

DOI 10.52260/2304-7216.2025.2(59).29

ӨОЖ 338.46

FTAMP 06.71.57

А.С. Омарова*, PhD докторанты

З.Н. Борбасова, э.ғ.д., профессор

С.Н. Улаков, э.ғ.к., профессор

Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті,

Қарағанды қ., Қазақстан

*-негізгі автор (хат-хабар алмасуға жауапты автор)

e-mail: aiganym128@mail.ru

ТУРИЗМНІҢ ЭКОНОМИКАҒА МУЛЬТИПЛИКАТИВТІ ӘСЕРІН БАҒАЛАУ

Әлеуметтік-экономикалық тұрғыда туризм нарығы әртүрлі салалардың қалыптасуына және олардың мақсаттарының жүзеге асырылуына тікелей және жанама түрде әсері бар.

Бұл мақалада туризм индустриясының Қазақстан экономикасына мультипликативті әсерін бағалау мәселесі қарастырылады. Зерттеу мақсаты – туризмнің тікелей және жанама әсерлерін есепке ала отырып, оның жалпы ішкі өнімге (ЖІӨ) қосатын үлесін анықтау. Зерттеуде статистикалық талдау, салыстырмалы әдістер және контент-талдау қолданылды. WTTC және Ұлттық статистика бюросының ресми деректеріне сүйене отырып, туризм саласының мультипликативті әсер коэффициенті анықталды. Нәтижелер туризмнің тек тікелей табыспен шектелмейтінін, оның көлік, ауыл шаруашылығы, құрылыс және қызмет көрсету салаларына жанама түрде ықпал ететінін көрсетті. Сонымен қатар, еліміздегі мультипликативті әсердің төмен есептелуіне ұлттық шоттар жүйесіндегі көрсеткіштердің жетілмегендігі себеп болып отырғаны анықталды. Зерттеу нәтижелері туризм индустриясының экономикалық маңыздылығын дәлелдейді және туризмді дамыту стратегиясын жетілдіру қажеттігін алға тартады.

Қазақстан экономикасының өзге де салаларына туризмнің мультипликативті әсер ету деңгейі талданып, бұл көрсеткішті арттыруға ықпал ететін факторлар сипатталған. Туризм саласы өзінің даму әлеуеті мен экономикадағы басым бағыттарының бірі ретінде танылғандықтан, оның экономикалық тиімділігін жан-жақты бағалау және ұлттық экономикаға ықпалын дәл әрі шынайы айқындау өзекті мәселе болып отыр. Осыған байланысты, халықаралық ғылыми әдістемелерге сәйкес әзірленген туризм мен қонақжайлылық индустриясының мультипликативті әсер көрсеткіштерін жыл сайынғы ұлттық статистикалық есептерге енгізу қажет.

Кілт сөздер: туризм, туристік инфрақұрылым, экономиканың туристік секторы, қонақжайлылық индустриясы, туристік қызмет, туризмнің тікелей және жанама әсері, мультипликативті эффект, туризм экономикасы, туризм статистикасы.

Ключевые слова: туризм, туристская инфраструктура, туристский сектор экономики, индустрия гостеприимства, туристская деятельность, прямые и косвенные эффекты туризма, мультипликативный эффект, Экономика туризма, статистика туризма.

Keywords: tourism, tourism infrastructure, tourism sector of the economy, hospitality industry, tourism activities, direct and indirect effects of tourism, multiplier effect, Tourism economics, tourism statistics.

JEL R19

Кіріспе. Қазақстан Республикасында ішкі және халықаралық туризмді табысты дамыту үшін бәсекелестік орта құру, туристік саланың барлық деңгейлерінде бәсекеге қабілеттілікті арттыру, сондай-ақ нарықта тиісті институционалдық қолдауды қамтамасыз ету қажет [1]. Туризмнің Қазақстан экономикасына жанама әсері әлі толық ескерілмеген, дегенмен мұндай есептің өзектілігі сөзсіз. Туризм мультипликаторы – туризмнің аймақтық немесе республика деңгейінде белгілі бір саланың экономикасы мен әлеуметтік саласына жанама әсер ету коэффициенті. Әлемдік тәжірибеге сүйенсек, оның шетелдік туристер қабылдаушы елдің экономикасына айтарлықтай әсер етеді [2].

2021 жылы Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесінің (ары қарай - WTTC) мәліметтері бойынша Қазақстан ЖІӨ-дегі туризм үлесі 6,2% құрап, тізімде 129 орында тұрды. 2023 жылы Қазақстанға келген шетелдік туристер саны 2022 жылы тіркелген 4,7 миллион адаммен салыстырғанда екі есе өсті, отандық туристер саны 9,6 миллион адамнан асты [3]. Орналастыру орындарында туристерге көрсетілген қызмет көлемі 230 млрд теңгеге (521,1 млн АҚШ доллары) өсіп, қазынаға 450 млрд теңге (1 млрд АҚШ доллары) салық түсімін қамтамасыз етті. Туризм индустриясының қаржылық кірісі ЖІӨ-нің 3,9%-ын құрады. Негізгі капиталға салынған

инвестиция 53%-ға өсіп, 787 млрд теңгеге (1,7 млрд АҚШ доллары) жетті. 2024 жылдың бірінші тоқсанында туризмге салынған инвестиция үш есе өсіп, 177 миллиард теңгеге (401 миллион АҚШ доллары) жетті [4].

Соңғы жылдары Қазақстанда туризм индустриясының дамуы экономикалық өсудің маңызды драйверлерінің біріне айналды. Алайда, туризмнің ел экономикасына жанама және индукцияланған әсерлері ресми есептеулерде толық көрініс таппай келеді. Осыған байланысты туризмнің мультипликативті әсерін бағалау өзекті ғылыми мәселе ретінде алға қойылып отыр.

Зерттеу мақсаты – Қазақстандағы туризм саласының тікелей және жанама әсерін есептеу арқылы оның ұлттық экономикаға ықпалын бағалау.

Зерттеу міндеттері:

- Туризмнің экономикалық әсерлерінің теориялық негіздерін қарастыру;
- Шетелдік және отандық әдістемелерді салыстыру;
- Қазақстан жағдайында мультипликатор коэффициентін есептеу үлгісін ұсыну.

Зерттеу материалдары ретінде WTTC, QazStat және eQonaq мәліметтері қолданылды.

Зерттеу әдістері – статистикалық және салыстырмалы талдау, контент-талдау.

Әдебиеттік шолу. Туризмнің табысты дамуы және оның ел үшін экономикалық маңызы тікелей және жанама әсер етәумен анықталады. Мультипликативті әсер туристік мультипликатор түрінде мұндай есептің әдістемелік құралын жасауға мүмкіндік береді. Туризмнің ел экономикасына тікелей әсері оның салықтар арқылы әртүрлі деңгейдегі бюджеттердің кіріс бөлігіне, сондай-ақ жалпы ішкі өнімді қалыптастыруға қосқан үлесімен көрінеді. Туризмнің экономикаға тікелей әсер ету көрсеткіштері белгіленген ережелерге сәйкес туризм статистикасы жүйесіне және ұлттық есептердің құрылымына енгізілген және әртүрлі дәрежедегі сенімділік пен тиімділікпен көрсетілген. Сонымен қатар, демалыс және сауықтыру арқылы еңбек ресурстарының сапасын арттыру параметрлерімен, сондай-ақ осы салада құрылған жұмыс орындарының санымен де көрінеді. Ел экономикасы мен туризм статистикасына мультипликатор тұжырымдамасын енгізу арқылы оның рөлін туристік саланың ЖІӨ-дегі үлесін дұрыс бағалау арқылы көтеріп, оның белсенді дамуына жағдай жасайды.

Туризмнің табысты дамуы және оның ел үшін экономикалық маңызы тікелей және жанама әсерлермен анықталады. Мультипликативті әсер туристік мультипликатор түрінде осындай есептің әдістемелік құралы ретінде қолданылады. Туризмнің ел экономикасына тікелей әсері оның салықтар арқылы бюджет кірістеріне, сондай-ақ ЖІӨ-ге қосқан үлесімен көрінеді [5].

Қазіргі таңда мультипликаторлық әсерді есептеудің нақты әдістері көптеген ғылыми еңбектерде сипатталған. Туризм мультипликаторы — белгілі бір салада туристік сұраныстың экономиканы белсендендіруіне ықпал ететін құрал. Бұл бағыттағы зерттеулерде Ivanov [6], Smith [7] секілді авторлар мультипликаторды ұлттық шоттар жүйесімен байланыстыра отырып қарастырады.

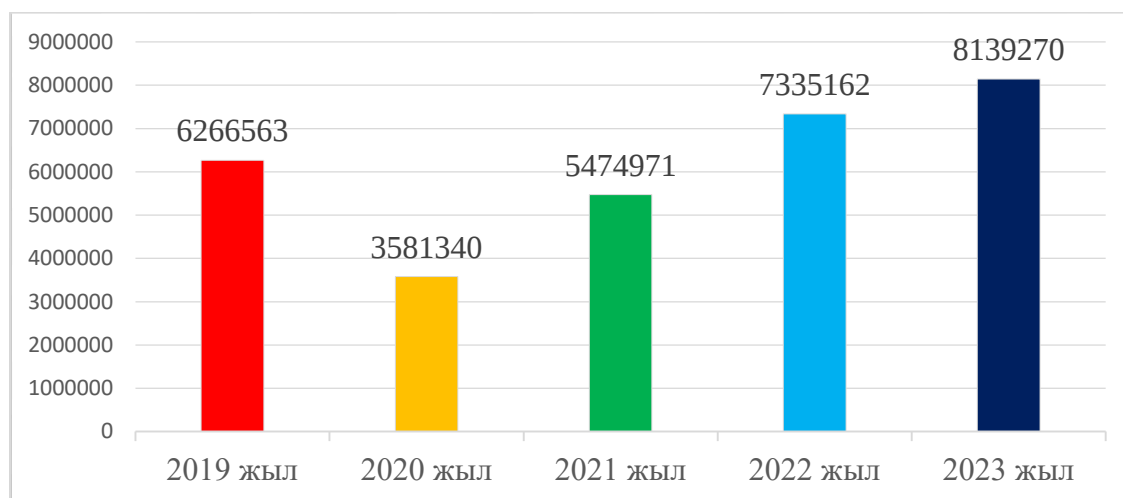
Сонымен қатар, постпандемиялық кезеңде туризм индустриясының қалпына келуі мен мультипликативті әсерінің жаңа бағыттары талқылануда [8]. Туризмнің экономиканы әртараптандырудағы рөлі де өзекті зерттеу нысанына айналды [9].

Әдістер. Зерттеу жұмысы барысында салыстырмалы, статистикалық және экономикалық талдау әдістері қолданылды. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросының деректері, WTTC, UNWTO, eQonaq платформасының мәліметтері негізінде талдау жасалды [10], [11].

Сондай-ақ туризм саласының тікелей және жанама экономикалық әсерлерін бағалау үшін спутниктік есеп жүйесінің (TSA – Tourism Satellite Accounts) халықаралық әдіснамасы қолданылды [5]. Туристік өнімге деген сұраныстың әртүрлі секторларға әсерін анықтау үшін кіріс-шығыс моделі негізінде мультипликативтік коэффициенттер есептелді [6], [7].

Әдебиеттік шолу. Дүниежүзілік экономикалық жүйенің қазіргі даму кезеңі халықаралық саяхатқа сұраныстың үнемі артып отыруымен сипатталады. Туризм және қонақжайлылық индустриясының өсуінің тұжырымдамалық негіздерін құрудың маңыздылығы мен қажеттілігі, оның айтарлықтай әлеуетіне қарамастан, Қазақстан әлі де ішкі және халықаралық деңгейде бұқаралық нарыққа тартымды туристік өнімді толық әзірлемейтіндіктен туындайды. Қазақстан әртүрлі туристік ресурстарға ие болғанымен, сапалы туристік өнімдердің тапшылығы байқалады. Олардың дамуын шектейтін факторларға инфрақұрылымның нашарлығы, көлік және жол бойындағы қызметтердің жетіспеушілігі, ескірген көліктер және шет тілдерін білетін кәсіби

гидтердің жетіспеушілігі жатады. Сонымен қатар, кейбір жеткізушілердің туроператорлармен бірге жұмыс атқармауы жоғары сапалы туристік өнімдерді жасауға кедергі келтіреді.



Сурет – 1. ҚР орналастыру орындарында қызмет көрсетілген келушілер саны*

*авторлармен eQонақ ақпараттық жүйесінің деректеріне сүйене отырып құрастырылған [12]

Қазақстан Республикасының туристік қызмет нарығының негізгі тұтынушыларының сегментін елдің резиденттері, яғни ішкі туристер тобы құрайды, 1-суреттен орналастыру орындарының қызметтеріне жүгінген туристердің санынан көруге болады. Орналастыру орындарында қызмет көрсетілген келушілер саны жыл сайын тұрақты өсім көрсетуде. 2019 жылы орналастыру орындарында қызмет көрсетілген келушілер саны 6 266 563 адамды құрады. Алайда, 2020 жылы пандемия салдарынан бұл көрсеткіш 3 581 340 адамға дейін төмендеп, 42,8%-ға қысқарды. Дегенмен, 2021 жылы сала біртіндеп қалпына келіп, келушілер саны 5 474 971 адамға жетіп, 52,9%-ға ұлғайды. Келесі жылдары да оң динамика сақталып, 2022 жылы орналастыру орындарын пайдаланған келушілер саны 7 335 162 адамды құрап, алдыңғы жылмен салыстырғанда 33,9%-ға артты. 2023 жылы бұл көрсеткіш 8 139 270 адамға жетіп, 11%-дық өсім көрсетті. 2024 жылдың қаңтар-қыркүйек айларындағы деректерге сүйенсек, келушілер саны 5 973 210 адамды құрап, өткен жылмен салыстырғанда 26,6%-ға төмендеген. Барлық орналастыру орындарында қызмет көрсетілген келушілер санының 10,2%-ы 5 жұлдызды қонақ үйлерде, 9,2%-ы 4 жұлдызды қонақ үйлерде, 9,7%-ы 3 жұлдызды қонақ үйлерде, 0,5%-дан 2 және 1 жұлдызды қонақ үйлерде орналасып, қызмет көрсетілген, ал санаты жоқ қонақ үйлермен 47%-ына және өзге орналастыру орындарында 23,2%-ына қызмет көрсетілген [12].

Аналитикалық модуль бойынша туристік сапарлардың ең көп үлесі еліміздің оңтүстік аймағына (Алматы, Шымкент, Тараз, Қызылорда, Түркістан, АТК) тиесілі, ол 53,3% құрады, солтүстік өңірдің (Астана, Көкшетау, Қостанай, Павлодар, Екібастұз, Баянауыл курорттық аймағы, ЩБКЗ) үлесі 42,8% құрады. Туристердің оңтүстік өңірге баруының ең басты мақсаты «туризм» болса, елдің солтүстік бөлігіне олар іскерлік мақсатпен көбірек келеді. Жалпы, орналастыру орындарының қызметін тұтынатын резидент туристердің саны резидент емес туристерден шамамен 5 есеге жоғары болды. Сонымен, қорыта айтсақ, аталған жылдары Қазақстан Республикасының туристік қызмет нарығының басты тұтынушылары елдің резиденттері (ішкі туристер) екенін көруге болады.

Алынған мәліметтерді талдау туристердің жалпы санының 31,6%-ын құрайтын Ресейден келген туристер, олар жетекші орында, Түркия туристердің 10,1%-ымен екінші орын алады. Жоғарыда келтірілген мәліметтер туризм саласының динамикалық даму үрдісінің серпінділігі оның болашақ ұзақ мерзімде өсу әлеуетінің өте жоғары екенін көрсетеді.

Туризмнің экономикаға мультипликативті әсерін бағалау туризмнің экономиканың әртүрлі салаларына айтарлықтай әсер ететіндігін, оның бастапқы әсері оны тікелей сала шығындарынан тыс күшейтетіндігін көрсетеді. Нәтижесінде туризмнің мультипликативті эффекті тікелей және жанама жұмыспен қамту мүмкіндіктерін беріп, табыс деңгейін арттыру және қонақжайлылық, көлік және бөлшек сауда сияқты онымен байланысты сабақтас салалардың дамуына ықпал ету арқылы

экономикалық өсуді ынталандыратынын көрсетті. Орналастыру орындары туристік қызмет нарығында негізгі қызметтердің (түнеу) бірін атқарып қана қоймай, саяхаттаушылардың тұруын жақсартатын қосымша қызметтерді, қонақжайлылықтың жоғары деңгейін және қомақты сервисті ұсынады. Бұл туристердің қажеттіліктерін толық деңгейде қанағаттандыру үшін жасалған мейрамханалар, әртүрлі барлар, бассейндер, фитнес, спортзал сияқты басқа да инфрақұрылым нысандары арқылы мүмкін болады. Жайлы орналастыру орындарының болуы және олардың алуан түрлілігі, қолжетімділігі туристердің жалпы осы туристік бағытпен қанағаттану деңгейін көтеруге айтарлықтай септігін тигізеді.

Туризм мультипликаторының тек жалпыұлттық қана емес, сонымен қатар жергілікті деңгейде де стратегиялық жоспарлау үшін маңызды құрал екендігін көрсетеді. Ол аймақтық экономикалық саясатты қалыптастыруда, туризмге бағытталған инвестициялық жобаларды бағалауда және инфрақұрылымды дамыту бағдарламаларын негіздеуде кеңінен қолданыла алады [13].

2023 жылы туризм саласының ЖІӨ-дегі үлесі 3,9%-ды құрады. Саланы қолдау мен инвестиция көлемі де өсті: 2024 жылдың I тоқсанында туризмге салынған инвестициялар 177 млрд теңгеге жетті, бұл 2022 жылмен салыстырғанда үш есеге жоғары.

TSA деректеріне сәйкес, туризм саласы тікелей және жанама түрде 400 мыңнан астам жұмыс орнын құрайды және әрбір 1 теңге туристік өнім 2,5 теңгеге дейін жанама экономикалық әсер береді.

Талқылау. Мультипликатор мәні шығындар туризм индустриясындағы кәсіпорындардың қызметтері мен тауарларын тұтынудың нәтижесі ғана емес, сонымен қатар басқа кәсіпорындардың қызметтері мен тауарларын қызмет көрсету үдерісінде тұтынғанын растау болып табылады. БҰҰ Статистикалық комиссиясының ұсынымдарына сәйкес әлемнің 60-тан астам елінде туризмнің мультипликативті әсері саттелиттік шоттардың көмегімен бағалана бастады, бұл ЖІӨ-ді, жұмыспен қамту, инвестиция және бюджет кірісіндегі туризмнің жанама үлесін есептеуге мүмкіндік береді. Саттелиттік шоттар – белгілі бір экономикалық мәселені терең зерттеуге арналған статистикалық мәліметтердің жиынтығы. Туристік саттелиттік шоттарды дамыту бойынша көшбасшылар Канада мен Норвегия болып табылады, олар статистикалық тәжірибеде мұндай есептерді алды болып әзірлеп, енгізді, Канада 1991 жылы Оттавада өткен туризм статистикасы бойынша халықаралық конференцияда алғашқы нәтижелерін ұсынған болатын. Мұндай жұмысты Евростат 1997 жылы бастады. Туризмнің саттелиттік шоттары нақты макроэкономикалық жиынтықтарды есептеуді қамтиды (қосылған құн; жалпы ішкі (аймақтық өнім).

Индукцияланған әсерлер үй шаруашылықтары мен компаниялар туризмнің тікелей және жанама әсерінен түсетін кірістеріне байланысты шеккен шығындармен байланысты.

Туризмнің экономикаға қосқан жалпы үлесін тікелей, жанама және индукциялық әсерлер құрайды, ол экономикалық теорияда жақсы белгілі мультипликативті әсерге ие. Сәйкес мультипликатор туризмнің тікелей табысының (үлесінің) неше рет еселенгенін көрсететін коэффициент ретінде түсініледі.

Кесте – 1

«Үлкен жиырмалыққа» (Т20) кіретін кейбір елдердің экономикасына туризмнің ЖІӨ-дегі үлесіне мультипликативтік әсері*

Мемлекеттер	Туризмнің тікелей үлесі, %	Туризмнің мультипликативтік коэффициенті	Туризмнің жалпы(жиынтық) үлесі, %
Испания	5.1	2,8	14.4
Австралия	3.3	3,9	13.0
Мексика	6.2	2,1	13.0
Аргентина	4.0	2,8	11.0
Түркия	4.1	2,4	10.0
АҚШ	2.6	4,4	8.8
Қытай	2.5	3,4	8.6
Франция	3.9	2,3	9.1
Жапония	2.2	3,1	6.9
Ұлыбритания	2.4	2,9	6.9

Ресей	1.4	4,2	5.9
Сауд Арабиясы	3.0	2,2	6.7
Индия	1.9	2,4	4.5

*авторлармен WTTC, Travel and tourism impact, 2011 деректеріне сүйене отырып құрастырылған [10]

1-кестенің мәліметтеріне сәйкес, әлемнің ірі және қарқынды дамыған экономикалары бар елдерінде туризм саласының ЖІӨ-дегі тікелей үлесі 1,4%-дан 5,1%-ға дейінгі аралықты қамтиды, ал жиынтық үлесі 4,5%-дан 14,4%-ға дейін жетеді. Бұл ретте мультипликативтік әсер коэффициенті 2,1 мен 4,4 аралығында өзгереді. Жалпы алғанда, бұл жанама табыс мемлекеттің жалпы ішкі өнімінде (ЖІӨ) бейнеленетін, туризмнен түсетін тікелей табыстан ерекшеленетін экономикалық көрсеткіш болып табылады.

Мысалы, Еуропаның алдыңғы қатарлы елдерінде (Франция, Испания, Ұлыбритания) туризм индустриясының ЖІӨ-дегі тікелей үлесі 2,4%-дан 5,1%-ға дейін құрайды. Ал мультипликативтік әсерді ескерсек, туризмнен түсетін жиынтық табыс 6,9%-дан 14,4%-ға дейін жетеді. Бұл көрсеткіштер туризмнің тек тікелей ғана емес, сонымен қатар жанама түрде де экономиканың басқа салаларына айтарлықтай ықпал ететінін көрсетеді. Бұл салалар туризмге тікелей қатысы болмаса да, оның дамуы арқылы жанама түрде пайда табады.

АҚШ, Қытай, Австралия мен Жапония сияқты елдердің көрсеткіштері де жоғары деңгейде, бұл олардың 21 ғасырда туризм саласы дамыған көшбасшы елдер қатарына кіретінін дәлелдейді. Мұндай мәліметтер туризмнің ұлттық экономикадағы рөлін бағалау мен болашақтағы даму стратегияларын анықтауда мультипликативтік әсерді есептеудің маңыздылығын көрсетеді.

Айта кету керек, пандемиядан кейін туризмнің ЖІӨ-дегі үлесі 2025 жылы ғана қалпына келеді деген болжам бар (WTTC деректері). Сондықтан соңғы жылдарға емес, 2011 жылғы арнайы жүргізілген зерттеулерге, тікелей және жиынтық үлес көрсеткіштеріне сүйену орынды болып табылады. Сонымен қатар, 2019 жылға дейін тізімдегі елдердің көпшілігінде тікелей және жанама шығындар қатынасында мультипликативтік коэффициенттің айтарлықтай өзгермегені байқалады.

Зерттеуде туризмнің мультипликативтік әсерін бағалау үшін Ұлттық шоттар жүйесіне (SNA) сәйкес келетін және Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесі (WTTC) ұсынған туристік сателлиттік шоттар (Tourism Satellite Accounts – TSA) әдістемесі негізге алынды. Аталған әдістеме елдің ЖІӨ-сіндегі туризмнің тікелей және жанама үлесін анықтауға мүмкіндік береді.

Мультипликативтік әсер коэффициентін есептеу үшін келесі формула қолданылды:

$$K \text{ мультипликативті} = \frac{\text{Туризмнен түсетін жалпы (жиынтық) ЖІӨ үлесі}}{\text{Туризмнен түсетін тікелей ЖІӨ үлесі}} \quad (1)$$

Мысалы, Қазақстан бойынша:

- WTTC деректері бойынша 2017 жылы туризмнің жалпы ЖІӨ-дегі үлесі – 6,0%,
- тікелей үлесі – 3,2%,
- сонда мультипликативтік коэффициент: $6,0\% \div 3,2\% = 1,9$

Бұл әдіс X. Клемент ұсынған анықтамаға да негізделеді, онда мультипликатор – аймақтағы туристің бір доллар шығынының тікелей емес, жанама түрде экономикада қаншалықты қосымша айналым тудыратынын сипаттайды.

Зерттеуде жанама әсер ретінде:

- жұмыспен қамту саласындағы өзгерістер;
- жеткізуші салаларға (көлік, ауыл шаруашылығы, құрылыс, сауда, т.б.) ықпалы;
- мемлекеттік кіріс пен инфрақұрылым дамуына әсері ескерілді.

Мұндай есептеулер Қазақстанда толыққанды туризм сателлиттік шоттары жүйесі әлі толық енгізілмегендіктен, қолжетімді WTTC деректері, ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің ресми деректері мен халықаралық әдістемелік тәсілдермен үйлестіріліп қолданылды.

Біздің ойымызша, Қазақстанда туризмнің мультипликативтік әсерін сателлиттік шоттар негізінде толық бағалау жүйесі қалыптасқанға дейін, туризмнің ұлттық экономикаға жанама әсерін анықтау үшін X.Клементтің анықтамасына сүйенуге болады. Оның анықтамасы бойынша, мультипликатор — бұл туристің аймақтағы бір доллар шығынының жылдық айналымы. Бұл жағдайда, туризм индустриясының бір доллар шығыны оған байланысты салаларда қанша есе экономикалық белсенділік тудыратынын көрсетеді.

Қазіргі таңда бізге экономикалық құрылымы ұқсас Ресейде де мультипликативтік әсерді есептеу әдістемесі мен статистикалық мәліметтер жетілмеген. Бұл жағдай елдегі туризмнің экономикадағы нақты рөлін объективті бағалауға кедергі келтіреді. Мысалы, WTTC сарапшылары 2021 жылы Ресейдегі туризмнің ЖІӨ-дегі жиынтық үлесін 10% (мультипликатор $K=1,1$) деп көрсетсе, Сбербанк басшысы Г. Греф бұл көрсеткіштің шын мәнінде тек 1%-ға жуық екенін алға тартып, жұмыспен қамтылғандар санының да үш есеге аз екенін (1,5 млн адам) мәлімдеді. Дегенмен, ол «Россия 24» арнасына берген сұхбатында туризм — жаңа жұмыс орындарын құруда мультипликативтік әсері ең жоғары сала екенін айтып, бұл секторға көбірек инвестиция салу қажеттігін ерекше атап өтті.

2017–2023 жылдар аралығындағы WTTC-тің Қазақстан бойынша жариялаған мәліметтеріне сүйенсек, ЖІӨ-дегі туризмнің жиынтық үлесі 6,0–6,2% аралығында. Бұл көрсеткіштер негізінде біз мультипликативтік әсер коэффициентін есептеп шығардық. 2017 жылғы туризмнің салалық ЖІӨ үлесіне (тікелей – 3,2%) сүйене отырып, жалпы үлесті анықтадық: мультипликатор = 1,9, сонда жиынтық үлес 6,08% ($3,2\% \times 1,9$) болып шығады. Бұл WTTC-тің 2017 (6,0%) және 2021 (6,2%) жылдарға берген ресми бағалауымен сәйкес келеді. Демек, Қазақстанда туризмнің ЖІӨ-дегі тікелей және жиынтық үлесі арасында үлкен алшақтық жоқ [10].

Зерттеу нәтижелері туризмнің мультипликативтік әсері тек кіріс әкеліп қана қоймай, сонымен қатар аймақтық даму, инфрақұрылым, жұмыспен қамту және қызмет көрсету сапасын арттыруға да оң ықпал ететінін көрсетті. Мысалы, Алматы облысы мен Түркістан облысында туристік мультипликатор елдік орташа көрсеткіштен жоғары. Бұл – табиғи және мәдени ресурстардың тиімді пайдаланылуының нақты дәлелі.

Халықаралық тәжірибе туризм мультипликаторын арттыруда мемлекеттік саясат, цифрлық технологиялар және халықаралық ынтымақтастықтың маңызын айқын көрсетеді.

Қазақстанда туризмнің экономиканың аралас секторлары мен әлеуметтік саласына жанама әсерін бағалаудың ескерілмей келуіне көптеген себептері бар екеніне де көңіл аударуды қажет етеді:

- жалпы және туристік статистиканың жетілмегендігі;
- ұлттық шоттар жүйесінде туристік мультипликатор параметрлерінің болмауы;
- туристік мультипликаторды есептеудің және оның жедел есебінің ғылыми негізделген бірыңғай әдістемелерінің болмауы;
- туризм анықтамалары мен ұлттық туризм статистикасының көрсеткіштерінің халықаралық стандарттарға сәйкес келмеуі;
- мультипликативті есепке байланысты шығындардың өсуі және т.б.

Белгілі бір өңір үшін туризм мультипликаторы бұл аймақтағы туристердің шығынына байланысты өңір экономикасы мен әлеуметтік сферасындағы табыстың өсу коэффициенті болып табылады. Аймақтағы немесе жергілікті аумақ деңгейінде (аудан, қала, кент) туризмнің мультипликативтік әсерін арттыру үшін:

- тартымды туристік имидж бен тиімді жарнама стратегиясы;
- дамыған туристік инфрақұрылым және туризм индустриясы;
- өте тартымды (жоғары аттрактивті). қолжетімді және экологиялық таза туристік ресурстар ұсынымдардың болуы;
- дамыған тұтынушылық сектор;
- туризм саласында жоғары білікті кадрлар;
- туристер тұратын жерде қауіпсіздіктің жоғары деңгейі;
- негізделген баға саясаты;
- республикалық, аймақтық (жергілікті) деңгейлерде туризмді тиімді қолдау;
- импортты алмастыратын өнімдер, сусындар мен қызметтер және т.б. тауарлардың болуы қажет.

Сонымен қатар, талдау мультипликативтік әсердегі аймақтық айырмашылықтарды көрсетеді: жоғары дамыған туристік бағыттар аз дамыған аймақтармен салыстырғанда экономикалық жанама әсерлерден көбірек пайда көреді. Ресей Халықаралық туризм академиясының ғалымдарының есептеулері бойынша оның әртүрлі аймақтарына арналған туристік жанама түсімдердің (кірістердің) мультипликаторы 1,1-ден 4-ке дейін болғанын көрсетті, мысалы, Орталық аймақтарда коэффициент - 1,2; Мәскеу үшін-2,95; Үлкен Сочи ауданы үшін-4,0 деген коэффициенттер ретінде әр аймақтың ЖІӨ-дегі туризм үлесіне баға беруде пайдалануға ұсынылған. Бұл экономикалық

пайданы біркелкі бөлу үшін аз қамтылған аудандарда туризмнің дамуына ықпал ететін мақсатты саясатты қажет етеді.

Зерттеу көрсеткендей, туризм қонақжайлылық және көлік сияқты негізгі секторлардағы кірістердің артуына ықпал етіп қана қоймайды, сонымен қатар оның мультипликативті әсерлері арқылы ауыл шаруашылығы, өңдеу өнеркәсібі және құрылыс сияқты байланысты салалардың дамуын ынталандырады. Сонымен қатар, осы салада жұмыс істейтіндердің шығындарының артуы нәтижесінде пайда болатын туризмнің салдары оның жалпы экономикаға қосқан үлесін одан әрі арттырады. Алайда, осы экономикалық пайданы бөлудегі аймақтық айырмашылықтар неғұрлым әділ дамуды қамтамасыз ету және аз дамыған аудандарда туризмнің барлық әлеуетін пайдалану үшін мақсатты саясат қажет екенін көрсетеді.

Туризмнің экономикалық пайдасын барынша арттыру үшін инфрақұрылымды жақсартуға, тұрақты тәжірибені және адами капиталды дамытуға инвестициялауға баса назар аудару қажет. Бұл шаралар туризмнің экономикаға оң әсерін сақтауға ықпал етіп, сонымен бірге оның өсуінің инклюзивті және экологиялық жауапты болуын қамтамасыз етеді. Туризмнің тікелей әсері туристердің тұру, тамақтану және демалыс қызметтеріне жұмсайтын шығындарынан түсетін кірістердің өсуінен байқалады. Дегенмен, жанама әсерлер одан да маңызды, өйткені туризм өңдеу өнеркәсібін, ауыл шаруашылығын және құрылысты қоса алғанда, қосалқы секторлардағы тауарлар мен қызметтерге сұранысты ынталандырады. Мысалы, жергілікті азық-түлікке деген сұраныс, қонақүйлер мен инфрақұрылымдар салу, кәдесыйлар сатып алу – мұның бәрі жергілікті экономиканың дамуына ықпал етеді. Индукцияланған әсерлер мұны одан әрі күшейтеді, өйткені туризммен байланысты қызметтен алынған табыс үй шаруашылығының шығындарының артуына әкеледі, бұл өз кезегінде кеңірек экономикалық белсенділікті ынталандырады.

Осы зерттеудің нәтижелері туризмнің экономикаға жедел және тұрақты экономикалық өсуге ықпал ететін күшті мультипликативті әсер ететіндігін растайды. Алайда, оның әлеуетін толық іске асыру үшін үкімет туризмнің тұрақты дамуын қолдайтын және экономикалық пайданың аймақтар бойынша әділ бөлінуін қамтамасыз ететін стратегияларды жүзеге асыруы керек.

Қорытынды. Туризм индустриясы мемлекеттік қолдау және тиісті инфрақұрылымды құру жағдайында жылдам дамып келе жатқан жаңа экономиканы әлеуметтендіруге тың серпін бере алады. Ол экономиканың өзімен шектес сабақтас салаларының: сауда, қонақ үй, қоғамдық тамақтандыру, ойын-сауық және демалыс қызметі, көлік, байланыс, ауыл шаруашылығы, халық тұтынатын тауарлар өндірісінің дамуын ынталандырады.

Туризмнің мультипликативті әсеріне негізделген қазіргі экономикалық теория мультипликатор түріндегі осындай есептің практикалық құралы – туристік шығындарға байланысты еліміздің (аймақтардың) табысының өсуін көрсететін мультипликативтік коэффициентін есепке алуға мүмкіндік береді. Туризм мультипликаторы - бұл туристік шығындардың белгілі бір өлшемге ұлғаюы немесе азаюы нәтижесінде жалпы ішкі (аймақтық) өнімнің неше есе өсетінін немесе азаятынын көрсететінін сандық коэффициент. Туристік- рекреациялық қызмет ету кешені елеулі мультипликативті (экономикалық және әлеуметтік) әсер тудыратын әр түрлі онымен байланысты сабақтас салалардың өсуін ынталандырады.

Бастапқы тікелей шығыстар туризм индустриясының кәсіпорындарында (тұру, тамақтану, көлік қызметі, экскурсиялар т.б.) жүзеге асырылады. Бұл кәсіпорындар алған табыс инвестициялық жобаларға, қосымша еңбекақы қорын қалыптастыруға, жаңа жұмыс орындарын құруға, резервтік қорларды жинақтауға, жергілікті тауарлар мен қызметтерді төлеуге жұмсалуды керек. Туристік сала кәсіпорындары шығындарының бірінші тобы жергілікті тұрғындар мен республиканың басқа да кәсіпорындары үшін қосымша табыс түрінде трансформацияланады. Туризмнің туристік мультипликатор арқылы жанама әсерін есептеудің нақты әдістемесінің болмауы және Қазақстандағы ішкі туризм статистикасының жетілмегендігі оның бүгінгі таңдағы ЖІӨ-дегі рөліне жалпы объективті баға беруді осы мерзімге дейін қамтамасыз етпей келеді.

Туризм мультипликаторының жекелеген құрамдас бөліктерін бағалау нақты әдістемелік негізге және сәйкес бағдарламалық қамтамасыз етудің болуына негізделуі тиіс екенін атап өткен жөн. Туризмнің Қазақстан Республикасының экономикасына тигізетін әсерін бағалау ұлттық және саттелиттік шоттар туризм мультипликаторының мәнін жылдам есептеуге мүмкіндік беретін тиісті есеп саясатына негізделуі керек.

ӘДЕБИЕТТЕР

1. Government of the Republic of Kazakhstan. Concept for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan for 2023–2029. – 2023. – 38 p. – URL: <https://adilet.zan.kz>
2. Ministry of Tourism and Sports of Kazakhstan. Analytical Report on the Development of Domestic Tourism in Kazakhstan. – 2023. – 64 p.
3. WTTC. Kazakhstan Country Report: Travel & Tourism Economic Impact 2023 // WTTC Reports. – 2023. – P. 1–15. – URL: <https://wttc.org>
4. QazStat. Kazakhstan Tourism Indicators 2019–2023. – URL: <https://stat.gov.kz>
5. OECD. Tourism Trends and Policies 2023 // OECD Publishing. – 2023. – URL: <https://www.oecd.org/tourism/>
6. Ivanov S., Webster C., Mihajlov M. Tourism Multipliers and National Accounts: Theory and Application // International Journal of Tourism Research. – 2022. – №24(1). – P. 44–59. – doi:10.1002/jtr.2497
7. Smith J., Brown L., Green K. Tourism Multiplier Effect in Emerging Economies: A Sectoral Analysis // Journal of Travel Economics. – 2021. – №45(2). – P. 123–138. – doi:10.1016/j.jte.2021.03.005
8. Gülbay B., Demirtaş B. Measuring the Economic Impacts of Tourism: Multiplier Analysis in Turkish Provinces // Current Issues in Tourism. – 2023. – №26(5). – P. 598–613. – doi:10.1080/13683500.2022.2092802
9. Yessimova Z., Zhumanova D. The Role of Tourism in the Economic Diversification of Kazakhstan // Eurasian Journal of Economic Research. – 2021. – №8(3). – P. 92–103. – doi:10.51354/ejer.2021.8.3.9
10. World Travel & Tourism Council. Global Economic Impact Trends 2024. – URL: <https://researchhub.wttc.org/product/economic-impact-report-global-trends>
11. United Nations World Tourism Organization. Tourism and Economic Development: A Statistical Overview. – URL: <https://www.unwto.org>
12. eQonaq. Analysis of Tourist Flows in Kazakhstan. – URL: <https://eqonaq.kz>
13. Есенов Б.Қ. Туризм саласындағы мультипликаторлық модельдерді аймақтық деңгейде қолдану // ҚазУЭФМТ Хабаршысы. – 2023. – №2(58). – Б. 75–83.

REFERENCES

1. Government of the Republic of Kazakhstan. Concept for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan for 2023–2029. – 2023. – 38 p. – URL: <https://adilet.zan.kz>
2. Ministry of Tourism and Sports of Kazakhstan. Analytical Report on the Development of Domestic Tourism in Kazakhstan. – 2023. – 64 p.
3. WTTC. Kazakhstan Country Report: Travel & Tourism Economic Impact 2023 // WTTC Reports. – 2023. – P. 1–15. – URL: <https://wttc.org>
4. QazStat. Kazakhstan Tourism Indicators 2019–2023. – URL: <https://stat.gov.kz>
5. OECD. Tourism Trends and Policies 2023 // OECD Publishing. – 2023. – URL: <https://www.oecd.org/tourism/>
6. Ivanov S., Webster C., Mihajlov M. Tourism Multipliers and National Accounts: Theory and Application // International Journal of Tourism Research. – 2022. – №24(1). – P. 44–59. – doi:10.1002/jtr.2497
7. Smith J., Brown L., Green K. Tourism Multiplier Effect in Emerging Economies: A Sectoral Analysis // Journal of Travel Economics. – 2021. – №45(2). – P. 123–138. – doi:10.1016/j.jte.2021.03.005
8. Gülbay B., Demirtaş B. Measuring the Economic Impacts of Tourism: Multiplier Analysis in Turkish Provinces // Current Issues in Tourism. – 2023. – №26(5). – P. 598–613. – doi:10.1080/13683500.2022.2092802
9. Yessimova Z., Zhumanova D. The Role of Tourism in the Economic Diversification of Kazakhstan // Eurasian Journal of Economic Research. – 2021. – №8(3). – P. 92–103. – doi:10.51354/ejer.2021.8.3.9
10. World Travel & Tourism Council. Global Economic Impact Trends 2024. – URL: <https://researchhub.wttc.org/product/economic-impact-report-global-trends>
11. United Nations World Tourism Organization. Tourism and Economic Development: A Statistical Overview. – URL: <https://www.unwto.org>
12. eQonaq. Analysis of Tourist Flows in Kazakhstan. – URL: <https://eqonaq.kz>

13. Esenov B. Turizm salasyndaky multiplikatorlyq model'derdi aymaqtyq dengine qoldanu [Application of multiplier models in the tourism sector at the regional level] // KazUEFMT Habarshysy. – 2023. – №2(58). – В. 75–83. [in Kazakh]

Омарова А.С., Борбасова З.Н., Улаков С.Н.

ОЦЕНКА МУЛЬТИПЛИКАТИВНОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ТУРИЗМА НА ЭКОНОМИКУ

Аннотация

С социально-экономической точки зрения туристический рынок оказывает прямое и косвенное влияние на формирование различных отраслей и реализацию их целей.

В данной статье рассматривается вопрос оценки мультипликативного воздействия туристской индустрии на экономику Казахстана. Цель исследования — определить долю туризма в валовом внутреннем продукте (ВВП) с учетом его прямого и косвенного влияния. В исследовании использовались статистический анализ, сравнительные методы и контент-анализ. На основе официальных данных WTTC и Бюро национальной статистики был определен коэффициент мультипликативного воздействия туристского сектора. Результаты показали, что влияние туризма не ограничивается только прямыми доходами — он также оказывает опосредованное влияние на такие сектора, как транспорт, сельское хозяйство, строительство и сфера услуг. Кроме того, было выявлено, что заниженная оценка мультипликативного эффекта в Казахстане связана с недостаточной проработанностью показателей в системе национальных счетов. Результаты исследования подтверждают экономическую значимость туристской индустрии и подчеркивают необходимость совершенствования стратегии её развития.

Был проведён анализ мультипликативного эффекта туризма на смежные отрасли экономики Казахстана, а также рассмотрены факторы, способствующие его усилению. Поскольку туристическая отрасль считается одним из приоритетных направлений с высоким потенциалом развития, возникает необходимость в объективной оценке её экономической эффективности и влияния на национальную экономику. В этой связи важно ежегодно включать показатели мультипликативного эффекта развития индустрии туризма и гостеприимства Казахстана в соответствии с международной научной методологией в государственную статистическую отчётность.

Omarova A., Borbasova Z., Ulakov S.

ASSESSMENT OF THE MULTIPLIER IMPACT OF TOURISM ON THE ECONOMY

Annotation

From a socio-economic perspective, the tourism market has both direct and indirect effects on the development of various industries and the achievement of their goals.

This article examines the assessment of the multiplier impact of the tourism industry on Kazakhstan's economy. The aim of the study is to determine the contribution of tourism to gross domestic product (GDP), taking into account its direct and indirect effects. Statistical analysis, comparative methods, and content analysis were used in the research. Based on official data from WTTC and the National Bureau of Statistics, the multiplier effect coefficient of the tourism sector was calculated.

The results demonstrate that the impact of tourism is not limited to direct income but also indirectly influences sectors such as transportation, agriculture, construction, and services. Furthermore, the low estimation of the multiplier effect in Kazakhstan is due to underdeveloped indicators within the national accounts system.

The multiplier effect of tourism on Kazakhstan's related economic sectors has been analyzed, and the factors contributing to its enhancement have been identified. As the tourism sector is recognized as one of the priority areas with high development potential, it is essential to objectively assess its economic efficiency and its impact on the national economy. Therefore, it is necessary to annually include the indicators of the multiplier effect of tourism and hospitality industry development in Kazakhstan's national statistical reporting, in accordance with international scientific methodologies.