

Абенова Е.А.
**К вопросу планирования
в туризме**

Суть планирования развития туризма заключается в непрерывном процессе разработки планов в соответствии с поставленными целями и задачами перед отраслью туризма, а также определении методов и средств их достижения. Важно, чтобы управление осуществлялось из единого центра, который бы координировал деятельность соответствующих региональных организаций. Например, мы считаем важным наличие Министерства туризма, которое, к большому сожалению, упрощено в Республике Казахстан. Проблемы развития туризма в Республике Казахстан решаются неэффективно. В целях совершенствования качества туристских услуг и предоставляемого сервиса важно активно внедрять процесс сертификации в туристской отрасли. Вузы республики, которые готовят кадры для сферы туризма, должны ориентироваться на активное взаимодействие с реальным сектором. Это позволит с первых же лет обучения в вузе готовить высокопрофессиональные и конкурентоспособные кадры.

Ключевые слова: планирование в туризме, проблемы туристской отрасли в Республике Казахстан, взаимодействие вузов и реального сектора, сертификация в туризме.

Abenova E.A.
By issue of planning in tourism

The point of tourism development planning consists in a continuous process of designing plans; a conformity of the established aims and objectives in the tourism industry; and an identification of methods and instruments in achieving those aims and objectives. It is important that a single institute manages the tourism industry of a country (e.g. Ministry of Tourism), as it would effectively coordinate the performances of regional tourism organizations. Problems in the tourism development of the Republic of Kazakhstan are being solved inefficiently. In order to enhance the quality of tourism services, it is extremely important to develop a certification process in the tourism sector. During the education process, the universities of the Republic of Kazakhstan, which produce specialists for the tourism industry, should practice an active cooperation with the real sector. This will allow the universities to train professional and competitive managers from the first year of education.

Key words: planning in tourism, problems of tourism industry in the Republic of Kazakhstan, cooperation of the higher education institutions with real sector, certification in tourism.

Абенова Е.А.
**Туризмдегі жоспарлау
мәселесі туралы**

Туризм дамуын жоспарлаудың мәні – жоспарларды туризм саласы алдында қойылған мақсаттар, міндеттер және соларға жету әдістері мен құралдарына сай ете отыра, үздіксіз жасап отыру үрдісінде жатыр. Аймақтық қызметтерді басқарып отыратын Туризм министрлігі секілді біріккен орталықтың болуы – аса маңызды. ҚР да туризм мәселелері тиімсіз түрде шешілуде. Туристік қызметтер мен көрсетілетін сервис түрлерінің сапасын жетілдіру мақсатында, туризм саласында сертификаттау үрдісін белсенді түрде енгізу – елеулі қажеттіліктердің бірі. Туризм сферасына кадрлар даярлайтын ЖОО-лар нақты кәсіби сектормен тығыз байланыс орнатуы қажет. Бұл үрдіс ЖОО-ларға оқудың бірінші жылынан бастап жоғары кәсіби және бәсекеге қабілетті мамандарды даярлап шығаруға мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: туризмдегі жоспарлау, ҚР туризм саласы мәселелері, ЖОО мен нақты сектордың қарым-қатынасы, туризмдегі сертификаттау.

К ВОПРОСУ ПЛАНИРОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ

Введение

В последние годы субъекты сферы туризма принимают во внимание тот факт, что развитие отрасли, ориентированное в большей части на выездной туризм не формирует положительного туристского имиджа для страны, не способствует развитию туристской отрасли как таковой, не приносит прибыли бюджету страны. По официальным источникам, доля туризма (берутся во внимание услуги размещения и питания) в валовом внутреннем продукте страны составляет лишь 0,3 % [1, с. 1]. Чтобы сфера туризма развивалась эффективно, способствуя притоку иностранной валюты, нужно чтобы соблюдалась формула баланса между выездным–въездным и внутренним туризмом: на одного выехавшего за рубеж туриста – один въехавший и четыре внутренних туриста. Данные статистики Казахстана показывают, что в 2013 году, по сравнению с 2012 годом наблюдалось увеличение доли внутренних туристов на 10,3 %, а в 2015 году, в сравнении с 2014 годом – это увеличение составляет всего 1 %. Количество посетителей по выездному туризму в 2012 году составило 9 065 579, что на 13 % больше, чем в 2011 году. Такие объемы выездного туризма способствуют формированию отрицательного туристского сальдо (более чем на 434 миллиона долларов США) в платежном балансе страны [1, с. 3]. По итогам января-сентября 2015 года наблюдается увеличение количества посетителей выездного, въездного и внутреннего туризма по сравнению с аналогичным периодом 2014 года на 14,5 %, 3,1 %, 1,0 % и составило 8 980,5 тыс. человек, 4 923,5 тыс. человек и 3 188,5 тыс. человек соответственно [2]. Цифры показывают, что по-прежнему наблюдается рост выездного туризма, а также незначительный рост въездного и спад в развитии внутреннего туризма.

Без развития внутреннего туризма, мы не сможем привлечь большие потоки иностранных гостей, ведь среди них незначительный процент составляют элитные клиенты, которым нужны дорогие отели и эксклюзивные туры. Основной поток туристов – это средний класс, которые интересуются экологическим туризмом, активными видами отдыха, этническими турами, приключенческим туризмом. Поэтому, развивая

инфраструктуру для внутреннего туризма, ориентированного на клиента со средним достатком, мы тем самым будем готовиться и к приему иностранных гостей. Об этом говорит тот факт, что из средств размещения, наиболее популярны сегодня хостелы, которые открываются в Алматы и других городах вблизи туристских дестинаций Казахстана. Причем основными клиентами хостелов являются иностранцы.

К сожалению, хорошо отлаженная модель туризма советского времени канула в лету, когда развитие молодежного и школьного туризма приобрело массовый характер, профсоюзное движение способствовало тому, что каждый взрослый человек мог в свой трудовой отпуск съездить отдохнуть на известный курорт или санаторий, как по республике, так и в целом по стране (Крым, Кавказ, Прибалтика и др.). Причем пользовались популярностью не только культурно-познавательные направления туризма, но в немалой степени были популярны активные виды туризма, пешие походы, что способствовало приобщению молодого поколения к спорту, к культурному отдыху, здоровому образу жизни.

Можно отметить, что в последнее время возрождается неподдельный интерес к активным формам и видам туризма, но конечно уже не в таких масштабах, как раньше. Это направление будет перспективным в рамках пропаганды здорового образа жизни и занятий спортом, в преддверии событий мирового масштаба, каковыми являются Универсиада 2017 и ЭКСПО 2017 надо воспользоваться случаем и расширить туристское предложение по активным, горным и другим спортивным видам туризма. Развитие активных видов туризма также может способствовать развитию внутреннего туризма, в том числе школьного и молодежного, потому что данное направление не требует больших затрат на отдых в виде строительства дорогих элитных отелей.

В этих условиях, для дальнейшего развития туризма в республике необходимо совершенствовать практику планирования развития отрасли как стратегического, так и текущего, в масштабах всей страны и в рамках каждого региона, области, города, а также планирования развития каждого туристского объекта, в частности. Стратегическим планом развития туристской отрасли является Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года, утвержденная постановлением Правительства РК от 19 мая 2014 года № 508.

Есть планы развития туризма по областям Казахстана, входящих в туристский кластер. В Концепции определены сроки реализации плана и очень важно к каждому сроку предоставить подробный отчет, который был бы прозрачен и доступен для всех заинтересованных лиц, с целью получения необходимой информации, важно совершенствовать работу статистического агентства, поставляющего официальную достоверную информацию. Осуществлять контроль выполнения намеченных планов. Эти направления деятельности требуют дальнейшего совершенствования.

Исходные данные и методы исследования

В погоне за прибылью многие туристские компании, сделав ставку на выездной туризм, совершенно не обращают внимания на развитие внутреннего туризма. За два десятилетия ориентация только на элитный туризм привела к развалу тех туристских услуг, которые перешли к нам в наследство от советской эпохи, и привело к забвению молодежных и школьных туристских туров. Как мы уже отмечали, объемы выездного туризма в республике способствуют формированию отрицательного туристского сальдо в платежном балансе страны. Основные страны, привлекательные для казахстанских туристов – это Турция, КНР, ОАЭ, Таиланд, где интенсивно развивается индустрия туризма. Большие потоки туристов способствуют росту благосостояния этих стран, поскольку появляется необходимость и возможность создания новых рабочих мест, улучшается занятость населения, структура платежного баланса стран.

Попутно шел процесс забвения народных промыслов и ремесел, о сувенирной промышленности мы только мечтали, а начав что-то производить, не выдержали конкуренции Китая и соседней Киргизии. Радует тот факт, что некоторые туристские фирмы, все же выделяются из огромного количества турфирм с однообразными услугами. Начинают культивировать этнический туризм, как одно из новых востребованных направлений.

На рынке Казахстана направлениями внутреннего туризма занимаются около 10 % всех существующих компаний (данные КТА). Наибольший рост спроса на внутренний и въездной туризм в Казахстане наблюдался в период с 2000 по 2007 годам, в связи с экономическим кризисом, в 2008 и 2009 годах наблюдался спад. С восстановлением экономики в 2010 году рост

спроса на туризм возобновился, и в 2011 году достиг рекордного уровня, а в 2012 году показал прирост туристских прибытий на 6,3 % и увеличение количества ночевков на 6,7 % [1, с. 2]. В структуре туристской деятельности внутренний туризм в 2013 году составил 44,4 %, въездной туризм – 2,3 %, выездной туризм – 53,3 %. Если эти показатели сравнить с данными января-сентября 2012 года, то в общей структуре обслуживания туристов наблюдается уменьшение доли выездного туризма на 8 % и въездного на 2,3 %, увеличение внутреннего туризма на 10,3 % [1, с. 1]. По данным отчета Департамента туризма, к 2015 году вновь наблюдается спад роста внутреннего туризма, который в сравнении с 2012–2013 годами, показал рост всего на 1%.

Во многих странах мира, известных как мировые туристские центры, очень развит внутренний туризм, существует большое разнообразие предложений для разных целевых групп, разных туристских направлений и маршрутов, которые вызывают неподдельный интерес у местных граждан, и способствует развитию туризма. Если создана соответствующая инфраструктура для отечественного туриста, есть выбор для различных категорий клиентов, как например экономичные туры для молодежи, школьников и пенсионеров, так и для семейных, людей среднего достатка, а также элитные туры. Есть перспектива привлечь иностранных гостей и показать высокий сервис, предоставляя качественные услуги, поскольку опыт привлечения отечественных туристов и работа с разными целевыми группами – бесценный и полезный опыт, который позволит совершенствовать работу по привлечению иностранцев. Распространение информационных технологий позволяет открывать и совершенствовать свои сайты, делать рекламу и быстро распространять информацию об эксклюзивных интересных турах и туристском продукте, как по стране, так и за ее пределами.

Новые тенденции развития туристского рынка приводят к осознанию того факта, что развитие туризма не должно быть привязанным только к крупным агломерациям и быть ориентированным на выезд. Развитие внутреннего туризма и ориентация на иностранных туристов должны активизировать региональный туризм, формирование туристско-рекреационного продукта на основе местных туристско-рекреационных достопримечательностей, выявление новых туристских дестинаций в республике, новых туристских маршрутов в окрестностях

крупных городов, которые бы вызывали неподдельный интерес и желание приехать у потенциального гостя. Региональные туристские организации должны тесно сотрудничать с региональными вузами и ориентироваться в формировании своего штата на выпускников специальности «Туризм».

Чтобы достичь поставленных целей в развитии туризма и расширении направлений туристского предложения необходимо осуществлять планирование. Механизмы планирования включают в себя:

- ориентацию на приоритетные цели;
- знание принципов планирования;
- обеспечение взаимосвязи показателей;
- учет факторов и конъюнктуры развития туристского рынка;
- анализ существующих проблем;
- выбор оптимального варианта развития;
- контроль осуществления планов [3].

Мы провели анализ проблем развития туризма, на которые указывают местные Управления туризма и внешних связей, образованные в 2013 году практически во всех областях Казахстана. В целом все проблемы по регионам схожи. В их числе:

- недостаточный уровень развития транспортной, дорожной и туристской инфраструктуры, устаревшая материально-техническая база действующих объектов туристского назначения;
- низкий уровень сервиса и качества предоставляемых услуг;
- низкий уровень информационного обеспечения, программ и мероприятий по продвижению туристского продукта регионов и в целом имиджа страны как привлекательного туристского региона;
- отсутствие типовых проектов и единых требований для объектов придорожного сервиса;
- подготовка высокопрофессиональных кадров для сферы туризма, хотя практически во всех регионах страны есть базовых университеты, которые готовят специалистов по направлению «Туризм»;
- на наш взгляд, важно указать на такую проблему, как упразднение Министерства и далее Комитета по туризму.

Результаты и обсуждение

В 2012 году в Казахстане проведена большая работа по изучению туристско-рекреационного потенциала, инициированная бывшим Комитетом по туризму при МИНТ. Эта информация

стала отправной точкой для разработки планов развития туризма в том или ином регионе страны, но далее этого работа пошла не во всех регионах, потому что не было надлежащего контроля исполнения намеченных планов.

Общеизвестно, что главная цель развития туризма – восстановление и развитие духовных и физических сил туристов. Данную цель можно конкретизировать с учетом трех направлений: социально-экономическое, социальное и экономическое. Они имеют качественные отличия на каждом уровне и для каждого элемента функциональной структуры системы туризма. Анализируя работы авторов, которые уделяли внимание данному вопросу [3, 4] конкретизируем, к социально-экономическим целям относят:

- интеграцию регионального туризма в республиканский и мировой рынок туристских услуг;
- ориентация на качественное удовлетворение запросов туристов;
- создание новых рабочих мест, обеспечение занятости населения и роста его доходов;
- поддержание и восстановление рекреации территории;
- обеспечение безопасности туристской деятельности

К социальным целям относят:

- развитие интеллектуального потенциала туристов;
- обогащение и развитие культуры клиентов;
- содействие рациональному использованию свободного времени туристов;
- обеспечение охраны их здоровья.

К экономическим целям относят:

- рост объема продаж туристского продукта;
- формирование конкурентоспособного казахстанского турпродукта и туристского рынка;
- создание благоприятного инвестиционного климата;
- рациональное использование туристско-рекреационных ресурсов, развитие аттракторов и материально-технической базы туризма

Всевышеуказанные цели очень тесно согласуются с проблемами, которые определены по регионам. Рассмотрим их подробнее.

Недостаточный уровень развития транспортной, дорожной и туристской инфраструктуры, устаревшая материально-техническая база действующих объектов туристского назначения. А также проблема, связанная с отсутствием типовых проектов и единых требований для объектов придорожного сервиса.

Данная проблема актуальна и для каждого региона, и для страны в целом. В рамках ре-

шения данной проблемы ведется ряд масштабных проектов. Это и строительство дороги «Западная Европа – Западный Китай», и введение в эксплуатацию, а также строительство автобанов по направлениям «Астана – Боровое», «Астана – Павлодар», «Алматы – Шымкент», «Алматы – Капчагай», «Алматы – Хоргос» и др. К проблеме отсутствия типовых требований к объектам придорожной инфраструктуры, по нашему мнению, важно привлечь учебные заведения, в которых ежегодно выпускники всех специальностей, в том числе по туризму, готовят дипломные работы (проекты). В университете НАРХОЗ третий год практикуются такие темы проектов, которые бы максимально отражали проблемы реального рынка туризма и были интересны практикам данной сферы. Так уже вызвала интерес такая тема как установка информационных указателей по известным маршрутам Алматинской области. Студенты не только проанализировали международный опыт в рамках проекта, но и разработали предложения и рекомендации, как данные информационные указатели применить у нас в стране, на конкретных туристских маршрутах. Мы думаем, что студентам по силам справиться и с такой темой, как разработка типовых требований к объектам придорожной инфраструктуры. Они смогут проанализировать международный опыт, разработать требования с учетом специфики республики, менталитета, технических аспектов и других важных составляющих. А далее – экспертиза предложенных требований институтом метрологии и стандартизации и прочих заинтересованных учреждений.

Следующая проблема касается низкого уровня сервиса и качества предоставляемых услуг. Эта проблема обсуждается уже не одно десятилетие, а воз и ныне там. Чтобы персонал сферы туризма, к которому мы относим работников турагентств и туроператоров, гостиниц, отелей, предприятий питания, государственных учреждений по управлению развитием туризма (акиматы), а также некоммерческие организации предоставляли высококачественные услуги и соответствующий мировым стандартам сервис, прежде всего надо принимать на работу людей с соответствующим профильным образованием. Если проанализировать, кто работает в наших турфирмах и на других объектах туризма, то выпускников с дипломом специальности «Туризм» или, по крайней мере «Социально-культурный сервис», а на предприятиях питания – «Ресторанное дело и гостинич-

ный бизнес», вы встретите немного, по нашим предварительным опросам – менее 50 % всего туристского рынка. В лучшем случае это будет выпускник университета иностранных языков. А выпускники вышеуказанных профильных специальностей, которых каждый год университеты поставляют для рынка туризма, не могут найти в итоге работу по специальности. Часто вузы слышат претензии, что выпускники не знают языков, не обучены практическим навыкам. Принимая во внимание критику практиков, в вузах идут большие перестройки учебных программ, в частности в университете НАРХОЗ. Новые учебные планы практико ориентированы, нацелены на формирование у выпускников не только хороших знаний, но и практических профессиональных умений и навыков, английский язык изучается все четыре года в бакалавриате.

Сейчас начата работа по сертификации выпускников учебных заведений, инициированная Казахстанской туристской ассоциацией, надо этот опыт расширить и привлечь к сертификации всех работников туристской сферы, а не только выпускников. В разработанных сертификационным центром перечне вопросов и тестов, включены не только вопросы на выявление профессиональных знаний, но и вопросы по психологии общения, психологии взаимодействия с клиентом, по управлению конфликтными ситуациями, по знанию информационных технологий, знанию иностранных языков, задания в которых работник мог бы показать свои навыки продаж турпродукта и пр. Эта работа тоже должна быть запланирована в качестве реального проекта повышения качества обслуживания в сфере туризма и поэтапно вводиться в реальный сектор. Важно проводить разъяснительную работу, серию семинаров и встреч, чтобы все туристские организации были заинтересованы в таком нововведении, так как конечная цель этого проекта – высокое качество услуг и высокий уровень сервиса на казахстанском рынке туризма.

Следующая проблема – низкий уровень информационного обеспечения, программ и мероприятий по продвижению туристского продукта регионов и, в целом имиджа Казахстана, как привлекательной туристской дестинации. К решению данной проблемы тоже можно привлечь университеты. Объявить конкурс на лучший имиджевый ролик о том или ином регионе Казахстана, возможно конкретном туристском продукте региона или его достопримечательностях. Многие университеты Казах-

стана готовят выпускников специальности «Информационные системы», которые, обладая современными знаниями и технологиями, могли бы содействовать в разработке интерактивных суперсовременных сайтов, привлекательных как для отечественного, так и для иностранного туриста. Такие технологии сегодня позволяют выходить на международный рынок без всяких ограничений и проблем.

Как иностранно, досих пор остается актуальным вопрос – подготовка высокопрофессиональных кадров для сферы туризма, хотя практически во всех регионах страны есть базовые университеты, более 28, которые готовят специалистов по направлению «Туризм» уже более 10 лет. Для планомерного и эффективного решения данной проблемы важно тесное сотрудничество университетов с практиками сферы туризма. Учебные планы университетов сегодня во многом адаптированы под требования реального сектора и включают практико ориентированные дисциплины. Университет НАРХОЗ целенаправленно работает с практиками, тесно сотрудничает с КТА, в вопросах оценки содержания учебных планов и конкретных учебных дисциплин, проводятся мастер классы и семинары для студентов по отдельным навыкам, а для преподавателей практики готовят курсы повышения квалификации. В университете в учебный план на все четыре года обучения включен английский язык, сегодня уже идет ориентация на второй иностранный язык азиатской группы. Важно планировать долгосрочное сотрудничество с представителями реального сектора, когда менеджеры туристских фирм могут в период снижения активности своего бизнеса сотрудничать с вузами, участвовать в формировании учебных планов, рекомендуя учебные дисциплины соответственно актуальным проблемам и направлениям туризма, делать заказ на разработку проблемных тем и вопросов в рамках работы над дипломным проектом. Результатом такого сотрудничества может стать комплекс рекомендаций, новые туристские маршруты, туристские проекты. Активно сотрудничая с вузами и общаясь со студентами, организуя практику, стажировку, менеджеры турфирм смогут отбирать для себя перспективных активных и мотивированных на работу в туризме ребят. Такое сотрудничество позволит практикам за 1–2 года подобрать себе креативную команду сотрудников, научить их, будучи в стенах университета, тем умениям и навыкам, которые пригодятся в профессиональной сфере, и не надо

будет тратить время и средства на дополнительное обучение, разъяснения, наставничество молодых сотрудников.

Проблема отсутствия Министерства туризма. В Концепции развития туристской отрасли до 2020 года как-то расплывчато говорится о том, кто все-таки является главным органом управления в туризме: «Правительство Республики Казахстан сохранит руководящую роль в разработке политики туризма в качестве основного координатора исполнения государственной политики и деятельности государственных органов, направленных на развитие туристской отрасли». Далее идет ссылка на Совет по туризму, «в настоящее время Совет по туризму осуществляет свою деятельность в качестве консультативно-совещательного органа при Правительстве Республики Казахстан» [1, с. 21], ничего не сказано про Департамент туризма при МИИР РК.

Анализ развития туризма в крупных мировых туристских центрах показывает, что именно поддержка государства в лице Министерств туризма, активная и привлекательная инвестиционная политика, разработанная им, привела к бурному развитию туризма и привлечению иностранных гостей. Чтобы решать все имеющиеся проблемы сферы туризма, важно наличие крупного государственного органа, такого как Министерство туризма, ответственного за развитие данной отрасли, который бы осуществлял планирование и контроль выполнения планов развития туризма в целом и по регионам Казахстана, занимался вопросами привлечения инвесторов и финансовых средств для воплощения туристских проектов, правовыми аспектами, визовыми проблемами, транспортного обеспечения отрасли и многими другими вопросами. Именно все эти вышеперечисленные направления сегодня являются важными для эффективного развития туристской отрасли Казахстана и требуют решения на правительственном уровне.

Выводы

Таким образом, суть планирования развития туризма заключается в непрерывном процессе разработки планов, в соответствии с поставленными целями и задачами перед отраслью туризма, а также определение методов и средств и инструментов их достижения. Важно, чтобы управление шло из единого центра, который бы координировал деятельность соответствующих региональных организаций, таким центром во многих известных мировых туристских центрах является Министерство туризма. Проблемы развития туризма в Казахстане решаются неэффективно. О них говорят вот уже не одно десятилетие, они обсуждаются на конференциях, семинарах, деловых встречах, «кочуют» из программы в программу по развитию туристской отрасли, но актуальности не теряют. В целях совершенствования качества туристских услуг и предоставляемого сервиса мы предлагаем активно внедрять процесс сертификации в туристской отрасли, которую должны пройти не только выпускники соответствующих вузов, но и персонал туристской отрасли. Проанализировать полученные результаты, разработать серию семинаров и тренингов по повышению культуры обслуживания и личной культуры работника, его речевых и коммуникативных навыков, психологических компетенций. Шире привлекать к этой работе высшие учебные заведения. Вузы республики, которые готовят кадры для сферы туризма, должны и дальше ориентироваться на активное взаимодействие с реальным сектором. Это позволит с первых же лет обучения в вузе, формировать у потенциальных специалистов не только теоретические знания, но и практические умения и навыки, повысит их мотивацию и желание работать в туристской отрасли.

Литература

- 1 Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года / Постановление Правительства Республики Казахстан от 19 мая 2014 года № 508.
- 2 Отчет Департамента индустрии туризма Министерства инвестиций и развития Республики Казахстан за 2015 год [электронный ресурс]. – URL: <http://dep-turizm.mid.gov.kz> (дата обращения 05.09.2016).
- 3 Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2015. – 256 с.
- 4 Бородин В.В. Анализ социально-экономической эффективности туризма. – М.: РИОР, ИНФРА-М, 2013. – 230 с.

References

- 1 Ob utverzhdenii Konceptii razvitiya turistskoj otrasli Respubliki Kazahstan do 2020 goda / Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 19 maya 2014 goda № 508.
- 2 Otchet Departamenta industrii turizma Ministerstva investicij i razvitiya Respubliki Kazahstan za 2015 god [ehlektronnyj resurs]. – URL: <http://dep-turizm.mid.gov.kz> (data obrashcheniya 05.09.2016).
- 3 Sevast'yanova S.A. Regional'noe planirovanie razvitiya turizma i gostinichnogo hozyajstva: uchebnoe posobie. – M.: KNORUS, 2015. – 256 s.
- 4 Borodin V.V. Analiz social'no-ehkonomicheskoy ehffektivnosti turizma. – M.: RIOR, INFRA-M, 2013. – 230 s.