

Ж.А. Бекмурзаева* , Н.А. Урузбаева 

Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Казахстан, г. Астана

*e-mail: zh.bekmurzayeva@gmail.com

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В МАНГИСТАУСКОЙ ОБЛАСТИ

Современная практика формирования и развития регионального туризма вызывает необходимость пересмотра традиционных методов и инструментов развития дестинаций и, как следствие, теоретического осмысления происходящих процессов и разработку путей повышения привлекательности региональных туристских продуктов. Государство развивает определенные туристские регионы, для начала акцентируя внимание на наиболее перспективных направлениях, где отмечается высокий потенциал привлечения туристского потока. Одним из таких регионов является сегодня Мангистауская область, которая входит в Топ-10 туристских дестинаций страны. Целью настоящего исследования является проведение факторного и сравнительного анализа развития туристской отрасли Мангыстау, а также теоретико-методологическое обоснование направлений формирования и развития туристского продукта региона.

В ходе исследования использовались следующие научные методы: контент анализ, метод сбора статистических данных и PEST-анализ. В результате проведенного анализа были выявлены проблемы в развитии туристской отрасли Мангистауской области, определены ключевые факторы и точки их влияния на определенные сектора отдыха туристов, а также предложены рекомендации по решению существующих проблем и повышению привлекательности регионального туристского продукта, которые представлены в заключительной части данной статьи, что и является ценностью проведенного исследования. По итогам проведенного факторного анализа авторы разработали наглядную схему, где цикл каждого фактора показывает точку влияния на определенный сектор.

Меры, предложенные в статье, направленные, прежде всего, на унификацию собственной привлекательности для туристского потока, как на внутреннем, так и на международном рынках, позволят сформировать научную базу для принятия обоснованных управленческих решений местной исполнительной властью по дальнейшему развитию туристской отрасли Мангистауской области.

Ключевые слова: туризм, анализ, региональный туристский продукт, Мангистауская область, индустрия туризма.

Zh. Bekmurzayeva*, N. Uruzbayeva

L.N. Gumilyov Eurasian National University, Kazakhstan, Astana

*e-mail: zh.bekmurzayeva@gmail.com

Factor analysis of the regional tourism development in the Mangistau region

The modern practice of the formation and development of regional tourism makes it necessary to revise the traditional methods and tools for the destination development, and as a result, the theoretical understanding of the ongoing processes and the development of ways to increase the attractiveness of the regional tourism product. Government is developing certain tourist regions, first focusing on the most promising areas, where there is a high potential for attracting a tourist flow. One of them is Mangistau region, which is included in the top 10 tourist destinations of the country. The purpose of this study is to conduct a factorial and comparative analysis of the development of the tourism industry in Mangistau.

The following scientific methods were used during the study: content analysis, statistical data collection method and PEST analysis. As a result of the analysis, problems were identified in the development of the tourism industry in the Mangistau region, key factors and points of their influence on certain sectors of tourist recreation were identified, and recommendations were made to address existing problems and increase the attractiveness of the regional tourism product, which are presented in the final part of this article, which is the value of the study. Based on the results of the factor analysis, the authors developed a visual diagram, where the cycle of each factor shows the point of influence on a particular sector.

The measures proposed in the article, aimed primarily at unifying their own attractiveness for the tourist flow, both in the domestic and international markets, will form a scientific basis for making decisions by the local executive authorities for the future prospects of the tourism industry in the Mangistau region.

Key words: tourism, analysis, regional tourism product, Mangistau region, tourism industry.

Ж.А. Бекмурзаева*, Н.А. Урузбаева

А.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Қазақстан, Астана қ.

*e-mail: zh.bekmurzayeva@gmail.com

Маңғыстау облысында аймақтық туризмнің дамуына факторлық талдау

Аймақтық туризмді қалыптастыру мен дамытудың заманауи тәжірибесі дестинацияларды жетілдірудің дәстүрлі әдістері мен құралдарын қайта қарауды және оның нәтижесінде болып жатқан процестерді теориялық тұрғыдан түсінуді талап етеді, сондай-ақ аймақтық туризмнің тартымдылығын арттыру жолында туристік өнімдерді әзірлеуді қажет етеді. Мемлекет ең алдымен туристік ағынды тартудың әлеуеті жоғары перспективалы аймақтарға назар аударатырып, белгі бір туристік аймақтарды дамытуда. Осы өңірлердің бірі ретінде бүгінде еліміздің ең үздік 10 туристік бағытының қатарына енген Маңғыстау облысы танылады. Бұл зерттеудің мақсаты Маңғыстаудағы туристік саланың дамуына факторлық және салыстырмалы талдау жүргізу, сонымен қатар облыстың туристік өнімін қалыптастыру және дамыту бағыттарын теориялық және әдістемелік тұрғыдан негіздеу болып табылады.

Зерттеу барысында келесі ғылыми әдістер қолданылды: мазмұнды талдау, статистикалық деректерді жинау және PEST-талдау. Талдау нәтижесінде облыстың туризм саласын дамытудағы мәселелері анықталып, олардың туристік демалыстың жекелеген секторларына әсер етудің негізгі факторлары айқындалды және мәселелердің шешілу жолдары мен аймақтық туристік өнімнің тартымдылығын арттыру бойынша ұсыныстары берілді. Аталғандардың барлығы мақаланың қорытынды бөлімінде көрсетіліп, зерттеудің құндылығы болып табылады. Факторлық талдау нәтижелері бойынша авторлар визуалды диаграмманы әзірлеп, әрбір фактордың циклі белгілі бір секторға әсер ету нүктесін көрсетеді.

Мақалада ұсынылатын шаралар, ең алдымен, ішкі және халықаралық нарықта өзіндік тартымдылығын унификациялау арқылы туристік ағынды ұлғайтуға бағытталған ғылыми базаны қалыптастыру болып табылады. Аталмыш зерттеулер облыстың туризм индустриясын одан әрі жетілдіру мен дамыту бойынша жергілікті атқарушы органдардың басқару шешімдерін жасауда өз септігін тигізеді.

Түйін сөздер: туризм, талдау, аймақтық туристік өнім, Маңғыстау облысы, туризм индустриясы.

Введение

Казахстан стремится обеспечить долю туризма в ВВП не менее 8% к 2025 году (Государственная программа, 2019-2025). Тем самым, одной из основных задач Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы является формирование эффективной системы продвижения туристского потенциала страны на внутреннем и международном рынках. Учитывая последние тенденции развития туристской отрасли и роста спроса на него, приводит к росту конкуренции, где каждой туристской дестинации приходится придавать значительное внимание улучшению и совершенствованию организационно-качественных параметров своей деятельности. Государство развивает определенные туристские регионы, для начала акцентируя внимание на

наиболее перспективных направлениях, где отмечается высокий потенциал привлечения туристского потока.

Объектом нашего исследования явилась туристская отрасль Мангистауской области, которая входит в Топ-10 туристских дестинаций страны. С того момента как Мангистауский регион вошел в данный приоритетный список, началось множество работ по развитию инфраструктуры региона, тем самым, привлекая сюда внутренние и внешние инвестиции. Соответственно, на фоне создаваемых на рынке различных ассортиментных групп товаров и услуг для отдыха в данном регионе, возникает необходимость комплексного анализа динамики развития регионального туристского объекта за последнюю пятилетку (2017-2021г.г.). Ведь именно 2017 год является знаковым периодом для развития индустрии туризма в Казахстане. В этот год в столице прошла

крупная международная выставка ЭКСПО-2017, образован Комитет индустрии туризма Министерства культуры и спорта РК, а также начала свою деятельность национальная компания «Kazakh Tourism». Более того, в последующий год (2018 г.) был определен и сформирован список приоритетных направлений топ десятки туристских дестинаций.

Интерес к данной дестинации также вызван той динамикой, которую демонстрирует Мангистау в последние годы, а также его позицией в региональном рейтинге страны в области туризма. Так, например, за 2017 по 2019 годы количество въездных и внутренних посетителей в Мангистауской области возросло на 8%. И если по этому показателю регион занимал в допандемийный период 11 место по республике, то уже в 2020 году – 8 место. А среди курортных зон по этому же показателю – 4 место в 2020 году, опережая даже популярный у туристов Алаколь.

В то же время следует отметить, что несмотря на потребности практики развития регионального туризма, потенциал Мангистауской области пока еще не стал объектом пристального внимания в региональных исследованиях и, следовательно, данная проблематика является актуальной и требует своего научного осмысления.

Целью настоящего исследования является проведение факторного и сравнительного анализа развития туристской отрасли Мангистауской области, а также теоретико-методологическое обоснование направлений формирования и развития туристского продукта региона. Тем самым, статья направлена на решение следующих задач:

- изучение текущего положения развития туристской отрасли региона;
- анализ основных показателей динамики развития туризма;
- оценка факторов, влияющих на социально-экономические показатели, в том числе учитываемые все комплексные меры по развитию инфраструктуры региона;
- выявление проблем развития туристской отрасли региона;
- предложение рекомендаций и мер для формирования комплексных идей и направлений развития регионального туристского продукта.

Обзор литературы

Учитывая слабую освещенность проблемы развития туризма в Мангистауской области, нами преимущественно был сделан обзор об-

щих работ по регионалистике туризма. В частности, теоретико-методологической основой исследования явились работы по проблематике устойчивого развития регионального туризма, где поднимались вопросы поэтапного анализа разработки новых услуг (Konu, 2015), а также их продвижения [Mussina and Uruzbayeva, 2018; Hunjet et al., 2019] и взаимодействия с процессом насыщения дополнительными услугами (Муталиева и др., 2022). В последние годы произошел всплеск исследований по проблемам цифровизации туризма (Watkins et al., 2018; Buhalis and O'Connor, 2005; Pitanatri and Pitana, 2016; Del Chiappa and Baggio, 2015; Kaur, 2017; Uruzbayeva et al., 2018).

Нужно отметить, что одним из основных аспектов организации эффективной туристской деятельности является территориальная особенность региона, а именно его преимущества в инфраструктурных, экономическо-социальных, природно-экологических, историко-культурных и управленческих составляющих для создания и реализации туристского продукта и услуг (Ганский, 2013). В изученных работах были представлены отличительные особенности туристских услуг и цепочка формирования туристского продукта из услуг различных предприятий. Здесь же дается пояснение составляющим туристского потенциала крупных городов (Базарова, 2016). Ранее проводились исследования в целях определения сегментов потребностей потребителей (туристов) для обозначения востребованных туристских продуктов и выделения траектории развития туризма региона (Смыкова и др., 2019).

В ходе исследования также изучались труды зарубежных авторов, где рассматривались подходы предпринимателей к устойчивому развитию природного туризма и как их внутреннее взаимодействие влияет на потенциал развития местного туризма (Sørensen and Grindsted, 2021). Более того, стоит отметить, что во время инициирования туристского, проекта необходимо детально проанализировать текущее положение исследуемого объекта, а далее определить выборку подходов и используемых инструментов для реализации проекта уже на начальных стадиях. Ведь именно в этой стадии рассматриваются все возможные риски и пути их минимизации, определяются стратегии развития инфраструктуры региона, координируются все пути мобилизации имеющихся возможностей и ресурсов (Mwesiumo et al., 2022).

Нельзя не отметить, что большое внимание в научной литературе уделяется вопросам

повышения привлекательности, конкурентоспособности туристских дестинаций (Buhalis, 2000; Yusupov, 2019a; Yusupov, 2019b; Studzieniecki and Spiriajevas, 2019). В этих и других исследованиях прослеживается необходимость применения комплексного подхода к развитию туристских дестинаций, что, собственно, логически вытекает из комплексности и многосоставности самого туристского продукта.

Большинство авторов объединяет то, что туристская деятельность позитивно отражается на социально-экономическом развитии регионов (Kotler et al., 1993; Leick et al., 2020; Terzioglu and Gokovali, 2016 и другие).

Эти и другие научные источники позволили нам выбрать соответствующие поставленной цели подходы к проведению исследования.

Материалы и методы

Появление новой дестинации, к каковым можно отнести сегодня и Мангистаускую область, отсутствие комплексных научных исследований о ней, привело авторов к необходимости проведения контент анализа и изучению влияния дискурсивных механизмов на восприятие новых трендов выбранного объекта исследования.

В ходе исследования в статье было проанализировано текущее положение развития туристской отрасли Мангистау.

Алгоритм PEST-анализа охватывает следующие этапы:

- определение основных факторов, которые могут повлиять на уровень развития туристской дестинации и на ее конкурентоспособность в разрезе политических, экономических, социально-культурных, а также технологических групп;
- оценка вероятного влияния каждого обозначенного фактора по шкале от 1 до 3, где 1 низкое влияние и 3 большое влияние;
- определение чувствительности факторов по шкале от 1 до 5, 1 минимальная вероятность колебания и 5 максимальная вероятность. Данная процедура проводилась среди 5 (пяти) экспертов;
- вычисление среднего арифметического значения;
- составление сводной таблицы и проведение финального анализа.

В качестве гипотезы исследования выдвинуто предположение, что существуют факторы, которые в различной степени могут повлиять на уровень развития региональной туристской дестинации и на ее конкурентоспособность в разрезе политических, экономических, социально-культурных, а также технологических групп.

Таблица 1 – Выборка интервьюеров

№	Институциональный орган	Роль
1	АО «НК «Kazakh Tourism»	Исполнительный орган
2	Комитет индустрии туризма Министерства культуры и спорта РК	Координирующий орган
3	Управление туризма Мангистауской области	Объект исследования
4	Управление туризма Туркестанской области	Кейс: пример развития новой ниши
5	Управление туризма и внешних связей г. Шымкент	Кейс: пример успешного кейса по брендингу
Примечание – составлено авторами на основе проведенных интервью		

Анализ проводился путем сбора первичных и вторичных данных. Первичные данные собирались путем полуструктурированных интервью, чтобы получить четкое представление об основных аспектах развития регионального туристского продукта от основных заинтересованных сторон проекта (Таблица 1). Вторичные данные (законодательная, институциональная и оперативная аналитика) были обработаны за счет статистических по-

казателей, влияющих на динамику развития индустрии туризма:

- *описательный этап* – представление собранных данных в графическом виде.
- *аналитический этап* включает в себя систематический сбор данных по интересующим характеристикам, свод данных для обработки информации после наблюдения, а также отслеживание частоты изменений явлений методом динамических рядов.

Результаты и обсуждение

Мангыстау вошел в Топ-10 перспективных регионов страны, где основными направлениями развития были определены виды морского курорта и пляжного туризма на побережье Каспийского моря на участках города Актау до порта Курык. Еще в августе 2018 года было дано поручение выдвинуть город Актау как современный морской курорт, уделяя большое внимание развитию туризма и инженерно-транспортной инфраструктуры региона (Управление туризма Мангистауской области, 2017-2021). Поддержка Правительства Республики Казахстан укрепила возможности у местных предпринимателей для реализации новых туристских инициатив. Со-

гласно таблицам 2 и 2.1, по итогам 2017 года можно увидеть, что количество мест размещения составило 78 единиц, в которых насчитывалось 2 857 номера, при этом единовременная вместимость составляла 5 241 койко-места, где было заполнено только 21,8% мест. Ими обслужено 205 904 человек и оказано услуг на сумму 4 154 705,1 тыс.тг. За последние 5 лет, в общем, наблюдается поступательный тренд роста, где количество мест размещения выросло на 24,4%, а сумма оказанных услуг почти в 2 раза. Однако, необходимо учесть тот факт, что в период всемирной пандемии и ее ограничительных мер наблюдается спад туристского потока, и тем самым, ее последствия повлияли и на другие показатели.

Таблица 2 – Основные показатели мест размещения по Мангистауской области

Период	Кол-во мест размещения, единиц	Кол-во обслуженных посетителей, человек	Объем оказанных услуг, тыс. тенге	Индекс физического объема, в процентах	Кол-во номеров, единиц	Из них			
						апартаментов	класса люкс	стандартных номеров	без удобств
2021	97	291 931	7 250 133,2	165,1	3 785	78	852	2 508	194
2020	91	160 504	4 378 018,1	84,1	3 672	81	808	2 396	183
2019	92	222 539	5 136 245,4	103,9	3 226	81	296	2 456	194
2018	82	240 798	4 923 660,8	118,4	2 962	66	298	2 283	x
2017	78	205 904	4 154 705,1	108,8	2 857	69	292	1 937	191

Примечание – составлено авторами на основе источника (stat.gov.kz)
Условные обозначения: «x» – данные конфиденциальны

Таблица 2.1 – Основные показатели мест размещения по Мангистауской области (продолжение)

Период	Единовременная вместимость, койко-мест	Заполняемость гостиниц, в процентах		Количество сданных номеров, единиц	Предоставлено койко-суток	Средняя стоимость койко-суток, тенге
		койко-мест	номеров			
2021	7 174	23,6	26,7	291 882	417 221	12 741
2020	6 822	19,4	20,4	178 017	251 626	11 835
2019	5 811	21,0	24,3	x	333 880	11 654
2018	5 204	25,2	28,6	220 593	342 030	10 669
2017	5 241	21,8	25,7	205 159	284 629	7 331

Примечание – составлено авторами на основе источника (stat.gov.kz)
Условные обозначения: «x» – данные конфиденциальны

Как показывает статистика (таблица 2.1), спрос на казахстанские курорты и гостиничные комплексы растет. Однако, прогнозируется и рост цены за размещение и оказание услуг гостям. В региональном разрезе страны по объему оказанных туристских услуг Мангыстау занимает в рейтинге 3-е место, что в денежном эквиваленте составляет 7,03 млрд. тенге (это 12,1% доли от среднереспубликанского значения) (Управление туризма Мангистауской области, 2017-2021). В 2021 году средняя стоимость койко-мест за сутки в среднем составляла 12 741 тенге, что на 7,65% больше по сравнению с 2020 годом, и за 5 лет произошел рост в цене на 73,8% (2017 г.).

2020 год был непростым для укрепления позиции на рынке и тем более, демонстрации положительной динамики развития. В этот сложный период первым вопросом для бизнеса было остаться на плаву. Однако, Мангистауская область послужила хорошим примером, где увеличились численность занятых в малом и среднем предпринимательстве (таблица 3), привлекались

и реализовывались крупные инвестиционные проекты, а также внедрялись инновационные технологии (primeminister.kz, 2020).

Например, в рамках государственной программы поддержки и развития бизнеса «Дорожная карта бизнеса – 2025» создано 1 428 новых рабочих мест, что на 3,7 раза больше в сравнении с 2019 годом. Более того, по итогам выдачи микрокредитов на сумму 2,5 млрд. тенге было создано 599 новых рабочих мест. Такие же рабочие единицы показывали динамику роста за счет запуска инвестиционных проектов и государственных программ на местах, таких как «Нұр Капитал», «Еңбек», «Теплый пляж», «Rixos Water World Aktau» и т.д. В совокупности можно отметить, что данные действия привели к значительному улучшению бытовых условий населения (1 712 рабочих мест), увеличению производства объема обрабатывающей промышленности (0,7%), росту основного капитала области за счет инвестиций (на 2,9%), а самое главное, – усилению привлекательности региона как туристской дестинации.

Таблица 3 – Количество мест размещения и численность работников по Мангистауской области

Период	Количество мест размещения, единиц			Списочная численность работников в среднем за отчетный период, человек			
	Всего	в том числе		Всего	в том числе		
		город	село		постоянные работники	Сезонные работники	
				мужчин	женщин		
2021	97	69	28	1 703	657	1 046	4
2020	91	64	27	1 712	678	1 034	-
2019	92	64	28	1 475	498	977	8
2018	82	56	26	1 423	455	968	35
2017	78	54	24	1 363	415	948	1

Примечание – составлено авторами на основе источника (stat.gov.kz)
Условные обозначения: «-» – явление отсутствует

По официальным данным сайта primeminister.kz представлены статистические данные по мерам восстановительной экономической активности региона, где около 17 тысячи субъектов малого и микробизнеса, больше всего пострадавших от последствий пандемии, получили преференции и льготы, а 404 местным предпринимателям были погашены основные долги и представлены отсрочки по займам. Комплексные антикризисные меры включали в себя создание рабочих

мест в такой сложный период. Доказательством тому являются привлечение крупных инвестиционных проектов и ведение активных работ по развитию инженерной инфраструктуры региона, начало строительства многофункционального туристско-гостиничного комплекса, реализация проекта строительства аквапарка и бассейна, где общий объем инвестиционного портфеля составляет около 90 млрд. тенге (Управление туризма Мангистауской области, 2017-2021).

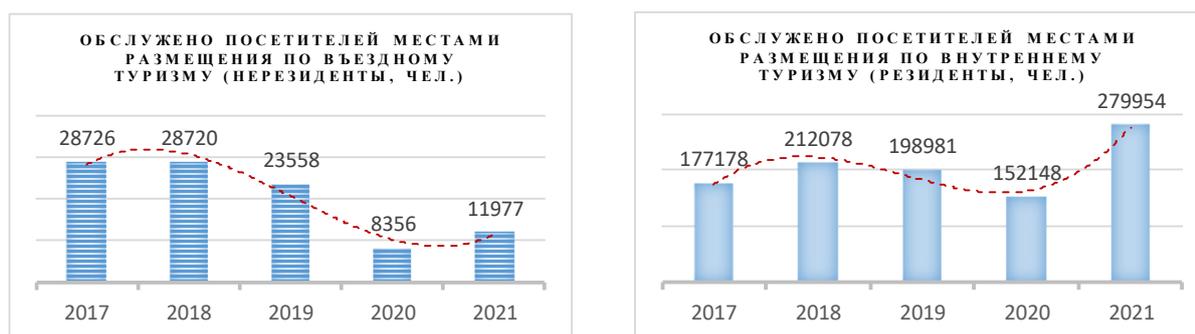


Рисунок 1 – Динамика размещения посетителей по внутреннему и въездному туризму по Мангистауской области

Примечание: составлено на основе источника stat.gov.kz

По итогам 2018 года наблюдается увеличение количества посетителей внутреннего туризма на 20% и незначительного спада въездного туризма на 0,03% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В поствыставочный период ЭКСПО-2017 не сработал эффект бабочки для Мангистауского региона, хоть и для страны в целом повлиял положительно (по республике наблюдается рост въездного туризма на 14,1%). Последующие 2 года также показывали отрицательную динамику. Согласно оценке Всемирного Банка, в 2019 году мировая экономика потерпела кризис и рост экономики замедлился до 2,6% из-за глобального сокращения торговли и инвестиций. Последствия данного события привели к крупным серьезным барьерам, препятствующих росту ВВП страны: инфляция, рост цен, сокращение объема кредитования МСБ, уменьшение притока инвестиций. Соответственно, мультипликативный эффект коснулся и благосостояния населения, что уменьшил платежеспособность потенциальных туристов (nur.kz, 2020). Далее события развивались динамично, уступив место всемирной пандемии.

Однако, инвестиционные проекты по развитию инфраструктуры региона последовательно вовлекли за собой приток туристов, особый интерес со их стороны к данной местности и в период пандемии. В 2020 году статистические данные показали, что количество посетителей, получивших услуги, составило 160 504 человек (из них, резиденты 152 148 человек, а нерезиденты 8 356 человек, рисунок 1), объем инвестиций в основной капитал в сфере туризма составил 71,8 млрд. тенге, а объем оказанных услуг местами размещения составил 3,3 млрд. тенге (primeminister.kz, 2020). Как нам известно, по-

следние пару лет существовали жесткие ограничения по выезду и въезду в страну, чем и объясняется рост размещенных гостей (резидентов) по внутреннему туризму (Рисунок 1).

Тем не менее, нужно отметить, что в постпандемийный период, координирующие местные исполнительные органы начали предпринимать меры по реанимированию туристского объекта и использовать маркетинговые инструменты по повышению интереса к региональному туристскому продукту. В 2021 году показатели по внутреннему туризму выросли на 58% по сравнению с исходными данными за 2017 год. Дела с въездным туризмом обстоят иначе: ограничительные меры по ситуации COVID-19 сыграли свою роль, в результате – по сравнению с 2017 годом показатели по въездному туризму в 2021 году отстают на 58,31%. Но при этом хочется отметить, что при сравнении 2020 года с 2021 годом есть прирост в размере 43,33%. Предполагается тенденция роста показателей в связи со снятием ограничительных мер для прибывающих иностранных граждан в страну. Как показывает практика, данный сектор экономики является очень уязвимым и попадает под влияние разных внешних факторов, а также все время требующий развития в соответствии с новыми мировыми трендами, порождаемыми спросом.

Учитывая вышеизложенное, также необходимо понимать категорию туристов, прибывающих в данную дестинацию, а именно рассмотреть их в разрезе цели пребывания: отдых или деловая поездка. На рисунке 2 наглядно иллюстрируется динамика изменений туристского потока и цель пребывания за 2017-2021г.г. При этом можно сразу понять какая категория преобладает. Среди резидентов и нерезидентов са-

мым востребованным видом является деловой туризм. Как выяснилось по графику ниже, Мангистауская область больше привлекательна для профессиональных поездок. Если в 2017 году у резидентов деловой туризм занимал 57%, то в 2019 году достиг пика, поднявшись до 71% и в 2021 году снова составлял 57%. У нерезидентов совсем иная картина, где доля занимает 80% в 2017 году и поднялась до 97% в 2021, с незначительным спадом в 2019 году до 91%. В 2020 году наблюдался спад туристов-нерези-

дентов, посетивших регион с деловыми целями на 36,8% по сравнению с предыдущим годом, что объективно обусловлено карантинными ограничениями и закрытием авиасообщения в данный период времени. Между тем, число туристов-резидентов, прибывших с личными целями возросло на 9,6%. Определенную роль в притоке отдыхающих сыграло открытие летом 2020 года первого в Казахстане отеля, работающего по системе «все включено» «Rixos Water World Aktau».



Рисунок 2 – Обслужено посетителей местами размещения по целям поездок, чел.
Примечание: составлено на основе источника stat.gov.kz

Предпочтения гостей Мангистауской области по типу их размещения классифицируется ниже (таблица 4). Стоит отметить, что издержки сбора данных ограничивают возможности выявить всю цифровую карту размещения туристского потока и проанализировать их предпочтения в выборе жилья. Исходя из данных в таблице, можно предположить, что этих позиции размещения туристов нет или они не развиты, что дает понимание тому, какие новые ниши можно рассмотреть в перспективе, а также соответствует ли данное направление тематике туристского продукта региона и формату отдыха. На сегодняшний день самым популярным местом размещения является классический тип – это гостиницы; и незначительную часть всего списка занимает небольшие домики для отдыха.

Более того, еще одной проблемой региона и государства в целом является отсутствие единого стандарта оценки качества и присвоение

звезд гостиничному комплексу. Изменения количественных данных в разрезе размещения по категориям звезд или без объясняется фактором отсутствия единой базы и стандартов качества, а именно отсутствия специализированного органа, который был бы уполномочен и квалифицирован присваивать звезды.

Суммируя вышеизложенное, авторы провели PEST-анализ для определения воздействия внешних и внутренних факторов на комплексное развитие туристской дестинации. Ведь какие бы меры не предпринимались для улучшения туристской индустрии, на динамику развития параллельно будут воздействовать определенные внешние факторы. Стоит отметить, что в настоящий момент инвестиционная привлекательность Мангистауской области возросла сразу же, как вошла в Топ-10 дестинаций государства. Финансовые вложения повлекли за собой развитие инфраструктуры региона и это способствовало расширению туристских возможностей,

таких, как например, строительство отельных комплексов. Далее на основе PEST-анализа авторы выявили факторы (таблица 5), оказываю-

щие влияние на развитие регионального туризма и зачастую определяющие ее состояние в перспективе.

Таблица 4 – Количество мест размещения по типам (единиц), Мангистауская область

Период	Всего	В том числе													
		гостиница с рестораном	гостиница без ресторана	дом отдыха	мотель	пансионат отдыха	детский лагерь	одноэтажные бунгало, сельские домики (шалы), коттеджи, небольшие домики и квартиры	трейлерные парки, развлекательные городки, охотничьи и рыболовные уголья для краткосрочного размещения	туристская база	кемпинг	туристский лагерь	прочие места размещения	из них	
															хостел
2021	97	33	43	1	-	-	4	9	-	-	x	-	6	5	
2020	91	32	38	1	-	-	4	9	-	-	x	-	6	3	
2019	92	30	39	x	-	-	5	9	-	-	x	-	x	92	
2018	82	25	37	2	-	x	5	9	-	-	-	-	x	-	
2017	78	23	37	1	-	1	5	10	-	-	-	-	1	-	

Примечание – составлено авторами на основе источника (stat.gov.kz)
Условные обозначения: «-» – явление отсутствует, «x» – данные конфиденциальны

Таблица 5 – Факторы и оценка их влияния

Описание фактора	Влияние фактора	Экспертная оценка					Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
		1	2	3	4	5		
<i>Политические факторы</i>								
Вхождение региона в Топ-10 туристской дестинации РК	2	2	4	3	4	3	3,2	0,19
Чрезмерная зависимость от центральных органов государственного управления	1	1	3	1	2	1	1,6	0,05
Визовый режим РК для иностранных граждан	3	4	3	2	4	3	3,2	0,28
Регулярность и стоимость авиасообщений	3	5	3	4	4	4	4	0,35
<i>Экономические факторы</i>								
Привлечение инвестиции	3	4	5	4	4	4	4,2	0,37
Уровень безработицы	1	4	3	4	5	4	4	0,12
Среднемесячная номинальная заработная плата одного работника	2	3	2	3	4	4	3,2	0,19
Валовый региональный продукт	1	2	2	3	2	3	2,4	0,07
СЭЗ Мангистауской области	2	3	3	2	3	4	3	0,18
<i>Социально-культурные факторы</i>								
Демография, численность населения	1	2	1	2	3	2	2	0,06
Культурное наследие региона	1	3	3	3	3	3	3	0,09

Описание фактора	Влияние фактора	Экспертная оценка					Средняя оценка	Оценка с поправкой на вес
		1	2	3	4	5		
Проблемы питьевой воды	3	4	5	4	4	4	4,2	0,37
Инфраструктура региона	3	4	4	4	4	5	4,2	0,37
Вопросы экологии	3	4	3	4	5	5	4,2	0,37
<i>Технологические факторы</i>								
Услуга сети интернет и телекоммуникаций	2	4	5	4	5	5	4,6	0,27
Цифровые технологии и оборудования в сфере обслуживания туристов	2	4	4	4	5	5	4,4	0,26
Уровень цифровой грамотности населения	1	2	3	3	4	5	3,4	0,10
Общий итог	34							
Примечание – составлено авторами на основе контент анализа								

В таблице 5 представлена степень влияния факторов и проведена оценка вероятности изменения фактора. Она позволила оценить значимые аспекты, на которые необходимо заострить внимание и контролировать положение, взвешивая силу внешних влияний факторов. Стоит отметить, что чем выше реальная значимость фактора, тем больше внимания и усилий следует уделять во избежание негативных последствий в развитии дестинации. Для процесса оценивания были привлечены эксперты из числа работников государственных органов, специалистов-практиков, научных сотрудников, потребителей туристских услуг, где были и местные жители региона. Выборка указанных факторов была определена авторами посредством контент анализа текущего положения региона. Ниже приведены описания некоторых из них.

Номинальная среднемесячная заработная плата в Казахстане в первом квартале текущего года достигла 285,4 тыс. тг., на 23,7% больше, чем годом ранее. Реальный рост покупательной способности зарплат составил 12,7%. В региональном разрезе самый высокий номинал бы зафиксирован в нефтегазовом регионе – Атырауской области: 477,9 тыс. тг., а на второй строчке расположилась Мангистауская область: 416,2 тыс. тг. Тройку лидирующих регионов дополнила столица: 366,5 тыс. тг. Среди 17 регионов страны наименьшая номинальная заработная плата указана в Северо-Казахстанской области: 203,4 тыс. тг. (dknews.kz от 27.05.2022 г.).

Демографическое положение региона указывает на стабильный рост населения. По дан-

ным за период с 2016 по 2020 годы численность населения увеличилась на 13% (93 тыс. чел.) и в 2021 году составила 719,6 тыс. чел. (Постановление Правительства, 2021). Исходя из текущей демографической ситуации и развития области в целом, ежегодно растет потребность в водообеспечении региона. По итогам оценки экспертов можно заметить, что на данный момент остро стоит вопрос обеспечения местности питьевой водой. Данный проблемный вопрос является хэдлайнером у местного исполнительного органа. Водоснабжение региона осуществляется от водовода «Астрахань-Мангышлак» и опресненной морской воды, так как источники природных подземных вод имеются в малом количестве. На сегодняшний день потребление питьевой воды составляет 149 тысяч м³ в сутки. В водообеспечении региона имеется дефицит в объеме 51 тысяча м³, а учитывая развитие региона к 2025 году, потребность будет составлять 250-260 тысяч м³, а дефицит – 100-110 тысяч м³ (Постановление Правительства, 2021).

По автомобильным дорогам местного значения из 1928 км асфальтобетонное покрытие имеют только 48 %, гравийно-щебеночное – 40,2 % и оставшиеся 10,8 % – без покрытия. Доля внутрисельских автомобильных дорог, находящихся в хорошем и удовлетворительном состоянии, составляет на сегодня лишь 24,5 %. Причинами данной ситуации являются высокая степень изношенности асфальтобетонного покрытия, несоблюдение сроков ремонта автомобильных дорог – капитальный и средний ремонт имеет эпизодический характер, недостаток средств,

выделяемых на текущий ремонт и содержание внутрисельских и внутригородских дорог (Постановление Правительства, 2021).

Следующий фактор коснулся вопроса экологии. Ни для кого не секрет, что Мангистауская область является промышленным регионом, где расположены нефтедобывающие, газоперерабатывающие заводы и горно-металлургические комбинаты. Ключевыми вопросами экологии являются нехватка полигонов для переработки и утилизации твердых бытовых отходов, увеличение количества незаконных свалок в населенных пунктах, наличие хранилища ураносодержащих

отходов химического производства «Кошкар-Ата» как источника химической опасности для здоровья населения (содержание в оголившейся (высохшей) части озера тяжелых металлов, которые разносятся ветром в городах Актау, Акшукур, Баскудук в первую очередь) (Постановление Правительства, 2021).

По итогам проведенного факторного анализа авторы разработали наглядную схему, где цикл каждого фактора показывает точку влияния на определенный сектор. В совокупности, рисунок демонстрирует причинно-следственные связи каждого блока.

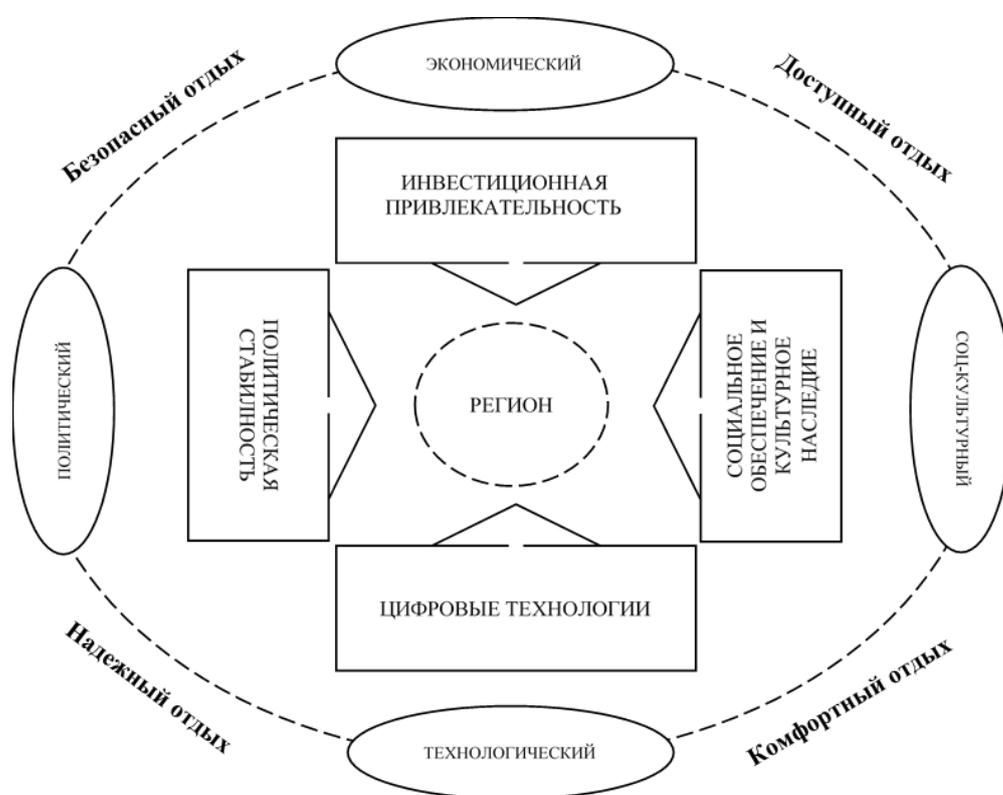


Рисунок 3 – Механизм влияния факторов и система их управления
Примечание: составлено авторами на основе PEST-анализа

Например, регулируя и управляя технологическим и социально-культурным факторами, можно будет обеспечить туристов *комфортным отдыхом*, где все услуги предоставляются через цифровые технологии (приложения, программное обеспечение, мобильная связь и интернет). Более того, политическая стабильность и экономический рост могут создать *безопасное окружение* для отдыха. А отдых может стать *доступным*, если инвестиционная привлекательность региона (которая влечет за собой инфра-

структурное развитие местности, увеличение рабочих мест, тем самым, минимизируя уровень безработицы) повысит социальное положение населения. В совокупности, положительный исход работы данного механизма в перспективе создадут мультипликативный эффект для обеспечения привлекательности дестинации для туристов.

Таким образом, PEST-анализ позволил определить основные факторы, влияющие на развитие регионального туризма Мангистауской

области в качестве привлекательной туристской дестинации и охарактеризовать степень положительного или негативного влияния, что и подтверждает гипотезу, выдвинутую авторами. Кроме того, данный анализ позволил выработать предложения и меры по улучшению текущей ситуации, которые представлены в заключительной части данной статьи.

Здесь же, необходимо напомнить важность взаимодействия государства с бизнесом. Ведь только совместная коллаборация может дать выхлоп всем инициативам, т.е. действовать сообща, внося вклад в развитие туристской индустрии региона.

Так, в результате последовательных действий государственных органов совместно с частными предпринимателями для приезжающих туристов:

- появляются новые объекты для отдыха и развлечений;
- развивается инфраструктура города и региона в целом;
- формируются тематические туры;
- ведутся работы по реконструкции и/или строительства новых гостиничных комплексов;
- создаются системы электронного резерва и входят в мировые системы резервации как booking.com и tripadvisor.

Несомненно, работа таких организаций вносит значимый вклад в развитие регионального туризма. Однако, как мы понимаем, помимо ожидаемого уровня и качества предоставляемых услуг, также остаются открытыми вопросы конкретизации понятия «региональный туристский продукт» Мангистауской области, увеличения объемов туристского потока и сведения до минимума количественной разницы между иностранными посетителями, приехавшими по бизнесу и отдыхающими.

Заключение

Как показал анализ текущего положения, в регионе требуется определение унификации собственной привлекательности для туристского потока, как на внутреннем, так и на международном рынках. Ведь раскрытие и обоснование специфики данного региона в дальнейшем поспособствуют проектированию классификации туристских продуктов. Тем не менее, результаты проведенного анализа показывают, что привлечение инвестиций для развития инфраструктуры региона привело к незначительному росту внутреннего и внешнего туристского потока.

В ходе исследования были выявлены следующие проблемы, для решения которых авторами предлагаются некоторые рекомендации:

– Необходимость создания региональной карты туристификации. Здесь значимую роль будет играть комплексное функционирование визит центра региона (24/7), а именно:

а) разработка и продвижение туристских продуктов региона;

б) мониторинг качества оказания услуг (здесь было бы вполне уместно и нужно внедрить управление цепочкой продаж Supply Chain Management, что дает возможность видеть общую картину развития процесса. Например, международные туроператоры → Мангистау визит-центр → туроператоры Мангистау → Отель, ресторан, гиды, сувенирные магазины, ремесленники).

в) внедрение международных стандартов сервиса (отсюда вытекает необходимость курсов повышения квалификации, привлечение службы старших сеньоров-менторов для менти);

г) организация онлайн магазина брендированных сувениров;

д) возможность подписания коммерческих контрактов;

е) разработка нишевых инвестиционных проектов;

ё) проведение открытых рейтингов гостиниц и ресторанов.

– Определение и фиксация местного регионального туристского продукта, а именно уточнение и конкретизация понятия «региональный туристский продукт». Это смягчит задачу по организации распространения информации и эффективно оптимизирует весь поставленный бизнес-процесс по созданию карт, брошюр, цифровых носителей. По выявленным направлениям легче будет готовить и проводить аккредитацию и экзаменацию (реестр) гидов, делать сбор информации о туристских достопримечательностях, создавать туристско-ориентированную среду среди частных и государственных учреждений в смежных отраслях (медицина, таможня, пограничная служба, пункты общественного питания и т.д.), предоставлять обученных волонтеров для проведения событийных мероприятий, продвигать коммерциализированный бренд региона, проводить роуд-шоу и выставки, и даже сделать передислокацию ежегодных событий в город Актау (например, кинофестивали: эпизоды фильмов, которые снимаются на территории данного региона).

– Ведение полного учета и сбора статистических данных для проведения полного анализа текущего положения. Комплексное научное исследование всех применяемых мер по развитию туризму может наглядно определить сильные и слабые стороны туристской дестинации, как например, какой вид регионального туристского продукта имеет спрос, на какие страны больше ориентироваться для привлечения туристского потока, по какому направлению разрабатывать стратегию распространения и продвижения турпродукта и т.д. В ходе исследования научного объекта и

работы со сбором данных возникали трудности из-за отсутствия некоторых показателей (в таблицах были отмечены как «х, -»). Считаем, что полное использование приложения e-Qонақ (разработка АО «НК Kazakh Tourism») по назначению и его точное функционирование могут облегчить данную задачу и привести к более точным результатам проводимых исследований.

Предполагается, что вышеприведенные рекомендации авторов могут увеличить эффективность проводимых мер по развитию туристской отрасли в данном регионе.

Литература

- Buhalis D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Buhalis D., O'Connor P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism Recreation Research*, 30:3, 7-16.
- Del Chiappa G., Baggio R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), 145-150.
- Hunjet A., Kozina G., Vukovic D. (2019). Stakeholder dialogue in the development of sustainable tourist destinations, cross-border tourist destinations in Europe – genesis, essence and promotion. 46th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Sustainable Tourist Destinations”, Varazdin, 24-25 October, 386-397.
- Kaur G. (2017). The importance of digital marketing in the tourism. *International Journal of Research Granthaalayah*, 5, 72-77.
- Konu H. (2015). Developing nature-based tourism product with customers by utilizing the Delphi methods. *Tourism Management Perspectives*, 14, 42-54.
- Kotler P., Haider D., Rein, I. (1993). *Marketing places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states, and nations.* Maxwell Macmillan Int, New York, 388.
- Leick B., Schewe T., Kivedal B.K. (2020). Tourism development and border asymmetries: an exploratory analysis of market-driven cross-border shopping tourism. *Tourism Planning & Development*, 1-26.
- Mussina K., Uruzbayeva N. (2018). M97 Marketing communications in tourism. L.N. Gumilyov Eurasian National University, 1184.
- Mwesiumo D., Halfdanarson J., Shlopak M. (2022). Navigating the early stages of a large sustainability-oriented rural tourism development project: Lessons from Træna, Norway. *Tourism Management*, 89(104456).
- Pitanatri P.D.S., Pitana I.G. (2016). Digital marketing in tourism: The More Global, The More Personal. *International Tourism Conference: Promoting Culture and Heritage Culture*, 116-125.
- Sørensen F., Grindsted T.S. (2021). Sustainability approaches and nature tourism development. *Annals of Tourism Research*, 91(103307).
- Studzieniecki T, Spirajewas E. (2019). Cross-border tourist destinations in Europe – genesis, essence and promotion. 46th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Sustainable Tourist Destinations”, Varazdin, 24-25 October, 341-353.
- Terzioglu M., Gokovali U. (2016). Economic linkages and leakages in the hotel industry: The first empirical evidence from Turkey. *Tourism Economics*, 22(4), 715-728.
- Uruzbayeva N., Nassanbekova S., Zapatero M. (2018). Social aspects of tourism sphere digitalization. *Вестник ПГУ, Серия Гуманитарная*, 4, 202-208.
- Watkins M., Ziyadin S., Imatayeva A., Kurmangalieva A., Blembayeva A. (2018). Digital tourism as a key factor in the development of the economy. *Economic Annals XXI*, 169(1-2), 40-45.
- Yusupov G.M. (2019b). Strategic planning of tourism activities and socio-economic development of the border region. *Белорусский Экономический журнал*, 3, 145-155.
- Yusupov G.M. (2019a). Problems of managing socio-economic development of the tourism destination. *Tourism and hospitality studies International journal*, 3, 46-61.
- Базарова Г.Е. (2016). Исследование туристского потенциала Мангистауской области. *Молодой ученый*, 29(133), 360-363.
- Бюро национальной статистика Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан (за периоды 2017-2021 г.г.), <https://www.stat.gov.kz/>

- Ганский В.А. (2013). Теоретико-методологические аспекты оценки туристско-экскурсионного потенциала региона. Ре-
позиторий Полоцкого государственного университета, УДК 338.48(075).
Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 г.г.
ГУ Управление туризма Мангистауской области (статистические данные управления за периоды 2017-2021 г.г.).
Муталиева Л.М., Сейдуалин Д.А., Акишева А.С. (2022). Т88 Туроперейтинг: учебник. Министерство образования и
науки Республики Казахстан, Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева, 339.
Официальный информационный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан, <https://www.primeminister.kz/>
Официальный информационный ресурс, <https://www.dknews.kz/> от 27.05.2022 г.
Официальный информационный ресурс, <https://www.nur.kz/>
Постановление Правительства Республики Казахстан от 04.11.2021 г. №784 (ред. от 02.02.2022 г.). Об утверждении
Комплексного плана социально-экономического развития Мангистауской области на 2021-2025 годы.
Смыкова М.Р., Плохих Р.В., Никифорова Н.В. (2019). Исследование состояния спроса и ожиданий потребителей в сфе-
ре туризма Мангистауской области. Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса, Т.5(2), 46-59.

References

- Bazarova G.E. (2016). Issledovanie turistskogo potenciala Mangistauskoj oblasti [Study of the tourism potential of the Man-
gistaou region]. *Molodoj uchenyj*, 29(133), 360-363.
Bjuro nacional'noj statistika Agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan (za periody 2017-
2021 g.g.) [Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic planning and reforms of the Republic of Kazakhstan (for the
periods 2017-2021)], <https://www.stat.gov.kz/>
Buhalis D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
Buhalis D., O'Connor P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism Recreation Research*,
30:3, 7-16.
Del Chiappa G., Baggio R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: analyzing the effects of a network
structure. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), 145-150.
Ganskij V.A. (2013). Teoretiko-metodologicheskie aspekty ocenki turistsko-jekskursionnogo potenciala regiona [Theoretical
and methodological aspects of assessing the tourist and excursion potential of the region]. *Repozitorij Polockogo gosudarstvennogo
universiteta*, УДК 338.48(075).
Gosudarstvennaja programma razvitija turistskoj otrasli Respubliki Kazahstan na 2019-2025 g.g. [State Programme for the
development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025].
GU Upravlenie turizma Mangistauskoj oblasti (statisticheskie dannye upravlenija za periody 2017-2021 g.g.) [State institution
for the Tourism Department of the Mangistaou region (data for 2017-2021)].
Hunjet A., Kozina G., Vukovic D. (2019). Stakeholder dialogue in the development of sustainable tourist destinations, cross-
border tourist destinations in Europe – genesis, essence and promotion. 46th International Scientific Conference on Economic and
Social Development – “Sustainable Tourist Destinations”, Varazdin, 24-25 October, 386-397.
Kaur G. (2017). The importance of digital marketing in the tourism. *International Journal of Research Granthaalayah*, 5, 72-77.
Konu H. (2015). Developing nature-based tourism product with customers by utilizing the Delphi methods. *Tourism Management
Perspectives*, 14, 42-54.
Kotler P., Haider D., Rein, I. (1993). *Marketing places. Attracting investment, industry and tourism to cities, states, and nations.*
Maxwell Macmillan Int, New York, 388.
Leick B., Schewe T., Kivedal B.K. (2020). Tourism development and border asymmetries: an exploratory analysis of market-
driven cross-border shopping tourism. *Tourism Planning & Development*, 1-26.
Mussina K., Uruzbayeva N. (2018). M97 Marketing communications in tourism. L.N. Gumilyov Eurasian National University,
1184.
Mutaliev L.M., Sejdualin D.A., Akisheva A.S. (2022). Т88 Туроперейтинг: учебник [Touroperating: book]. Министерство
образования и науки Республики Казахстан, Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева, 339.
Mwesiumo D., Halfdanarson J., Shlopak M. (2022). Navigating the early stages of a large sustainability-oriented rural tourism
development project: Lessons from Træna, Norway. *Tourism Management*, 89(104456).
Oficial'nyj informacionnyj resurs [Official website], <https://www.nur.kz/>
Oficial'nyj informacionnyj resurs [Official website], <https://www.dknews.kz/> от 27.05.2022 г.
Oficial'nyj informacionnyj resurs Prem'er-Ministra Respubliki Kazahstan [Official website of the Prime Minister of the
Republic of Kazakhstan], <https://www.primeminister.kz/>
Pitanatri P.D.S., Pitana I.G. (2016). Digital marketing in tourism: The More Global, The More Personal. *International Tourism
Conference: Promoting Culture and Heritage Culture*, 116-125.
Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan [Decree of the government of the Republic of Kazakhstan] от 04.11.2021 г.
№784 (ред. от 02.02.2022 г.). Об утверждении Комплексного плана социаль'но-экономического развития Мангистауской области на

2021-2025 gody [On approval of the Comprehensive Plan for the socio-economic development of the Mangistau region for 2021-2025].

Smykova M.R., Plohih R.V., Nikiforova N.V. (2019). Issledovanie sostojanija sprosa i ozhidaniy potrebitelej v sfere turizma Mangistauskaj oblasti [Study of the state of demand and consumer expectations in the field of tourism in the Mangistau region]. Nauchnyj rezul'tat. Tehnologii biznesa i servisa, T.5(2), 46-59.

Sørensen F., Grindsted T.S. (2021). Sustainability approaches and nature tourism development. *Annals of Tourism Research*, 91(103307).

Studzieniecki T, Spirajevs E. (2019). Cross-border tourist destinations in Europe – genesis, essence and promotion. 46th International Scientific Conference on Economic and Social Development – “Sustainable Tourist Destinations”, Varazdin, 24-25 October, 341-353.

Terzioglu M., Gokovali U. (2016). Economic linkages and leakages in the hotel industry: The first empirical evidence from Turkey. *Tourism Economics*, 22(4), 715-728.

Uruzbayeva N., Nassanbekova S., Zapatero M. (2018). Social aspects of tourism sphere digitalization. *Vestnik PGU, Serija Gumanitarnaja*, 4, 202-208.

Watkins M., Ziyadin S., Imatayeva A., Kurmangalieva A., Blembayeva A. (2018). Digital tourism as a key factor in the development of the economy. *Economic Annals XXI*, 169(1-2), 40-45.

Yusupov G.M. (2019a). Problems of managing socio-economic development of the tourism destination. *Tourism and hospitality studies International journal*, 3, 46-61.

Yusupov G.M. (2019b). Strategic planning of tourism activities and socio-economic development of the border region. *Belorusskij Jekonomicheskij zhurnal*, 3, 145-155.