

А.А. Дуйсембаев¹, А.К. Оралбаева², А.Н. Омаркожаева³, О.В. Подсухина¹

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан;

²Кызылординский государственный университет им. Коркыт Ата, Казахстан;

³Финансовая академия МФ РК, Астана, Казахстан

(E-mail: Podskihina.Olga@mail.ru)

Городской туризм: роль и значение в современной туристской индустрии

В статье рассмотрен городской вид туризма как фактор, способствующий социально-экономическому развитию не только отдельного города, но и близлежащих с ним регионов. Показаны всевозрастающее значение и роль международных туристских обменов и оказания туристских услуг в контексте международной торговли, а также роль туризма в экономике отдельных стран, доля сферы туристских услуг в ВВП отдельного государства. Представлен ряд пониманий городского туризма как современного явления с точки зрения теоретиков в области туризма. Рассмотрено несколько определений нового для Казахстана вида туризма. Проведена работа над определением взаимосвязи между аттракциями города, культурно-историческими ресурсами, степенью развития инфраструктуры и возможностью развития в нем таких видов туризма, как городской, деловой, культурно-познавательный и т.д. Изучена роль мировых городов в туристском производстве с точки зрения исторической ретроспективы. Проанализированы некоторые статистические данные по развитию городского туризма как в мире в целом, так и в стране в частности. Приведены примеры проведения событий мирового масштаба на столичных площадках. Изучен ряд показателей туристского производства в столице. Подведены итоги по дальнейшему становлению Астаны как центра событийного туризма, опираясь на мировой опыт и на предстоящие события мирового масштаба в городе.

Ключевые слова: туристская дестинация, городской туризм, аттракция, событийный туризм, Экспо — международная выставка, туристские услуги, экскурсоведение, сервис, услуга, туристская фирма.

Туризм в современном мире дает возможность для развития экономики и может являться своеобразным ключом к процветанию и благополучию. Все больше стран понимают, что необходимы инвестиции в туристскую отрасль, чтобы она, в свою очередь, могла стать движущей силой социально-экономического прогресса и развития за счет ряда эндогенных и экзогенных факторов демографического, экономического, технического и социального характера: создание рабочих мест, получение доходов от экспорта туристских услуг, развитие инфраструктуры и так далее. Динамика развития международного туризма за последние полвека показала, что эта форма международной торговли претерпела значительные изменения в сторону увеличения и диверсификации, что позволило ей стать крупнейшим и наиболее быстро растущим сектором экономики в мире. Именно туризм показывает стабильный рост всех своих показателей в течение продолжительного периода времени, несмотря на незначительные спады, связанные в основном с экономическими и политическими кризисами, тем не менее не оказавшими невосполнимого разрушающего воздействия на сектор, который демонстрирует свою жизнеспособность, гибкость, устойчивость и силу. Международные туристские прибытия, по данным ВТО, возросли с 25 млн во всем мире в 1950 г. до 278 млн — в 1980 г., 674 млн — в 2000 г., и 1186 млн — в 2015 г. Кроме того, поступления от международного туризма по всему миру выросли с \$ 2 млрд в 1950 г. до \$ 104 млрд долл. США в 1980 г., в 2000 г. — \$ 495, а в 2015 г. — \$ 1260 млрд США. Международный туризм сегодня составляет 7 % от мирового экспорта товаров и услуг. За год его доля выросла на 1 %, что наглядно демонстрирует тот факт, что туризм растет быстрее, чем многие другие секторы. Как одна из категорий международной торговли, туризм занимает третье место и следует сразу за нефтяной и химической промышленностью, опережая пищевую и автомобильную промышленность. Не секрет, что во многих странах мира туризм — основная отрасль экономики [1].

Наряду с традиционными видами туризма и туристскими дестинациями регулярно появляются новые интересные направления для отдыха, способы организации путешествий и виды туризма. Сегодня с уверенностью можно говорить, что очень большую популярность имеют города как места для отдыха туристов. То есть можно сказать о развитии городского туризма.

По мнению ряда теоретиков, в области туризма это отдельный вид туризма. Например, Д.С. Ушаков считает, что в силу ряда причин огромная роль в приеме туристов, путешествующих с познавательными целями, принадлежит городам. Каждый город имеет свою неповторимую историю, свой колорит, свою притягательность. Д.С. Ушаков рассмотрел возможность географического

объединения городов по ряду признаков в определенные группы с точки зрения их потенциала в развитии туризма: европейские, русские, арабские города, города Азии, Нового Света [2; 73]. Если изучить историю развития туризма, то можно отметить, что во все времена именно крупные города были центрами обмена товарами, обмена знаниями, обмена культурой. В Древнем мире это Мемфис в Египте, Спарта и Афины — в Греции, Рим — в Италии; в Средние века — это Венеция, Флоренция, Рим, Париж, Лондон, Кёльн. Урбанизация и субурбанизация в последующем привели к появлению огромных мегаполисов, крупнейшие из которых — Шанхай, Стамбул, Москва, Пекин, Токио, Каир, Мехико, Лондон, Нью-Йорк, Гонконг и т.д. Это далеко не полный список. Он постоянно пополняется новыми названиями. В городах живет более половины населения земли. В городах генерируются, в силу ряда причин, основные туристские потоки, и они же являются основными принимающими дестинациями для отдыхающих, хотя величина города и плотность населения в нем не показатель развития той или иной сферы экономической, культурной и научной деятельности. По мнению Д.В. Карандаевой, городской туризм — это посещение крупных населенных пунктов в туристских целях. Д.В. Карандаева все города как туристские центры группирует на центры культурно-познавательного, делового, событийного туризма, курорты и центры лечебного туризма и центры паломничества [3; 464]. Даже Всемирная туристская организация выделила данный вид туризма в отдельное направление и совместно с «Маркетингом Европейских городов» и Венским университетом MODUL в 2014 г. начала разработку совместной рамочной структуры и методики в целях сопоставления данных о городском туризме на глобальном уровне. В прошлом году вопросы развития городского туризма обсуждались на 5-м саммите ЮНВТО по городскому туризму, прошедшему в Луксоре (Египет), где собрались около 400 экспертов из 40 стран для обсуждения темы «Города: местная культура в интересах международного туриста». Такие уже действующие документы, как Стамбульская декларация и концепция «Разумный город» позволяют своевременно реагировать на все изменения в туристском секторе, применяя инновационные стратегии, причем с активным участием частного сектора [1]. Все подобные мероприятия и встречи позволяют судить о том, что городской туризм стал стратегическим элементом городского планирования для многих городов мира. Администрации части городов, имеющих богатую историю и своеобразную архитектуру, удалось найти «золотую середину» между желаниями модернизации и сохранения самобытности и уникальной архитектуры городов. Грамотная туристская политика позволила привлечь значительное число туристов, не изменяя кардинально облик города только в угоду сиюминутным выгодам.

В сентябре 2016 г. компания Mastercard выпустила «Global Destination Cities Index», который провел ранжирование 132 самых посещаемых городов по всему миру [4]. Согласно рейтингу первая десятка стран по популярности у туристов выглядит следующим образом (табл. 1):

Т а б л и ц а 1

Самые посещаемые города мира за 2016 год

№	Город	Количество посетителей (млн чел.)
1	Бангкок, Таиланд	21.47
2	Лондон, Англия	19.88
3	Париж, Франция	18.03
4	Дубай, Объединенные Арабские Эмираты	15.27
5	Нью-Йорк, США	12.75
6	Сингапур	12.11
7	Куала-Лумпур, Малайзия	12.02
8	Стамбул, Турция	11.95
9	Токио, Япония	11.70
10	Сеул, Южная Корея	10.20

В понимании авторов, городской туризм — это сочетание событийного, конгрессного, делового, культурно-познавательного, развлекательного и образовательного видов туризма в различных сочетаниях.

На текущий момент перед Казахстаном стоит ряд амбициозных задач, решение которых позволило бы войти нашей стране в ряд наиболее развитых и конкурентоспособных стран мира. Судя по мировому опыту, туризм, как часть сферы услуг, имеет все возрастающее значение в ВВП стран.

В РК в структуре ВВП за последний отчетный период, по данным Комитета по статистике МНЭ РК, производство товаров составило 36,9 %, а производство услуг — 56,5 % [5]. И одна из первоочередных задач — в первую очередь увеличить удельный вес сферы услуг ещё на несколько процентов, и за счет услуг сферы туризма в том числе. Ведь доля туризма в ВВП нашей страны за 2015 г., по данным Мирового атласа данных, составила 1,6 %. Но, конечно же, нет смысла делать страну полностью зависимой от туристской отрасли, как Мальдивы (52,4 % в ВВП), Сейшелы (24,1 %) и Багамы (20,9 %). Но развивать альтернативные источники социально-экономического развития в стране необходимо. Яркий тому пример — политика ОАЭ в этой области. Вклад туризма в ВВП страны 4,2 %. А ведь еще в 2007 г. этот показатель был равен 2,7 % [6].

По данным все того же Агентства по статистике МНЭ РК, туристская отрасль в стране показывает ярко выраженный выездной характер, т.е. на рынке инициативные туроператоры-флайтеры, начиная с момента обретения независимости РК, основные продукты формируют для выездного туризма и продают через сеть турагентов. Другими словами, за границу уезжает больше туристов, чем приезжает. А ведь во всех программных документах страны, связанных с туризмом, прописано, что именно внутренний и въездной туризм должен стать приоритетным — Закон о туристской деятельности, Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 г. и т.д.

Судить о развитии туризма возможно, лишь проанализировав основные экономические показатели развития туризма в стране. Если пару лет назад количество туристов, выезжающих из страны, неуклонно росло, то вследствие ряда событий внешнего и внутреннего характера ситуация начала меняться по отношению именно к национальному туризму, который является совокупностью путешествий граждан РК как за пределами страны, и так и внутри Казахстана. Основные факторы — экономические (девальвация национальной валюты наряду с оставшимися на прежнем уровне заработными платами), которые резко снизили покупательскую способность казахстанцев для выезда за рубеж; политические (террористические атаки, военные конфликты, напряженные отношения на мировой политической арене), носящие в большей степени внешние угрозы. Эти факты в какой-то степени повлияли на активизацию и изменения на внутреннем рынке. Все больше наших туристов начинают искать альтернативы для проведения своего отпуска внутри страны. Начиная пользоваться большим спросом местные курорты и достопримечательности, современная архитектура Астаны, пляжи Балхаша и Борового, горнолыжные курорты Алматы, уникальные природные и исторические объекты Восточного, Южного и Западного Казахстана. По итогам января-июня 2016 г. количество внутренних туристов увеличилось на 5,8 % и составило 2,1 млн человек (по итогам января-декабря 2015 г. количество внутренних туристов — 4,1 млн человек), по данным Комитета по статистике МНЭ РК.

Лидирующие места по ряду основных показателей, учитываемых в туризме, по данным Комитета по статистике МНЭ РК, занимают стабильно Астана и Алматы. Это количество обслуженных туристов, количество мест размещения и койко-мест, количество оказанных услуг и т.д. (табл. 2).

Таблица 2

Объем услуг, оказанный местами размещения в разрезе областей

Регионы Казахстан	2013 г.	2014 г.	2015 г.
1	2	3	4
Республика Казахстан	59 714 164,2	72 618 723,1	73 108 551,3
Акмолинская обл.	3 329 941,1	3 987 484,3	4 255 885,7
Актюбинская обл.	1 305 907,8	1 697 767,8	1 445 833,9
Алматинская обл.	1 101 212,4	2 244 240,7	3 202 810,2
Атырауская обл.	8 412 823,5	5 689 243,5	7 314 084,1
Западно-Казахстанская обл.	1 317 940,0	1 465 823,5	1 970 286,6
Жамбылская обл.	537 390,2	669 522,3	874 895,3
Карагандинская обл.	2 884 647,3	3 399 112,3	3 418 374,4
Костанайская обл.	1 018 681,6	1 109 894,3	1 075 420,3
Кызылординская обл.	822 941,9	900 957,0	739 374,3
Мангистауская обл.	5 010 419,4	5 097 621,0	4 656 540,8
Южно-Казахстанская обл.	1 398 196,2	1 539 512,2	1 915 253,7
Павлодарская обл.	1 450 686,5	1 612 252,1	1 550 449,8
Северо-Казахстанская обл.	432 000,0	473 721,1	583 507,5

1	2	3	4
Восточно-Казахстанская обл.	2 940 325,5	3 677 811,8	3 290 367,2
г. Астана	13 292 428,2	18 456 615,4	18 228 423,7
г. Алматы	18 587 043,8	20 597 143,8	18 587 043,8

Эти города являются для Казахстана центрами развития городского туризма. Хотелось бы остановиться на роли Астаны в развитии этого направления. Жизнь Целинограда кардинально изменилась после распада СССР. Это ряд переименований — из Целинограда в Акмолу и позже в Астану. Но судьбоносным для города решением был перенос столицы в 1997 г. Если придерживаться классификации основных причин появления городов, по Д.С.Ушакову, то причина появления Акмолинска в XIX в. — желание «закрепиться» на определенной территории, выполняющей функции форпоста, а Астаны — пассионарная. В мире существуют примеры исчезновения и упадка пассионарных городов, но также и яркие положительные примеры: Бразилиа, Санкт-Петербург и т.д. Говоря о туризме в столице, необходимо отметить значение для города делового туризма. Ведь, по данным Комитета по статистике МНЭ РК, 50 % резидентов РК приезжают в Астану с деловыми целями, а 50 % — с личными. А вот с иностранными посетителями ситуация другая: более 75 % нерезидентов, приезжающих в Казахстан, приезжают именно с деловыми целями (рис.).

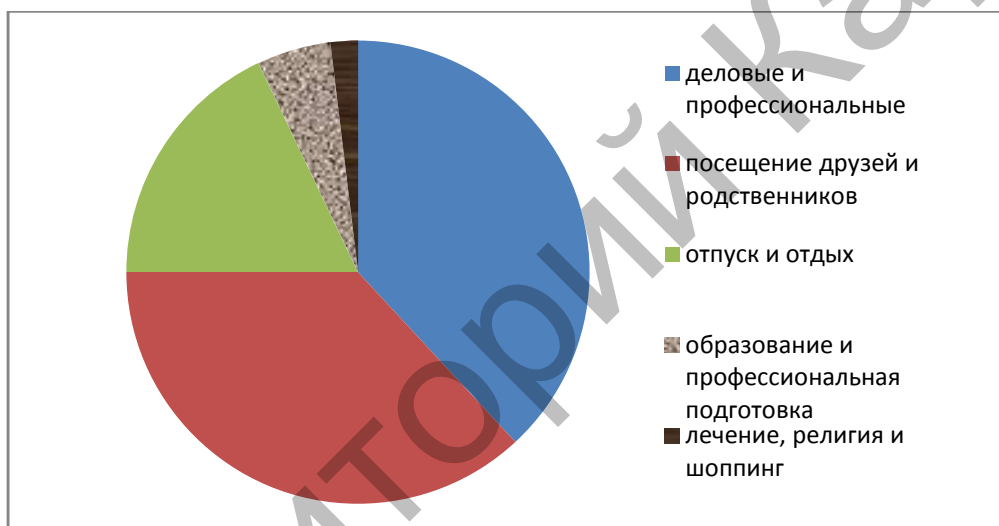


Рисунок. Распределение въездных посетителей (резиденты и нерезиденты) в Астану по целям поездок за 2016 г.

На диаграмме видно, что основная часть посетителей Астаны преследуют либо личные, либо деловые цели. И если ориентироваться на иностранных гостей, то необходимо и дальше продвигать образ города как центра делового туризма. На сегодняшний день целый ряд гостиничных цепей с мировым именем ориентируются в первую очередь на людей, преследующих деловые цели: Rixos President Hotel Astana, Astana Marriott Hotel, Hilton Garden Inn Astana. Наряду с деловым туризмом столица может предложить немалое количество обзорных и тематических экскурсий. Экскурсионный туризм в Астане — отдельная тема. Несмотря на недолгую по мировым масштабам историю существования, город старается оказывать экскурсионные услуги на высоком уровне. К недостаткам, над устранением которых необходимо работать, можно отнести: недостаточное количество аттестованных и лицензированных гидов-экскурсоводов, отсутствие контролирующего в этой области государственного органа, ряд инфраструктурных проблем. К несомненным плюсам можно отнести: проведение экскурсий дипломированными специалистами на десятках иностранных языков, обновляемую материально-техническую базу экскурсоводческих услуг (двухэтажные автобусы, радиогиды, инсталляции и сенсорные панели в музеях города), открытие семимесячных профессиональных курсов по подготовке экскурсоводов и т.д.

Плюс ко всему, Астана является площадкой, на которой проходят яркие и значимые события мирового масштаба. В 1999 г. Астана по решению ЮНЕСКО получила звание «город мира». С 2000 г. главный город Казахстана является членом Международной ассамблеи столиц и крупных

городов СНГ. В 2011 г. Астана принимала 7-е зимние Азиатские игры. В 2013 г. Астана получила приглашение войти в состав крупной международной туристской организации — Всемирной федерации туристических городов (World Tourism Cities Federation — WTCF), куда входит более пятидесяти крупнейших мегаполисов и туристических центров, таких как Лос-Анджелес, Рим, Берлин, Пекин, Лондон, Вена и др. Астана стала 56-м городом мира и 3-м городом постсоветского пространства, вступившим в ряды WTCF. Причины этому вполне объяснимы — необыкновенная динамика роста, уникальная архитектурная среда, внедрение пилотных технологических новинок в повседневную жизнь горожан и в том числе в городской инфраструктуре. Именно по этому показателю в 2016 г. Астана оказалась на 23 месте в рейтинге лучших интеллектуальных городов мира. В 2014 г. Астана была включена в Концепцию развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 г. в качестве одного из пяти туристских кластеров. В 2017 г. город примет международную специализированную выставку EXPO 2017.

Особое место в стимулировании развития внутреннего туризма занимают организация и проведение с 10 июня по 10 сентября 2017 г. Международной выставки «EXPO» на тему «Энергия будущего». «EXPO-2017» окажет аккумулярующее воздействие на приток новых инновационных идей и технологий в экономику страны и социальную жизнь населения, даст резкий толчок формированию новых туристских продуктов, окажет влияние на формирование новых культурно-досуговых центров, в результате чего сформируются совершенно новые мотивы посещения страны туристами.

Практика прошлых лет показывает, что организация и проведение Международной выставки «EXPO» имеет как положительные, так и отрицательные примеры, но является достаточно сильным мотиватором развития туристской индустрии. Во время «EXPO-2005» в Айчи (Япония) организаторы получили 51 млн долларов США чистого дохода, плюс 152 млн долларов США инвестировали корпоративные партнеры выставки. EXPO-2010 в Шанхае принесла организаторам прибыль в 12 млрд долларов США [7]. «EXPO-2015», проведенная в Милане, повысила посещаемость регионов Италии в 2 раза, поток туристов из-за рубежа превысил 47 %. Кроме того, по результатам социального анкетирования было выявлено, что 58,3 % опрошенных туристов спланировали свою поездку в Италию именно благодаря проведению «EXPO-2015». Во многом успех зависит от ряда мероприятий со стороны Казахстана на этапах подготовки (реклама, строительство), проведения (качество оказанных туристских услуг, высокий уровень сервиса) и от эффективного использования оставшейся после выставки инфраструктуры.

На сегодня уже 116 стран мира подтвердили свое участие в «EXPO-2017». Приедут 7000 журналистов, планируется проведение около 3000 культурно-развлекательных и массовых мероприятий. В целом, по прогнозам специалистов НК «EXPO-2017», за три месяца проведения выставку посетят около 5 млн туристов, из которых 85% — казахстанцы, 15% — зарубежные гости.

В рамках организации «EXPO-2017» уже разработан ряд туров, которые охватывают практически все регионы Казахстана и расположенные там Государственные национальные природные парки. Кроме того, осуществляется работа по увеличению количества средств размещения, способных предоставить качественные услуги, соответствующие мировым стандартам. Так, в период проведения выставки планируется вовлечь в процесс размещения гостей объекты размещения, находящиеся в близлежащих регионах, и тем самым увеличить количество койко-мест дополнительно на 40 тыс. мест.

Мероприятия такого мирового масштаба призваны, в первую очередь, повысить узнаваемость Казахстана на международной арене, в том числе и как туристского направления. Казахстан уже на протяжении нескольких лет регулярно участвует в конкурсах на проведение событийных мероприятий. И, как показывает наш опыт, часто выигрывает в силу объективных причин. Чтобы Астане стать центром городского туризма мало спортивных и ивент-мероприятий, проводимых время от времени. Работать надо не только над дальнейшим улучшением инфраструктуры города (пробки, парковки, аттракционы, общественные туалеты и т.д.), качества обслуживания гостей города (обучение персонала, расширение спектра оказываемых услуг и т.д.), но и над эффективным использованием материально-технической базы, оставшейся после таких масштабных проектов на регулярной основе. Только хороший сервис, доступные цены, продуманная городская инфраструктура, доброжелательность местного населения, насыщенность городскими мероприятиями, эффективная реклама помогут развитию Астаны как центру городского туризма.

Список литературы

- 1 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.e-unwto.org/doi/book/> Официальный сайт Международной туристской организации.
- 2 Ушаков Д.С. Страноведение: учебник / Д.С. Ушаков. — М.: MapT, 2007. — 256 с.
- 3 Александрова А.Ю. География туризма: учебник / А.Ю. Александрова. — М.: КНОРУС, 2009. — 592 с.
- 4 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://uk.businessinsider.com/> Официальный сайт.
- 5 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://stat.gov.kz> Официальный сайт Министерства национальной экономики Республики Казахстан.
- 6 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://knoema.ru/atlas> Мировой атлас данных.
- 7 Шапкина Ж.М. Развитие событийного туризма в Казахстане сквозь призму «ЭКСПО – 2017» / Ж.М. Шапкина, Д.Г. Мамраева, Л.В. Ташенова // Вестн. Караганд. ун-та. Сер. Экономика. — 2014. — № 4(76). — С. 18–25.

А.А. Дуйсембаев, А.К. Оралбаева, А.Н. Омаркожаева, О.В. Подсухина

Қалалық туризм: қазіргі заманғы туристік индустриядағы рөлі мен мәні

Мақалада қалалық туризмнің түрі жеке қаланың әлеуметтік-экономикалық дамуына әсер етуші фактор ғана емес, сонымен бірге оған жақын жатқан аймақтарға да әсер етуші фактор ретінде қарастырылды. Халықаралық сауда шеңберінде халықаралық туристік айырбастың және туристік қызметті көрсетудің мәні мен рөлінің артуы, сол сияқты жеке елдердің экономикасындағы туризмнің рөлі, жеке мемлекеттің ЖІӨ туристік қызметтер саласындағы үлесінің артуы туралы айтылды. Туризм саласының теоретиктері тұрғысынан қалалық туризмнің біршама тусініктерін заманауи құбылыс ретінде ұсынылған. Қазақстан үшін туризмнің жаңа түрлерінің бірнеше анықтамасы қарастырылған. Қаланың аттракциялары, мәдени-тарихи ресурстар арасындағы өзара байланысты анықтау, инфрақұрылымның даму деңгейі мен оларды дамыту мүмкіндігінде қалалық, іскерлік, мәдени-танымдық және тағы басқа туризм түрлерін дамытуды анықтау жұмыстары жүргізілді. Тарихи ретроспектива тұрғысынан туристік өндірісте әлемдік қалалардың рөлі зерттелді. Қалалық туризмнің әлем бойынша, бүкіл ел ішінде, сол сияқты жеке қалалардың дамуы бойынша кейбір статистикалық мәліметтер талданды. Әлемдік деңгейде ел астаналарында жүргізілген іс-шаралардың мысалдары келтірілді. Астанадағы туристік өндірістік бірнеше көрсеткіштері қарастырылды. Әлемдік тәжірибе және қаладағы әлемдік масштабтағы оқиғаға сүйене отырып, Астананы әрі қарай оқиғалық туризмнің орталығы ретінде дамыту бойынша қорытындылар жасалды.

Кілт сөздер: туристік дестинация, қалалық туризм, аттракция, оқиғалық туризм, ЭКСПО-халықаралық көрме, туристік қызметтер, саяхаттану, сервис, қызмет, туристік фирма.

A.A. Duissembayev, A.K. Oralbaeva, A.N. Omarkozhayeva, O.V. Podsukhina

Urban type of tourism: the role and importance in the modern tourist industry

In the article was considered the urban view of tourism as the factor promoting social and economic developments, not only the certain city, but near regions. In the article the value and role of the international tourist exchanges is shown, tourist services in the context of international trade are considered, the tourism role in economy of the certain countries and a share of the sphere of tourist services in GDP of the certain state is shown. The definitions of city tourism as a modern phenomenon is considered. Opinions of theorists in the field of tourism. Several determinations of new types of tourism to Kazakhstan are considered. There were researched the network between city attractions, cultural-historic resources, the degree of infrastructure development and the opportunities of development in the city different types of tourism such as: city tourism, business, cultural heritage etc. The role of the world cities in tourist production is studied from the point of historic retrospectives. Particularly, some statistical data on development of city tourism, both in the world in general, and in the country are analysed. Examples of holding global events on capital platforms are given. Some indicators of touristic production in capital city is studied. The results on further formation of Astana as a center of touristic events are summed up, based on world practice and future world format events in the city.

Keywords: tourist destination, city (urban) tourism, attraction, event tourism, Expo and international exhibition, tourist services, excursion, service, tourist firm.

References

- 1 Retrieved from <http://www.e-unwto.org/doi/book/>. Ofitsialnyi sait Mezhdunarodnoi turistskoi organizatsii [The official website of the World Tourism Organization] [in Russian].
- 2 Ushakov, D.S. (2007). *Stranovedenie [Regional geography]*. Moscow: MarT [in Russian].
- 3 Alexandrova, A.Yu. (2009). *Heohrafiia turizma [Tourism geography]*. Moscow: KNORUS [in Russian].
- 4 Retrieved from <http://uk.businessinsider.com/> Ofitsialnyi sait [Official site] [in Russian].
- 5 Retrieved from <http://stat.gov.kz>. Ofitsialnyi sait Ministerstva natsionalnoi ekonomiki Respubliki Kazakhstan [The official website of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan] [in Russian].
- 6 Retrieved from <http://knoema.ru/atlas>. Mirovoi atlas dannykh [The World Data Atlas] [in Russian].
- 7 Shayekina, Zh.M., Mamrayeva, D.G., Tashenova, L.V. (2014). Razvitie sobytiinoho turizma v Kazakhstane skvoz prizmu «EKSP0 – 2017» [Development of event tourism in Kazakhstan through the prism of «EXPO – 2017»]. *Vestnik Karahanda universiteta. Seriya Ekonomika – Bulletin of Karaganda University, Series Economy*, 4(76), 18–25 [in Russian].