «Kazakh Tourism» ҰК»АҚ 2020 жылы жүргізген зерттеулермен расталады. Сонымен қатар, олардың қызмет көрсету деңгейі әрдайым халықаралық талаптарға сәйкес келмейді.

2020 жылдың қорытындысы бойынша статистикаға сәйкес, 2086 қонақ үйдің 1936-ы санатқа («жұлдызды») ие емес, бұл Қазақстандағы орналастыру орындарын ерікті жіктеудің нәтижесі болды. Орналастыру орындарын жіктеу немесе жіктеуді ынталандыру және ынталандыру шаралары бойынша міндетті талапты енгізу тұтынушы қонақ үйдің мәлімделген санатына сәйкес келетін қызметтерді алады деген үміт береді.

Сонымен қатар, негізінен тартымды туристік аумақтарда орналастыру орындарының шектеулі саны байқалады.

Бұл ретте туристік қызмет туралы заңнамаға тиісті өзгерістер мен толықтырулар енгізілгенге дейін төсек-орындарды ұлғайту және орналастыру орындарында көрсетілетін қызметтердің сапасын жақсарту үшін мемлекеттік қолдаудың ынталандыру шаралары болған жоқ.

Айта кету керек, Қазақстан 2021 жылы Lonely Planet беделді халықаралық жол көрсеткішінің нұсқасы бойынша «қонақ үйлерге орналастыру» санатында үздік деп танылды. Дегенмен де, елде қонақ үйлердің біркелкі дамымағандығы байқалады, олардың басым бөлігі Алматы облысының аумағында шоғырланған.

2020 жылы санаторлық-курорттық мекемелерді түгендеу қорытындысы бойынша санаторлық-курорттық объектілердің жалпы жағдайы анықталды: 23,4 % - жоғары, 35,2 % - орташа, 41,4 % - жарақтану мен сервистің қанағаттанарлықсыз деңгейі.

**Мәселе 3**. Ассортименттің жетіспеушілігі және туристік өнімдердің төмен сапасы

Туристік ресурстардың көптігі мен алуан түрлілігімен сапалы туристік өнімдердің жетіспеушілігі байқалады.

Сапалы туристік өнімдердің дамуын тежейтін факторлар және олардың ассортиментін кеңейту:

- әлсіз инфрақұрылым, оның ішінде көліктік инфрақұрылым, сондай-ақ туристердің базалық қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін инфрақұрылым, елдің автомагистральдарында жол бойындағы сапалы инфрақұрылымның жетіспеушілігі, СГТ, маршруттардың жүру жолында туристік объектілер көрсеткіштерінің болмауы немесе сапалы байланысының болмауы;

- сервистік жеткізушілердің, туристік класты орналастыру құралдарының және демалыс объектілерінің, атап айтқанда, туристік әлеуеті жоғары шалғай өңірлерде жеткіліксіздігі және сапасының төмендігі, көлік құралдарының ескірген паркі, шет тілдерін білетін кәсіби гидтердің жетіспеушілігі, сондай-ақ жеткізушілердің туристік өнімдерді қалыптастыратын туроператорлармен ынтымақтастығына жиі құлықсыздығы;

- туристер үшін қызықты өнеркәсіп объектілерінің, мысалы, шахталар мен зауыттардың жабықтығы (салыстырмалы немесе толық) ;

- туристік қызметтерді жеткізушілердің бірыңғай дерекқорының жетіспеушілігі;

- арнайы білімі мен дағдылары бар кәсіби кадрлар санының жеткіліксіздігі;

- заңсыз жұмыс істейтін туристік сала ойыншылары тарапынан жосықсыз бәсекелестік пен бағаның демпингіне байланысты кейбір туроператорлардың сапалы туристік өнімдерді жасауға қызығушылығының болмауы.

Бұл ретте көрсетілетін қызметтердің сапасын қамтамасыз ету құралы стандарттар болып табылады. 2020 жылы жүргізілген зерттеу туризм субъектілері, атап айтқанда аймақтарда, негізінен стандарттарға сәйкес келмейтіндігін көрсетті, көптеген адамдар өз клиенттерінің қызмет көрсетуін, қанағаттануы мен адалдығын жақсартуға болатын талаптардың бар екенін білмейді.

Қазақстанда тұру орындарының қызметтерін, экскурсиялық қызметтерді, көлік қызметін, балалар мен жасөспірімдер туризмін, туристер қауіпсіздігін және т.б. реттейтін стандарттарды қоса алғанда, туризм саласында 70-тен астам стандарттар қабылданды, алайда стандарттарды туризм саласындағы бизнес субъектілері белсенді қолдануы үшін жүйе тиісті түрде құрылмаған. Қызмет көрсету сапасын сертификаттау Қазақстанда ерікті болып табылатындықтан, бизнес субъектілерінің стандарттарды қолдануды ынталандыру және ынталандыру жүйесі қажет.

Бұдан басқа, нарықта туризм саласында электрондық коммерцияны дамытуға мүмкіндік беретін белгіленген күндері мен бағалары бар өнімдер іс жүзінде жоқ.

Туристік соқпақтарды (жаяу жүргінші соқпақтары, атты соқпақтар, велосипед соқпақтары) жайластыру мәселесін ерекше атап өту қажет. Үлкен әлеуетке қарамастан, МҰТП аумақтары мен табиғи қорық-мұражайлардан басқа көптеген маршруттар жеткілікті жабдықталмаған, бұл жаяу туристерге маршруттарды ыңғайлы өтуге мүмкіндік бермейді. Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету және саяхат жайлылығын арттыру мақсатында бүкіл Қазақстан бойынша соқпақтарды жайластыру мен жіктеу тәсілдерінің бірыңғай стандарт бойынша сәйкестігін қамтамасыз ету маңызды.

Сонымен қатар, әрбір өңірдің міндеті брендтік (флагмандық), соның ішінде жаяу туристер үшін маршруттар жасау болуға тиіс. Брендтік маршрут негізінде туристердің әртүрлі мақсатты аудиторияларына бағытталған аймаққа барудың әртүрлі мақсаттарын көздейтін ұзақ немесе қысқа турлар құрылуы мүмкін.

**4 мәселе.** Туристік қызметтерді цифрландырудың жеткіліксіз деңгейі

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасының туристік нарығында елге келушілерді, сондай-ақ ішкі туристерді барлық қажетті ақпаратпен толық қамтамасыз ете алатын қандай да бір интеграцияланған қосымша немесе платформа жоқ. Қазіргі уақытта туроператорлар бірдей туристік пакеттерді ұсынады (ең танымал көрнекті орындарға бару). Сонымен қатар, креативті, инновациялық шешімдердің көмегімен ұсыныстар спектрін кеңейту және ақпараттық қолжетімділікті арттыру қажет, бұл қайталама сапарлар мен бару санын ұлғайтуға мүмкіндік береді.

Қазақстан Республикасы үшін туристер үшін қолайлы ақпараттық орта құрумен байланысты мынадай проблемалар тән:

1) қазіргі заманғы туризм технологияларын интеграциялаудың төмен деңгейі және цифрландырудың төмен деңгейі;

2) елдің нақты туристік құралдарының хабардар болуы мен білімінің әлсіз деңгейі (деректер, ақпарат және т.б.);

3) барлық қолжетімді туристік сегменттерден тұтас туристік өнімнің болмауы (әрқайсысы оқшау жұмыс істейді);

5) ел туризмі ортақ сәйкестігінің, сондай-ақ жеке секторда біріздендірілген пайымның болмауы;

6) интернет инфрақұрылымының жоқтығы, сондай-ақ шалғай өңірлерде, оның ішінде МҰТП аумағындағы туристік маршруттар бойында интернетке қолжетімділіктің әлсіздігі;

7) нарық қатысушыларының цифрлық алаңдарды пайдалануда кәсіби дағдыларының болмауы.

Аталған проблемаларды шешу үшін дереу маркетинг пен брондау жөніндегі негізгі функцияларды біріктіре отырып, бірыңғай кәсіби Ұлттық интернет-платформаны дамытуды, сондай-ақ оны елдің ұлттық маркетингтік стратегиясы шеңберінде халықаралық нарықта ілгерілетуді бастау керек.

Бұдан басқа, Қазақстанның туристік орындарындағы маршруттар бойында интернет байланысымен қамтамасыз ету бойынша шаралар қабылдау қажет.

**5 мәселе.** Әлсіз логистика

Қазақстанда туризмді дамытуды тежеуші факторлардың бірі жолаушылар авиа және темір жол тасымалдары географиясының шектеулілігі, туристік объектілерге дейінгі логистиканың күрделілігі болып табылады.

Сонымен қатар, туристі «клиенттік жолында»" туристік өнім бағасындағы көлік құрамдасы 50% және одан да көп құрайды. Осыған байланысты туристік объектілерге қолжетімділікті, сондай-ақ әуежайларды, теміржол вокзалдарын және автостанцияларды қоса алғанда, туристің жүру жолындағы жайлылығын қамтамасыз ету қажет.

Автомобиль жолдарының сапасы әуе билеттерінің қымбаттығымен және темір жол билеттерінің тапшылығымен қоса, ең жоғары маусымдарда Алакөл, Балқаш көлдерінің туристік дестинацияларында, Имантау-Шалқар курорттық аймағында және т.б. ел ішіндегі демалыстың басты бөгеттері болып табылады.

COVID-19 пандемиясына дейін ұшу географиясы Қазақстанның барлық өңірлерінен Нұр-Сұлтан және Алматы сияқты ірі қалаларға жолға қойылды, дегенмен де Қазақстанның қалған өңірлері арасында байланыс нашар, бұл жалпы ішкі туризмді дамытуға кедергі келтіреді. Мысалы, Батыс Қазақстаннан келген туристерге қысқа уақыт ішінде Шығыс Қазақстанға, ал Солтүстіктен Оңтүстік Қазақстанға әуе көлігімен бару өте қиын.

COVID-19 пандемиясына дейін елдегі әуежайлардың жүктемесі шамамен 20% құрады.

Отандық авиакомпаниялар үшін жаңа тұрақты авиамаршруттарды ашу билеттердің арзандауына және ұшақтардың борттарын толтыру бөлігінде бағыттың пысықталуына байланысты қосымша шығыстарды талап етеді.

Әуежайлардың жүктелуіне Нұр-сұлтан және Алматы қалаларынан басқа, Шымкент, Ақтау, Өскемен, Атырау қалаларында бар авиамаршруттардың халықаралық желісі де әсер ететінін атап өту қажет.

Қазақстан Республикасы авиакомпанияларының билеттеріне бағалар түпкі тұтынушылар үшін де жоғары болып қалады және сұраныс пен пайдаланушы туралы деректерге сүйене отырып, баға белгілеудің нарықтық тетіктері негізінде қалыптастырылады, яғни динамикалық баға белгілеу пайдаланылады, бұл ретте бағалар сұранысқа, авиабилетті сатып алудың алдын ала жүргізілуіне, рейсті орындау аптасының күніне, рейстің ұшу уақытына және т.б. байланысты ұсталуы, көтерілуі және төмендеуі мүмкін.

Туристік дестинациялардың теміржолдық құрамдас бөлігі де жіті назар аударуды талап етеді.

2020 жылғы статистикалық мәліметтерге сәйкес барлық жолаушылар вагондарының 48%-дан астамының өндіруші зауыт шығарған сәттен бастап 25 жылдан астам пайдалану мерзімі бар (5 жылға дейін – 510 бірлік, 5 жылдан 25 жылға дейін – 882 бірлік, 25 жылдан астам – 1292 бірлік).

«Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ ақпаратына сәйкес қазіргі уақытта ағымдағы бағыттарды жүзеге асыру үшін шамамен 250 вагон тапшылығы орын алуда.

Сонымен қатар, жылжымалы жолаушылар құрамының баяу жаңаруы байқалады. Тәжірибе көрсеткендей, жаңа құрамдар ірі қалаларды байланыстыратын әлеуметтік маңызы бар учаскелерде пайдаланылуда.

Темір жол қолжетімділігіне жүргізілген талдауға сәйкес жолаушылар вагондарының санын ұлғайту, сондай-ақ оларды жаңарту, бірінші кезекте, Алакөл көлінің курорттық аймақтарына шығыс жағынан да, оңтүстік жағынан да апаратын маршруттарға бағытталуы қажет екендігі анықталды. Жыл сайын көлге баратын туристер билеттердің жетіспеушілігін сезінеді, ал вагондардың сапасы көп нәрсені қажет етеді.

**6 мәселе.** Туристердің қанағаттануының жеткіліксіз деңгейі

Өздеріңіз білетіндей, қанағаттану туристің күтуі мен алынған тәжірибенің арақатынасымен анықталады. ҚР Стратегиялық жоспарлау және реформалар жөніндегі агенттігінің ұлттық статистика бюросының (бұдан әрі – Ұлттық статистика бюросы) ресми деректері бойынша (келушілерді зерттеу сауалнамасы, H-060 нысаны) орта есеппен сырттан келушілердің 96%-ы көрсетілген туристік қызметтерге қанағаттану дәрежесін оң бағалады («жақсы» және «өте жақсы»). Осыған қарамастан, қызмет көрсету саласында қызметкерлердің клиентке төмен бағдарлануы байқалады.

Бағаның ұсынылатын қызмет сапасына сәйкес келмеуі туристердің қанағаттануы мен адалдығына әсер ететін негізгі факторлардың бірі болып табылады.

Нарықтық экономикада баға өнімнің өзіндік құнына, бәсекелестердің бағасына, сұраныс пен ұсыныстың арақатынасына және басқа факторларға әсер етеді.

Сонымен қатар, сұраныстың артуы, оның ішінде төмен маусымда, туризмнің жаңа субъектілерінің пайда болуына және сатылымның өсуіне байланысты бағаның төмендеуіне ықпал етуі керек.

Қазіргі уақытта жергілікті атқарушы органдар (бұдан әрі – ЖАО), туристік қоғам және салалық кәсіпкерлік субъектілері сұранысты арттыру мақсатында өздерінің туристік өнімдерін ішкі және сыртқы нарықтарда ілгерілетумен белсенді түрде айналысады. Жылжытудың жалпы проблемасы – бірыңғай маркетингтік тұжырымдама аясында нақты тұжырымдалған стратегиялық мақсаттар мен маркетингтік іс-шаралар жоспарының болмауы.

Пакеттік турларды ынталандыру және ілгерілету үшін туристік өнімдерді дамыту бағдарламасы тартылатын болады. Бағдарламаның мәні БТА-ға кепілдендірілген күні мен белгіленген бағалары бар пакеттік турлар болып табылатын туристік өнімдерді таңдау және одан әрі жылжыту болып табылады.

**7 мәселе.** Салада кәсіби кадрлардың жетіспеушілігі

Туризм индустриясындағы Персонал ұйымның бәсекелестік артықшылықтарының негізгі ресурстарының бірі болып табылады, сондықтан туристік ұйымдардағы қызмет көрсету сапасы білімге, шеберлікке және олардың санасына байланысты болады.

Туристік сала мамандарының тапшылығы, сондай-ақ оларды даярлау сапасы проблемасы Қазақстан Республикасында туристік саланы дамытудың неғұрлым елеулі проблемаларының бірі болып табылады.

Қазіргі уақытта Ұлттық статистика бюросының деректеріне сәйкес 2021 жылы техникалық және кәсіптік орта білім беру (бұдан әрі – ТжКБ) жоғары оқу орындары мен мекемелерінде «Туризм» және «Мейрамхана және қонақ үй ісі» мамандықтары бойынша білім алатын 2 мыңнан астам студент бітірді.

Қазақстанда практикаға бағытталған білім беруде, сондай-ақ туристік сала мамандарының жеке санаттарын, мысалы, желілік персоналды, аралас сала қызметкерлерін, экскурсоводтарды, гидтерді, ойын-сауық бағдарламаларының аниматорларын кәсіби даярлауда, қазіргі туристік қызмет көрсету нарығының қажеттіліктерін ескере отырып, оларға қойылатын кәсіби талаптарды айқындауда жүйелі тәсіл қажеттілігі байқалады.

Жұмыс істеп тұрған оқу орындарында туризм және/немесе қонақ үй бизнесі саласында халықаралық тәжірибесі мен білімі бар оқытушылар мен профессорлар жетіспейді. Жалпы, қолданыстағы академиялық бағдарламалар туризм секторының практикалық жұмысқа бағдарланбауына байланысты нақты қажеттіліктеріне жауап бермейді. Осының салдарынан бейінді жоғары оқу орындарының кадрлары талап етілмеген күйінде қалып отыр.

Мысалы, Еуропалық білім беру оқу уақытының 50% - дан 70% - ға дейінгі көлемінде өндірістік практикалар өткізуді көздейді. Білім беру ұйымдарының базасында еңбек нарығының қажеттіліктерін тұрақты мониторингілеумен, жас мамандарды жұмысқа орналастырумен және бейіндік мамандықтар бойынша талапкерлерді іріктеуді түзетумен айналысатын Туризм индустриясы кәсіпорындарымен бірыңғай ақпараттық жүйемен біріктірілген мамандандырылған бөлімдер (кадр агенттіктері) құрылған АҚШ-та кадрлар даярлау тәжірибесі назар аударуға тұрарлық.

Туризм саласы үшін желілік қызметкерлерді даярлау жеке мәселе болып табылады.

Бұдан басқа, жергілікті тұрғындарды туристерді қабылдау кезінде қызмет көрсетуге тарту үшін туристік әлеуеті жоғары шалғай өңірлерде жергілікті халықты оқытуға қажеттілік бар, бұл ауылдық жерлерде жұмыспен қамтуды қамтамасыз етуге және кірістердің ұлғаюына ықпал етеді.

 **8 мәселе.** Өңірлік және халықаралық деңгейлерде туристік әлеуетті ілгерілетудің жеткіліксіз деңгейі

Туризм – ақпараттық маңызды қызмет. Ақпаратты жинау, өңдеу, қолдану және беру туристік индустриядағыдай күнделікті жұмыс істеу үшін маңызды болатын көптеген басқа салалар жоқ. Технологиялық прогресс туризм индустриясының бизнесті жүргізуіне айтарлықтай әсер етті. Интернет туристерге тікелей дестинациялардан және туристік агент-ұйымдардан, сондай-ақ жеке жолаушылардан сапарлар бойынша әртүрлі пайдалы ақпарат беретін әлеуметтік желілер, блогтар мен веб-сайттар арқылы ақпарат алуға мүмкіндік бере отырып, олар үшін негізгі ақпарат көзіне айналды. Цифрлық технологиялардың дамуы бүкіл әлемде, оның ішінде Қазақстанда әлемдік туристік индустрия нарығын дамытудың негізгі үрдістерін қалыптастырады.

Цифрлық технологияларды пайдаланудың әлемдік тәжірибесін қарай отырып, 2021-2025 жылдар барлық салаларда, оның ішінде саяхат және турбизнес салаларында да белсенді «цифрландырумен» ерекшеленетін болады. Әлемде туризм саласында ондаған технологиялық стартаптар жұмыс істейді, олар салаға өзіндік идеяларын енгізуге тырысады.

Елдегі туризмді дамытудың маңызды көрсеткіші ішкі және халықаралық нарықтарда туристік әлеуетті ілгерілету жөніндегі іс-шараларды қаржыландыру болып табылады.

Австралия, БАӘ, Израиль, Исландия, Греция, Норвегия және Грузия сияқты кейбір елдердің деректерін салыстыру кезінде (UNWTO: 2016 жылғы деректер, 2015 жылға ондай деректер болмаған жағдайда) пайыздық арақатынаста жоғарыда аталған елдер кіру туризмінен түсетін барлық кірістің 0,2% -дан 4,34% - ға дейін ілгерілетуге жұмсайды, ал Қазақстан – небәрі 0,03 %.

Ел туризмді дамытуға қаншалықты көп қаражат жұмсаса, туристер елге соғұрлым көп табыс әкеледі. Олар ЖІӨ-дегі үлестің өсуіне, нөмірлік қордың жүктелуіне, келушілердің санына және олардың туристік аумақтардағы шығындарына тікелей әсер етеді. Осылайша, Қазақстанда маркетингке және отандық туристік әлеуетті халықаралық туристік нарықта ілгерілетуге қаржыландыру көлемін ұлғайту мәселесі өткір тұр.

Қазақстан Республикасының туристік әлеуеті туралы хабардар болуды арттыру мақсатында интернетте цифрлық жарнаманы орналастыру, теледидарда және/немесе интернетте бейне жарнама, әлеуметтік желілерде жылжыту, PR-жылжыту (оның ішінде жария тұлғалармен, салалық ықпал ету агенттерімен және пікір жетекшілерімен ынтымақтастық, танымал ТВ-шоуларды тарту және т.б.) сияқты құралдарды пайдалана отырып, халықаралық нарықта бірегей табиғи көрікті жерлерді ілгерілету және жарнамалау жөніндегі жұмысты жалғастыру қажет; әлемдегі танымал туристік сайттармен және порталдармен ынтымақтастық, оның ішінде Қазақстан туралы ақпаратты осындай ресурстарға орналастыру, баспасөз турлары және блог-турлар және т.б.

Мемлекеттік имиджді қалыптастыру мәселесі жаңалық емес. Еліміздің бүкіл тарихында туристік тартымдылықты арттыруға қызығушылық бар. Бүгінгі таңда жаһандану жағдайында ұлттық туристік бренд құру қажеттілігі артып келеді.

Ұлттық туристік бренд мемлекет туралы ақпараттың таралуына ғана емес, сонымен бірге ол туралы қоғамдық пікір қалыптастырады және нәтижесінде оның дамуына ықпал етеді.

Туристік бренд тұжырымдамасы айдентикадан және сапалы коммуникациядан тұрады, бірақ, ең алдымен, бұл елді картадан бөліп көрсетуге және кіру туризмін ғана емес, ішкі туризмді де танымал етуге мүмкіндік беретін стратегия.

2007 жылдан бастап елдік брендті әзірлеу және дамыту бойынша жүргізіліп жатқан жұмысқа қарамастан, Қазақстан әлі күнге дейін өз тарихының және тұтастай елдің айқын имиджіне ие емес.

Аумақ брендін қалыптастырудағы дұрыс көзқарас елдің оң имиджін пайдалануға негізделеді, сол арқылы оған танымалдық береді, туризмнің, өндірістік сектордың дамуын, сондай-ақ инвестициялар тартуды ынталандырады.

**9 мәселе.** Қазақстан аумағында тұрақты халықаралық іс-шаралардың болмауы, MICE туризмінің жеткіліксіз дамуы

COVID-19 пандемиясы кезінде барлық маңызды туристік көрмелер, іс-шаралар мен мәдени шаралар тоқтатылды. Короновирустық инфекцияның таралу қаупі аясында халықаралық іс-шараларды ұйымдастырушылар балама онлайн-сайттарды пайдалану мүмкіндігін қарастыруға мәжбүр болды. Алайда, B2B көрмелері туристік компаниялар үшін таптырмайтын ресурс және іскерлік байланыстар орнатудың тиімді әдісі болып қала береді. Мысалы, Ресей, Қытай, Өзбекстан, Қырғызстан және Әзірбайжан сияқты Қазақстанның көрші елдері көрмелер өткізе бастады және оларды өткізуге белсенді дайындалуда.

Белгілі болғандай, MICE туризм соңғы жылдары Қазақстандағы туризмнің басым түрлерінің бірі болып табылады. Пандемияға дейін MICE туризмінің әлемдік нарығының көлемі жыл сайынғы 7.5% өсіммен 725 млрд. АҚШ долларын құрады. Халықаралық конгрестер мен конференциялар қауымдастығының рейтингіне сәйкес, Қазақстан 2019 жылдың қорытындысы бойынша MICE туризмді дамыту бойынша әлемде 79-орынды (өз көрсеткішін 20 позицияға жақсартып) иеленді.

Қауымдастықтың мәліметінше, 2019 жылы Қазақстан халықаралық қауымдастықтардың 18 іс-шарасын тартты, оларды өткізуден түскен табыс 6 миллион АҚШ долларын құрады. Қазақстан бойынша 18 іс-шараның 12-і Нұр-Сұлтанда, 6-ы Алматыда өтті.

Сонымен қатар, Қазақстан Ресей Федерациясы сияқты халықаралық MICE іс-шараларын (117 іс-шара, рейтингте 35-ші орын) тарту бойынша негізгі бәсекелестерден едәуір төмен екенін және 2019 жылдың нәтижелері бойынша халықаралық қауымдастықтардың 12951 MICE іс-шараларының тек 0,07%-ын тартқанын атап өту қажет. Бұдан басқа, Қазақстанда Оңтүстік Корея, Сингапур, Түркия, Ұлыбритания және басқа да дамыған MICE дестинацияларындағыдай халықаралық MICE іс-шараларын ұйымдастырушыларға мемлекеттік қолдау шаралары жоқ.

Бұл ретте елге халықаралық MICE іс-шараларын тарту пандемиядан кейін саланы қалпына келтіруге ықпал ететін болады. Бүгін экономикалық тұрақсыздық жағдайында көрші елдер халықаралық іс-шараларды өткізу есебінен, сондай-ақ ірі көрмелерге қатысу арқылы шетелдік туристерді тарту үшін белсенді түрде бәсекеге түседі.

**Үрдістер**

Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO) болжамдарына сәйкес халықаралық туризмді қалпына келтіру екі жарым жылдан төрт жылға дейін созылуы мүмкін және дағдарысқа дейінгі көрсеткіштерге оралу 2023-2024 жылдардан бұрын болмайды.

Халықаралық сапарлардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін көп жұмыс жасалды, бірақ Ұлыбританияда, Оңтүстік Африкада және Үндістанда жаңа штаммдардың табылуы басқа елдерге кіруге жаңа шектеулер енгізуге әкелді.

Алайда, UNWTO болжамдары бойынша, 2021 жылы туристер саны өткен жылмен салыстырғанда 22-55% - ға артуы керек.

COVID-19-ға байланысты қауіпті азайту шараларын үндестіру, үйлестіру және цифрландыру, оның ішінде тестілеу сертификаттары, бақылау және вакцинация қауіпсіз сапарға және туризмді қалпына келтіруге дайындықтың маңызды негізі болып табылады.

Туризм қайта басталған кезде ұйым сарапшылары ішкі туризмнің, ашық аспан астындағы және табиғаттағы туристік іс-шараларға, сондай-ақ «баяу саяхатқа» сұраныстың артуын болжайды.

Сонымен қатар, саяхатты жоспарлау кезінде:

- бағыттардың танымалдығы елдің немесе аймақтың коронавирусты қаншалықты жақсы басқаратындығына байланысты артады. Алғашқы індетті жою және туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету бойынша қабылданған шаралар саяхатшылардың елді таңдауының негізгі өлшемдері болады;

- қоғамдық көлік түрлерінсіз және туристер басқа адамдармен байланысқа түспейтін алыс жерлерге бағытталған туристік аймақтарсыз әлеуметтік қашықтық тәжірибесін оңай қолдауға мүмкіндік беретін маршруттар сұранысқа ие болады;

- туристердің межелі жерге және оның ішіне сапарларының құрылымы өзгереді. Авиакомпанияларды таңдау әуе билетінің құнынан ғана емес, сонымен қатар қабылданған гигиена стандарттарынан (міндетті түрде маска кию, орындықтар арасындағы қашықтық және т.б.) тұрады. Ішкі саяхатшылар қауіпсіздік мақсатында және адамдардың көп жиналуын болдырмау үшін жеке көлікті немесе бизнес-класс вагондарын таңдауға қызығушылық танытуы мүмкін;

- таңдау жеке турларға түседі;

-цифрландыру және байланыс негізгі талаптарға айналады, өйткені қазір COVID-19-ға қатысты соңғы саяхат нұсқаулықтарынан хабардар болу қажеттілігі туындайды.

**Қазақстан Халықаралық рейтингтерде**

*Дүниежүзілік экономикалық форумның (ДЭФ) рейтингі*

Дүниежүзілік экономикалық форумның-2019 саяхат пен туризмнің жаһандық бәсекеге қабілеттілік индексінде Қазақстан 2017 жылғы алдыңғы 81-орынды индекспен салыстырғанда өз позициясын жақсартып, 140 елдің ішінде 80-орынды иеленеді – (екі жылда бір рет бағаланады, рейтингтегі үздік елдер – Испания, Франция және Германия, ең нашарлары - Йемен, Чад және Либерия). Рейтинг саяхат және туризм секторының тұрақты дамуын қамтамасыз ететін бірқатар факторларды ескереді.

**1 Кесте. Қазақстанның әлемдік рейтингтегі орны**

**2019 жылы ДЭФ туризмінің бәсекеге қабілеттілігі**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Көрсеткіш** | **2017** | **2019** | **Өзгерістер**  |
| ДЭФ туризм мен саяхаттардың бәсекеге қабілеттілігінің әлемдік рейтингі | **81 орын** | **80 орын** | **1 тармаққа жақсартылды** |
| ***Көрсеткіштер есебінен рейтингті жақсарту:*** | ***Жоғарылау*** |
| Мәдени ресурстар және іскерлік саяхат | 75 орын | 65 орын | 10 тармаққа  |
| Туристік сервис инфрақұрылымы | 97 орын | 90 орын | 7 тармаққа  |
| Бағалардың бәсекеге қабілеттілігі | 8 орын | 4 орын | 4 тармаққа  |
| Жер үсті және порт инфрақұрылымы | 91 орын | 87 орын | 4 тармаққа  |
| Табиғи ресурстар | 92 орын | 89 орын | 3 тармаққа |
| Туризмнің басымдылығы  | 93 орын | 91 орын | 2 тармаққа  |
| ***Көрсеткіштер есебінен рейтингтің нашарлауы:*** | ***Төмендеу*** |
| Экологиялық тұрақтылық | 99 орын | 118 орын | 19 тармаққа  |
| Қолайлы бизнес-орта | 36 орын | 49 орын | 13 тармаққа  |
| Адами ресурстар және еңбек нарығы | 47 орын | 57 орын | 10 тармаққа  |
| АКТ дайындығы | 52 орын | 60 орын | 8 тармаққа  |
| Денсаулық және гигиена | 6 орын | 12 орын | 6 тармаққа  |
| Қауіпсіздік және құқық тәртібі | 58 орын | 63 орын | 5 тармаққа  |
| Әуе көлігі бойынша инфрақұрылым | 71 орын | 75 орын | 4 тармаққа  |
| Халықаралық ашықтық | 113 орын | 113 орын | өзгеріссіз  |

Қазақстанда туризмді дамыту үшін жоғары әлеует рейтингтің мынадай көрсеткіштерінде көрсетілген:

1) елдегі дүниежүзілік мұраның мәдени объектілерінің саны бойынша 62-орынға ие;

2) ауызша және материалдық емес мәдени мұра объектілерінің саны бойынша – 16 орын;

3) дүниежүзілік мұраның табиғи объектілерінің саны бойынша – 32 орын.

Бұл ретте ДЭФ сарапшыларының пікірі бойынша туризм саласындағы қазақстандық рейтингті мынадай факторлар айтарлықтай нашарлатады:

1) туристік инфрақұрылым сапасының төмендігі (қонақ үйлер, курорттар, мәдени-ойын-сауық объектілері) – 127 орын;

2) әуе қатынасы ашықтығының жеткіліксіздігі – 123 орын;

3) жол сапасының төмендігі – 106 орын;

4) автомобильдерді жалға беру бойынша компаниялардың әлсіз болуы-95 орын.

5) визалық режимнің күрделілігі – 81 орын.

Рейтингте заңнама мен инфрақұрылымнан басқа Қазақстанда туризмнің әлсіз маркетингі байқалады. Мәселен, Қазақстанға туристерді тарту үшін маркетинг пен брендинг тиімділігінің көрсеткіші мен еліміздің бренд-стратегиясының рейтингі бойынша біздің мемлекет 99-орында тұр.

Қазақстанның туризм орны ретіндегі маркетингі мен ілгерілеуінің төмен белсенділігі цифрлық сұраныс көрсеткіштерін де көрсетеді: мәдени және ойын - сауық туризмін онлайн іздеу саны бойынша Қазақстан 104-орында, табиғи туризм бойынша – 116 орында.

**Brand Finance**

Brand Finance британдық консалтингтік компаниясының деректері бойынша 2020 жылы коронавирусқа және бүкіл әлемдегі экономиканың тоқырауына байланысты барлық проблемаларға қарамастан, Қазақстан 2019 жылғы ұстанымын сақтап қалды және ең жылдам өсіп келе жатқан ұлттық брендтердің бірі болып табылды. Жүз үздікте ел 44-орынды иеленді, бұл 2018 жылмен салыстырғанда 7 позицияға жоғары.

**Тұрақты туризм бойынша Euromonitor International рейтингі**

Тұрақты туризм бойынша Euromonitor International рейтингінде Қазақстан 99 елдің ішінде 62-орынды иеленді. Бірінші орынды Швеция, Финляндия және Австрия иеленді, тізімді Маврикий (97-орын), Үндістан (98-орын) және Пәкістан (99-орын) аяқтады. ТМД елдері арасында Беларусь 26 орында, Украина 30 орында, Грузия 41 орында, Ресей 65 орында.

Тұрақты туризм – бұл келушілердің, өнеркәсіптің, қоршаған ортаның және қабылдаушы қауымдастықтардың (БҰҰ Дүниежүзілік Туристік Ұйымы) қажеттіліктерін қанағаттандыратын, қазіргі және болашақтағы экономикалық, әлеуметтік және экологиялық салдарын толығымен ескеретін туризм.

**3. Халықаралық тәжірибеге шолу**

Бүгінгі таңда Қазақстан өз алдына ел экономикасы, өмір сүру деңгейі және мемлекеттік басқару тұрғысынан үздіктер қатарындағы әлемдік элита - "30 клубына" кіру мақсатын қойып отыр.

2011 жылдан бастап Қазақстан «бай елдер клубы» ретінде танымал экономикалық ынтымақтастық және даму ұйымы – ЭЫДҰ-ға кіру туралы белсенді келіссөздер жүргізуде.

Бүгінде ЭЫДҰ өкілді демократия мен еркін нарықтық экономика қағидаттарын мойындайтын экономикалық дамыған елдердің халықаралық мемлекетаралық ұйымы болып табылады. Ұйым ең дамыған 37 мемлекетті қамтиды.

Қазақстан ЭЫДҰ стандарттарын енгізуге аса мән береді және саяси және экономикалық реформаларды жүзеге асыру кезінде белсенді өзара іс-қимылды жалғастырады.

Осыған байланысты әлемдік көрсеткіштерге талдау жасау кезінде ЭЫДҰ елдерінің деректері пайдаланылады.

**ЭЫДҰ елдерінің келу және ішкі туризмінің көрсеткіштері**

*млн. адам*

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Мемлекет** | **Елдің халық саны**  | **Туризм саласының ЖІӨ-ге қосқан үлесі %** | **Келу туристерінің саны**  | **ішкі туристер саны**  | **1 млн. тұрғынға келетін туристер саны**  | **1 млн. тұрғынға ішкі туристер саны**  | **туризм саласында жұмыспен қамтылғандар саны** |
| **1** | **Австрия** | 8,9 | 11 | 30,8 | 14 | 3,5 | 1,6 | 0,5 |
| **2** | **Венгрия** | 9,8 | 7,8 | 14,9 | 7,2 | 1,5 | 0,7 | 0,4 |
| **3** | **Германия** | 83,1 | 9,8 | 38,7 | 159,3 | 0,5 | 1,9 | 5,9 |
| **4** | **Израиль** | 9,0 | 5,6 | 4,1 | 8,1 | 0,5 | 0,9 | 0,2 |
| **5** | **Латвия** | 1,9 | 7,7 | 1,9 | 2,6 | 1,0 | 1,4 | 0,07 |
| **6** | **Мексика** | 127,5 | 15 | 41,3 | 100,4 | 0,3 | 0,8 | 7,0 |
| **7** | **Түркия** | 83,4 | 11 | 45,8 | 78,5 | 0,5 | 0,9 | 2,6 |
| **8** | **Жапония** | 126,3 | 7,1 | 31,9 | 291,0 | 0,2 | 2,3 | 5,7 |
| **9** | **Қазақстан** | 18,8 | 5,2 | 1,0 | 5,6 | 0,05 | 0,3 | 0,4 |

* *\* Келесі көздерден алынған деректер* [*https://www.oecd-ilibrary.org*](https://www.oecd-ilibrary.org) *және https://knoema.ru ,* [*https://wttc.org/*](https://wttc.org/)

**ЭЫДҰ елдерінің туризмді дамыту жөнінде қабылдап жатқан шаралары**

**Австрия**

2001 жылдан бастап аймақтарда туризмді дамыту федералды мемлекеттердің құзыретіне кірді, онда туризм мен туристік бизнесті қолдаудың жеке органдары әртүрлі заңды құқықтық нысандарда жұмыс істейді. Тоғыз федералды жердің әрқайсысының Үкіметінде арнайы туризм басқармасы бар, сонымен қатар туристік дестинацияны басқару ұйымдары (Destination management organization, бұдан әрі – DMO) жұмыс істейді.

2019 жылы Федералды экономика министрлігі туризмнің жаңа ұлттық Стратегиясын жариялады, T жоспары - туризмді дамытудың бас жоспары, ол Үкіметтің 2020 жылғы қаңтардағы бағдарламасында қайта бағаланды.

Жоспардың негізгі аспектілері:

- туристердің де, жергілікті халықтың да үйлесімді өмір сүруін қамтамасыз ету;

- туристік бағыттармен, кәсіпкерлермен, мүдделі топтармен және басқа секторлардың мүдделі тараптарымен ынтымақтастық;

- цифрлық трансформацияны қолдау;

- туризм секторы үшін тиісті базалық жағдайлар жасау;

- оқыту сапасын оңтайландыру және туризм саласындағы жұмыстың тартымдылығын арттыру үшін бизнесаралық шаралар әлеуетін неғұрлым тиімді пайдалану;

- тұрақтылық деңгейін, оның ішінде экологиялық таза мобилділікті жақсарту есебінен жоғарылату бойынша жұмыс;

- туризм мен ауыл шаруашылығы арасындағы ынтымақтастықты жандандыру;

- туристік маркетингті одан әрі дамыту;

- жеке қаржыландыру тетіктері мен субсидияларды ұсыну арқылы отбасылық және меншік иелері басқаратын бизнесті нығайту және меншікті капиталға баса назар аудара отырып, қаржыландырудың жаңа тетіктерін әзірлеу;

- тұрақтылықтың барлық үш өлшемін қамтитын статистикалық көрсеткіштердің болашаққа бағытталған жүйесін құру.

Нормативтік-құқықтық базаны жетілдіру және туристік кәсіпорындарға әкімшілік жүктемені төмендету бойынша тұрақты күш жұмсалады. Мысалы, 2018 жылы орналасу орындарында қону кезінде ҚҚС 13%-дан 10%-ға дейін төмендету бойынша шара қабылданды.

**Венгрия**

Венгрияда туризм саласында біліктілікті арттыруға мемлекеттік қолдау бағдарламалары, салық преференциялары, инвесторлар үшін қаржы субсидиялары қарастырылған, олардың инвестиция көлемі кем дегенде 50 жаңа жұмыс орнын құрумен және басқалармен есептегенде 50 миллионнан астам еуроны құрайды.

Туризмді дамытудың Ұлттық Стратегиясы – 2030 қабылданды, Венгриядағы туризм бойынша стратегиялық құжаттардың мақсаты -– демалысты мүмкіндігінше көп адамдарға сапалы ортада өткізуге мүмкіндік беру.

Туристік әлеуетің ашылуы туристік дестинациялардың өз әлеуеті есебінен болжанып отыр. Орталық үкіметтің рөлі әрбір дестинация үшін дамудың басым бағытын анықтау және бірегей іс-әрекет бағдарламасын құру, брендтерді басқару және әр дестинация үшін бірегей өнімдер құру болып табылады.

2030 жылға дейінгі кезеңге арналған Стратегияны іске асырудың жоспарланған даму ресурстары: мемлекеттік бюджеттен 574,6 миллиард форинт (1,6 миллиард еуро) және Еуропалық Одақтың (бұдан әрі – ЕО) даму қорларынан (262,18 миллиард форинт (737,1 миллион еуро).

Атап айтқанда, Бағдарламада республика бойынша сыйымдылығы 100-ден астам нөмірлік қонақүйлер салуға және қонақ үй ғимараттарын жаңғыртуға 60 миллиард форинт (168,7 миллион еуро) бөлінеді.

Даму бағдарламасы мақсатқа бағытталған және оған бұрын грантқа үміткер бола алмайтын шағын кәсіпкерлер мен жеке резиденциялар, қонақ үйлер мен кемпингтер сияқты ең кіші қызмет көрсетушілерді қоса алғанда, мыңдаған қатысушыларға арналған байқаулар кіреді.

**Германия**

Германияда туризмді дамытудың негізгі мәселелері, қиындықтары мен саясатының басымдықтары шағын және орта бизнесті қолдауға олардың бәсекеге қабілеттілігін дамытуға және олардың өсу мен жұмыспен қамту әлеуетін ашуға бағытталған. Туристік саясаттың басқа басымдықтары мыналарды қамтиды:

- қол жетімділік - мүмкіндігі шектеулі жандар мен кішкентай балалары бар отбасыларға қызметтер мен ақпарат ұсыну;

- ауылдық туризмді нығайту;

- жұмыс күші мен дағдылары – білікті мамандар үшін бәсеке бүкіл экономикада күшейіп, туризмнің дамуына әсер етті;

- цифрландыру - туризмнің цифрлық трансформациясы немесе Туризм 4.0 өзінің ұлттық туристік стратегиясына федералды үкіметтің басты басымдығы ретінде енгізілген;

- жаңа бастапқы нарықтардан ағын - келушілердің көбеюінен туындаған кептелістерді басқару;

- экономикалық, әлеуметтік және экологиялық тұрақтылық.

**Израиль**

Экономикалық тұрғыдан алғанда, туризм - Израиль бюджетінің маңызды құрамдас бөлігі, жоғары табысты бес саланың бірі. Егер біз саланы инвестициялық тартымдылық тұрғысынан талдайтын болсақ, онда әрбір 1 доллар инвестиция 50 доллардан 100 долларға дейін әкеледі.

2018 жылы Израиль туризм министрлігінің жалпы бюджеті 1,2 миллиард шекелді (308 миллион еуро) құрады. Оның 44%-ға жуығы маркетингке, 23%-ы мемлекеттік туризм инфрақұрылымына және 13%-ы инвестициялық ынталандыруға бөлінді.

Израильдің Туризм министрлігі компаниялар мен ұшу консолидаторларына әкелінген әрбір турист үшін 60 еуро көлемінде өтемақы береді. Тағы бір шара жаңа аймақтық қалалардан ұшуды ұйымдастыруға қатысты: рейс ашылған кезде, мысалы, Новосибирск немесе Қазаннан авиакомпаниялар 250 000 еуро көлемінде өтемақы алады.

40 жылдан бері қолданылып келе жатқан «Туризм қызметі туралы» Заңды жаңарту жұмыстары жүргізілуде. Көптеген ережелер тұтынушылардың ағымдағы тенденцияларын көрсету үшін қайта қаралады, бірақ салықты қайтару және қонақ үйлерді жіктеу тетіктері сияқты басқа ережелер сақталады. Ең маңызды модификация – экскурсияларды ұйымдастыруға байланысты реттеуді жою. Нәтижесінде, жаңа заң гидтерді оқыту, лицензиялау және жұмысқа қойылатын талаптарды біріктіреді, сондай-ақ келетін туристерге израильдік бар гид қызметін пайдалану міндеттемесін жүктейді.

лицензия.

**Латвия**

Латвия үкіметінің шаралары мыналарға бағытталған:

- латвиялық туристік ұсыныстың бәсекеге қабілеттілігін арттыру;

- ішкі туризмді ынталандыру және ішкі туризмнен түсетін табыстың өсуін қамтамасыз ету;

- тұрақты туризм критерийлеріне сәйкестігі;

- туристік ағындардағы маусымдық теңгерімсіздіктің төмендеуі;

- болудың орташа ұзақтығының ұлғаюы.

- инвестицияның қайтарылуына мұқият қарау;

- туризм мен қонақжайлылықтағы көлеңкелі экономиканы төмендету;

- халықаралық деңгейде Латвияның туристік имиджін ілгерілету.

Туристерді тартудың ТОП бағыттары анықталды: Рига, Юрмала және Рига шығанағы жағалауы Курземе, Гауя ұлттық саябағы, Вентспилс, Калька, Лиепая (солтүстік пен оңтүстіктегі жағалау сызығы), Даугавпилс, Даугавас-Локи табиғи паркі, Видземе жағалауы, Рундале сарайы, Терветтегі табиғи туризм.

Олар кластерлік принцип бойынша дамиды – бұл бір географиялық аумақта өз қызметін тиімді ынтымақтасатын және үйлестіретін, кешенді туристік ұсынысты әзірлейтін және олардың бәсекеге қабілеттілігін арттыратын туристік қызмет көрсетушілер, көмекші ұйымдар тобы.

Кластерлік бағдарламаны жүзеге асыру мақсатында кластерлерді дамытуды қолдау, халықаралық ынтымақтастықты ілгерілету, қызметті үйлестіру және маркетинг үшін Еуропалық аймақтық даму қорынан 6,2 миллион еуро көлемінде қаржы алынды.

**Мексика**

Үкімет 25 мың песо (1000 АҚШ доллары) мөлшерінде, оның ішінде туризм секторы мен бизнестің басқа да жекелеген сегменттері үшін жұмысшылар алдындағы әлеуметтік міндеттемелерге айырбас ретінде 2 миллион жеңілдетілген шағын несие беру шараларын қабылдады.

Атап айтқанда, Мексика ішкі туризмді ынталандыру үшін үлкен деректер мен әлеуметтік медиа арқылы қуатталған өршіл цифрлық стратегияны ұстануда. Науқан мазмұнның дұрыс аудиторияға жетуін қамтамасыз ететін баяндау және стратегиялық байланыс желісін құруға көмектесу үшін 32 штат пен әртүрлі муниципалитеттерді қамтиды.

Мексика үкіметі туризм секторын қалпына келтіру мақсатында ішкі демалыс жолдамаларын, сондай-ақ ішкі рейстер үшін әуе жол ақысын төлеуден және ішкі және аймақтық авиациялық қауіпсіздік үшін алымдардан босатумен айналысуда.

Мексиканың туризмді дамытуды басқару үш негізгі бағыт бойынша қалыптасады:

- саяси, яғни барлық іс-шаралар (туристік бизнес пен туристік бағыттарды дамыту бағдарламаларын әзірлеу) жоғары басқару деңгейінде өтеді.

- экономикалық, яғни. мақсаты - валюталық түсімді, туристік кірісті, демек, кәсіпорындардың табысын ұлғайту үшін туристерді көбірек тарту;

- әлеуметтік – жұмыс орындарын көбейтуге, жұмыссыздықты азайтуға және жергілікті және қоныс аударатын халыққа әлеуметтік қызмет көрсетуге бағытталған.

Солтүстік Америкадағы Мексика туризм бюросының жаңа жарнамалық науқаны Америка Құрама Штаттарында тұратын испандықтарға бағытталған, олардың үштен екісі мексикалықтар. АҚШ азаматтары Мексикаға жыл сайын келетін 20 миллион туристтің шамамен 70% құрайды. Жұмысқа қабылдау науқаны «Regresa a Mexico a la mejor manera: de vacaciones» («Мексикаға қайтып оралудың ең жақсы жолы: каникулға / демалысқа келіңіз») ұранымен өтеді.

Республикалық деңгейде туризмді ақпараттық қамтамасыз ету де маңызды рөл атқарады. Әр штатта кем дегенде бір туристік ақпараттық орталық бар, ол карталарды ұсынады, жеке бағыттардың бар екендігі туралы қажетті ақпаратты ұсынады және орналасу орны, тамақтану және демалыс мәселелерін шешуге көмектеседі.

«Мексиканың сиқырлы қалалары» бағдарламасы аясында елдің 31 штатының әрбір астанасы туристерді тарта алатын, кем дегенде, бір объектіні (тарихи, мәдени, табиғи, архитектуралық) ұсынуы тиіс. Бұл бағдарламаның арқасында, мысалы, Мехико федералды округінде орналасқан Тепотзотлан сияқты қала қазір турлық маршруттарға жиі қосылады.

**Түркия**

2017 жылы Түркия үкіметі туризм индустриясын дамыту үшін мемлекеттік-жекеменшік серіктестіктің (бұдан әрі - МЖС) бизнес модельдерін іздейтінін жариялады. МЖС бизнес үлгісі қаржыландыруды алуды және инфрақұрылымдық объектілерді пайдалануды қамтиды.

Басты артықшылықтардың бірі - мұндай бизнес үлгісі бар объектілердің құны мемлекеттік бюджетке түспейді, Түркия бұл бизнес моделін 1980 жылдардан бастап қолданып келеді. Осындай мысалдардың бірі - Үшінші Ыстамбұл әуежайы, және ұқсас үлгі бойынша бірнеше медициналық мекемелер құрылды.

Туроператорлар мен қонақүйлер үшін мемлекеттік қолдаудың тиімді тетіктері қолданылады, мысалы кедендік баж салығынан босату, перспективалы туристік аймақтардағы қонақ үйлерді ең төмен бағамен коммуналдық қызметтермен (электр/газ/су) қамтамасыз ету, халықаралық көрмелерге қатысу шығындарын өтеу, 26 мақсатты нарықтан 400 мың турист қабылдаған туроператорларға мемлекеттік қор кепілдіктерімен төмендетілген ставкалары бар банктерден 25 миллион долларға дейінгі несиелер; әуе тасымалы шығындарын жабу (чартерлік/рейстік әр ұшақ үшін 6 мың доллар) және т.б.

Медициналық туризмге арналған арнайы экономикалық аймақтар (бұдан әрі - АЭА) құрылады, онда инвесторларға мемлекеттік қолдаудың келесі шаралары ұсынылады:

- салықтардан және бюджетке төленетін басқа да міндетті төлемдерден босату;

- арзан инфрақұрылым мен инвестициялық мүмкіндіктер;

-инвесторларға бір терезе қағидаты бойынша қызмет көрсету;

- шетелдік дәрігерлер мен медбикелерді жұмысқа тартуға рұқсат;

- қысқа мерзімге шетелдік дәрігерлер мен консультанттарды тартуға рұқсат (жұмысқа рұқсат алмай);

- дәрігерлердің азаматтық-құқықтық жауапкершілігін міндетті сақтандыру;

- әуежайлардан 30 минуттық жерде міндетті түрде орналасу.

Туризмге инвестицияларды жеделдету және жарнамалық қызметті жандандыру үшін Түркия туризмін жылжыту және дамыту агенттігі құрылады. Дамушы және мақсатты нарықтарда имиджді қабылдау мен жақсарту науқандары басталады.

**Жапония**

2016 жылы Жапон үкіметімен 2030 жылға дейінгі ұзақ мерзімді стратегия әзірленді. Сонымен қатар, елде бұл саланың дамуына серпін берген жаһандық спорттық шаралар үнемі өткізіліп тұрады.

Жапонияның саяхат және туризм қауымдастығы сияқты іскер топтармен тұрақты диалог жүргізгенде жеке сектормен серіктестік өте маңызды болып саналады. Үкімет жеке сектор басқаратын DMO құруға және дамытуға жәрдемдеседі (оның ішінде персонал шығындарын субсидиялау, оқыту).

Үкімет статистикалық мәліметтерді ұсыну, өңірлік дамуды және аймақтық ынтымақтастықты дамыту арқылы өңірлік бастамаларды ынталандыруға қолдау көрсетеді. Жергілікті биліктің рөлі – жергілікті дестинациялардың тартымдылығын арттыру.

Жапония туристік агенттігінің 2019 жылғы бюджеті 71,1 миллиард иенді (530 миллион еуро) құрады, бұл 2017 жылғы бюджеттен 2,8 есе көп. Бюджет 2019 жылдың қаңтарында белгіленген елден кетуге жаңа халықаралық туристік салықты енгізудің арқасында өсті.

**Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар (бұдан әрі – ЕҚТА)**

Биологиялық алуантүрлілік туралы Конвенция Тараптарының 10 -шы Конференциясында қабылданған жаһандық нысаналы міндет (2010 жыл, Жапония) қорғалатын табиғи аумақтарды жер бетіндегі экожүйелердің жалпы аумағының 17%-на дейін кеңейту арқылы биоалуантүрлілікті сақтауды қамтамасыз етуді көздейді. Атап айтқанда, экожүйелердің тұрақты дамуы үшін әлемдік тәжірибеде қабылданғандай, қорғалатын аумақтардың ауданы шамамен 10-12% болуы керек.

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда тұрақты туризмді дамыту шеңберінде ұлттық саябақтарды басқарудың ең тиімді әлемдік тәжірибесі АҚШ, Австралия және Грузия елдерінде кездеседі.

Мұндай елдерде биологиялық алуантүрлілік сақтау, инвестиция тарту, кәсіпкерлікті және тіризмді дамыту бойынша іс-шаралар нақты белгіленген.

Ұлттық парк қызметінің әр бағыты басқа бағытқа зиян келтірмей стен тиімді және үйлесімді түрде дамиды.

**COVID-19 және әлемдегі туризм**

Туризм COVID-19 пандемиясы кезінде экономиканың ең зардап шеккен саласы болып табылады.

Саяхат көлемі төмендеп, туризм экономикасында жетекші орынға ие елдер бірінші кезекте зардап шекті.

Қазақстанның туризмдегі бәсекелес елдерінің бірқатары дағдарысқа қарсы шұғыл шаралар қабылдады.

Ресейде туризм индустриясының субъектілері үшін 1,2 млрд рубль сомасында дағдарысқа қарсы шаралар кешені жүзеге асырылуда: әуе тасымалымен байланысты шығындарды өтеу үшін туроператорларға субсидиялар; жалақы төлеуге, қызметті қайта бастауға пайызсыз несиелер; салықтық санкцияларды қолдануға мораторий; салық демалыстары.

Сондай-ақ ішкі туризмді қолдау бойынша туристік «Кэш-бэк» бағдарламасы қабылданды. Ол Ресейдегі азаматтардың демалысын қызықты әрі қол жетімді етуге, саяхат географиясын кеңейтуге және тек жаз айларын ғана емес, маусым мерзімін арттыруа бағытталған.

Өзбекстанда туристік саланы «қалпына келтіру» үшін жеңілдіктер қарастырылған: салық жеңілдіктері, пайызсыз несиелер, стартап жобаларды қолдау, гранттар, несиелер бойынша пайыздық шығындарды субсидиялау, орналастыру бойынша қызметтердің (қонақ үй қызметтерінің) 10%-ы көлемінде орналастыру объектілерін субсидиялау, туроператорлар мен турагенттерге әр шетелдік турист үшін 15 доллар көлемінде субсидиялар, туроператорлардың авиабилеттер мен теміржол билеттеріне шығындарын субсидиялау, қонақүйлерді жөндеуге, реконструкциялауға кеткен шығындарын өтеуғ, материалдық -техникалық базаны жаңарту.

Грузия үкіметі туристік секторды қолдаудың дағдарысқа қарсы жоспарын әзірледі, оған салықты кейінге қалдыру мен уақытша тоқтату, сондай-ақ банктік несиелер мен пайыздық субсидиялар бойынша қаржылық көмек кіреді. Бұл шаралар Грузияға басқалардан бұрын туристік бағыттарды ашуға, жасыл аймақтар құруға және адамдарға қауіпсіз демалуға мүмкіндік берді.

Әзірбайжанда экономиканың зардап шеккен салаларына мемлекеттік қолдау шамамен 2,5 миллиард манатты (1,47 миллиард доллар) құрады, яғни мемлекеттік бюджеттің шамамен 10%. Қолдау аясында кәсіпкерлер жалақысының бір бөлігін мемлекеттен алатын болады. Сонымен қатар кәсіпкерлік субъектілеріне салықтық преференциялар мен жеңілдіктер берілді.

Жалпы, бұл елдердегі дағдарысқа қарсы шаралар кәсіпкерлікті қолдауға бағытталған: салықтық жеңілдіктер беріліп, қолжетімді несиелер бөлінді, кәсіпорындарға әлеуметтік қолдау көрсетілді.

**4. Туристік саланы дамытудың индустриясын дамытудың пайымы**

Пандемия әсерінен қалыптасқан жағдайларда ішкі туризм экономиканың өсуінің жаңа көзіне айналады және экономиканың сабақтас салаларының дамуына мультипликативті әсер ететін бизнестің ең табысты, еңбекті көп қажет ететін түрлерінің біріне айналады.

Тұжырымдаманы жүзеге асыру барысында 3 негізгі міндет айқындалды:

- Туризм инфрақұрылымын дамыту;

- Қолайлы климат құру және қызмет көрсету сапасын арттыру;

- Туристік әлеуетті жылжыту.

**Тапсырма 1.** Туризм инфрақұрылымын дамыту

Болашақта туристік аймақтарда инженерлік-коммуникациялық және көлік инфрақұрылымын дамыту шеңберінде туризм саласын дамыту жөніндегі мемлекеттік саясат жалғасын табады.

Елді мекендерден тыс жерлердегі туристік орындарға кірме жолдардың құрылысы дамитын болады.

Ол үшін туристік ресурстарды дамыту мақсатында инвестициялық әлеуетті кеңейту бойынша кешенді шаралар қабылданатын болады.

Мемлекеттің инвестициялық жобаларды іске асыруға қатысуы жеңілдікпен қаржыландыру, преференциялар беру, жер, инфрақұрылымдық және басқа да мемлекеттік органдармен проблемалық мәселелерді шешу арқылы жүзеге асырылатын болады.

Ұлттық парктер экологиялық туризм жобаларын табысты жүзеге асыру үшін зәкірлі инвесторлармен жұмыс жалғасатын болады.

Сонымен, 2021 жылы «Көлсай көлдері», «Шарын», «Алтын-Емел» МҰТП-де туризмді дамыту үшін инвесторлар анықталды. 2020 жылы «Іле-Алатауға» инвестор тартылып, Аюсай шатқалында бірінші визит-орталық салынды. Бұл жобалар орта мерзімді перспективада кем дегенде 56 млрд теңге инвестиция ағынын, кемінде 14 визит-орталық құрылысын, кемінде 900 бөлмесі бар жаңа экологиялық таза орналастыру орындарын пайдалануға беруді, кемінде 180 шақырымды соқпақтарды жайластыруды қамтамасыз етеді.

Туристік қызмет саласындағы заңнамалық базаны жетілдіру мақсатында «Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне туристік қызмет мәселелері бойынша өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы» Қазақстан Республикасының 2021 жылғы 30 сәуірдегі № 34-VII Заңы (бұдан әрі – Заң) қабылданды, ол туристік саланы мемлекеттік қолдаудың жүйелі шараларын енгізуді көзделінді.

Заңның жаңа редакциясында туристік картаның республикалық деңгейдегі объектілер тізіміне енгізілген, туристік даму үшін ерекше әлеуеті бар аумаққа - басым туристік аумақ ұғымы енгізілді.

Инфрақұрылымды дамыту шеңберінде туристік қызығушылық тудыратын орындарда санитарлық-гигиеналық қондырғыларды (бұдан әрі – СГҚ) орнату, іске қосу және күтіп ұстау мониторингі жалғасады, бұл жұмыстарға қаражатты уақтылы және жеткілікті бөлуге көмек көрсетіледі. 2020 жылы Жұмыспен қамту жол картасы шеңберінде 99 DGS орнатуға 1 млрд жұмсалынды.

Зерттеу нәтижелері бойынша қазіргі кезде Қазақстанда туристік объектілер қажеттілігі анықталып, СГҚ-дағы 493 бірлік табиғи-климаттық жағдайлары және облыстың туристік ағындары ескерілді.

Инвестицияларды жоспарлау принципі де енгізіледі. Осылайша, өңірлерде туристік маршруттарды түгелдеу және туристік инфрақұрылымның дамуын рейтингтік бағалау бойынша жүргізілетін жұмыс (бұдан әрі - зерттеу) нақты объектілерге қажеттілікті анықтауға мүмкіндік береді және де туристік бағыттарды одан әрі дамытуға бағытталған инвесторлар үшін негізделіп, жан-жақты ұсыныстарды қалыптастырудың ақпарат көзі болып табылады.

Зерттеу нәтижелерін талдау негізінде мүдделі тараптар үшін келесі мәселелер бойынша ұсыныстар әзірленетін болады:

1) әр дестинация бойынша жеке туристік инфрақұрылымды дамытуға бағытталған өзара байланысты техникалық және ұйымдастырушылық шаралар, оның ішінде:

- туристік орындарға баруға дейін/арасындағы автомобиль жолдары мен темір жолдарын, сондай-ақ туристік бағыттардағы әуежайларды, вокзалдарды салу, жөндеу, реконструкциялау және жаңғырту қажеттілігі;

- нақты объектілерге қажеттілікті және олардың орналасуын анықтайтын бағыттар аумағында, оларға баратын жол бойында толыққанды жол жиегін, сервистік және жұмсақ инфрақұрылымды дамыту/жаңғырту (СМҚ, кемпинг, сервистік, қоғамдық тамақтандыру, медициналық және санитарлық пункттер, ақпараттық стендтер, белгілер, бағдарлау белгілері, кіреберіс жолдар, мүгедектерге арналған жақсарту элементтері және т.б.);

2) қолданыстағы туристік өнімдер мен маршруттарды жетілдіру/кеңейту және жаңаларын құру, олардың туристер үшін тартымдылығын арттыру, типтік туристік маршруттардың жұмсақ инфрақұрылымын дамыту.

Туристік маршруттарды түгендеу жергілікті атқарушы органдармен, салалық және шаруашылық бірлестіктердің өкілдерімен, туристік бизнеспен бірлесіп жүргізіледі.

Мониторинг нәтижелері қолданыстағы интернет ресурстарда көрсетіледі, сондай-ақ мүдделі жергілікті және орталық атқарушы органдардың, депутаттық корпустың және қоғамдық ұйымдардың назарына жеткізіледі. Бұл қызметтің ашықтығы мен тәуелсіздігін қамтамасыз етеді, күштерін біріктіреді және де басқарылатын аумақтарда туризмді дамыту бойынша нақты шараларды жүзеге асыру үшін жергілікті атқарушы органдарды ынталандырудың тиімді тетігін жасайды.

2020 жылы ПТТ бойынша 50 танымал туристік бағытқа түгендеу жүргізілді. Нәтижелері бойынша жазғы, қысқы маршруттар, сондай-ақ 29 бағытты қамтитын Ұлы Жібек жолының Қазақстандық сегменті бойынша туристік маршруттардың каталогы құрастырылды. Туристік операторларға жаңа туристік өнімдерді жинауға көмектесу үшін Tourismonline.kz порталында инфрақұрылымның жағдайы мен туристерді қызықтыратын орындар туралы соңғы мәліметтер орналастырылған.

Салыстырмалы талдау жүргізу, инвестицияланған қаражаттың тиімділігін бағалау мүмкіндігі мен даму динамикасын бағалау үшін туристік инфрақұрылымның даму деңгейі бойынша аймақтардың әдістемесін әзірлеу және ұлттық рейтингтік бағалауды енгізу жоспарлануда. Рейтингтік бағалау ең үздік халықаралық тәжірибені ескере отырып, Қазақстанның Туризм картасына енгізілген РТТ пен ТОП-50 бағыттарын қамтиды.

**Тапсырма 2**. Қолайлы климат құру және қызмет көрсету сапасын арттыру

Туристік дестинацияларды дамыту және еңбек ресурстарын өндіріске жаппай тарту, қолайлы туристік климат құру және Қазақстанның туристік потенциалын танымал ету арқылы туристік қызметтер мен өнімдердің қолжетімділігі мен сапасын арттыруға ерекше назар аударылатын болады.

Туристік дестинациялар мен еліміздің аймақтары арасындағы әуе қолжетімділігін арттыру мақсатында бірінші кезеңде Каспий жағалауының (Маңғыстау облысы, Ақтау қаласы) және Алакөл жағалауының (Алматы облысы, Үшарал қаласы) туристік потенциалы жоғары және көліктік қолжетімділігі төмен дестинациясы ретінде анықталды.

Осыған орай, географияны кеңейту және ішкі рейстер құнын төмендету мақсатында еліміздің аймақтары арасындағы ішкі әуе тасымалы бағыттарының саны ұлғайтылады.

Айта кетерлігі, отандық авиация нарығындағы бәсекелестікті арттыру және әуе билеттерінің құнын төмендету бойынша мемлекеттік деңгейде шаралар қабылдануда. Мысалы, 2019 жылдың мамыр айында отандық төмен бюджеттік Fly Arystan тасымалдаушысы іске қосылды. Компания астаналық әуежайларды айналып өтіп, аймақтарды бір-бірімен тікелей байланыстырмақ.

Көлік қолжетімділігін одан әрі дамыту үшін отандық әуе компаниялар, теміржол және автомобиль тасымалдаушылар ел ішінде интермодальдық тасымалдауды дамытатын болады.

COVID-19 пандемиясына байланысты санитарлық-эпидемиологиялық жағдай жақсарған сайын шетелдіктер мен азаматтығы жоқ адамдардың Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасынан өтуіне шектеулер алынып тасталады.

Қазақстанның алыс және жақын шетелдермен, мақсатты нарықтарымен тікелей (тұрақты, тұрақты емес чартерлік рейстер) әуе байланысы қалпына келтіріледі.

73 елдің азаматтары үшін визасыз режимді қалпына келтіру күтілуде (екі жақты келісімдерге сәйкес 19 мемлекет, сондай-ақ Қазақстан карантинге дейін біржақты визасыз режим орнатқан 54 елдің азаматтарына виза рәсімдеу қажет емес).

Азаматтары Қазақстан Республикасына визасыз бара алатын елдердің санын көбейту бойынша жұмыс жалғасады.

EQonaq (eHotel) ақпараттық жүйесін масштабтау бойынша жұмыс жүргізілетін болады және оны Қазақстанның аймақтарында (облыс орталықтары мен ЕҚТА) енгізу, орналастыру орындарының қызметкерлерін жүйені қолдану бойынша оқыту жүргізіледі, және жүйе модульдері тұрақты түрде жаңартылатын болады.

2025 жылға қарай қазақстандық қонақүйлердің 95%-ын eQonaq (eHotel) ақпараттық жүйесімен қамтамасыз ету жоспарлануда, оған елге келетін кемінде 250 мың шетелдік келуші тіркеледі.

Жоғары оқу орындарында туристік білім беруді жетілдіру үшін саланың қажеттіліктеріне жауап беретін және мамандандырылған пәндер мен практикалық сабақтардың көлемін едәуір кеңейтетін жаңа білім беру стандарттарын қабылдау қажет. Бұл ретте мамандандырылған пәндерді оқыту деңгейін жоғарылату мақсатында оқытушы кадрлардың құрамы туризм индустриясынан тәжірибелік қызметкерлерді тарту бағытында айтарлықтай өзгеруі тиіс.

Тәжірибелі жергілікті және халықаралық сарапшыларды тарта отырып, оның ішінде онлайн форматында оқу іс -шараларын, тренингтерді, тағылымдамаларды, мастер-класстарды, біліктілікті арттыру курстарын ұйымдастыру арқылы туризм индустриясының жұмысшыларының біліктілігін арттыру бойынша жұмыстарды жүргізу жоспарлануда.

2020 жылы Tourismonline.kz онлайн байланыс платформасы негізінде ішкі туризмнің онлайн академиясы іске қосылды (aсademy.tourismonline.kz, платформаның жұмысы туралы ақпарат «Туристік индустрияны цифрландыру» бөлімінде берілген). Платформада тыңдаушылар туристік бизнестің негіздерін, өз қызметін қалай бастаудан қолданыстағы бизнесті дамыту бойынша практикалық дағдыларға дейін нұсқаулық ала алады. 2020 жылы алаңда 3000-ға жуық адамның қатысуымен 50 тақырып талқыланды, ал 35 мыңнан астам адам вебинарлардың жазбаларын тамашалады. Қатысушылардың географиясы, Қазақстанды қоспағанда, ТМД елдері мен алыс шетелдерді қамтиды.

Сонымен қатар, туристік бизнес субъектілері үшін туристік өнімдерді, оның ішінде MICE туризмін, туристік қызметтердің сапа стандарттарын және т.б. дамыту бойынша арнайы бағдарламалар әзірленіп, оқыту іс-шаралары өткізілетін болады.

Жалпы, 2025 жылға қарай туризм саласында кемінде 5,5 мың жұмыспен қамтылған адамдардың құзыреттерін дамыту жөніндегі іс-шараларды қамтамасыз ету жоспарлануда.Туристік қызметтердің сапасын жақсарту үшін «сапа белгісін» ынталандыру мен ынталандыру механизмі бар халықаралық стандарттау жүйесінің үлгісі бойынша туризм индустриясының субъектілерін ерікті сертификаттауды енгізу жоспарлануда. Бұл ретте, халықаралық тәжірибеге негізделген сапа стандарттарын зерттеу нәтижелері бойынша (Қытай, Испания, Швейцария) 2020 жылы көптеген кәсіпкерлік субъектілерінде туризм саласындағы белгілі бір стандарттардың талаптары немесе бар екендігі туралы ақпаратпен хабарсыз.

Саланы одан әрі дамыту және дағдарысқа қарсы шараларды жүзеге асыру мақсатында халықаралық бірлестіктердің іс-шараларын өткізу үшін елдің тартымдылығын арттыру бойынша бірқатар жүйелі шараларды қабылдауға жәрдемдесу қажет. Қазақстан қалаларында MICE туризмін табысты дамыту мақсатында MICE іс-шараларын қолдау шаралары қарастырылады, оның ішінде биддинг процесін жүйелеу (қалалардағы іс-шараларды өткізуге өтінімдер беру), Қазақстан Республикасы MICE елшілерінің бағдарламасын және MICE халықаралық іс-шараларын ұйымдастырушыларға қолдау көрсету ережелерін іске асыру. Ереже халықаралық қауымдастықтардың іс-шараларын ұйымдастырушыларға, ынталандыру турларының (инсентив-тур) қатысушылары мен шетелдік компаниялардың іс-шараларына қатысты болады. Бұл ретте бағдарламаға іс-шараларды ұйымдастырушылар үшін де, қатысушылар үшін де ынталандыру шаралары енгізілетін болады.

Сонымен қатар, туристік өнімдерді дамыту және туристік маршруттардың сапасын жақсарту үшін маркетингтік зерттеулер жүргізу жоспарланып отыр, соның ішінде туристік операторлардың өз өнім ұсыныстарын әзірлеу кезінде, кейбір туристік маршруттар мен объектілердің сұранысы мен жағдайы туралы тиісті мәліметтерді жинау, оның ішінде:

1) трендтер мен мақсатты сегменттердегі қазақстандық туристік өнімдер мен қызметтерге сұранысты зерттеу;

2) туристік қызығушылық объектілерін және жұмыс қолданыстағы туристік маршруттарды түгендеу және диагностикалау, оларды аббаттандыру бойынша шараларды айқындау.

Жүргізілген жұмыстардың нәтижесінде туристік қызығушылық объектілерінің деректер қоры (тізілімдерін) құрылады, олардың ағымдағы жағдайы бағаланады, дамыту және жетілдіру бойынша ұсыныстар әзірленеді.

Жастар туризмін дамыту мақсатында «Таза ауа аясындағы сабақ» жобасын одан әрі ілгерілету жоспарлануда. Жобаның мақсаты – мектеп бағдарламасынан тыс экскурсиялық сабақтар өткізу, олардың барысында мектеп бағдарламаларын визуализациялау жүзеге асырылады. 2020 жылы жоба пилоттық түрде республикалық бюджет есебінен Нұр-Сұлтан, Алматы қалаларында және Жамбыл облысында іске қосылды. Жергілікті бюджет есебінен жоба Түркістан облысында жүзеге асырылды. Жобаға барлығы 655 студент қатысты.

Курорттық туризмді одан әрі дамыту үшін курорттық мекемелер мен туроператорлар арасында ынтымақтастық орнатылады. 2020 жылы курорттық аймақтардың маңындағы материалдық-техникалық жарақтандыру және инфрақұрылымның бар-жоғын зерделей отырып, санаториялық-курорттық объектілерге зерттеу жүргізілді, 173 санаториялық-курорттық нысанға тексеріліп, оның нәтижесінде жаңартылған реестр, санаторийлер каталогы таныстырылды, жұмыс істеп тұрған санаторийлер туралы өзекті ақпарат www.kazakhstan.travel порталында орналастырылып, бейнеролик жарияланды. Ковидтен кейінгі оңалту бағдарламалары бар санаторийлер жеке тізімде көрсетілген.

**3-міндет. Қазақстанның туристік әлеуетін ілгерілету**

Қазақстанның туристік брендін және оның оң имиджін қалыптастыру – бұл елдің туристік әлеуетінің тартымдылығын арттырудың күшті құралы.

Халықаралық тәжірибеге сәйкес жарқын және танымал іс-шараларды өткізу туристік ағынды ұлғайтудың ең тиімді тетіктерінің бірі болып табылады.

Қазақстанда туристік дестинациялар аумағында бірқатар тақырыптық іс-шаралар ұйымдастыру жоспарлануда.

Ұзақ мерзімді келешекте бұл тәсіл отандық турбизнеске сұраныс, өнім, баға, коммуникативтік және өткізу саясаттарын зерттеу саласында тиімді маркетингтік іс-шараларды жүргізу бойынша практикалық құзыреттерін арттыруды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Kazakhstan.travel порталы арқылы елдің туристік әлеуетін ілгерілету бойынша жұмыс жалғастырылатын болады, оның ішінде:

- онлайн-брондау және туристік өнімдер мен қызметтерді сатып алу үшін порталда сервисті құру және дамыту;

- іздеу жүйелері үшін порталды оңтайландыру (SEO оңтайландыру);

- интернет-ресурстарда жарнама орналастыра отырып, порталға трафикті жүргізу;

- порталдың 8 тілде қолжетімділігін қамтамасыз ету;

- Қазақстанға сапарға келуге шабыт беретін ақпараттық және визуалды контентті қалыптастыру (мақалалар, бейнероликтер, фото);

- порталда Қазақстанның негізгі мұражайларының, тарихи-мәдени және табиғи көрікті жерлерінің виртуалды және 3D-турларын құру және орналастыру;

- оқиғалар күнтізбесінің функционалдығын кеңейту және келушілер үшін ақпаратты көрсетуді жекелендіру.

Қазақстанда танымал әлеуметтік желілер (Instagram Facebook, YouTube, Telegram, Тiktok, WeChat, Weibo) арқылы туризмді жастар арасында танымал ету үшін ішкі туризмді ілгерілету бойынша жұмыс жалғастырылатын болады.

Әлеуметтік желілердегі аккаунттарды жылжыту үшін тікелей жарнама және вирустық маркетинг құралдары, сондай-ақ ақпараттық өрістегі оң және теріс фонды бақылау қолданылады.

Баспа басылымдарын (газеттер, журналдар, брошюралар, парақшалар және т. б.), БАҚ (ТВ және радио), сыртқы жарнаманы (медиа-тасымалдағыштары, биллбордтар, ситилайттар, жол сітлегіштер) қолдана отырып, елдің туристік әлеуетін оффлайн ілгерілету шеңберінде қазақстандық туристік өнімдерді жылжыту мынадай тәсілдермен жүзеге асырылатын болады:

1) жарнамалық акциялар мен науқандар;

2) отандық және шетелдік теледидардағы жарнама;

3) Қазақстанда адамдар көп жиналатын жерлерде (әуежайлар, вокзалдар, спорттық іс-шаралар, ұшақтардың борттары, пойыздар және т. б.) туризмнің мүмкіндіктері туралы ақпараттық материалдарды тарату;

4) Қазақстанда туризмнің қызығушылығын арттыру және танымал ету мәселелерінде жария тұлғалармен, блогерлермен, салалық ықпал ету агенттерімен және пікір көшбасшыларымен ынтымақтастықты көздейтін «туризм елшілері» бағдарламасын іске асыру.

Жыл сайын мақсатты нарықтарда Қазақстанның туристік әлеуетін PR-ілгерілету үшін туризмнің кемінде 3 елші тағайындалатын болады;

5) білім беру және өлкетану ұйымдарымен, қауымдастықтармен, бұқаралық ақпарат құралдарымен әріптестік жобалар мен бағдарламаларды іске асыру;

6) жыл сайын Қазақстанның туристік дестинацияларын жылжытуда жоспарлы, кешенді және жүйелі тәсілді қамтамасыз етуге, сондай-ақ ресурстарды тиімді бөлуге мүмкіндік беретін ұлттық туристік порталға орналастыра отырып, оқиғалық іс-шаралар күнтізбесі қалыптастырылатын болады;

7) Қазақстанның туристік әлеуетінің жарнамасын мақсатты нарықтарда (қалалар мен әуежайларда) орналастыру.

Қазақстанды мақсатты нарықтарда туристік бағыт ретінде ілгерілету және Қазақстанның шетелде танымалдылығын арттыру мақсатында Ресей, Қытай, Германия және Оңтүстік Корея сияқты басым нарықтарда сыртқы жарнаманы орналастыру жоспарланып отыр.

Елдің туристік брендін қалыптастыру және ілгерілету мақсатында БАҚ өкілдері мен блогерлер үшін баспасөз турларын өткізу жоспарлануда.

**5. Туристік саланы дамытудың негізгі қағидаттары мен тәсілдері**

Осы Тұжырымдама 2025 жылға дейін әзірленді.

Осы Тұжырымдаманың ережелері 2025 жылға дейінгі Кәсіпкерлікті дамыту жөніндегі жобаның "жаңа тауашаларды қалыптастырудың" 3-бағытын іске асыру, Қазақстан Республикасының туристік саласын дамыту тұжырымдамасын жасаудың 2025 жылға дейінгі (1-қосымша) жоспары және мемлекеттік жоспарлау жүйесінің төмендегі құжаттары арқылы жүзеге асады.

**5.1. Туризм инфрақұрылымын дамыту**

Туризм инфрақұрылымын дамыту үшін дестинацияларды дамытуды жүйелі жоспарлау және олардың инвестициялық тартымдылығын қамтамасыз ету қажет.

Инвестициялық тартымдылық жер учаскелерін беру тәртібін оңайлату, қолдау көрсетудің жаңа құралдарын енгізу, инвестициялық жобаларға жеңілдіктер мен преференциялар енгізу, туристификация Карта объектілерін инженерлік-техникалық инфраструктурамен қамтамасыз ету, сондай-ақ инвестициялық жобаларды жобалық компаниялардың капиталында тікелей бақылаудан тыс қаржыландыру арқылы қол жеткізіледі.

Туристік инфрақұрылымды дамыту және жалпы қолданыстағы инфрақұрылым құрылысына арналған мемлекеттік шығындардың алдын ала болжамы 2021 - 2025 жылдарға шамамен 250 млрд.теңгені құрайды.

5.1.1. Туристік ресурстарды дамыту туристік объектілерге басымдық беру қағидаты бойынша жүзеге асырылады.

Аумақты басымдандырудың негізгі өлшемдері:

1) туристік тартымдылық ретіндегі объектінің бірегейлігі;

2) туристік ағынның әлеуетті өсуі;

3) тарихи-мәдени, табиғи, сәулеттік маңыздылығы.

Туристтердің қызығушылығын тудыратын республикалық және өңірлік деңгейдегі аумақтары бар туристификация Картасы қалыптастырылады.

Туристификация картасы Тұжырымдаманың ажырамас бөлігі болып табылады. Орталық және жергілікті атқарушы органдардың ұсынысы бойынша туристификация Картасына туристік объектілерді қосу және алып тастау бойынша өзгерістер енгізілуі мүмкін. Туристік картаның барлық нысандары хаотикалық дамудан алшақтай отырып, жүйелі жоспарлаумен және туристік ресурстарды ұтымды (орнықты) басқару бойынша халықаралық практикаларды енгізумен қамтамасыз етілуі қажет.

БТА туристік инфрақұрылымын үдемелі дамыту бюджет қаражаты есебінен қажетті коммуникациялармен - электр, жылу, су, кәріз ағындарымен, қоқыстарды шығару және кәдеге жаратумен (полигондармен), жолдармен, жағалау сызықтарын нығайтумен және т. Б. қамтамасыз етілілуі қажет.

**ЕҚТА туризмді дамыту**

ЕҚТА аумағында тұрақты туризмді дамыту шеңберінде АҚШ, Австралия, Грузия Ұлттық парк агенттіктерінің қызметінде пайдаланылатын МҰТП басқару саласындағы тиімді әлемдік тәжірибе қолданылады, олар келесі шараларды қамтиды:

1) Туризм инфрақұрылымы бойынша МҰТП-ны дамытудың бас жоспарларын қайта қарастыру;

2) ЕҚТА үшін рекреациялық жүктемені айқындау әдістемесін әзірлеу;

3) экожүйелік қызметтерді экономикалық бағалау әдістемесін әзірлеу;

4) Халықаралық тәжірибе ("EcoPass"жүйесі) негізінде ЕҚТА-да Бизнестің жауапты жұмыс жүйесін ескере отырып әзірлеу.

ЕҚТА аумағында Елдің маңызды табиғи объектілерін осы аумақтарда туристік дестинацияларды дамыту арқылы сақталуын қамтамасыз ететін инвесторлар тартылатын болады.

5.1.2. Туризм индустриясының инвестициялық тартымдылығын арттыру

Тұжырымдаманы іске асыру кезеңінде жеңілдікті несиелендіру ағымдағы Мемлекеттік кәсіпкерлікті қолдау жөніндегі бағдарламалар аясында жүзеге асады. Мысалы, “Бизнестің жол картасы-2025 " бағдарламасы бойынша

мемлекеттік қолдау және даму бағдарламасы аясында айналым қаражатын қаржыландыру, пайыздық мөлшерлеме біріздендірілді,

салалық шектеулер алынып тасталды және мемлекеттік кепілдігі бар несие сомасы ұлғайтылды.

Экономиканың басым секторларының тізбесіне мынадай туризм бойынша жобалар енгізілді (рұқсат беру орындары-ЭҚЖЖ 5510, 5520, 5530). Қарыз алушыға түпкілікті мөлшерлеме 6% болған кезде кредит беруге жеңілдік мерзімі 5 жылды құрайды. Бұл ретте несиелеудің ең жоғары сомасы 7 млрд. теңгені құрайды.

"Қарапайым заттар экономикасы" бағдарламасы шеңберінде (қолжетімді кредит беру міндетін шешу үшін ұзақ мерзімді теңгелік ликвидтілікті қамтамасыз етудің кейбір мәселелері туралы” 2018 жылғы 11 желтоқсандағы ҚРҮҚ) басым жобаларға кредит беруге арналған тауарлар бойынша туризм (орналастыру орындары-ЭҚЖЖ 5510, 5520, 5530, санаторийлер – ЭҚЖЖ 8610, іске асыру жоспарланған аспалы жолдар – ЭҚЖЖ 4939) бар, өтуі ПТТда жоспарланған (Нұр-сұлтан және Алматы қалаларынан басқа).

Несиелеудің ең жоғарғы сомасы 10 жылға дейінгі мерзімге шектеусіз. Бұл ретте субсидия мөлшері сыйақы мөлшерлемесінің 9%-ға дейін.

Қолайлы инвестициялық ахуал жасау мақсатында, сондай-ақ

туризм саласындағы кәсіпкерлік белсенділікті ынталандыру үшін 2022 жылдан бастап жаңа заңнамалық шараларды іске асыру басталады:

1) туристік қызмет объектілерін құру кезінде инвестициялық преференциялар үшін шекті деңгейді төмендету;

2) Тау шаңғысы курорттары үшін жабдықтар мен техника сатып алу бойынша өтем;

3) туристік объектілерді салу, реконструкциялау кезінде орнын толтыру;

4) жүргізушінің орнын қоспағанда, туристік қызметті жүзеге асыратын кәсіпкерлік субъектілеріне (туравтобустарға) отыратын сыйымдылығы сегіз орыннан астам автомобиль көлік құралдарын сатып алу бойынша өтемақы;

5) жол бойындағы сервис объектілерін салу бойынша өтеу;

6) санитариялық-гигиеналық тораптарды күтіп-ұстауды субсидиялау;

8) шетелдіктер үшін туристік жарна төлеу (мөлшерін мәслихаттар айқындайды).

Барлық көрсетілген шаралардың әсері 5 жыл ішінде 170 мың жаңа жұмыс орнын құруға және Қазақстан экономикасына 135 млрд. теңгеден астам сомаға қосымша бюджет кірістерін тартуға, сондай-ақ 1 мыңнан астам инвестициялық жобаларды іске асыруға мүмкіндік береді.

Болжамды есептеулерге сәйкес 2025 жылға қарай кәсіпкерлерді жаңа шаралармен жалпы қамту 2,5 мың бірлікке жетеді.

Сонымен қатар, шаралар шеңберінде тұрақты негізде іске асыруға талдау жүргізілетін болады, оның қорытындысы бойынша тетікті мемлекеттік қолдауды жетілдіру, оңтайландыру, қолжетімділік және цифрландыру бойынша шаралар қабылданатын болады.

Бұдан басқа, мемлекеттік-жекешелік әріптестік жобаларын іске асыру кезінде туризм объектілеріне инженерлік инфрақұрылымды жеткізу бойынша кәсіпкерлік субъектілері шығындарының қайтарымды тетігін енгізу мүмкіндігін қарау ұсынылады.

5.1.3. Көліктік қолжетімділікті арттыру

Көліктік қолжетімділікті арттыру автомобиль жолдарын салу және реконструкциялау, Қазақстан Республикасының мемлекеттік шекарасындағы өткізу пункттерінің, автовокзалдар мен автостанциялардың, теміржол вокзалдары мен станцияларының, сондай-ақ әуежайлардың инфрақұрылымын дамыту арқылы Қазақстанның туристификация картасына сәйкес туристік мүдделіліктің негізгі объектілеріне, сондай-ақ авиаұшулардың, автомобиль және теміржол тасымалдарының қолжетімділігін арттыру арқылы қамтамасыз етілетін болады.

Туристік дестинацияларға автожолдардың сапасын арттыру үшін республикалық және жергілікті жолдарды, оның ішінде Қазақстанның туристификациялау картасының объектілеріне «соңғы миля» автожолдарын салу мен реконструкциялауға мониторинг жүргізілетін болады. Сондай-ақ республикалық және жергілікті жолдардың бойында шұғыл құтқару қызметімен байланыс пункттерін орнату көзделетін болады.

Қазақстан Республикасының мемлекеттік шекарасындағы өткізу пункттерін одан әрі дамыту үшін мемлекеттік саясатты жетілдіру және ведомствоаралық жұмысты үйлестіру жөніндегі шаралар көзделеді. Осы мақсаттарда мынадай іс-шаралар пысықталатын болады:

1) Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізу пункттерін жаңғырту және реконструкциялау мәселесіне басымдық беру жөніндегі іс-шаралар болып табылады;

2) туристердің Қазақстан Республикасының Мемлекеттік шекарасы арқылы өткізу пункттерін өтуі кезінде барынша қолайлы жағдайлар жасау болып табылады.

Әуежайлардың инфрақұрылымын дамыту үшін ұшу-қону жолақтарын (ҰҚЖ), әуежайлардың терминалдарын және материалдық-техникалық инфрақұрылымды одан әрі реконструкциялау жөнінде жұмыс жүргізілетін болады.

Әуежайлардың инфрақұрылымын одан әрі дамыту:

1) әуежайларда техникалық жарақтандыруды жаңғырту және мамандандырылған жабдықты жаңарту;

2) жолаушылардың қолайлы болу деңгейін арттыру (ішкі инфрақұрылымды дамыту, ұсынылатын қосымша қызметтер спектрін ұлғайту, рейстерді күту залдарында қосымша жолаушылар креслоларын орналастыру, багаж арбаларымен, балалар бұрыштарымен және т. б. қамтамасыз ету);

3) жолаушылардың қарап тексеруден өту, сондай-ақ кедендік және шекаралық рәсімдер мен багажды күту уақытын қысқарту;

4) тіркеу бағандарында және тексеру қызметтерінде жолаушыларға қызмет көрсетуге тікелей тартылған әуежай қызметкерлерінің біліктілігін арттыру.

Темір жол көлігі мен тасымалдарының инфрақұрылымын дамыту үшін мынадай шаралар іске асырылатын болады:

1) БТА теміржол вокзалдары мен станцияларын салу және реконструкциялау жөніндегі жұмыстарды жалғастыру;

2) жазғы кезеңде ішкі және халықаралық маршруттарға қосымша поездар бөлу, оның ішінде оларды қосымша субсидиялау арқылы;

3) ең жоғары Маусымда жолаушылар вагондары мен рейстердің жылжымалы құрамын ұлғайту.

5.1.4. Туристік дестинацияларды қазіргі заманғы санитарлық-гигиеналық тораптармен қамтамасыз ету

СГТ және ЖҚН тексеру жүргізілді және олардың автомобиль жолдары бойындағы туристік дестинацияларға қажеттілігі анықталды. Зерттеу нәтижелері бойынша республика бойынша 962 санитариялық тораптары бар Сервис объектілеріне қажеттілік бар, оның ішінде 469 бірлік «ҚазАвтоЖол» ҰК» АҚ желісі бойынша және 493 бірлік ҚР МСМ және облыс әкімдіктері желісі бойынша.

Осы қажеттілікті қанағаттандыру мақсатында СГТ мен ЖҚН салуға және одан әрі ұстауға жеке инвестицияларды тарту үшін мемлекеттік қолдаудың жүйелі шаралары көзделген.

Бұдан басқа, СГТ салу, жаңарту және күтіп-ұстау үшін мемлекеттік-жекешелік әріптестік (МЖӘ) тетігі белсенді қолданылатын болады.

МЖӘ тетіктерін іске асыру үшін МЖӘ жобаларының базалық параметрлері (2-қосымша), оның ішінде мақсаттар мен міндеттер, институционалдық схема, бюджет қаражаты есебінен болжанатын төлемдер, мемлекеттік қолдау шаралары, мемлекеттік-жекешелік әріптестік жобасын іске асырудан пайда алушылар көзделген.

ЖҚН және СГТ құрылысын дамытуға, сондай-ақ Қызмет көрсету сапасын арттыруға, оның ішінде туристік дестинацияларды тартымдылықты арттыру бойынша шаралар қабылдауға ынталандыру мақсатында бағытталған іс-шаралар кешені (жыл сайын) өткізілетін болады.

Сондай-ақ, "қоғамдық СГТ жағдайы" көрсеткішін ЖАО-ның туризмді дамыту жөніндегі қызметін бағалау критерийлеріне енгізу қажет.

5.2. Қолайлы жағдайлар жасау және сервис сапасын арттыру

5.2.1. Туристік қызметтердің қолжетімділігі және сапасы

Сервис сапасын және туристік өнімдер мен көрсетілетін қызметтердің қолжетімділігін арттыру мақсатында шаралар қабылданатын болады:

1) туризм саласындағы стандарттарды халықаралық деңгейге дейін жетілдіру, оның ішінде жаңа стандарттарды әзірлеу және бекіту;

2) Халықаралық стандарттау жүйесінің негізінде бір немесе бірнеше БТА негізінде Туризм индустриясы субъектілерінің көрсететін туристік қызметтерінің сапасын бағалауды ерікті сертификаттау жүйесін пилоттық режимде енгізу және аталған жүйені басқа БТА-да және Қазақстанның өңірлерінде енгізу («сапа белгісі»);

3) «Әкімшілік құқық бұзушылық туралы» кодекстің 187-бабына орналастыру орындарының жіктеуден өтпеген жағдайда жауапкершілігін арттыру бойынша толықтырулар енгізу туралы;

4) eQonaq (eHotel) ақпараттық жүйесін және оған орналастыру орындарының субъектілерін, қонақ үйлерді, хостелдерді, санаторийлерді міндетті түрде қоса отырып, тізілімін енгізу;

5) туристерді орналастыру орындарын сыныптау қағидаларын өзектендіру (Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрінің 2008 жылғы 11 қарашадағы № 01-08/200 бұйрығы);

6) туристерді орналастыру орындарының жіктеуден өтуін қосымша ынталандыру және мемлекеттік қолдау арқылы туризм субъектілері бекіткен стандарттарды кеңінен қолдану;

7) стандарттарға сәйкестік идеясын ілгерілету және бизнес субъектілері арасында, оның ішінде оқыту арқылы тиісті ақпаратты тарату бойынша ұсыныстар енгізеді.

Сондай-ақ, көрсетілетін қызметтердің сапасын арттыру персоналдың біліктілігін арттыруға байланысты, бұл басқарудың жаңа әдістерін, өндіріс технологияларын, жабдықтарды енгізу және персоналды оқыту мәселелері бойынша жоғары білікті шетелдік мамандарды тартуды қамтиды.

5.2.2. Туристік дестинациялардың авиажетімділігі

Қазақстанның туризм индустриясын жоспарлы қалыптастыру үшін өңірлік авиацияны дамыту маңызды болып табылады. Қазақстан кең аумақты иелене отырып, сондай-ақ жергілікті маңызы бар, оның ішінде облысаралық автомобиль жолдары дамымай, туристік дестинациялардың республиканың ірі қалаларымен тұрақты байланысын қамтамасыз ете алмайды, осыған байланысты қазақстандық демалыс аймақтарының қажетті туристік қолжетімділігі мен тартымдылығы жоқ. Бұл проблеманы шешу негізгі туристік дестинациялар мен ірі қалалар, облыс орталықтары арасындағы тұрақты және (немесе) маусымдық авиамаршруттарды дамытуда көрінеді.

Қазақстанды басқа дестинациялармен біріктіретін авиамаршруттар желісін дамыту мақсатында жаңа авиарейстерді ашу мәселелері бойынша шет мемлекеттердің авиациялық билік орындарымен тұрақты негізде келіссөздер жүргізілетін болады.

Географияны кеңейту және ішкі авиаұшулардың құнын төмендету үшін ел өңірлері арасындағы ішкі авиатасымалдар бағыттарының саны ұлғайтылатын болады.

Осы мақсатта авиамаршруттарды субсидиялаудың қолданыстағы қағидаларына сәйкес қажетті түзетулер енгізе отырып және қосымша бюджет қаражатын бөле отырып, Авиамаршруттарды субсидиялау мәселелері пысықталатын болады.

5.2.3. Визалық көші-қон режимі

Визалық саясатты одан әрі ырықтандыруға шетелдік келушілердің уақытша тұратын орындары туралы ақпаратты жинаудың, өңдеудің және талдаудың электрондық жүйесін ("eQonaq (eHotel) ақпараттық жүйесі") енгізу және мынадай шаралар қабылдау есебінен қол жеткізілетін болады:

1) нысаналы нарық елдеріне қатысты (Таяу Шығыс және Оңтүстік-Шығыс Азия елдері, сондай-ақ Үндістан, Қытай, Иран):

- "e-visa" электрондық визалар жүйесі бойынша елдер тізбесін кеңейту;

- шақыру талабын жою;

- Сауд Арабиясы, Бахрейн, Кувейт, Оман, Катар, Таиланд, Филиппин, Индонезия, Вьетнам елдері үшін туристік мақсатта 15 күнге визасыз режим ұсыну мүмкіндігін қарау;

2) Үндістанға, Қытайға, Индонезияға қатысты:

- 120 сағатқа транзиттік визасыз режимді енгізу мәселесін зерделеу.

"EQonaq" (eHotel) және Мобильді қосымшаларды енгізу Қазақстан Республикасында болу кезеңінде шетелдіктердің тиісті көші-қон бақылауын жасауға, сондай-ақ шетелдіктерді шақыру талаптарынан, көші-қон карточкасынан бас тартуға және шетелдіктерді міндетті тіркеуден босатуға мүмкіндік береді.

Визалық және көші-қон саясатын ырықтандыру жағдайында тәуекелдерді басқару үшін мынадай шаралар қабылдау көзделеді:

1) ҚР ҰҚК, ҚР ІІМ барлық қонақ үйлер мен басқа да орналастыру орындарына келушілерді тіркеудің ақпараттық жүйелеріне рұқсат беру;

2) ҚР ҰҚК, ҚР ІІМ авиажелілер мен автобус тасымалдарының жолаушылары туралы ақпарат беру.

Тәуекелдерді басқару мәселелері визалық-көші-қон саясатын ырықтандыру шеңберінде шешілетін болады.

5.2.4. Туристік қызметтерді цифрландыру және eQonaq (eHotel) ақпараттық жүйесін енгізу

Өңірге келушілерді барлық қажетті ақпаратпен, оның ішінде туристік объектілердің орналасуы, қызмет сипаттамасы және жергілікті жерлерде көрсетілетін қызметтер тізбесі туралы ақпаратпен қамтамасыз ету үшін цифрлық платформа (онлайн қосымша) түріндегі ақпараттық инфрақұрылым құрылады және іске қосылады.

Бұл платформа тіл таңдау, баратын орындарда аудиогид таңдау, қандай да бір ақпарат алу үшін QR-кодты сканерлеу, билеттер сатып алу, виртуалды тур мүмкіндіктерін пайдалану және т. б. мүмкіндіктерді ескере отырып, халықаралық стандарттарға сәйкес келетін болады.

Бұл үшін туристік қызығушылық объектілерін (қонақ үйлер, мұражайлар, МҰТП және т.б.) интернет-ортаға тарту қажет, бұл осы объектілердің қолжетімділігін қамтамасыз етеді.

Бағдарламаны іске асыру шеңберінде функционалын кеңейте отырып, оның тиімділігін арттыру, оның ішінде онлайн-броньдауды, талдамалық базаларды және т.б. енгізу арқылы қолданыстағы ұлттық туристік порталдың жұмысы түбегейлі қайта форматталатын болады, бұл бастама туристік саланы цифрландыру жөніндегі міндеттерді шешуде ілгерілеуге мүмкіндік беретін "е-Туризм" бірыңғай ақпараттық-коммуникациялық порталын әзірлеу арқылы іске асырылатын болады.

"Е-Туризм" порталы шетелдік және ішкі туристер арасында қазақстандық туристік өнімге деген танымалдылық пен ниеттестікті арттыруға бағытталған мобильді қосымшалар мен веб-порталдардың бірыңғай жүйесіне айналады. Сондай-ақ, жүйе туристік бизнес иелері үшін жеке бизнес-процестерді автоматтандыруға, бағалау және рейтинг жүйесі арқылы нарықты мониторингілеуге арналған. Сонымен қатар, аталған цифрлық алаң туризм мәселелері бойынша қоғамдық талқылаулар өткізуге арналған платформа бола алады".

Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету, туристік ағындардың қозғалысын есепке алу, мониторингілеу және талдау жөніндегі міндеттерді шешу үшін мынадай шешімдер кешені ұсынылады:

1) БТА-ды WiFi желілерімен және Интернетке, оның ішінде спутниктік жүйелердің жабдығы есебінен толығымен жабылады, бұл ұялы байланыс сигналдарына және/немесе жоғары жылдамдықты байланыс арналарына (оптикалық-талшықты желі) қол жеткізуге мүмкіндік береді;

2) жолаушылар поездарында саяхат кезінде интернетке қол жеткізу қамтамасыз етіледі, өйткені теміржолдардың үлкен учаскелерінде телефон байланысы жоқ.

Осылайша, клиенттер үшін туристік өнімдер мен қызметтердің барынша қолжетімділігі қамтамасыз етіледі.

5.2.5. Туризм саласында кадрлар даярлау және қайта даярлау

2020 жылы Халықаралық Туризм және қонақжайлылық университеті жұмыс істей бастады, ол халықаралық туризм және қонақжайлылық мектептерінің үлгісі бойынша туристік мамандықтар мамандарын даярлайтын Орталық Азиядағы алғашқы мамандандырылған оқу орны болды.

Туристік саланың кадрларын даярлау жүйесін жетілдіру шеңберінде мынадай шаралар іске асырылатын болады:

1) халықаралық сарапшыларды тарта отырып, туризм бойынша білім беретін оқу бағдарламаларын қалыптастыру бойынша әдіснамалық ұсынымдар әзірлеу;

2) туристік сала үшін кадрлар даярлау жөніндегі білім беру бағдарламаларында ағылшын тіліндегі пәндер үлесін ұлғайту;

3) бизнес өкілдерін және мүдделі тараптарды білім беру бағдарламалары мен оқу-әдістемелік материалдарды әзірлеуге тарту;

4) бизнес өкілдерін, оның ішінде қонақ үйлердің менеджерлерін, туроператорларды, "Болашақ" бағдарламасының түлектерін пәндерді оқытуға және бітіру жұмыстарына басшылық жасауға тарту;

5) ЖОО-лардың алмасу бағдарламаларына, Erasmus, Mevlana және басқалардың бірлескен жобаларына белсенді қатысуы;

6) шетелдік жоғары оқу орындарымен бірлесіп екі дипломды білім беру бағдарламаларын енгізу;

7) оқыту бағдарламаларына қысқа мерзімді курстарды енгізу (Coursera, Academy.tourismonline.kz

8) "Туризм" мамандығы бойынша студенттердің практикасын 50% - ға дейін ұлғайту;

9) шетелдік оқытушылардың үлесін 20%-ға дейін ұлғайту;

10) аралас салалар бойынша білім алушылардың (қонақжайлық саласындағы орта буын персоналы) және ішкі және келу туризмінің жоғары мамандандырылған мамандарының (өлкетанушылар, экскурсоводтар, нұсқаушы-жолсеріктер) санын ұлғайту.

5.2.6. Туризмнің басым бағыттарын ескере отырып, туристік өнімдерді дамыту

Экологиялық туризм

Экологиялық туризмді дамытуға басқарудың тұрақты нысандарын енгізу мақсатында келесі шаралар көзделеді:

1) қолданыстағы практикалар мен туризм саласындағы заңнамаға, оның ішінде ЕҚТА-ға БҰҰДБ (UNDP) тарта отырып, әмбебап стандарттарға сәйкестігіне жүйелі талдау жүргізу, оның нәтижесі Қазақстанда экологиялық туризмді дамытудың тиімділік көрсеткіштері бар Жол картасын әзірлеу үшін Қазақстан Республикасының Үкіметіне ұсынымдар болады;

2) тұрақты және экологиялық туризмді дамыту мәселелері бойынша БАА және ЕҚТА-да әкімдіктер мен бизнес үшін UNDP семинарлары мен тренингтерін өткізу;

3) БТА экологиялық туризм тиімділігінің көрсеткіштерін орындау бойынша UNDP талдауы;

4) «сапа белгісі» жүйесі шеңберінде экотуризм субъектілерін ерікті сертификаттауды енгізу;

5) сертификатталған қонақ үйлердің тізілімі мен онлайн брондау платформасын құру.

Орнықты дамудың нысандары мен стандарттары БТА-ға жүйелі негізде енгізілетін және табиғатқа ұқыпты қарау жөніндегі ақпараттық науқан шеңберінде ел бойынша ілгерілейтін болады.

Бұдан басқа, сыбайлас жемқорлық алғышарттарын жою мақсатында қолма-қол ақшамен төлеуді қоспағанда, қол жеткізудің автоматты жүйелері арқылы автомобиль көлігінің ЕҚТА аумағына кіру құқығы үшін қолма-қол ақшасыз алымды көздейтін салық заңнамасына өзгерістер енгізу туралы мәселе зерделенетін болады.

**Агротуризм**

Агротуризм (ауылдық туризм) саласында мынадай шаралар қабылданатын болады:

1) ЖАО-ны ауылдық жерлерде агротуристік объектілерді дамыту: бастамашыл топтарды (қоғамдастықтарды), қонақ үйлерді, стильдендірілген «агротуристік ауылдар», «балық аулайтын және аңшылық ауылдар» нысанындағы мамандандырылған жеке қонақ үйлерді іздеу және қолдау;

2) агротуристік объектілерді салу және дамыту үшін ауыл тұрғындарын ынталандыру және қолдау;

3) ауыл тұрғындары үшін семинарлар өткізуді және т. б. қоса алғанда, халық арасында агротуризмді ілгерілету.;

4) агротуризмде қызмет көрсететін субъектілердің тізілімін жасау және жүргізу, аудандарда үгіт және іздестіру жұмыстарын жүргізу, өңірлерге инвестициялар тарту, ауылдардың инфрақұрылымын жақсарту және аумақтың брендингін дамыту.

**Этнографиялық туризм және қолөнер**

Этнографиялық туризмді дамыту мыналар арқылы жүзеге асырылатын болады:

1) ауылдық өңірлерде туризм саласында шағын бизнес жүргізу мүмкіндіктері туралы (ұлттық қонақжайлылық пен этнографиялық элементтерге баса назар аудара отырып, қонақ үйлер ашу), оның ішінде туристік өнімдерді дистрибуциялау жөніндегі ақпаратты әзірлеу және тарату;

2) сұңқармен аң аулау, ұлттық ойындар (көкпар, бәйге) және салт-дәстүрлер элементтерімен ұлттық және халықаралық ауқымдағы оқиғалық іс-шаралар өткізу;

3) өңірлерде моңғол үлгісі бойынша бірегей этнографиялық ауылды іске қосу;

4) Қазақстанның табиғи, мәдени және өзге де көрікті жерлерімен байланысты қазақ аңыздарының суретті жинақтарын шығару.

Турист үшін мәдени ортаға шомылудың маңызды факторы қолөнершілікті дамыту болып табылады. 2020 жылы туристік өнімнің құрамдас бөлігі ретінде қолөнершілікке кешенді зерттеу жүргізілді.

Үш кезеңдік зерттеу қорытындысы бойынша қолөнер саласының жүйелік проблемаларын еңсерудің мынадай тәсілдері ұсынылды:

1) қолөнершілікті дамыту саласындағы НҚА жетілдіріледі (қолөнершілердің мәртебесін бекіту, жаңа ЭҚЖЖ енгізу және т. б.) және Қазақстанда қолөнершілікті дамыту тұжырымдамасы өзектендіріледі;

2) қолөнершілердің мәртебесін бекіте отырып, Қазақстан қолөнершілерінің ұлттық тізілімі қалыптастырылатын болады;

3) ПТТ-да қолөнер шеберханалары желісін құра отырып, қолөнершілер орталықтарын ашу жоспарлануда;

4) ұлттық қолөнер өнімінің (кәдесый өнімі), сондай-ақ өңірлік өнімнің стандарттары мен көрнекі айдентикасын әзірлеу;

5) Қазақстанда қолөнер өнерін кеңінен ілгерілету және қолөнершілердің мәртебесін арттыру, қолөнершілік бойынша қолданыстағы онлайн-платформаларды қолөнер өнімін іске асыру үшін бірыңғай маркетплейспен интеграциялау;

6) қолөнершілерді маркетинг және сату дағдыларына үйрету;

7) Қазақстанда қолөнер саласындағы өзін-өзі реттейтін ұйым құруға жәрдемдесу болып табылады.

**Кемпингтік туризм және автокеруен**

Кемпингтік туризм мен автокеруенді табысты дамыту мақсатында мынадай шаралар іске асырылатын болады:

1) дамыған елдердің халықаралық стандарттары негізінде олардың санаттарына қарай кемпингтерді жобалау және қызмет көрсету стандарттарын (көрсетілетін қызметтер тізбесі мен сервис деңгейі) әзірлеу, рекреациялық көлік үшін ыңғайлы жол жүрісін қамтамасыз ету жөніндегі халықаралық тәжірибені (белгілер және т. б.) ескере отырып, Қазақстанның жол жүрісі қағидаларын жетілдіру;

 2) ең танымал автомаршруттар бойында, оның ішінде мемлекеттік-жекешелік әріптестік тетіктерін пайдалана отырып, кемпингтер, трейлерлік парктер, глэмпингтер, этноауылдар желісін құруға жәрдемдесу;

3) Қазақстан өңірлерінде туристік көлікті (автоүйлерді, туристік тұрғын тіркемелер) жалға беруді және сатуды ұйымдастыру кезінде қолдау көрсету, сондай-ақ кемпинг әкімшілерін, туристік көлікке қызмет көрсететін мамандарды (автоүйлер, тұрғын туристік тіркемелер) оқыту;

4) бар көрікті жерлер мен туристік қызығушылық орындарын ескере отырып, зәкірлі туристік маршруттар бойындағы тұрақ/ кемпинг/ глэмпинг орындарын анықтау үшін өңірлер бойынша экспедициялар, сондай-ақ іс-шаралар керуенін ұйымдастыру;

5) әкімдіктермен және «Қазавтожол» АҚ-мен бірлесіп керуен-тұрақтар ұйымдастыру;

6) әрбір зәкірде (туризм бойынша) керуен-тұрақтардың МҰТП (кіре берісте) және глэмпингтер/ кемпингтер желісін құру.

**Балалар-жасөспірімдер туризмі (бұдан әрі - БЖТ)**

БЖТ ынталандыру мақсатында мынадай шараларды іске асыру көзделеді:

1) Балаларды сауықтыру орталықтарына (лагерьлерге) түгендеу жүргізу және балаларды сауықтыру орталықтарының жұмысын жақсарту жөнінде ұсынымдар қалыптастыру;

2) инфрақұрылымдық, заңнамалық кедергілерді еңсеру, балалардың қауіпсіз демалысын қамтамасыз ету, жазғы лагерьлер мен БЖТ-ның басқа да субъектілері үшін республикалық, жергілікті бюджеттердің, сондай-ақ жеке инвесторлардың қаражаты есебінен қаржылық қамтамасыз етіле отырып, тиісті кадрлар даярлау жөніндегі нақты шараларды қоса отырып, БЖТ-ны дамытудың Жол картасын әзірлеу;

3) экскурсиялық сабақтарға қатысушыларды қамтуды ұлғайта отырып, кәсіптік бағдарлау іс-шараларын кеңейте отырып, ЖАО-ның қатысуымен «тірі сабақтар» жобасын одан әрі масштабтау, сондай-ақ «тірі сабақтар» жобасында жұмыс істейтін туроператорлар үшін ерікті сертификаттауды енгізу.

4) республикалық және жергілікті бюджеттер қаражаты есебінен қаржылық қамтамасыз етілетін балалар топтары мен гид-аниматорлар үшін экскурсия жүргізушілерді, сондай-ақ жеке инвесторларды даярлау.

**Емдеу-сауықтыру туризмі**

Медициналық туризмді табысты дамыту мақсатында мынадай шаралар іске асырылатын болады:

1) COVID-19 дағдарыстан кейінгі кезеңді ескере отырып, туризмді дамыту және шетелдік туристер үшін дестинацияға Денсаулық сақтау саласының бірінші кезектілігін ескере отырып, денсаулық сақтау мекемелері мен медициналық туризм жөніндегі туристік компаниялар үшін қолдау шаралары әзірленеді және енгізіледі. Қолдаудың мұндай түрлері медициналық мекемелердің маркетингтік қызметіне жәрдемдесуді, мамандандырылған көрмелер мен іс-шараларға қатысуды, JCI (Joint Commission International), TEMOS, QHA Trent, Аccreditation Canada, Australian Council on Healthcare Standards International (ACHSI) және басқа да халықаралық аккредитацияларды алуды қамтитын болады.

2) медициналық туристік өнімдерді қалыптастыру және оларды ілгерілету (клиникалардың менеджерлерін туристік өнімдерді қалыптастыру қағидаларына, туристік өнімдердің құрамдастарын түсінуге үйрету, медициналық туризмді ілгерілету және олардың маркетингі);

3) Нұр-Сұлтан, Алматы, Шымкент қалаларында медициналық туризмнің басым аймақтарын құру;

Медициналық туризмнің осы аймақтарында инвесторларға салықтық және кедендік преференциялар, қолжетімді инфрақұрылым және инвестициялау мүмкіндігі, қысқа мерзімде (жұмысқа рұқсат алмай) шетелдік дәрігер консультанттарды тартуға рұқсат алудың оңайлатылған рәсімдері және басқалар сияқты мемлекеттік қолдаудың түрлі шаралары ұсынылатын болады.

4) медициналық ұйымдар мен санаторийлердің туроператорлармен ынтымақтастығын дамыту;

5) сауықтыру туризмін дамытуға, оның ішінде мемлекеттік-жекешелік әріптестік тетіктерін пайдалана отырып, корпоративтік сектор мен бизнес-құрылымдарды тарту;

6) медициналық ұйымдарда сервис пен менеджментті дамыту;

7) сервис стандарттарын енгізу, медициналық қызметтер мен рәсімдер стандарттарында «сервистік қабықшаны» қалыптастыру, оқыту, тәжірибе алмасу, медициналық туризм көшбасшылары-шетелдік сарапшыларды тарту;

8) санаторлық-курорттық емдеуді дамытуды жүйелеу, медициналық қызметтер сапасының халықаралық стандарттарын енгізу, маркетинг және медициналық туризмді ішкі және халықаралық нарықтарда ілгерілету мақсатында «Денсаулық сақтау жүйесі және денсаулық сақтау туралы кодекске», сондай-ақ «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Заңға өзгерістер мен толықтырулар енгізу;

9) Қазақстанның бәсекеге қабілетті медициналық туристік өнімдерінің тізбесін айқындай отырып, маркетингтік талдау жүргізу;

10) маркетингтік стратегияны әзірлеу.

Санаторий-курорттық объектілерді түгендеу нәтижелері бойынша салалық стандарттарды әзірлеу, оқыту арқылы сапа деңгейін арттыру, сондай-ақ ақпараттық турлар, семинарлар және басқа да іс-шаралар арқылы олардың туристік компаниялармен ынтымақтастығын ынталандыру жөніндегі жұмыс жалғастырылатын болады.

**MICE (іскерлік) және қалалық туризм**

Қазақстан қалаларында MICE туризмін табысты дамыту мақсатында биддинг процесін жүйелеуді (қалаларда іс-шараларды өткізуге өтінімдер беру), ҚР MICE елшілерінің бағдарламасын іске асыруды және халықаралық MICE іс-шараларын ұйымдастырушыларды қолдау қағидаларын қамтитын MICE іс-шараларын қолдау бойынша шаралар көзделетін болады.

Бұдан басқа, MICE дестинациясы ретінде Қазақстанның имиджін нығайтуға бағытталған өткізілетін іс-шаралар саны ұлғайтылады.

Сонымен қатар, Қазақстанның MICE дестинацияларын халықаралық аренада, оның ішінде ICCA, MPA және басқалары сияқты халықаралық қауымдастықтардың арнайы платформаларын пайдалана отырып ілгерілету бойынша жұмыс жүргізілетін болады.

Саланы одан әрі дамыту мақсатында және COVID-19 туындаған дағдарыстан кейінгі кезең стратегиясының бірі ретінде халықаралық қауымдастықтар іс-шараларын өткізу үшін елдің тартымдылығын жақсарту жөнінде бірқатар жүйелі шаралар қабылдауға жәрдемдесу қажет. Атап айтқанда, Қазақстан Республикасында MICE іс-шараларын ұйымдастырушыларды қолдауды қамтамасыз ету қағидалары қабылданады. Осы Қағидалар халықаралық қауымдастықтардың іс-шараларын ұйымдастырушыларды, көтермелеу турларына (ынталандыру турларына) және шетелдік компаниялардың іс-шараларына қатысушыларды қамтитын болады. Бұл ретте, қағидалар ұйымдастырушылар үшін де, сондай-ақ іс-шараларға қатысушылар үшін де ынталандыру шараларын қамтитын болады.

Халықаралық MICE іс-шараларын ынталандыру мен қолдаудың ұқсас шаралары Оңтүстік Кореяда, Сингапурда, Ирландияда, Жапонияда және басқа елдерде бар. Қолдау ережелері 100-ден астам шетелдік делегаттар қатысатын халықаралық іс-шараларға арналған жергілікті көлік (трансфер), өткізу орындарын жалға беру, сәлемдесу қабылдау, үлестіру материалдары мен полиграфиялық қызметтерді өтеусіз негізде ұсынуды көздейді. Бұл ретте ұшу, тұру, тамақтану және басқа да қызметтерге арналған шығыстарды халықаралық MICE-іс-шаралардың делегаттары мен ұйымдастырушылары дербес өтейді, бұл ел экономикасына шетел валютасының түсуін қамтамасыз етеді.

Туризмнің осы сегментін дамыту үшін «Kazakh Tourism» ҰК» АҚ елдің негізгі стейкхолдерлерімен бірлесіп, Қазақстанға түрлі MICE іс-шараларын тарту бойынша бірыңғай өтінім беру арқылы шетелдік тендерлік алаңдарға (биддинг) қатысуды жалғастырады.

MICE іс-шараларын тартуға MICE туризмінің елшілері белсенді түрде тартылатын болады. Халықаралық тәжірибе көрсетіп отырғандай, MICE туризм елшілерінің бағдарламалары даму стратегиясының маңызды құрамдас бөлігі болып табылады, өйткені бұл елшілер халықаралық қауымдастықтар мен шетелдік компаниялардың ірі іс-шараларын тарта алатын халықаралық деңгейде танымал адамдар (ғалымдар, дәрігерлер, қоғам қайраткерлері және т.б.) арасынан таңдалады. Халықаралық тәжірибеге сәйкес, мысалы, Дубайда амбассадор (елші) кез-келген халықаралық қауымдастыққа мүше және іс-шараларды дестинацияға тарта алатын кез-келген адам/корпорация бола алады. Осыған ұқсас бағдарламалар Әзірбайжан, Өзбекстан, Ресей Федерациясы, Оңтүстік Корея, Сингапур, Ирландия, Жапония және басқа елдерде қолданылады.

Туристік өнімдерді дамыту жөніндегі басқа да шаралар

Туристік өнімдердің үлкен ассортиментін әзірлеуді ынталандыру үшін туристік өнімдерді дамыту Бағдарламасы шеңберінде өтт-ға кепілдік берілген күні мен белгіленген бағалары бар туристік өнімдер ілгерілетілетін болады.

Туристер үшін сапалы қазақстандық туристік өнімдерді жасауда және дұрыс «буып-түюде» консультациялық қолдау көрсетілетін болады.

Шағын өңірлік орналастыру құралдарын – қонақ үйлерді сертификаттау жүргізіледі; сертификатталған Қонақ үйлерді онлайн-брондау тізілімі немесе платформасы құрылады; ішкі туристер үшін «кэшбэк» тетігі енгізіледі.

5.2.7. Туристік объектілерде туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету

Дүниежүзілік экономикалық форумның есебіне сәйкес, саяхат және туризм саласында Қазақстанның ең маңызды артықшылығы бағалық бәсекеге қабілеттілік (рейтингтің 4-позициясы) болып табылады, сонымен қатар қорғау және қауіпсіздік көрсеткіші бойынша ел 63-позицияда тұр. Туристердің қауіпсіздігін жақсарту мақсатында авариялар мен апаттар кезінде шұғыл шақыру (бұдан әрі – ААШШ турист) жүйесін енгізу ұсынылады.

Турист ААШШ жүйесін енгізу Қазақстан халқының, оның ішінде ұялы байланыстың қамту аймағынан тыс, елді мекендер мен жолдардан тыс жерлерде болып жатқан жазатайым оқиғаларды азайту есебінен саяхатшылардың қауіпсіздігін арттырады, сондай-ақ жазатайым оқиғалардың салдарын жою үшін шығыстарды қысқартуға елеулі әсер етеді.

ААШШ жүйесі GPS трекерлердің көмегімен зардап шеккендердің нақты орналасқан жерін белгілейді, бұл авариялық-құтқару қызметтерінің оқиғалар мен төтенше жағдайларға әрекет ету уақытын айтарлықтай қысқартуға мүмкіндік береді.

Осы бағыт бойынша жобаны енгізу бойынша мүдделі мемлекеттік органдармен және басқа да ұйымдармен бірлескен жұмыстар жүргізілетін болады. МҰТП аумағында алғашқы пилоттық жобалар енгізілетін болады.

Турист ААШШ жүйесін енгізу процесінде қаржылық қолдау құралдары (жүйенің құнын субсидиялау), осындай жабдығы бар туроператорлар мен тау-кен гидтері үшін көтермелеу шаралары (жеңілдіктер, бөліп-бөліп төлеу, ұлттық парктердің аумағына тегін өткізу және т.б.), жүйені сақтандыру өніміне енгізу және т. б. қаралатын болады.

Бұдан басқа, туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету және саяхат жайлылығын арттыру мақсатында туристік соқпақтарды таңбалау жөніндегі стандарт қабылданады және бүкіл Қазақстан бойынша туристік соқпақтарды таңбалау тәсілінің біркелкілігі қамтамасыз етіледі. Әр категорияның белгілі бір түске сәйкес келетін туристердің күрделілігі мен дайындық деңгейіне сәйкес жолдарды бөлу, жолдың басында маршруттың күрделілігі туралы ақпаратты және туристке қажетті талаптарды орналастыру, стандартталған көрсеткіштерді, ақпараттық тақталар мен стендтерді орнату туристерді жақсырақ басқаруға және қауіпті жорықтарды болдырмауға мүмкіндік береді.

5.2.8. Destination management organization қызметін стандарттауды енгізу (Туризмді басқару жүйесі)

Елдің туристік әлеуетін арттырудың және ішкі және шетелдік туристерді тартудың негізгі факторы туристік нысандар мен өнімдерді сапалы және жан-жақты жылжыту болып табылады. Туристік объектілерді халықаралық деңгейде жылжытуды және елдік брэндингті басқаруды «KazakhTourism» ҰК» АҚ жүзеге асыратын болады.

Өңірлік туристік әлеуетті және туристік объектілерді ілгерілетуді дамыту үшін DMO (Destination management organization) тетігін енгізу арқылы бизнес өкілдерін саланы басқару процесіне ықпалдастыру маңызды.

Бірінші кезеңде пилоттық режимде үш өңірлік туристік кеңсені іске қосу жоспарлануда.

DMO – бұл маркетинг, жылжыту, кейде инфрақұрылымды дамыту және бағытты басқару үшін жауап беретін компания. Оның басқару органдарының құрамына мемлекеттік органның өкілдері ғана емес, тиісті нарықта жұмыс істейтін бизнесмендер - отельерлер, тасымалдаушылар, рестораторлар, туроператорлар да кіреді.

Бизнес дестинацияны ілгерілету және дамыту бойынша шешімдер қабылдау процесіне, оның ішінде бюджеттік қаражатқа билік етуде дауыс беру құқығына ие бола отырып, тікелей қатысатыны түйінді болып табылады. DMO қызметін қаржыландыру бюджет қаражаты, нарыққа қатысушылардың нысаналы жарналары, маркетингтік қызметтер көрсету есебінен жүзеге асырылады.

**5.3. Қазақстанның туристік әлеуетін ілгерілету**

Қазақстандық туристік өнімдерді табысты ілгерілету үшін стратегиялық фокус пен кешенді тәсілдің болуы маңызды. Ресурстар перспективалы географиялық нарықтарда неғұрлым тартымды ұлттық туристік өнімдерді ілгерілетуге шоғырландырылатын болады, олар отандық дестинацияларға туристік ағындар көлемінің елеулі ұлғаюын қамтамасыз ете алады.

Қазақстанды шетелде ілгерілету кезінде бірінші кезеңде ілгерілетудің негізгі бағыты Қазақстанның инфрақұрылымы мен туристік ұсыныстары тұрғысынан неғұрлым дайын өңірлерінде болады: Нұр-Сұлтан қаласы және Ақмола облысы (ЩБКА), Алматы қаласы және Алматы облысы, Шымкент қаласы және Түркістан облысы, Ақтау.

*Нұр-Сұлтан және Алматы қалалары халықаралық хаб болып табылады және шетелдік келушілердің көпшілігі Қазақстанға алыс елдерден осы қалалар арқылы келеді.*

*Нұр-Сұлтан туристік дестинация ретінде саяхатшыларға заманауи сәулет, шопинг, түрлі іс-шаралар, ойын-сауық ұсынады, сондай-ақ қаладан екі сағаттық жерде ЩБКА орналасқан.*

*Алматы – «тау етегіндегі мегаполис», ойын-сауық, шопинг, оның ішінде люкстік шопинг; таулар мен таулардағы белсенді демалыс, сонымен қатар этнотуризмнің түпнұсқалық туристік өнімдерін қоса алғанда, Алматы облысының көптеген табиғи көрікті жерлерін ұсынады.*

*Қазақстанның үшінші мегаполисі болып табылатын Шымкент қаласы Қазақстанның оңтүстік бөлігінде Ұлы Жібек жолы мұрасының объектілері және тарихи және мәдени туризмге қызығушылық танытатын туристерді тартудың негізгі нүктелері шоғырланған.*

*Осы 3 Қазақстанның негізгі дестинациясы тартымды MICE-дестинациялар болып табылады, оған түрлі халықаралық іс-шараларды өткізуге тартуға болады, бұл оқиғалар іс-шараларын өткізу үшін қонақ үйлер мен алаңдардың толтырылуын қамтамасыз етеді.*

*Ақтау-Каспий теңізінің жағалауында орналасқан қала, туристерге көптеген су ойын-сауықтары бар жағажайлық демалысты, люкс сегмент қонақүйлерінде, демалыс аймақтарында жайлы орналастыруды ұсынады. Сонымен қатар, Маңғыстау-ландшафттары, ерекше климаты мен халқы бар түбек. Бұл туристер үшін нағыз жұмақ: теңіз, дала, таулар, шатқалдар, каньондар, қасиетті орындар.*

5.3.1. Елдік туристік брендті әзірлеу, бекіту және ілгерілету

Қазақстанның елдік туристік брендін қалыптастыру және оның оң имиджін қалыптастыру – бұл елдің туристік әлеуетінің тартымдылығын арттырудың күшті құралы.

Бренді бар ел туристерді қызықтырады. Ал оның ұлттық бизнесі мен тауарлары бәсекелі күресте үлкен қолдау алады. Осыған байланысты Қазақстанның халықаралық нарықта жағымды туристік имиджін қалыптастыру оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда маңызды элемент болып табылады.

Қазақстанның туристік әлеуетін ашу және ілгерілету, оның ішінде:

1) сыртқы саясатты іске асыру;

2) инвестициялық саясатты іске асыру;

3) экспорттық брендтер;

4) кинематография және әдебиет;

5) мәдениет және спорт.

Бұл ретте ілгерілетудің осы арналары арқылы елдің тарихи бірегейлігі, оның табиғи байлығы, Қазақстан халқының көпұлтты, өзіндік ерекшелігі мен бейбітшілігі, әлемдік ауқымдағы, оның ішінде саясаттағы, спорттағы, ғылымдағы және т. б. қазіргі заманғы жетістіктері көрсетілетін болады.

Мәдениет, тарихи мұра және табиғат элементтерімен дестинацияларды халықаралық тәжірибеге ұқсас: Жапония - сакура, Фудзияма, шай рәсімі; Қытай – Ұлы Қытай қабырғасы, панда, қытай тағамдары; Австралия – кенгуру; маржан рифтері, Египет – пирамидалар және т. б. сәйкестендіру бойынша жұмыс жүргізілетін болады.

Туристік брендті жылжытудың тиімді арналарын қалыптастыру және дамыту мақсатында:

1)қоғамдық тұлғаларды, салалық ықпал ету агенттерін және пікір жетекшілерін (атақты адамдар, блогерлер, танымал спортшылар, актерлер, әншілер және т. б.) тарту;

2) Қазақстандағы нысаналы нарықтар елдерінің елшіліктерімен және өкілдіктерімен қазақстандық туризмді танымал ету мәселелері бойынша жұмысты жандандыру;

3) қазақстандық туризмді ілгерілету үшін шетелдегі қазақ диаспорасы мен қазақстандық студенттердің ресурстарын пайдалану;

4) нысаналы нарықтар елдерінде хабар тарату арналарын ашу;

5) кәсіби аудитория, әлеуетті шетелдік инвесторлар мен серіктестер арасында туристік брендті ілгерілету мақсатында ынтымақтастықты жандандыру және ірі салалық қауымдастықтарға мүшелік (Дүниежүзілік туристік ұйым (UNWTO), туристік агенттіктер қауымдастықтарының біріккен федерациясы (UFTAA), халықаралық қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы (IH&RA), Туризм және саяхат жөніндегі Дүниежүзілік кеңес (WTTC), Дүниежүзілік Туристік агенттіктер қауымдастығы (WATA), Азия және Тынық мұхит елдерінің туристік қауымдастығы (PATA), Дүниежүзілік туристік форум (WTF) және;

6) Қазақстан Республикасының мемлекеттік шекарасындағы өткізу пункттерінде шетелдіктердің қолданыстағы ағынын пайдалану (ақпараттық флаерлер, буклеттер, брошюралар, лотереялар, кәдесыйлар және т.б.).

Тұжырымдаманы іске асыру кезеңінде шетелде ілгерілету үшін бірыңғай елдік туристік бренд пайдаланылуы тиіс. Өз кезегінде аймақтық брендтерді ішкі туристер арасында аймақтарды жылжыту үшін пайдалануға болады.

Туристік аумақтардың танымалдылығын арттыру мақсатында өңірлік туристік брендтерді әзірлеу кезінде жекелеген дестинациялар, туристік тартылыс орындары және курорттық аймақтар үшін стандартталған дизайн-кодтарды енгізу мәселесі қаралатын болады.

5.3.2. Халықаралық көрмелерде Қазақстанның туристік әлеуетін ілгерілету

Негізгі міндет мақсатты нарықтарда турбизнеске қатысушылар арқылы қазақстандық туристік өнімді қалыптастыру, ілгерілету және сату болып табылады.

Әлеуетті қамтуды ұлғайту мақсатында отандық туристік бизнес субъектілерін (қонақ үйлер, авто және авиатасымалдаушылар, туроператорлар және т.б.), ЖАО Бірыңғай стендінің астына біріктіре отырып, Қазақстанның көрмелерге қатысу тұжырымдамасын өзгерту, сондай-ақ Қазақстанға халықаралық іс-шараларды тарту үшін MICE тақырыбы бойынша, мысалы, adventure, экотуризм және басқалары сияқты мамандандырылған тауашалық көрмелерге қатысуды көздеу жоспарлануда.

Көрмелермен қамтылмайтын қалалар мен елдерде ірі туроператорлардың қатысуымен салалық роуд-шоу – мамандандырылған іс-шаралар өткізілетін болады. Роуд-шоу жойылған іс-шаралардың орнына мақсатты нарықтардан туристік ағындарды қалпына келтіру шарасы болады деп күтілуде.

5.3.3. Әлемдік БАҚ-та фото және бейнематериалдарды жүйелі негізде көрсету

Түпкі тұтынушыны (туристті) мақсатты аудиториялардың медиа-тұтынушысының ерекшеліктеріне қарай Қазақстанға сапарға ынталандыру белсенді PR-жылжыту және жарнама арқылы жүзеге асырылатын болады:

- Қазақстанның турпотенциалы туралы бейнероликтерді халықаралық теледидарда трансляциялауды жүргізу;

- Қазақстандағы туризм және саяхат туралы телебағдарламаларды халықаралық теледидарда орналастыру;

- халықаралық теледидарда, баспа басылымдарында, Интернет БАҚ-та жарнамалық науқандарды жүргізу және іске қосу туралы хабарландыру;

- әлеуметтік желілерде фото және бейнематериалдарды жылжыту;

- бүкіл әлем бойынша барынша жиынтық әлеуетті қамтумен халықаралық телеарналарды іріктеу;

- Шетелдегі серіктестердің, блогерлер мен атақты адамдардың әлеуметтік желілерінде фото және бейне материалдар орналастыру.

5.3.4. Онлайн-сервистер арқылы туристік әлеуетті ілгерілету;

Халықаралық нарықта туристік дестинацияларды ілгерілету және бірыңғай ұлттық туристік брендті қалыптастыру шеңберінде цифрлық маркетинг құралдары пайдаланылатын болады.

Сандық жарнама (Интернеттегі жарнама) мақсатты құралдарды қолдана отырып, қажетті аудиторияны дәл таңдауға мүмкіндік береді, бұл маркетингтік науқанның тиімділігіне әсер етеді.

Instagram Facebook, Weibo, Wechat сияқты жарнамалық құралдарды пайдалана отырып, Қазақстанның туристік әлеуетін ілгерілету шеңберінде жарнамалық науқандар өткізіледі.

**6. Нысаналы индикаторлар және күтілетін нәтижелер**

Тұжырымдама мақсатына қол жеткізу мынадай нысаналы индикаторлармен өлшенетін болады:

1. 2025 жылға қарай Қазақстан Республикасы ЖІӨ-нің жалпы көлеміндегі туризм үлесін кемінде 8%-бен қамтамасыз ету;

2. Тұру және тамақтану жөніндегі қызметтердегі еңбек өнімділігінің өсуі 2019 жылғы деңгейге қарағанда 12,2%;

3. Тұру және тамақтану жөніндегі қызметтерге негізгі капиталға инвестициялардың НКИ 2019 жылғы деңгейге қарағанда 1,9 есе өсіру;

Тұжырымдаманы іске асыру қорытындылары бойынша 2025 жылға қарай мынадай нәтижелерге қол жеткізу күтілуде:

1. ДЭФ рейтингінде бәсекеге қабілеттілік және туризм бойынша 60 орын;

2. ДЭФ рейтингінде Маркетинг тиімділігі бойынша 70-орын;

3. Туристік қызметтерді цифрландырумен 90% қамту;