

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Л.Н.ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY



IX Астана экономикалық форумы аясындағы
**«ЖАҢА ДАНУ ЖАҒДАЙЫНДА ЖАҢА ИНДУСТРИЯЛАНДЫРУ –
ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУІНІҢ ДРАЙВЕРІ»**
жас ғалымдардың халықаралық ғылыми конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ

I БӨЛІМ

25 мамыр 2016 ж.

СБОРНИК ТРУДОВ

международной научной конференции молодых ученых
**«НОВАЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ КАК ДРАЙВЕР ЭКОНОМИЧЕСКОГО
РОСТА В КАЗАХСТАНЕ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ»**
под эгидой IX Астанинского экономического форума

ЧАСТЬ I

25 мая 2016 г.

PROCEEDINGS

of the international scientific conference of young scholars
**«NEW INDUSTRIALIZATION AS A DRIVER OF ECONOMIC
GROWTH IN KAZAKHSTAN IN TERMS OF GLOBALIZATION»**
in the framework of the IX Astana Economic Forum

PART I

25 May 2016

Астана, Қазақстан
Astana, Kazakhstan

УДК 338.28(574)(06)
ББК 65.9(5Қаз)-І 551я431
Ж 28

Редакционная коллегия:

Декан Экономического факультета д.э.н., профессор Макыш С.Б.,
Заместитель декана по научной работе, к.э.н., и.о. доцента Бакирбекова А.М.
Заведующий кафедрой «Экономика» к.э.н., и.о. профессора Рахметулина Ж.Б.
Заведующий кафедрой «Финансы» д.э.н., и.о. профессора Садвокасова К.Ж.
Заведующий кафедрой «Туризм» к.э.н., доцент Дуйсембаев А.А.
Заведующий кафедрой «Учет, аудит и анализ» к.э.н, доцент Алибекова Б.А.
Заведующий кафедрой «Менеджмент» д.э.н., профессор Толысбаев Б.С.
Заведующий кафедрой «Экономическая теория и антимонопольное регулирование» к.э.н., доцент
Бабланов Т.К., к.э.н., и.о. доцента Ауелбекова А.К.

Ж28 Жаһандану жағдайында жаңа индустриаландыру – Қазақстанның экономикалық өсуінің драйвері: Жас ғалымдардың халық. ғыл. конф.еңбектер жинағы. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2016.

Новая индустриализация как драйвер экономического роста в Казахстане в условиях глобализации: Сб. материалов межд. науч. конф. молодых ученых. – Астана: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2016.

Proceedings of the international scientific conference of young scholars «**New industrialization as a driver of economic growth in Kazakhstan in condition of globalization**» Astana, L.N.Gumilyov Eurasian National University, 2016.

ISBN 978-9965-31-762-0

ISBN 978-9965-31-762-0

Халықаралық ғылыми конференциясының еңбек жинағында жаһандану жағдайындағы жаңа индустриаландыру мен экономикалық өсудің өзекті мәселелері қарастырылған.

В сборнике материалов международной научной конференции рассмотрены актуальные вопросы новой индустриализации и экономического роста в условиях глобализации.

The collection of materials in the international scientific conference considers important issues of the new industrialization and economic growth in globalization.

ISBN 978-9965-31-762-0

ISBN 978-9965-31-762-0

УДК 338.28(574)(06)

ББК 65.9(5Қаз)-551я431

evidence, Ahmed Yassaui complex and the city of Turkestan considers as brand of Kazakhstan as Muslim pilgrimage.

This graph shows the results of held questionnaire by creating and building domestic brand (Figure 1).

For the question "What would you recommend as the international brand?", 9% of respondents responded kymyz and map, 5% of Mega center, the next 16% Food Master company, 23% of the company Rakhat, 2% of BTA Bank and only 2% of the domestic sports clothing, while «Korona» 2%, 4% of famous people, 37% of the touristic areas: Altyn Emel, Alakol, Borovoe from overall 500 participants. We can see that the highest performance, that is, 37% of respondents answered touristic places Altyn Emel, Alakol, Borovoe, and other regional and international markets as a national brand. As can be seen from these figures, they are based on the key role of the tourist areas in order to demonstrate the world their offers for the project and it is important at the discretion of the respondents [4].

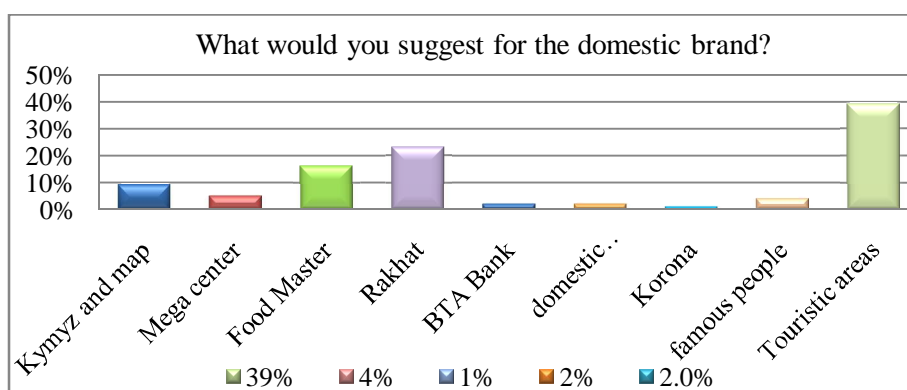


Figure 1. Type of a goods proposed as a brand

Over the last 10 years, the tourism sector was under the institutional and qualitative changes. Introducing elements of a market economy, the state tourism enterprises, joint-stock transformation of individual and joint ventures, consequently, the formation of a competitive tourism brand.

Literature:

1. Almaty – new tourism brand of Kazakhstan (Electronic resource). Follow: <http://kapital.kz/gosudarstvo/14710/almaty-stanet-mir>
2. January 27, 2012, the President of the Republic of Kazakhstan Nursultan Nazarbayev "Socio - economic modernization - main direction of development of Kazakhstan" address to the Nation.
3. Conjunction of the tourism market. - №3. Tourinform. – M.,1992.
4. www.google.kz. Follow: www.infotour.ru

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ ТРАНЗИТТІК АВТОДӘЛІЗДЕРДІҢ ӘСЕРІ

Байбетова А.Б., Акишева Е.Қ.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
Астана қ., Қазақстан Республикасы
e-mail: asel_baymbetova@mail.ru

Адамзат баласының тұрмыс-тіршілігі үшін ең қажетті салалардың бірі болып табылатын жол мен көліктің атқарар ролінің, олардың уақыттың талабы мен сұранысына сәйкес келуінің өте маңызды болып табылатынын айтпай кету мүмкін емес. Осы жол мен

көлік арқылы халықтың барыс-келіс қатынастарымен бірге олардың өзге де мұқтаждықтары мен қажеттіліктерінің өтелуі аталған саланың дами түсуімен тікелей байланысты десек жаңылыспаймыз. Бұл тұрғыда Көлік және коммуникация министрлігі соңғы жылдары айтарлықтай игі жұмыстар атқарып келеді [1].

Аталған министрліктің берген мәліметтеріне сүйенсек, соңғы жиырма жылдың көлемінде көлік саласында жалпы құны 1,5 трлн. теңгені құрайтын 57 жоба жүзеге асырылуда екен. Сонымен бірге халықаралық қаржы институттарынан 644,95 млрд. теңге көлемінде займдар тартылған. Көлік-коммуникация кешенінің негізгі көрсеткіштерінің өсуі соңғы 10 жылдың ішінде біршама деңгейге жеткен. Мәселен, тасымалданған жүктердің көлемі 1,3-тен 2,2 млрд. тоннаға өссе, жолаушы тасымалы 1,8 есеге көтерілген. Ал жүк айналымы 1,4 есеге, сонымен қатар жолаушы айналымы 2 есеге жоғарылаған.

Туризм Қазақстан Республикасында жылдан-жылға дамып, қызмет аясын кеңейтіп келеді. Соның арқасында әлемнің көптеген елдері қатысатын Қазақстанның өзіндік туристік нарығы қалыптасуда. Оның ары қарай дамуына әсер етуші негізгі факторлар экономикалық және әлеуметтік болып табылады, бұл ең алдымен негізгі қажеттіліктерді қанағаттандыру шектерінен азаматтардың (әлеуетті туристер) жеке табысының асуы.

Субъективті себептерге елден шығу мен оған кірудің, оның территориясында шетелдік азаматтардың болуы тәртіптерін реттейтін мемлекеттік органдардың қызметтері жатады. Солардың қызметін нақты арнаға бұру мақсатында Елбасымыз Н.Ә.Назарбаев туристік индустрия қызметінің мемлекет қазынасына айтарлықтай кіріс әкелуге қабілетті, болашағы зор экономика саласы ретінде көріне алатындығы жайлы өзінің стратегиялық бағдарламасында атап өткен болатын. Сонымен қатар, дәстүрге еніп, қалыптасып, келе жатқан Елбасының жыл сайынғы Жолдауларында еліміздің әлеуметтік-экономикалық әлеуетін дамыту мақсатында атқарылатын істер мен алда тұрған міндеттер анықталып отырады. Әрине, халықтың әл-ауқатының артуы мен рухани және гармониялық жағынан дамуы, өмір сүру жағдайларының сапалы түрде жақсаруы мәселелерін шешуге мүмкіндік беретін, халық тұтынатын игіліктердің маңызды бөлігін құрайтын демалыс және ойын-сауықтық бағдарламалармен қамтамасыз ету мен байланысты қызметтердің маңызы сөзсіз.

Бүгінде көптеген адамдардың күнделікті тұрмысынан орын алған «XXI ғасыр көрнісі» атанып кеткен туристік қызмет индустриясы өзінің мемлекеттік қазынаға қосқан экономикалық салымы бойынша химиялық өнеркәсіптен алға озып, автокөлік саласымен теңесті. Ол әлемдік жалпы өнімнің 12% үлесін ала отырып, өзіне жұмыскерлердің алып армиясы мен ірі қаржыларды жұмылдыруда [2].

Еліміздің туристік-рекреациялық әлеуетіне негізделген шаруашылық, өндірістік және әлеуметтік қызметтердің сан қырлы, күрделі жүйесін білдіретін туристік қызмет индустриясы адамдардың бос уақытын дұрыс ұйымдастыруға және демалу мен көңіл көтеруге деген сұранымын жан-жақты қанағаттандырып, еңбек ресурстарына жұмылдыруға қабілеттілігімен халықтың тұрмыс деңгейін көтереді. Мысалы: негізінен туристерді қабылдауға маманданған елдерде туризмнің дамуына аса көңіл бөлу шет елдік валютаның ағымын көбейтуге және жаңа жұмыс орындарын құруға ұмтылумен түсіндіріледі.

Туризм арқылы көптеген елдер өздерінің төлем тепе-теңдігі мәселелерін шешуге тырысады. Туризмнен түсетін табыстарға шетелдік туристердің болған елдерінде өздеріне көрсетілген қызметтер мен тауарларға төлеген ақылары жатады, оған тек сол елде қосымша жұмыс істегеніне алған ақысы және халықаралық көлік ақылары жатпайды.

Туризмдергі шығындарға бір елдің тұрғындарының шетелде көрсетілген қызметтер мен тауарларға, өнімдерге төлеген ақылары жатады.

Әдетте, шетелдік турист бір елге келіп, одан қайта кетуіне шығаратын шығындарынан басқа, тамақтануға өз шығындарының 40%-ын, тұрғын жайына - 30%, ел ішіндегі сапарларға - 8%, басқа шығындарға 22% жұмсайды деп саналады.

Шетелдік туристердің келген елінде шығарған шығындары нәтижесінде, біріншіден, туристік фирмалардың табысы артады, бұл – тура эффект, екіншіден, жабдықтаушылардың тауарлары мен қызметтеріне экономиканың туристік секторы жағынан сұранысы өседі, ол

кезегінде өз жабдықтаушыларының тауарлары мен қызметтеріне сұранысын көтереді, осылайша барлық секторларда табыс артуына әкеледі, бұл – жанама эффект, үшіншіден, туристік бизнеспен тура немесе жанама байланысты тұрғындардың жеке табысы өседі, ол тұтынушылық сұраныстың өсуіне себепші болады, бұл – мәжбүрлік эффект. Жанама және мәжбүрлік эффекттері бірге алғанда екінші қатардағы эффект деп аталады.

Туризмнің маңыздылығында бірінші орын ұлттық шаруашылықта валютаның елге келуіне берілгенімен, табыс алу мен қатар валютаның елден едәуір кетуі де мүмкін.

Жұмыс күші нарығы үшін де туризмнің маңызы зор. Америкалық мамандардың мәліметтері бойынша туризм индустриясы (ішкі туризмді қоса) көптеген елдердегі жұмыс орындарымен қамту жағынан ең ірі болып табылады, бүкіл әлемде туризм индустриясы 100 млн-нан астам адамды жұмыспен қамтамасыз етіп отыр.

Туризм дамуының және жалпы экономикалық дамудың тенденциялары арасында айқын байланыс бар. Туристік өсу кез-келген экономикалық өзгеріске аса сезімтал болып келеді. Егер баға өзгеріссіз болса, онда жеке тұтынудың 1%-ына жалпы алғандағы көрсеткіштердің өсуі саяхат шығындарының жалпылама тұрып қалуына әкеледі; тұтыну 2,5%-ға өскенде туризм дамуы 4%-ға артады; ал тұтыну 5%-ға өссе, туризм шығындары өсуінің көрсеткіші 10%-ды құрайды. Егер тұтыну 1%-дан төмен болатын болса, онда туризмде құлдырау сезіледі.

Халықаралық туризм Қазақстан үшін, жалпы дамушы елдер үшін шетелдік валюта келуінің және жұмыс орындары құрылуының қайнар көздері болып табылады. Бір мезгілде ол қосымша тәуелділік тудыра отырып, елдің дәстүрлі әлеуметтік жүйесі мен табиғат ортасына өзгерістер енгізеді. Біздің елімізде қазір халықаралық туризм табыспен де, қиындықтармен де байланысты экономиканың қазіргі заманғы құралы ретінде мойындалады. Барлық дамушы елдер туризмді дамытудың мақсаттылығын түсінеді. Дамушы елдердің үкімет орындары туризм дамуын жоспарлағанда туризм базасы болып табылатын экономикалық, әлеуметтік, мәдени қажеттіліктеріне және қоршаған орта талаптарына көңіл бөледі, олар енжар туризмнің үлесі ретінде көрінеді және өнеркәсіптік дамытуды қажет етеді.

Сауданың дамуы. Қазақстан Республикасында сауда қазір қарқынды даму үстінде. Бұрынғы КСРО кезеңінде біздің еліміз тек шикізатпен жабдықтаушы ролінде болып келсе, қазір әлемдік экспортта да, импортта да үлесі көбейіп келеді.

Туризм дамуының күтілген масштабтары туристер талап ететін құрылымдар мен ойын-сауықтарға ықпал етеді. Осы жолдағы ең үлкен қиындықтар көлік инфрақұрылымы сферасында туындайды (әуе жайлар, автожолдар және теміржол желілері). Дәл осы инфрақұрылым Қазақстанға үлкен пайда әкелуі керек, өйткені ол барлық негізгі транзиттік бағыттардың қиылысында және бір ерекшелігі Азияны Батыс Еуропамен жалғастыратын және ең табысты саналатын жолдарда орналасқан. Бүгінгі таңда Қазақстанның тікелей әуе жолдары Германияға, Үндістанға, Біріккен Араб Әміршіліктеріне, Түркияға, Италияға, Қытайға, Тайландқа және тағы басқа елдерге сапар шегуге мүмкіндік береді. Авиатасымалдау тек отандық тасымалдаушылармен ғана емес, сонымен қатар шетелдік тасымалдаушылармен де жүзеге асырылады. Сонымен бірге, Қазақстан территориясынан елдер мен елдер арасын жалғап отырған теміржол, автокөлік, әуе дәліздері өтеді.

Автомобиль көлігі шағын және орта арақашықтықтағы аймақшілік байланыстардың негізгі құралы бола отырып, аймақаралық және халықаралық тасымалдар бағытында дамуы керек, ол үшін республикалық маңызы бар автожолдарды түбірлі жөндеу, халықаралық маңызы бар жылдамдықты автомагистральдарды жасау қажет.

Туризм дамуымен бірге саяхаттың қауіпсіздігі мәселесі маңызды да күрделі бола түсуде. Саяхат пен жолсапарлар қатысушылары белгілі дәрежеде тәуекелге баратындықтан, туризм секторы туристерге қауіп төну деңгейін төмендетуге көмектесетін құралдармен жабдықталуы керек. Бұл бағытта, ең алдымен, Үкімет орындары мен туристік ұйымдар туристік қауіпсіздіктің барлық бағыттарында бірлесе жұмыс атқарулары керек.

Туризмге тура немесе жанама әсер етуші және туристік өнім мен қызметтерге қажеттіліктің, ұсыныс пен сұраныстың қалыптасуына байланысты жағдайларды шартты түрде нарық ресурстары деп атауға болады. Бұл бағыттың құраушылары болып қажеттілік, сұраныс және ұсыныс үрдістері; нарық сегменттері; туристік өнім мақсаттарының дамуы; жеке туристік сектор және адам ресурстары табылады.

Аймақшілік туристік сегменттің өсуі Азияда, Еуропада және Таяу Шығыс пен басқа да аймақтарда да байқалуда. Соның ішінде Қазақстанға шетелдіктердің қызығушылығы артып келеді. Сондай-ақ, елімізде туризмнің келесідей жаңа түрлері де дамуда: алыс жерлерге сапарлау, демалыс пен танымдық мақсаттағы саяхатты ойластырылған нарығы (яғни, мазмұны мен қажетті ыңғайлылығы сай); тартымды туризм (яғни, қоршаған ортамен байланысты кез-келген екі немесе одан да көп элементтермен қанағаттандыратын); рақаттану құралдарын және үйден тыс демалу құралдарын қолданумен ұйымдастырылатын қысқа демалыс.

Туризмді дамыту, шетел туристерін елге тарту, рекреациялық объектілерді дамыту бойынша елдер түрлі бағдарламалар жасалынып жүзеге асырылуда. Бағдарламаның мақсаты сырттан келушілер туризмі және ішкі туризм көлемін арттыру есебінен мемлекет пен халық кірісінің тұрақты өсуін, халықты жұмыспен қамтуды қамтамасыз ету үшін бәсекеге қабілетті туристік индустрия құру болып табылады. Бұл мақсатқа жету үшін мынадай міндеттер қойылды: туризм инфрақұрылымын дамыту, туризмді мемлекеттік реттеу мен қолдаудың тиімді тетігін жасау, елдің тартымды туристік имиджін қалыптастыру, туристік әлеуетті арттыру, рекреациялық шаруашылық мамандануы бар аймақтар қалыптастыру.

Мемлекеттік бағдарламаны іске асырудың негізгі бағыттары мен тетігі туристік қызметті мемлекеттік реттеу және қолдау жүйесін дамытудан, қазақстандық туристік өнімнің маркетингінен және ілгеріленуінен, экологиялық туризм – тұрақты даму факторынан, балалар мен жасөспірімдер туризмі – ішкі туризмді дамытудың және туристік мәдениетті тәрбиелеудің негізін қалаушы факторларының бірінен, кадрлар дайындау, туризм қызметкерлерінің біліктілігін арттыру жүйесінен және туризм саласын ғылыми-әдістемелік қамтамасыз етуден, туризмді ақпараттық қамтамасыз етуден, туристер қауіпсіздігін қамтамасыз етуден, туризм саласындағы халықаралық ынтымақтастықтан және халықаралық маңызы бар туризм саласындағы «белсенді» жобаларды іске асырудан тұрады.

Мемлекеттік бағдарламаны іске асыру жөніндегі іс-шаралар республикалық бюджетте көзделген қаржының есебінен және Қазақстан Республикасын заңнамасымен тыйым салынбаған басқа да көздерден жүзеге асырылатын болады.

Мемлекеттік бағдарламаның іске асырылуы ұлттық туристік өнімнің тартымдылығын арттыруға және Қазақстанның әлемдік туристік нарық жүйесіне кіруіне жәрдем ететін болады. Мемлекет экономикасының шикізаттық емес секторы ішіндегі біршама кірісті саласына айналуға мүмкіндігі бар, дамыған бәсекеге қабілетті туристік индустрия құрылатын болады. Бұл ретте республикада Қазақстанның Орталық Азия өңірінің туризм орталығына айналуына нақты жағдайлар мен мүмкіндіктер жасалады.

Мемлекеттік бағдарламада көрсетілген шаралар кешенін іске асыру туристер ағынын ел азаматтарының да, шетелден келушілердің де есебінен одан әрі көбейтуге жәрдем ететін болады. Ақырғы қорытындысында бұл ұлттық туризмнің тартымдылығын елеулі арттыруға әкеледі және Қазақстанның қызмет көрсетулердің халықаралық саудасы шеңберінде халықаралық кәсіпкерлікпен іскери ынтымақтастықтың маңызды саласы ретінде әлемдік туристік нарыққа кіруіне жәрдем ететін болады.

Ең үлкен инвестициялық жобалардың бірі ол «Батыс Еуропа - Батыс Қытай» көлік дәлізі, бұл тек Қазақстан үшін ғана емес, күллі Еуразия кеңістігі үшін стратегиялық мүдесі басым жоба болды. Батыс Еуропа-Батыс Қытай еліміздің индустрияландыру картасын жүзеге асуы тікелей Елбасы мен Үкімет басшысының бақылауында жүзеге асырылды. Батыс Еуропа - Батыс Қытай көлік дәлізі Қытай елінен бастау алады. Оның жалпы ұзындығы 8445 шақырымды құрап отыр.

Батыс Еуропа - Батыс Қытай» бағыты бойынша Қазақстан еліннен өтетін елді мекендер мен қалаларда туризмді дамытуға, оның ішінде ішкі туризмді дамытуға бірден-бір таптырмас жасалынып отырған мүмкіндік пен табыс көзін етуге болады. Туризмді, нақтырақ айтатын болсақ, ішкі туризмді дамыту үшін жақсы перспективалар ашылуда.

Туризм индустриясының дамуы мен жүзеге асырылуы бойынша мәселелері, табиғи-рекреациялық әлеуеттің жемісті пайдаланылуы Қазақстан Республикасы экономикасының дамуына тиімді.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРОВ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Флек А.А.

Казахский университет экономики, финансов и международной торговли

г. Астана, Республика Казахстан

e-mail: flek_anatoliy@mail.ru

В последнее время интерес к Казахстану, как к туристскому направлению, значительно возрос во всем мире, и соответственно, из года в год увеличивается спектр туристских услуг, предоставляемых местными туроператорами для привлечения большего количества путешественников. Больше всего в Казахстане туристов из Германии, Англии, Японии, Кореи, Китая. Немцы и англичане уже разведали туристские маршруты Казахстана, поэтому уже сегодня необходимо расширять рынок потенциального спроса и заниматься созданием новых туров и туристских продуктов.

Сегодня в Республике Казахстан представлены практически все существующие виды активного и пассивного туризма. Для туристов предлагается большое количество маршрутов путешествий по всей территории республики.

С целью повышения эффективности функционирования туристской отрасли в мае 2014 года была реализована одна из задач, поставленных в Послании Президента РК Стратегия «Казахстан-2050»: новый политический курс состоявшегося государства», была утверждена «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года». На основе концентрации мест туристского интереса были определены и разработаны концепции пяти национальных туристских кластеров: Астана, Алматы, Восточный Казахстан, Южный Казахстан, Западный Казахстан [1].

Каждый кластер имеет свои специфические услуги. Задействование нескольких кластеров позволит увеличить ассортимент услуг, тем самым лучше удовлетворить разнообразные потребности туристов. Например, турист во время одного тура может посетить достопримечательности нескольких регионов. Организация тура по нескольким кластерам позволит включать в тур самые лучшие услуги из каждого кластера, что повысит конкурентоспособность казахстанского тура на международной арене.

В рамках развития туристских кластеров в республике были выделены приоритетные направления развития туризма, такие как деловой, экологический, культурно-познавательный, а также экстремальный виды туризма [2].

Согласно данным ЮНВТО рост туризма должен произойти за счет появления новых посещаемых территорий, поскольку традиционные районы мирового туристского рынка достигли предела развития. Поэтому Казахстан имеет уникальную возможность занять свою нишу на мировом туристском рынке. В настоящее время формирование и развитие туристского кластера в Казахстане в первую очередь направлено на такие секторы рынка туризма, как въездной и внутренний, т.к. именно они создают большую часть дохода внутри республики, в отличие от выездного туризма, вызывающего отток капитала из страны.

Создание имиджевой стратегии Казахстана как туристского центра с уникальным туристским потенциалом, открытого всему миру, безопасного для туристов является одним из главных факторов их привлечения в страну. Планом кластерного развития предусмотрено