

**¹Ахмедова С.Ж.^a, ¹Мадиярова Д.М., ¹Тульбаева А.Т., ²Болат К.Б.,
¹Винокурова Е.И.**

¹Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

²Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ахмедова Салтанат Жолдасбековна, Мадиярова Диана Макаевна,
Тульбаева Айгерим Турлыбековна, Болат Кенжебек Болатович, Винокурова Елена Ивановна

Анализ влияния инновационного менеджмента на экономические показатели туристской деятельности

Аннотация. Статья посвящена исследованию инновационного менеджмента в сфере туристской деятельности. Авторы рассматривают современные тенденции и подходы к внедрению инноваций в туристскую отрасль, анализируют ключевые инновационные технологии, такие как цифровизация, внедрение искусственного интеллекта, автоматизация обслуживания клиентов и использование новых форм маркетинга. Основной целью исследования является оценка влияния инноваций на повышение конкурентоспособности туристских компаний и улучшение качества обслуживания клиентов. В работе также рассмотрены барьеры и вызовы, с которыми сталкивается индустрия туризма при внедрении инновационных решений, а также пути преодоления этих препятствий. Произведен анализ ключевых показателей развития туризма Республики Казахстан за период с 2014 по 2022 годы, включая такие показатели, как добавленная стоимость туристской отрасли, потребление туристских услуг, количество посетителей и юридических лиц. В статье также представлены данные о прибыли туристского агентства «Kazakh Tourism» и деятельности Казахстанской туристской ассоциации (КТА). В заключении формулируются практические рекомендации по эффективному управлению инновациями в туристской сфере с целью обеспечения устойчивого развития и повышения привлекательности туристских услуг.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, туристская экономика, инвестиции, цифровизация туризма, эффективность управления, экономические показатели, стратегическое развитие.

Ахмедова Салтанат Жолдасбековна, Мадиярова Диана Макаевна,
Тульбаева Айгерим Турлыбековна, Болат Кенжебек Болатович, Винокурова Елена Ивановна

Инновациялық менеджменттің туристік қызметтің экономикалық көрсеткіштеріне әсерін талдау

Аннотпа. Мақалада туристік қызмет саласындағы инновациялық менеджментті зерттеуге арналған. Авторлар туристік салаға инновацияларды енгізуін заманауи тенденцияларын, цифрандыру тәсілдерін қарастырады, жасанды интелект енгізу, тұтынушыларға қызмет көрсетуді автоматтандыру және маркетингтің жаңа түрлерін пайдалану сияқты негізгі инновациялық технологиялар қарастырылған. Зерттеудің негізгі мақсаты инновациялық туристік компаниялардың бәсекегі қабілеттігін арттыруға және тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын жақсартуға әсерін бағалау. Сондай-ақ, жұмыста туризм индустриясында инновациялық шешімдерді енгізу кезінде көздесеттің көдергілер мен қындықтардың жену жолдары қарастырылған. Туристік салалардың қосылған құны, туристік қызметтерді тұтыну, келушілер саны және заңды тұлғалар сияқты көрсеткіштердің қоса алғанда 2014-2022 жылдар аралығында Қазақстан Республикасының туризмін дамытудың негізгі көрсеткіштеріне талдау жасалған. Мақалада «Kazakh Tourism» туристік агенттігінің пайдасы және Қазақстанның туристік қауымдастыры (КТК) қызметті туралы деректер ұсынылған. Қорытындылай келе, тұрақты дамуды қамтамасыз етү мен туристік қызметтердің тарымдалыбын арттыру мақсатында туризм саласындағы инновацияларды тиімді басқару бойынша практикалық ұсыныстар түккірымдаған.

Түйін сөздер: инновациялық менеджмент, туристік экономика, инвестициялар, туризмді цифрандыру, басқару тиімділігі, экономикалық көрсеткіштер, стратегиялық даму.

Akhmedova Saltanat Zholdasbekovna, Madiyara Diana Makaevna,
Tulbayeva Aigerim Turlybekovna, Bolat Kenzhebek Bolatovich, Vinokurova Elena Ivanovna

Analysis of the impact of innovative management on economic indicators of tourism activities

Abstract. The article is devoted to the study of innovative management in the field of tourism. The authors consider modern trends and approaches to the implementation of innovations in the tourism industry, analyze key innovative technologies, such as digitalization, the introduction of artificial intelligence, automation of customer service and the use of new forms of marketing. The main objective of the study is to assess the impact of innovations on increasing the competitiveness of tourism companies and improving the quality of customer service. The work also considers the barriers and challenges faced by the tourism industry in the implementation of innovative solutions, as well as ways to overcome these obstacles. An analysis of key indicators of tourism development in the Republic of Kazakhstan for the period from 2014 to 2022 was made, including such indicators as the added value of the tourism industry, consumption of tourism services, the number of visitors and legal entities. The article also presents data on the profit of the travel agency "Kazakh Tourism" and the activities of the Kazakhstan Tourism Association (KTA). In conclusion, practical recommendations are formulated for the effective management of innovations in the tourism sector in order to ensure sustainable development and increase the attractiveness of tourism services.

Key words: innovation management, tourism economics, investments, digitalization of tourism, management efficiency, economic indicators, strategic development.

Введение. Travel-индустрия представляет собой сложную социально экономическую систему, играющую важную роль в развитии мировой экономики. В условиях глобализации геополитических изменений, пандемийного кризиса, усиления конкуренции туризм становится динамичным социально-экономическим явлением, подвергающимся постоянным изменениям под влиянием этих факторов. Туризм как один из главных драйверов мировой экономики способствует расширению интеграционных связей между различными странами и регионами, его массовый характер оказывает влияние на все аспекты современного общества: экономику, политику и культуру. Развитие travel-индустрии способствует созданию новых рабочих мест, увеличению доходов и привлечению инвестиций. Эффективное управление инновациями в сфере туризма играет ключевую роль в обеспечении экономического процветания, социальной стабильности и устойчивого развития стран и регионов.

Инновации в сфере управления туризмом охватывают широкий спектр возможностей и вызовов, возникающих в условиях жесткой конкуренции среди поставщиков услуг. На рынок travel-индустрии оказывают влияние различные аспекты общественной жизни, такие как геополитические изменения, экономические кризисы, климатические катастрофы, террористические угрозы и другие факторы. Участники конкурентного рынка туризма обязаны учитывать эти риски, уметь прогнозировать развитие ситуации и своевременно реагировать на изменения, что в конечном итоге должно приводить к принятию обоснованных управленческих решений. Travel-индустрия продолжает активно развиваться не только в мире, но и в Казахстане. На рынке появляются новые игроки, включая стартапы и онлайн-платформы,

предлагающие инновационные подходы в сфере туристских услуг.

Туризм, наряду с экономическими и социальными выгодами, способен оказывать разрушительное воздействие на природные экосистемы - в частности, через вырубку лесов, загрязнение окружающей среды и нарушение природных ландшафтов. Кроме того, под угрозой оказываются объекты культурного наследия, испытывающие чрезмерную туристскую нагрузку. В этих условиях особенно важным становится внедрение современных управленческих технологий, способствующих снижению негативного воздействия и обеспечению устойчивого развития отрасли.

Тема настоящего исследования связана с анализом влияния инновационного менеджмента на экономические показатели туристской деятельности. Данный аспект вызывает устойчивый интерес у исследователей, поскольку охватывает ключевые вопросы стратегического развития, повышения устойчивости и адаптации отрасли к изменениям современного мира. Современные научные исследования в этой области затрагивают широкий спектр проблем туристской индустрии, что позволяет выявить основные барьеры и факторы успеха, с которыми сталкиваются участники рынка, а также разработать эффективные стратегии и методы управления.

А. Tolepor и B. Pikkemaat и их соавторы в своих исследованиях выделяют влияние инноваций на развитие travel-индустрии, подчеркивая, что для эффективной адаптации к постоянно меняющимся рыночным условиям и поддержания конкурентоспособности туристских компаний необходимо постоянно совершенствовать инновационные методы и управления в маркетинге [1, 2]. Работа С. Işık и соавторов, применивших практический

подход к исследованию инноваций в туристской сфере, направлена на анализ эффективных кейсов внедрения бизнес-идей, что позволило выделить стратегии, способствующие повышению конкурентоспособности туристских компаний [3]. Технологический аспект инноваций в туризме стал основой исследований, проведённых М. Ramazanova и А.М. Elshaer с соавторами. В своих работах они уделили внимание важности для современной туристской индустрии информационно-коммуникационных технологий, а также особенностям развития электронного туризма [4, 5]. Исследование А. Mohammed и соавторов посвящено изучению роли социальных онлайн-платформ и приложений в эффективности гостиничного бизнеса. Данная работа позволяет оценить успешность стратегии использования социальных медиа для привлечения клиентов и улучшения качества обслуживания [6]. S. Domi и соавторы изучили концептуализацию и методы оценки принятия инноваций в туризме, сосредоточившись на разработке новых подходов для измерения эффективности инновационных процессов в данной отрасли [7]. F. Brandão и G. Arcese с соавторами проанализировали успешные стратегии развития и применения инноваций в сегменте туристской индустрии, включая развитие зимних видов спорта, экологические туры и новые формы развлечений для туристов [8, 9]. M. B. Cavalheiro с соавторами изучили различные инновационные подходы и практики, направленные на уменьшение негативного воздействия туризма на окружающую среду и социокультурные аспекты. Данное исследование также помогает выявить ключевые стратегии и методы, способствующие устойчивому развитию туризма [10].

Исследования данных авторов подтверждают, что инновации играют ключевую роль в развитии туристской отрасли, способствуя адаптации к изменяющимся условиям рынка и повышению конкурентоспособности бизнеса. Технологические инновации, сотрудничество между участниками отрасли и устойчивые практики играют важную роль в создании благоприятной среды для успешного внедрения и развития инноваций в туризме. Однако остаются недостаточно исследованными такие вопросы, как влияние экономических кризисов на инновационные процессы в туристской индустрии, влияние глобальных тенденций, таких как цифровизация, на потребительское поведение и требования к инновациям в туризме. Кроме того, не исследована роль инноваций в предприятиях в туристском секторе и не оценена эффективность инновационных стратегий в различных регионах и контекстах развития туризма.

Цель исследования заключается в комплексном анализе влияния инновационного менеджмента на экономические показатели туристской деятельности и выявлении новых направлений для дальнейших исследований.

Задачами исследования является:

- изучение влияния кризисов на инновационные процессы в туризме;
- оценка эффективности инновационных стратегий в различных регионах с учетом их специфики и особенностей развития туристской индустрии.

Материалы и методы. Для проведения исследования по экономическим аспектам управления в туристской индустрии Казахстана был использован аналитический метод, включающий анализ статистических данных, финансовых отчетов и законодательных актов, регулирующих деятельность туристских предприятий. В качестве источников данных была использована информация, предоставленная Национальным статистическим бюро Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [11, 12], а также отчеты компании «Kazakh Tourism» и статистические данные, опубликованные в открытых источниках [13, 14].

Основным методом исследования являлся сравнительный анализ динамики ключевых показателей развития туристской отрасли Республики Казахстан за период с 2014 по 2022 годы. На момент проведения анализа статистические данные по туризму были доступны лишь до 2022 года, что определило временные рамки исследования. В качестве основных индикаторов были выделены: валовая добавленная стоимость туристских отраслей, их доля в валовом внутреннем продукте (ВВП), внутренний спрос на туристские услуги, объем потребления туристских услуг внутри страны и за её пределами, а также количественные данные о туристских посетителях, зарегистрированных юридических лицах и численности занятых в сфере туризма.

Для анализа развития туризма в регионах Казахстана была использована статистическая информация об объеме услуг, предоставленных гостиничными и иными размещающими объектами в различных регионах страны за период с 2014 по 2023 годы [12]. Данные были собраны и сопоставлены для оценки динамики развития туризма в различных регионах и выявления тенденций. Такой подход позволил получить комплексное представление о состоянии и динамике развития туризма в различных частях Казахстана, что в свою очередь способствует более точной

оценке эффективности региональных программ и стратегий развития туризма.

Для проведения анализа финансовой деятельности туристского агентства «Kazakh Tourism» были использованы финансовые отчеты компании за период с 2017 по 2022 годы [14]. Выбор компании обосновывается тем, что она является одним из ведущих туристских агентств и операторов в стране, играющим значительную роль в продвижении туризма. Основной метод анализа состоял в изучении динамики чистой прибыли компаний за указанный период и выявлении факторов, оказывающих влияние на ее финансовое состояние. Помимо этого, в ходе анализа были изучены цели и задачи компаний, а также ее основные направления деятельности. Это позволило получить более полное представление о стратегических целях и планах развития «Kazakh Tourism», а также выявить связь между финансовыми показателями и стратегическими приоритетами компании.

Для изучения деятельности Казахстанской туристской ассоциации (КТА) была проведена аналитическая работа на основе открытых источников информации, включающая изучение целей и задач ассоциации, ее участников и основных направлений деятельности [15]. Были проанализированы отчеты об активностях ассоциации, организационная структура и функциональные обязанности, а также проведен обзор ключевых инициатив и программ, реализуемых КТА.

Важной частью исследования был анализ законодательных актов, регулирующих туристскую деятельность в Казахстане. Были изучены такие ключевые документы, как Закон «О туристской деятельности в Республике Казахстан» от 13 июня 2001 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.03.2025 г.) [16] и Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) [17].

Общий объем исследования включал в себя сравнительный анализ данных, сбор информации из различных источников и выявление основных тенденций развития туризма в Казахстане. Методология исследования была адаптирована для анализа экономических аспектов управления в туризме с учетом специфики отрасли и доступных данных. Результаты анализа были представлены в соответствии с поставленными целями и задачами исследования.

Результаты. Экономические аспекты управления в индустрии туризма играют ключевую роль в успешном функционировании и развитии предприятий в данном секторе. Они включают в

себя широкий спектр вопросов, связанных с финансовым управлением, маркетингом, учётом и анализом данных, а также стратегическим планированием. Финансовое управление в туризме – это основа устойчивости бизнеса. Сезонность, колебания валютных курсов, инфляция и другие экономические факторы могут серьезно повлиять на доходы и расходы туристских компаний. В данных условиях критически важными задачами для управления туристским и гостиничным бизнесом выступают такие показатели как эффективное управление бюджетом, контроль за расходами, а также разработка инвестиционных стратегий [18].

В travel-индустрии именно маркетинг выступает в качестве решающего фактора при привлечении потока клиентов и увеличения объема продаж. Туризм становится все более привлекательной сферой экономики для многих стран мира, в связи с чем увеличивается конкуренция и все сложнее привлечь свою целевую аудиторию.

В принятии обоснованных решений ключевым аспектом является сбор и анализ данных, что позволяет изучать уровень потребительского спроса, конкурентную среду, финансовые показатели, помогающие руководству туристских компаний быть в курсе текущей ситуации, а также разрабатывать стратегии продвижения услуг, ценообразования, инвестирования и т.д. [19].

Для определения долгосрочных целей и приоритетов развития бизнеса весьма эффективным компонентом выступает стратегическое планирование, включающее в себя определение целей и приоритетов, создание плана действий и контроль за их реализацией. Именно фактор стратегического планирования помогает туристским компаниям эффективно адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и обеспечивать их поступательный стабильный рост. Ключевым элементом управления в туризме является умение быстро перестраиваться, учитывая экономические, социально-политические, природные и технологические риски [20]. Только постоянный анализ и контроль за ситуацией позволяет управлять этими рисками и минимизировать угрозы для туристского бизнеса, поддерживая стабильность в сложных условиях современного постоянно меняющегося мира.

Инновационный менеджмент играет ключевую роль в развитии туризма. Конкурентные преимущества для туристских компаний несут инновации, информационные технологии, появление новых способов коммуникации, новых, более эффективных способов реализации travel-индустрии. Такие инновации очень удобны для пользователей услуг туристских компаний, осо-

бенно при планировании и бронировании своих путешествий, а сами компании оптимизируют свои операции и тем самым повышают качество предоставляемых услуг [21]. Одним из ключевых элементов инновационного менеджмента в туризме является устойчивое развитие. В настоящее время все острее стоит вопрос экологии и сохранения природных ресурсов. Туристским компаниям необходимо соблюдать баланс между стремлением удовлетворить потребности путешественников и охраной окружающей среды. Для достижения долгосрочного успеха важную роль играют инновационные решения, такие как внедрение экологически чистых технологий, создание систем и подходов, направленных на эффективное управление процессами сбора, сортировки, переработки, утилизации и минимизации отходов. Немаловажна и поддержка местных сообществ. Для конкурентной среды travel-индустрии исключительную роль играет разработка новых туристских продуктов и их адаптация к меняющимся запросам клиентов. Инновационные маркетинговые стратегии, такие как персонализированные предложения и использование цифровых каналов коммуникации, помогают создать уникальный опыт для каждого туриста и повысить их лояльность к бренду.

Казахстан обладает огромным туристским потенциалом, включающим в себя разнообразные природно-климатические зоны, флору и фауну, богатое культурное наследие, отражающее многовековую историю. Города-мегаполисы Казахстана – Алматы, Астана, Шымкент – являются средоточием архитектурных памятников, музеев, галерей, дающих возможность посетителям погрузиться в историю, культуру, традиции местного населения [22, 23]. В последнее десятилетие Казахстан становится все более привлекательным не только для местных туристов, но и для зарубежных. Однако это становится своеобразным вызовом для туристского и ресторанных бизнеса Казахстана,

пока недостаточно конкурентоспособного по сравнению со странами и регионами, предлагающими более качественные услуги. Это отталкивает и внутренних туристов, и тем более въездных, предпочитающих качественный сервис популярных мировых туристских центров. Республика Казахстан предпринимает ряд усилий для развития туристской индустрии, принимаются программы, проекты, однако они не всегда имеютенный успех. Одной из главных проблем можно указать недостаточную координацию между государственными органами, местными властями и частными предпринимателями, что в итоге приводит к неэффективному использованию ресурсов.

Казахстанской travel-индустрии нужно прикладывать усилия для диверсификации туристского продукта, расширяя предложения на рынке с целью привлечения новых групп потребителей, повышения конкурентоспособности и снижения рисков. Большая часть туров, предлагаемых местными операторами, направлена на посещение культурных и природных достопримечательностей. Менее развитыми в Казахстане считаются другие сегменты туризма: экологический, спортивный, медицинский и др. Казахстан, обладая огромным туристским потенциалом, пока, к сожалению, не вывел данную отрасль в число конкурентоспособных, востребованных на мировом рынке, отраслей экономики.

В таблице 1 представлены основные параметры развития туризма в Казахстане за период, начиная с 2014 года до 2022 года включительно. Статистические данные за указанный период характеризуют такие показатели, как валовая добавленная стоимость, доля валовой добавленной стоимости, созданная в отраслях туризма в ВВП (валовом внутреннем продукте), внутреннее предложение (выпуск) отраслей туризма, потребление, относящееся к въездному и выездному туризму, число посетителей, выехавших и выехавших из Казахстана и другие.

Таблица 1 – Основные показатели развития туризма в Казахстане (2014-2022 гг.)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Валовая добавленная стоимость, созданная в отраслях туризма (млрд. тенге)	1308,1	1630,8	1932,3	2089,9	2454,6	2771	2185,5	2871	3270,1
Доля валовой добавленной стоимости, созданной в отраслях туризма в ВВП (в %)	3,3	4	4,1	3,9	4	4	3,1	3,4	3,2
Внутреннее предложение (выпуск) отраслей туризма (млрд. тенге)	7887,9	7736,1	9827,6	11382,7	13755,6	11202,6	6721	9828	13574,5

Продолжение таблицы 1

Потребление, относящееся к въездному туризму (млрд. тенге)	304,8	384,4	582,7	768,8	915,8	1120,1	233,1	324,5	804,4
Потребление, относящееся к выездному туризму (млрд. тенге)	387,7	477,8	605,4	870,1	981,4	1132,2	351	727,7	1163
Число посетителей, выехавших в Казахстан (тыс. человек)	6332,7	6430,2	6509,4	7701,2	8789,0	8515,0	2034,8	1330,2	4728,8
Число посетителей, выехавших из Казахстана (тыс. человек)	10450	11302,5	9755,6	10260,8	10646	10707,3	2865	3501,4	7670
Число юридических лиц, зарегистрированных в отраслях туризма (единиц)	17934	20973	22303	27760	48750	51482	39816	42301	47905
Число занятых в отраслях туризма (тыс. человек)	412,8	428,5	414,1	442,5	463,7	469,9	458,3	463,1	488,6
Доля занятых в туризме в общей численности занятых (в %)	4,9	5,1	4,8	5,2	5,3	5,4	5,2	5,3	5,4

Разработано авторами на основе данных Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [11]

Показатели последнего десятилетия (2014-2022 гг.), представленные в таблице 1 ярко свидетельствуют о стабильном росте валовой добавленной стоимости туристской отрасли Казахстана. Однако следует отметить спад, наблюдающийся с 2020 года, связанный с пандемией COVID-19. Пандемия серьезно отразилась на многих отраслях мировой экономики, в том числе и на туризме. С течением времени наблюдается рост объема внутреннего предложения туристских отраслей, демонстрирующий повышение интереса к туристским услугам как среди местных жителей, так и со стороны иностранных посетителей. Положительная динамика отмечается и по показателям въездного и выездного туризма, хотя имеются некоторые колебания, отражающие изменения в мировой экономике и политической обстановке.

Travel-индустрия значительно пострадала во время пандемии COVID-19, когда по всему миру были введены ограничения на передвижения, что отразилось на количестве выехавших в Казахстан, а также выехавших из него туристов. Свидетельством повышения интереса к сфере туризма является постепенное повышение количества зарегистрированных юридических лиц в туристской отрасли, а также число занятых в этой сфере работников. В целом необходимо отметить общий положительный тренд развития туризма в Республике Казахстан с 2014 по 2022 год.

В таблице 2 представлены услуги, оказанные объектами туристского размещения в период с 2014 по 2023 годы в целом для всего Казахстана, а также в разрезе по областям и городам-мегаполисам.

Таблица 2 – Объем туристских услуг, оказанный местами размещения (2014-2023 гг., млрд. тенге)

Регионы	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Республика Казахстан	72,4	72,6	82,9	108,4	103,9	120,5	66,9	109,0	182,9	229,2
Абай	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8	6,0
Акмолинская	4,0	4,3	5,0	5,7	6,3	7,5	6,4	10,5	17,2	21,1
Актюбинская	1,7	1,4	1,5	2,1	2,0	2,2	1,1	2,2	3,2	3,7
Алматинская	2,2	3,2	4,8	8,3	9,8	9,7	5,3	8,4	6,6	8,9
Атырауская	5,5	6,8	7,1	7,2	7,5	8,1	3,2	1,7	5,5	6,0
Восточно-Казахстанская	3,7	3,3	3,9	4,3	5,9	6,3	3,3	5,6	4,9	5,9
Жамбыльская	0,7	0,9	1,0	1,3	1,4	1,5	1,0	1,5	1,9	2,3

Продолжение таблицы 1

Жетысуская	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	4,6
Западно-Казахстанская	1,5	2,0	2,9	3,1	2,7	3,2	2,0	3,2	3,7	4,6
Карагандинская	3,4	3,4	3,9	4,2	4,3	4,9	3,0	4,6	5,5	6,3
Костанайская	1,1	1,1	1,1	1,5	1,7	1,8	1,0	1,8	2,6	2,9
Кызылординская	0,9	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	0,7	1,1	1,3	1,6
Мангистауская	5,1	4,7	3,9	4,2	4,9	5,1	4,4	7,3	11,5	15,1
Павлодарская	1,6	1,6	1,6	1,9	2,1	3,4	1,3	2,4	3,6	4,3
Северо-Казахстанская	0,5	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	0,7	1,4	1,7	2,1
Южно-Казахстанская/Туркестанская	1,5	1,9	2,7	3,7	1,3	1,8	1,3	3,8	5,0	5,6
Ульятауская	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,6
г. Астана	18,5	18,2	22,1	36,7	22,8	26,1	11,6	20,3	35,2	45,4
г. Алматы	20,6	18,6	19,7	22,5	25,7	32,3	16,8	27,9	56,2	74,1
г. Шымкент	-	-	-	-	3,3	4,1	3,7	5,2	8,1	8,2

Разработано авторами на основе данных Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [12]

Показатели, представленные в таблице 1, свидетельствуют о постоянном росте спроса на туристские услуги в Казахстане. Лидерами выступают самые крупные города Казахстана – Алматы, Астана, увеличивается спрос услуг в Шымкенте. Среди областей первые позиции занимают Акмолинская и Мангистауская, что может быть обусловлено улучшением инфраструктуры данных регионов, проведением рекламных кампаний по привлечению туристов, проведением различных знаковых мероприятий и т.д. Не все регионы Казахстана одинаково развиты, в некоторых областях Казахстана рост показателей объема туристских услуг незначительный. Для изменения данной ситуации необходимо предпринимать ряд мер, направленных на развитие инфраструктуры всего Казахстана, а не отдельных его частей, внедрение инновационных технологий, улучшение качества предоставляемых туристских услуг. Тем более, как уже указывалось, Казахстан обладает значительным потенциалом для развития travel-индустрии.

Внедрение цифровых технологий становится неотъемлемой частью во всех сферах современной жизни, в том числе и в travel-индустрии. Ежегодно появляется новые онлайн-приложения и сайты, где путешественники могут получить всю необходимую для них информацию. Но нельзя сказать, что Казахстан лидирует в данной сфере, тем не менее необходимо отметить появление и казахстанских онлайн-платформ. Некоторые банки Казахстана используют свои приложения, в том числе и для предоставления туристских продуктов. Примером можно назвать отдельную карту Forte bank – Travel Card, которая предлагает туристам специальные

предложения, но в основном они ориентированы на казахстанцев, путешествующих в другие страны [24]. Данная карта предоставляет удобный сервис для туристов, включающий:

- бронирование отелей, билетов, экскурсий столиков в ресторанах;
- страхование, в том числе медицинское страхование, страхование автомобилей, багажа;
- роуминг и многое другое.

Имеются аналогичные услуги и у других наиболее крупных банков Казахстана, таких как Kaspi Bank, Halyk Bank и др., которые предлагают услуги для бронирования и покупки билетов на авиаперелёты и железнодорожный транспорт, покупку туров и т.д. [25, 26]. Появляются свои сайты и мобильные предложения у крупных туристских операторов Казахстана. В качестве примера можно привести онлайн приложение агентства «Поедем», где не только можно подобрать удобный тур в онлайн формате, но и изучить фото, почитать отзывы [27].

Число сервисов, сайтов, онлайн-платформ, удобных для туристов и путешественников, постоянно растет, что напрямую влияет в том числе и на качество предлагаемых услуг. Одним из основополагающих принципов развития travel-индустрии является устойчивый туризм, под которым понимается вид туризма, предлагающий учитывать все последствия: экономические, социальные, экологические и т.д. К одному из видов туризма, соответствующего критериям устойчивого, относится экотуризм, который становится все более популярным в Казахстане. Примером такого тура можно назвать визит-центр Charyn, предлагаю-

щий современный сервис, включающий в себя возможность получить консультацию на стойке регистрации, узнать об экскурсиях и турах, купить сувениры, посетить кафе, посмотреть фильм о национальном парке [28].

Tourism of Kazakhstan – это интерактивный портал о туризме Казахстана, который в том числе имеет мобильное приложение для удобства путешественников. *Tourism of Kazakhstan* представляет собой сайт, который в удобном формате содержит всю необходимую информацию для путешественников. Информация размещена по регионам. О каждом регионе есть краткая информация, включающая в себя краткую географическую справку, информацию о климате, информацию о текущей погоде и т.д. [13].

АО «Национальная компания Kazakh Tourism», основанная в 2017 году, является бренд менеджером Казахстана по туризму, обеспечи-

вая позиционирование страны на внутреннем и международном рынке туризма. Одной из задач компании является маркетинг и привлечение инвестиций в туризм. Своей миссией компания выдвигает цель сделать туризм в Казахстане популярным, комфортным и доступным. В своей работе компания опирается на принципы деловой этики - профессионализм, соблюдение законов и правил, равные возможности, взаимоуважение справедливость, экологичность [13].

Агентство активно использует цифровые платформы для продвижения своих услуг и обеспечения комфорtnого клиентского опыта, а именно: онлайн-бронирование туров, информационные ресурсы на веб-сайте, приложения для смартфонов, а также интерактивные возможности для общения с клиентами [13]. На рисунке 1 изображена чистая прибыль агентства с 2018 по 2022 год.

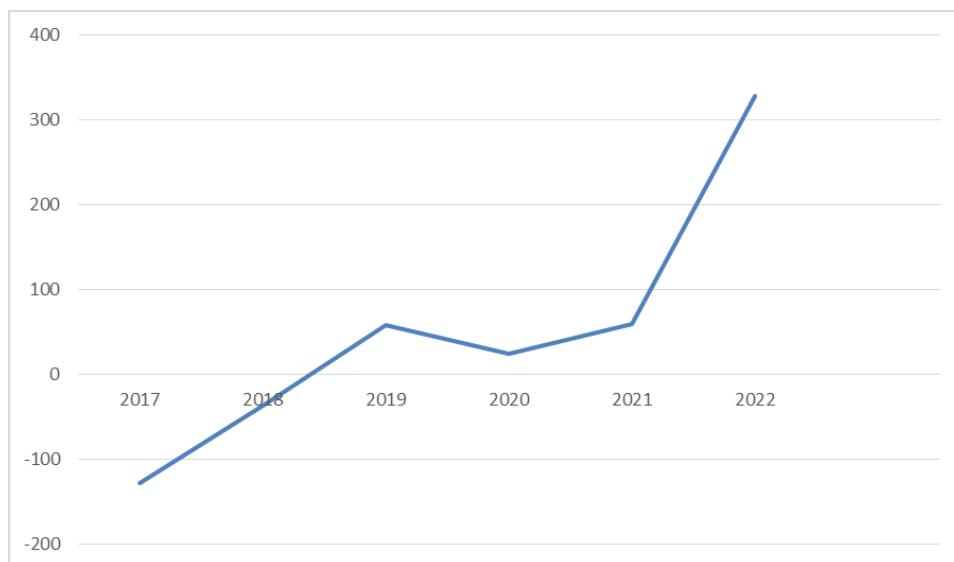


Рисунок 1 – Чистая прибыль «Kazakh Tourism» с 2017 по 2022 год, млн тенге
Источник: разработано автором на основе данных финансовых отчетов компании «Kazakh Tourism» [14]

В начале периода (2017-2018 годы), компания показывала отрицательную чистую прибыль, что может быть связано с различными факторами, такими как стартовые расходы, неэффективное управление, низкая спрос на услуги и другие. Однако с 2019 года *Kazakh Tourism* начал демонстрировать положительную динамику, увеличивая свою чистую прибыль с 58,2 миллионов тенге в 2019 году до 328,1 миллиона тенге в 2022 году. Это свидетельствует о том, что компания реализует успешные стратегии и управленческие решения, которые привели к увеличению прибыли. Этот положительный тренд в чистой прибыли может быть результатом улучшения операционной эффектив-

ности, расширения клиентской базы, внедрения инноваций, улучшения качества предоставляемых услуг и других факторов.

Казахстанская туристская ассоциация (КТА) также является важным игроком в туристской индустрии Казахстана. КТА представляет собой объединение туроператоров и агентств, целью которого является содействие развитию туризма в стране и повышение его конкурентоспособности на мировом рынке. В составе КТА - туристские компании (туроператоры и туроператоры), страховые компании, авиакомпании, национальные парки, учебные заведения и СМИ (средства массовой информации). Одной из важных функций альян-

са является развитие инноваций и современных стандартов в сфере туризма. КТА также активно содействует разработке и внедрению инновационных методов и технологий в сфере туризма. Она организует обучающие мероприятия, семинары и тренинги для специалистов отрасли с целью повышения их квалификации и освоения современных методик работы. Продвижение туристского продукта Казахстана на мировом рынке также является важным направлением деятельности альянса. Он организует мероприятия по привлечению иностранных туристов и развитию международного туризма в стране, что способствует расширению туристского потока и увеличению выручки от туристских услуг. Ассоциация активно взаимодействует с государственными и частными структурами для создания новых туристских объектов, развития инфраструктуры и повышения уровня сервиса для туристов [15].

Регулирование деятельности travel-индустрия осуществляется на основании законодательной базой Республики Казахстан. Основными документами являются следующие:

- Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.03.2025 г.) [16];

- Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2025 г.) [29];

- Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) [17];

- Кодекс Республики Казахстан от 2 января 2021 года № 400-VI «Экологический кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.03.2025 г.) [30];

- Закон Республики Казахстан «О дорожном движении» от 17 апреля 2014 года № 194-V ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 04.12.2024 г.) [31].

Данные законы направлены на регулирование деятельности туристских объединений Казахстана, соблюдение прав туристов, являющихся потребителями продуктов travel-индустрии.

Инновация является важным аспектом развития любой отрасли. Происходят изменения в и законодательстве Республики Казахстан, которые необходимо учитывать при стратегическом планировании в сфере туризма [32]. Для эффективного развития сферы туризма Казахстана необходимо улучшать качество предоставляемых услуг, расши-

рить ассортимент туристического продукта. На это направлены такие изменения в законодательной базе Республики Казахстан, как:

- упрощение процедуры лицензирования и регистрации бизнеса в сфере туризма;

- обеспечение четкости и прозрачности всех процессов, связанных с законодательной базой Республики Казахстан [33];

- введение налоговых преференций для отечественных представителей бизнеса в сфере туризма;

- оказание государственной поддержки на всех этапах, начиная от момента создания новых объектов туризма до их дальнейшей деятельности и функционирования;

- адаптация законодательной базы Республики Казахстан под сферу индустрии туризма.

Развитие инновационного менеджмента в туристской индустрии Казахстана имеет стратегическое значение для увеличения конкурентоспособности отрасли и привлечения большего числа туристов. Были выделены ключевые аспекты и рекомендации по улучшению инновационного менеджмента в туризме Казахстана. В первую очередь, внедрение инновационных технологий в сфере туризма может значительно улучшить качество предоставляемых услуг и повысить уровень комфорта для туристов. Примером может служить использование цифровых технологий для бронирования отелей, экскурсий и транспортных услуг, что сокращает временные и финансовые затраты и увеличивает удобство для путешественников. Также развитие инновационного менеджмента требует активного внедрения маркетинговых стратегий, направленных на привлечение туристов [34]. Это включает в себя использование цифровых маркетинговых инструментов, анализ данных о потребностях и предпочтениях туристов, а также создание уникальных и привлекательных туристских продуктов и маршрутов.

Важным аспектом является укрепление партнерских отношений и сотрудничества внутри отрасли. Это включает в себя создание платформ для обмена опытом и лучшими практиками между туристскими компаниями, государственными органами, академическими институтами и НПО (научно-производственными объединениями). Коллективные усилия в направлении развития инноваций позволят создать благоприятную среду для развития индустрии. Кроме того, важно поддерживать и развивать талантливые кадры в сфере туризма, обеспечивая им доступ к образовательным программам и тренингам по инновационному менеджменту. Это способствует выращиванию

профессионалов, способных эффективно управлять инновационными проектами и процессами в отрасли [35]. Содействие со стороны государства в создании благоприятной правовой и экономической среды для инноваций также играет важную роль. Это может включать в себя разработку инновационных стимулов, налоговых льгот и государственных программ поддержки инноваций в туризме.

В целом, развитие инновационного менеджмента в туризме Казахстана требует комплексного подхода, включающего в себя внедрение новых технологий, маркетинговых стратегий, развитие партнерских отношений, образование кадров и поддержку со стороны государства. Реализация этих рекомендаций может способствовать развитию индустрии и увеличению ее конкурентоспособности на мировом рынке туризма.

Обсуждение. Туристская индустрия оказывает значительное влияние на экономику многих стран, и Республика Казахстан не исключение. Этот сектор играет ключевую роль в создании рабочих мест, привлечении инвестиций и формировании положительного имиджа страны на мировой арене. Анализ результатов подчеркивает, что Казахстан обладает огромным туристским потенциалом, который лежит в его разнообразных природных и культурных достопримечательностях. Среди главных туристских магнитов страны – Тянь-Шаньские горы, озеро Балхаш, Чарынский каньон и исторические города, привлекающие внимание путешественников со всего мира своей уникальностью и красотой. Р. Figini и С. Cannonier с соавторами проводили исследование, в рамках которого они уделили особое внимание влиянию туризма на экономику, рассматривая такие аспекты, как создание новых рабочих мест, увеличение доходов и привлечение инвестиций. Они утверждают, что туризм играет ключевую роль в стимулировании экономического роста и развития ВВП (Валового внутреннего продукта) во многих странах. Авторы подчеркнули, что туризм может стать существенным источником доходов для государства, а также способствовать развитию различных отраслей экономики, включая торговлю, транспорт и услуги [36, 37]. Подобный подход сопоставим с текущими результатами, где также отмечается значимость туризма для экономического развития Казахстана. Была подчеркнута важная роль туризма в экономике страны, отмечен его потенциал как источника доходов и создания рабочих мест. Таким образом, анализ автора соответствует текущим выводам относительно влияния туризма на экономику.

A. Leask также фокусировался на значимости культурных и природных достопримечательностей в привлечении туристов. Его исследование выявляет, что уникальные культурные аттракции и природные объекты играют важную роль в мотивации туристов посещать конкретную страну [38]. В отличие от текущих результатов, которые подчеркивают значение культурного и природного наследия Казахстана для развития туризма, автор придавал большее значение другим аспектам, а именно культурным мероприятиям по типу фестивалей, выставок и т. д., которые также могут привлечь внимание туристов.

Несмотря на значительный туристский потенциал Казахстана, существуют серьезные препятствия на пути развития туризма в стране. Одной из главных проблем является недостаточный уровень развития инфраструктуры и услуг, особенно в удаленных и малонаселенных регионах. Это ограничивает доступ туристов к различным природным и культурным достопримечательностям, снижает качество обслуживания и уровень комфорта для путешественников. Более того, недостаточная координация между государственными органами, местными властями и частным сектором также создает препятствия для эффективного продвижения туристского продукта Казахстана на мировом рынке. А. Khan и соавторы также провели анализ препятствий, с которыми сталкиваются страны в развитии туризма. Они выделили сложности в формировании эффективной туристской политики, несовершенство законодательства в сфере туризма, а также проблемы, связанные с финансированием инфраструктуры и рекламы туристских направлений [39]. X. Zhuang и соавторы, в свою очередь, сосредотачивались на социокультурных и экологических аспектах, и том, как они могут влиять на развитие туризма [40].

Для решения выявленных проблем необходим системный и всеобъемлющий подход, требующий совместных усилий всех заинтересованных сторон. Государственные и местные органы должны активно сотрудничать с представителями частного сектора и общественностью для совершенствования инфраструктуры, повышения качества предоставляемых услуг и эффективного продвижения туристского продукта страны как на внутреннем, так и на мировом рынках. Непосредственное участие всех заинтересованных сторон (государственных, частных и общественных структур) может привести к значительным достижениям в travel-индустрии Казахстана.

Для решения задач улучшения качества услуг в туристском бизнесе Казахстана необходимо внедрять инновации во все сферы:

- строительство новых и реконструкция старых, не соответствующих мировым стандартам, гостиниц и отелей;
- создание новых туристских маршрутов, включая реконструкцию всей инфраструктуры;
- обучение персонала, связанного с туристским и гостиничным бизнесом, а также проведение повышения квалификации на постоянной основе.

M. Ramyar, N. Halim с своей работе, посвященной развитию инфраструктуры национального парка в Иране, отметили ключевую роль инфраструктуры в удовлетворении потребностей туристов [41]. S. Carlisle с соавторами на основе анализа опроса респондентов из ряда европейских стран изучили разрыв цифровых навыков, отмечая важность регулярного обучения персонала. Среди ключевых были отмечены навыки онлайн-маркетинга, умение работать в социальных сетях, использовать операционные системы, навыки мониторинга онлайн-обзоров и другие. Все перечисленные компетенции являются инвестицией в улучшение качества услуг travel-индустрии [42].

Для повышения конкурентоспособности и уменьшения рисков в travel-индустрии важное место отводится диверсификации отрасли, включающей в себя несколько аспектов, предполагающих расширение сферы предоставляемых услуг, таких как, например, разработка новых туристских маршрутов и направлений, представление новых нестандартных услуг, новых форм отдыха, услуг для разных сегментов рынка, например, для пенсионеров или людей с ограниченными возможностями и т.д. С. М. Hall в своей работе, посвященной построению устойчивого развития туризма, проанализировал преимущества, которые могут получить страны, обмениваясь опытом и знаниями, новыми технологиями и ресурсами [43]. В настоящей работе авторы ориентированы на анализ внутреннего рынка туристской отрасли, однако в контексте глобализации необходимо учитывать и внешние риски, которые оказывают влияние на развитие туризма Казахстана.

Как уже отмечалось выше, проблема устойчивого развития туризма и экологическая составляющая выступают ключевыми факторами современной travel-индустрии. Для снижения воздействия на природную среду немаловажное влияние может оказывать внедрение новых технологий, а также сотрудничество с местными органами власти и общественностью на местах.

D. Streimikiene D. Ristić и соавторы сосредоточились на аспектах устойчивого развития в туризме, особенно на экологической устойчивости и социальной ответственности. Они исследовали влияние туризма на окружающую среду, а также на жизнь и культуру местных сообществ, подчеркивая важность учета этих факторов при разработке стратегии развития туризма в стране. Их исследования акцентируют внимание на важности сохранения окружающей среды и уважения к местным сообществам в контексте развития туризма [44, 45].

В целом исследования авторов акцентируют внимание на необходимости комплексного подхода к развитию туризма. Исследователи выделяют такие проблемы, как нехватка инфраструктуры, низкое качество обслуживания, недостаточное обучения персонала, важность сохранения культурных и природных достопримечательностей, а также подчеркивают значимость устойчивого развития и международного сотрудничества. Всё это подтверждает необходимость прилагать совместные усилия всех заинтересованных сторон для успешного развития туризма.

Заключение. В результате проведённого комплексного анализа влияния инновационного менеджмента на экономические показатели travel-индустрии можно сделать вывод о том, что на управление туристской отрасли оказывают влияние различные аспекты, такие как маркетинг, эффективность финансового управления, стратегическое планирование, внедрение инновационных технологий. Для создания конкурентной среды в travel-индустрии необходимо учитывать все факторы и риски, включая социально-экономические, geopolитические, техногенные и экологические. Прогнозирование и анализ данных минимизируют данные риски, содействуя устойчивому развитию индустрии.

Как уже отмечалось, Казахстан обладает огромным потенциалом для дальнейшего развития туристской отрасли и сферы услуг. Огромная территория страны, включающая различные природно-климатические зоны, является важным преимуществом, но, в то же время, несет в себе определенные риски для развития туризма, так как пока не обладает качественным легкодоступным удобным транспортом для быстрого преодоления огромных просторов. В то же время Казахстан унаследовал тем, что имеет зоны, слабо доступные для посещения, где сохранились уголки дикой природы. При разумном подходе именно эти районы могут привлечь новых туристов.

В последние десять лет туристская отрасль Казахстана демонстрирует поступательный и

стабильный рост, за исключением периода пандемии COVID-19, который существенно повлиял на глобальный туризм. При этом наблюдаются выраженные региональные различия: в отдельных регионах страны развитие туристской индустрии идет более активно, что выражается в устойчивом спросе на услуги сферы travel.

Одним из ключевых факторов прогресса в отрасли стало активное внедрение цифровых технологий. Казахстан стремительно развивает инновационные решения в туристском бизнесе, направленные на улучшение качества сервиса, расширение спектра услуг и повышение привлекательности для внутренних и иностранных туристов. В этом процессе важную роль играют профессиональные объединения, такие как Казахстанская туристская ассоциация, содействующие распространению инноваций и укреплению делового сотрудничества в сфере туризма.

Нормативное регулирование туристской деятельности осуществляется через такие законодательные акты, как Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности» и Закон «О защите прав потребителей». Эти документы определяют порядок функционирования туристской отрасли, регулируют права и обязанности участников

рынка, а также включают положения по налоговому регулированию. Введение законодательных инициатив, направленных на поддержку и стимулирование инновационных проектов, способно усилить темпы развития отрасли, однако требует тщательной предварительной проработки и оценки возможных последствий.

Развитие инновационного управления в туризме Казахстана предполагает комплексный подход, включающий цифровизацию, разработку актуальных маркетинговых стратегий, расширение партнерств и государственную поддержку. Эффективная реализация этих направлений способна значительно повысить конкурентоспособность отечественной туристской индустрии на международной арене.

Ограничением данного исследования является ограниченный доступ к данным о конкретных инновационных инициативах в казахстанском туризме, что затрудняет всесторонний анализ динамики развития отрасли. Перспективные направления для дальнейших исследований включают оценку влияния геополитической обстановки на туристскую активность, анализ эффективности программ государственной поддержки инноваций в отрасли, а также изучение вклада цифровых технологий в устойчивое развитие туристского сектора.

Список литературы

- 1 Toleporov A., Tlesova, A., Moldasheva A., Musabaev K., Orynbassarova Y., Saparova B. Improving the innovative activity of the region with impact upon tourism // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2022. - Vol. 13. - Iss. 6 (62). – pp. 1728-1739. URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1114152> (дата обращения 29.03.2025.).
- 2 Pikkemaat B., Peters M., Bichler B. F. Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future // Journal of Hospitality and Tourism Management. - 2019. - Vol. 41. – pp. – 184-196. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.10.007.
- 3 Işık, C. Küçükaltan E. G., Taş, S., Akoğul E., Uyrun A., Hajiyeva T., Bayraktaroglu E. Tourism and innovation: A literature review // Journal of Ekonomi. – 2019. - Vol. 1(2). - pp. 98-154. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/915158> (дата обращения 29.03.2025.).
- 4 Ramazanova M., Ibragimov K., Sasrugayeva G. Analysis of the use of digital technologies in the tourism sector: Evidence from Kazakhstan // In Technology Application in Tourism in Asia: Innovations, Theories and Practices. – 2022 - pp. 165-182. DOI: 10.1007/978-981-16-5461-9_10.
- 5 Elshaer A. M., Marzouk A. M. Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations // Tourism Recreation Research. – 2024. - Vol. 49(3). - pp. 445-457. DOI: 10.1080/02508281.2022.2027203.
- 6 Mohammed A., Al-Swidi A. The influence of CSR on perceived value, social media and loyalty in the hotel industry // Spanish Journal of Marketing-ESIC. - 2019. - Vol. 23. – Iss. 3. – pp. 373-396. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sjme-06-2019-0029/full/pdf> (дата обращения 29.03.2025.).
- 7 Domi S., Keco R., Capelleras J. L., Mehmeti G. Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism SMEs performance // The case of Albania. Economics and sociology. – 2019. - Vol. 12(3). - pp. 67-85. DOI:10.14254/2071-789X.2019/12-3/5.
- 8 Brandão F., Breda Z., Costa C. Innovation and internationalization as development strategies for coastal tourism destinations: The role of organizational networks // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. - Vol. 41. - pp. 219-230. DOI:10.1016/j.jhtm.2019.10.004.
- 9 Arcese G., Valeri M., Poponi S., Elmo G. C. Innovative drivers for family business models in tourism // Journal of Family Business Management. – 2021. - Vol. 11(4). - pp. 402-422. DOI:10.1108/JFBM-05-2020-0043.
- 10 Cavalheiro M. B., Joia L. A., Cavalheiro, G. M. do C. Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values // Tourism Planning and Development. – 2020. - Vol. 17(3). - pp. 237-259. DOI:10.1080/21568316.2019.1597763.
- 11 Вспомогательный счет туризма Республики Казахстан // Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/national-accounts/publications/181504/> (дата обращения 29.03.2025.).

- 12 Статистика туризма. Динамические ряды // Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 13 АО Национальная компания «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 14 Отчтность АО Национальной компании «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/reporting/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 15 Казахстанская туристская ассоциация (КТА). URL: <https://kaztour-association.com/o-nas/o-kta/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 16 Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.03.2025 г.). <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211> (дата обращения 29.03.2025.).
- 17 Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30661727 (дата обращения 29.03.2025.).
- 18 Rina L. The Achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) in Social, Economic, and Environmental Aspects: The Role of the Private Sector in Tourism Villages // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. – 2023. DOI:10.1088/1755-1315/1248/1/012009.
- 19 Aratuo D. N., Etienne X. L. Industry level analysis of tourism-economic growth in the United States // Tourism Management. – 2019. - Vol. 70. - pp. 333-340. DOI:10.1016/j.tourman.2018.09.004.
- 20 Sedarati P., Santos S., Pintassilgo P. System dynamics in tourism planning and development // Tourism Planning and Development. – 2019. - Vol. 16(3). - pp. 256-280. DOI:10.1080/21568316.2018.1436586.
- 21 Asif M., Fazel H. Digital technology in tourism: a bibliometric analysis of transformative trends and emerging research patterns // Journal of Hospitality and Tourism Insights. – 2024. - Vol. 7 (3). - pp. 1615-1635. DOI: 10.1108/JHTI-11-2023-0847.
- 22 Койтанова А.Ж., Аяганова М.П. Анализ современного состояния туристского потенциала Республики Казахстан // Вестник Карагандинского университета. Серия «Экономика». – 2014. – №2 (74). - С. 156-164. URL: https://economy-vestnik.ksu.kz/apart/srch/2014_economy_2_74_2014.pdf#page=156 (дата обращения 31.03.2025.).
- 23 Tiberghien G. Managing the planning and development of authentic eco-cultural tourism in Kazakhstan // Tourism Planning and Development. – 2019. - Vol. 16. - Iss. 5. - pp. 494-513. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501733.
- 24 Kapra Travel для путешествий. Выгодно по всему миру. URL: <https://bank.forte.kz/cards/travelcard#!> (дата обращения 31.03.2025.).
- 25 Kaspi.kz. URL: <https://kaspi.kz/> (дата обращения 31.03.2025.).
- 26 Halykbank.kz. URL:<https://halykbank.kz/kz> (дата обращения 31.03.2025.).
- 27 Пое дем. Турагенство. URL: <https://poedem.kz/> (дата обращения 1.04.2025.).
- 28 Charyn. URL: <https://qazaqnationalparks.kz/visitcenters/charyn> (дата обращения 1.04.2025.).
- 29 Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2025 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637 (дата обращения 1.04.2025.).
- 30 Кодекс Республики Казахстан от 2 января 2021 года № 400-VI «Экологический кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.03.2025 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39768520&show_di=1 (дата обращения 1.04.2025.).
- 31 Закон Республики Казахстан «О дорожном движении» от 17 апреля 2014 года № 194-V ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 04.12.2024 г.). <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1400000194/history> (дата обращения 1.04.2025.).
- 32 Streimikiene D., Svagzdine B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review // Sustainable development. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. DOI: 10.1002/sd.2133.
- 33 Hernández-Perlines F., Ariza-Montes A., Han H., Law R. Innovative capacity, quality certification and performance in the hotel sector // Journal of Hospitality Management. – 2019. - Vol. 82. - pp. 220-230. DOI:10.1016/j.ijhm.2019.04.027.
- 34 Labanauskaitė D., Fiore M., Stašys R. Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry // Tourism Management Perspectives. – 2020. - Vol. 34. - Art. 100652. DOI: 10.1016/j.tmp.2020.100652.
- 35 Dolezal C., Novelli, M. Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali // Journal of Sustainable Tourism. - 2022. - Vol. 30. - Iss. 10. – pp. 2352-2370. DOI: 10.1080/09669582.2020.1838527
- 36 Fugini P., Patuelli R. Estimating the economic impact of tourism in the European Union: Review and computation // Journal of Travel Research. – 2022. - Vol. 61. - Iss. 6. – pp. 1409-1423. DOI: 10.1177/00472875211028.
- 37 Cannonier C., Burke M. G. The economic growth impact of tourism in Small Island Developing States-evidence from the Caribbean // Tourism Economics. – 2019. - Vol. 25. - Iss. 1. – pp. 85-108. DOI: 10.1177/1354816618792792.
- 38 Leask A. The nature and role of visitor attractions / In book: Managing visitor attractions. – 2008. - pp. 3-15. DOI: 10.1016/B978-0-7506-8545-0.50007-1.
- 39 Khan A., Bibi S., Lorenzo A., Lyu J., Babar Z. U. Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective // Sustainability. - 2020. - Vol. 12. - Iss. 4. - Art. 1618 DOI: 10.3390/su12041618.
- 40 Zhuang X., Yao Y., Li J. Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China // Sustainability. - 2019. - Vol. 11. - Iss. 4. - Art. 840. DOI: 10.3390/su11030840.
- 41 Ramyar M., Halim N. Tourist Expectation and Satisfaction towards Existing Infrastructure and Facilities in Golestan National Park, Iran // American Research Journal of Humanities and Social Science. – 2020. - Vol. 3. - Iss. 7. - pp. 89-108. URL: <https://www.arjhss.com/wp-content/uploads/2020/07/L37889108.pdf> (дата обращения 1.04.2025.).
- 42 Carlisle S., Ivanov S., Dijkmans C. The digital skills divide: evidence from the European tourism industry // Journal of Tourism Futures. – 2023. - Vol. 9. - Iss. 2. - pp. 240-266. DOI: 10.1108/JTF-07-2020-0114.
- 43 Hall C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism / In book: In Activating critical thinking to advance the sustainable development goals in tourism systems. – 2021. - pp.

- 198-214. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003140542-12/constructing-sustainable-tourism-development-2030-agenda-managerial-ecology-sustainable-tourism-michael-hall> (дата обращения 1.04.2025.).
- 44 Streimikiene D., Svakdziene B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review // Sustainable development. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/sd.2133?casa_token=jsHj0kZELREAAAAA%3AkVl660Kuo-dRJ1H1z8DJm66ED5xGPmVx63xLTG_BkKlcYp4sZidJzrZRxDuRpw2Xy-0mIsdZkmzdgXM (дата обращения 1.04.2025.).
- 45 Ristić D., Vuković D., Milinčić M. Tourism and sustainable development of rural settlements in protected areas-Example NP Kopaonik (Serbia) // Land use policy. – 2019. - Vol. 89. - Art. 104231. DOI: 10.1016/j.landusepol.2019.104231.

References

- 1 Tolepov A., Tlesova, A., Moldasheva A., Musabaev K., Orynbassarova Y., Saparova B. Improving the innovative activity of the region with impact upon tourism // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2022. - Vol. 13. - Iss. 6 (62). – pp. 1728-1739. URL: <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=1114152> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 2 Pikkemaat B., Peters M., Bichler B. F. Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. - Vol. 41. – pp. – 184-196. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.10.007.
- 3 Işık, C. Küçükaltan E. G., Taş, S., Akoğlu E., Uyrun A., Hajiyeva T., Bayraktaroglu E. Tourism and innovation: A literature review // Journal of Ekonomi. – 2019. - Vol. 1(2). - pp. 98-154. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/915158> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 4 Ramazanova M., Ibragimov K., Saspgayeva G. Analysis of the use of digital technologies in the tourism sector: Evidence from Kazakhstan // In Technology Application in Tourism in Asia: Innovations, Theories and Practices. – 2022 - pp. 165-182. DOI: 10.1007/978-981-16-5461-9_10.
- 5 Elshaer A. M., Marzouk A. M. Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations // Tourism Recreation Research. – 2024. - Vol. 49(3). - pp. 445-457. DOI: 10.1080/02508281.2022.2027203.
- 6 Mohammed A., Al-Swidi A. The influence of CSR on perceived value, social media and loyalty in the hotel industry // Spanish Journal of Marketing-ESIC. - 2019. - Vol. 23. – Iss 3. – pp. 373-396. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sjme-06-2019-0029/full/pdf> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 7 Domi S., Keco R., Capelleras J. L., Mehmeti G. Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism SMEs performance // The case of Albania. Economics and sociology. – 2019. - Vol. 12(3). - pp. 67-85. DOI: 10.14254/2071-789X.2019/12-3/5.
- 8 Brandão F., Breda Z., Costa C. Innovation and internationalization as development strategies for coastal tourism destinations: The role of organizational networks // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. - Vol. 41. - pp. 219-230. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.10.004.
- 9 Arcese G., Valeri M., Poponi S., Elmo G. C. Innovative drivers for family business models in tourism // Journal of Family Business Management. – 2021. - Vol. 11(4). - pp. 402-422. DOI: 10.1108/JFBM-05-2020-0043.
- 10 Cavalheiro M. B., Joia L. A., Cavalheiro, G. M. do C. Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values // Tourism Planning and Development. – 2020. - Vol. 17(3). - pp. 237-259. DOI: 10.1080/21568316.2019.1597763.
- 11 Vspomogatel'nyj schet turizma Respubliki Kazahstan // Bjuro nacional'noj statistiki agentstva po strategicheskomu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazahstan. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/national-accounts/publications/181504/> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 12 Statistika turizma. Dinamicheskie rjady // Bjuro nacional'noj statistiki agentstva po strategicheskomu planirovaniyu i reformam Respubliki Kazahstan. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 13 AO Nacional'naja kompanija «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 14 Otchtnost' AO Nacional'noj kompanii «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/reporting/> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 15 Kazahstanskaja turistskaja associacija (KTA). URL: <https://kaztour-association.com/o-nas/o-kta/> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 16 Zakon Respublikи Kazahstan ot 13 iyunja 2001 goda № 211 «O turistskoj dejatel'nosti v Respublike Kazahstan» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 03.03.2025 g.). <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211> (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 17 Zakon Respublikи Kazahstan ot 4 maja 2010 goda № 274-IV «O zashhite prav potrebitelj» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 08.06.2024 g.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30661727 (data obrashhenija 29.03.2025.).
- 18 Rina L. The Achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) in Social, Economic, and Environmental Aspects: The Role of the Private Sector in Tourism Villages // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. – 2023. DOI: 10.1088/1755-1315/1248/1/012009.
- 19 Aratuо D. N., Etienne X. L. Industry level analysis of tourism-economic growth in the United States // Tourism Management. – 2019. - Vol. 70. - pp. 333-340. DOI: 10.1016/j.tourman.2018.09.004.
- 20 Sedarati P., Santos S., Pintassilgo P. System dynamics in tourism planning and development // Tourism Planning and Development. – 2019. - Vol. 16(3). - pp. 256-280. DOI: 10.1080/21568316.2018.1436586.
- 21 Asif M., Fazel H. Digital technology in tourism: a bibliometric analysis of transformative trends and emerging research patterns // Journal of Hospitality and Tourism Insights. – 2024. - Vol. 7 (3). - pp. 1615-1635. DOI: 10.1108/JHTI-11-2023-0847.
- 22 Kojtanova A.Zh., Ajaganova M.P. Analiz sovremenogo sostojanija turistskogo potenciala Respublikи Kazahstan // Vestnik Karagandinskogo universiteta. Serija «Jekonomika». – 2014. – №2 (74). - S. 156-164. URL: https://economy-vestnik.ksu.kz/apart/srch/2014_economy_2_74_2014.pdf#page=156 (data obrashhenija 31.03.2025.).
- 23 Tiberghien G. Managing the planning and development of authentic eco-cultural tourism in Kazakhstan // Tourism Planning and Development. – 2019. - Vol. 16. - Iss. 5. - pp. 494-513. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501733.

- 24 Karta Travel dlja puteshestvij. Vygodno po vsemu miru. URL: <https://bank.forte.kz/cards/travelcard#!> (data obrashhenija 31.03.2025.).
- 25 Kaspi.kz. URL: <https://kaspi.kz/> (data obrashhenija 31.03.2025.).
- 26 Halykbank.kz. URL:<https://halykbank.kz/kz> (data obrashhenija 31.03.2025.).
- 27 Poedem. Turagenstvo. URL: <https://poedem.kz/> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 28 Charyn. URL: <https://qazaqnationalparks.kz/visitcenters/charyn> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 29 Kodeks Respubliki Kazahstan «O nalogah i drugih objazatel'nyh platezhah v bjudzhet (Nalogovyj kodeks)» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 01.01.2025 g.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637 (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 30 Kodeks Respubliki Kazahstan ot 2 janvarja 2021 goda № 400-VI «Jekologicheskij kodeks Respubliki Kazahstan» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 16.03.2025 g.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39768520&show_di=1 (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 31 Zakon Respubliki Kazahstan «O dorozhnom dvizhenii» ot 17 aprelja 2014 goda № 194-V ZRK (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 04.12.2024 g.). <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1400000194/history> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 32 Streimikiene D., Svakzdiene B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review // Sustainable development. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. DOI: 10.1002/sd.2133.
- 33 Hernández-Perlines F., Ariza-Montes A., Han H., Law R. Innovative capacity, quality certification and performance in the hotel sector // Journal of Hospitality Management. – 2019. - Vol. 82. - pp. 220-230. DOI:10.1016/j.jhm.2019.04.027.
- 34 Labanauskaitė D., Fiore M., Stašys R. Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry // Tourism Management Perspectives. – 2020. - Vol. 34. - Art. 100652. DOI: 10.1016/j.tmp.2020.100652.
- 35 Dolezal C., Novelli, M. Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali // Journal of Sustainable Tourism. - 2022. - Vol. 30. - Iss. 10. - pp. 2352-2370. DOI: 10.1080/09669582.2020.1838527
- 36 Figini P., Patuelli R. Estimating the economic impact of tourism in the European Union: Review and computation // Journal of Travel Research. – 2022. - Vol. 61. - Iss. 6. – pp. 1409-1423. DOI: 10.1177/00472875211028.
- 37 Cannonier C., Burke M. G. The economic growth impact of tourism in Small Island Developing States-evidence from the Caribbean // Tourism Economics. – 2019. - Vol. 25. - Iss. 1. - pp. 85-108. DOI: 10.1177/1354816618792792.
- 38 Leask A. The nature and role of visitor attractions / In book: Managing visitor attractions. – 2008. - pp. 3-15. DOI: 10.1016/B978-0-7506-8545-0.50007-1.
- 39 Khan A., Bibi S., Lorenzo A., Lyu J., Babar Z. U. Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective // Sustainability. - 2020. - Vol. 12. - Iss. 4. - Art. 1618 DOI: 10.3390/su12041618.
- 40 Zhuang X., Yao Y., Li J. Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China // Sustainability. - 2019. - Vol. 11. - Iss. 4. - Art. 840. DOI: 10.3390/su11030840.
- 41 Ramyar M., Halim N. Tourist Expectation and Satisfaction towards Existing Infrastructure and Facilities in Golestan National Park, Iran // American Research Journal of Humanities and Social Science. – 2020. - Vol. 3. - Iss. 7. - pp. 89-108. URL: <https://www.arjhss.com/wp-content/uploads/2020/07/L37889108.pdf> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 42 Carlisle S., Ivanov S., Dijkmans C. The digital skills divide: evidence from the European tourism industry // Journal of Tourism Futures. – 2023. - Vol. 9. - Iss. 2. - pp. 240-266. DOI: 10.1108/JTF-07-2020-0114.
- 43 Hall C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism / In book: In Activating critical thinking to advance the sustainable development goals in tourism systems. – 2021. - pp. 198-214. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003140542-12/constructing-sustainable-tourism-development-2030-agenda-managerial-ecology-sustainable-tourism-michael-hall> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 44 Streimikiene D., Svakzdiene B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review// Sustainable development. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/sd.2133?casa_token=jsHj0kZELREAAAAA%3AkVl660Kuo-dRJ1H1z8DJm66ED5xGPmVx63xLTG_BkKIcYp4sZidJzrZRxDuRpw2Xy-0mIsdZkmzdgXM (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 45 Ristić D., Vuković D., Milinčić M. Tourism and sustainable development of rural settlements in protected areas-Example NP Kopaonik (Serbia) // Land use policy. – 2019. - Vol. 89. - Art. 104231. DOI: 10.1016/j.landusepol.2019.104231.

Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)	Автор для корреспонденции (первый автор)	The Author for Correspondence (The First Author)
<p>Ахмедова Салтанат Жолдасбековна туризм магистрі, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Казақстан e-mail: a_saltanat@list.ru ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6927-1733</p>	<p>Ахмедова Салтанат Жолдасбековна, магистр туризма, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан e-mail: a_saltanat@list.ru ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6927-1733</p>	<p>Akhmedova Saltanat Zholdasbekovna, Master of Tourism, Kazakh Academy of Sports and Tourism, Almaty, Kazakhstan e-mail: a_saltanat@list.ru ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6927-1733</p>

Дата поступления статьи: 02.04.2025
Дата принятия к публикации: 24.05.2025