

Казахстанско-Американский Свободный Университет

УДК 338.486:001(574.42)(043.3)

На правах рукописи

МАНТЕЛЬ РЕНАТА ХАБИБОЛЛАЕВНА

Менеджмент международного туризма в Казахстане

6D050700 – Менеджмент

Диссертация на соискание ученой степени
доктора философии (PhD)

Отечественный научный консультант
доктор экономических наук
Кайгородцев А.А.

Зарубежный научный консультант
Хоутон Д., Ph.D.

Республика Казахстан
Усть-Каменогорск, 2013

СОДЕРЖАНИЕ

ОПРЕДЕЛЕНИЯ.....	4
ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ	6
ВВЕДЕНИЕ	7
1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМ ТУРИЗМОМ В СИСТЕМЕ МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ.....	14
1.1 Категориальный аппарат сферы управления туризмом.....	14
1.1.1 Туризм: общие положения.....	14
1.1.2 Международный туризм	27
1.1.3 Внутренний туризм.....	29
1.2 Гражданско-правовые договоры в сфере международного туризма	32
1.3 Международный туризм и его роль в развитии национальной экономики ..	40
2 СОСТОЯНИЕ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	51
2.1 Республика Казахстан на мировом рынке туристских услуг.....	51
2.1.1 Анализ развития туризма в Республике Казахстан.....	51
2.1.2 Анализ современного состояния въездного туризма в Казахстане.....	56
2.2 Нормативно-правовые основы управления и развития туризма в Республике Казахстан и направления их совершенствования.....	63
2.3 Предпосылки возрождения и приоритеты развития регионального туризма	68
2.3.1 Туристско-рекреационные зоны Казахстана как географические и конкурентные единицы	68
2.3.2 Современные тенденции управления и развития международного туризма в Республике Казахстан и факторы, их определяющие.....	75
2.3.3 Анализ развития въездного туризма в Восточно-Казахстанской области.	90
3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ	96
3.1 SWOT-анализ Восточно-Казахстанской области как туристского региона .	96
3.2 Разработка рекомендаций по совершенствованию стратегического управления развитием туризма в Восточно-Казахстанской области	110
3.3 Разработка рекомендаций по развитию въездного туризма в Казахстане ..	119
3.4 План повышения международной туристской привлекательности Восточно- Казахстанской области и алгоритм ее формирования.....	134
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	148
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	152

ПРИЛОЖЕНИЯ.....	161
------------------------	------------

ОПРЕДЕЛЕНИЯ

В настоящей диссертации применяют следующие термины с соответствующими определениями.

Туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха, оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте

Маркетинг – (от англ. market – рынок, сбыт) – комплексная система организации производства и сбыта продукции, ориентированная на удовлетворение потребностей потребителей и получение прибыли на основе исследования и прогнозирования рынка.

Национальная экономика – это экономика определенной страны, конкретного государства, рассматриваемая как целостная хозяйственная, социальная, организационная система, обладающая совокупным экономическим потенциалом, включающим природно-экологическую, трудовую, производственную, научно-техническую и технико-технологическую, информационно-управленческую, финансовую составляющие, функционирующая в условиях государственного управления и регулирования, муниципального самоуправления, рыночных отношений.

Рекреационная зона – специально выделяемая территория в пригородной местности или в городе, предназначенная для организации мест отдыха населения и включающие в себя парки, сады, городские леса, лесопарки, пляжи, иные объекты.

Трансграничная поставка – это ситуация, когда через границу перемещается только услуга, а не продавец или покупатель.

Тур – комплекс услуг по размещению, перевозке, питанию туристов, а также услуги экскурсионные, гидов-переводчиков и другие услуги, предоставляемые в зависимости от целей путешествия.

Турист – гражданин, посещающий страну (место) временного пребывания в оздоровительных, познавательных, профессионально-деловых, спортивных, религиозных и иных целях без занятия оплачиваемой деятельностью в период от 24 часов до 6 месяцев подряд или осуществляющий не менее одной ночевки.

Туристический продукт – право на тур, предназначенное для реализации туристу.

Туристское агентство (travel agency) – это розничная фирма, выступающая посредником между обслуживаемыми предприятиями или туроператорскими фирмами, с одной стороны, и клиентами-туристами – с другой.

Туроператорская фирма (tour operator) – это туристская оптовая фирма, выступающая посредником между предприятиями туристской индустрии и турагентствами.

Услуги – это разнообразные виды деятельности, не имеющие материального носителя в явном виде.

Франшиза – совместные права промышленной и интеллектуальной собственности на торговые марки и товарные знаки, наименования фирм, на авторские права, конструкторские разработки, "ноу-хау" или патенты, которые должны использоваться для реализации продукции или оказания услуг конечным потребителям.

Экотуризм – путешествия к относительно неискаженным или незагрязненным областям с уникальными природными объектами.

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

ВТА – British Tourist Authority
IUOTO – Union of Official Travel Organization
OSCE – Organization for Security and Cooperation in Europe
WTTC – Travel and Tourism Council
ВНП – валовой национальный продукт
ВСПТ – Всемирный Совет Путешествий и Туризма
ВТО – Всемирная Туристская Организация
ГК РФ - Гражданский Кодекс Российской Федерации
ИРЦЭ – Информационно-Ресурсный Центр Экотуризма
МВФ – Международный валютный фонд
МСОТО – Международный союз официальных туристских организаций
ОБСЕ – Организация по безопасности и сотрудничеству в Европе
ООН – Организация Объединенных Наций
ООПТ – особо охраняемые природные территории
ТЭУ - туристско-экскурсионные управления
ЮНВТО – Всемирная туристская организация
ЮНЕСКО – Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры
ЮНИСЕФ – международный чрезвычайный фонд помощи детям Организации Объединённых Наций.

ВВЕДЕНИЕ

Общая характеристика диссертационного исследования

В условиях постиндустриального развития мировой экономики и усиления процессов активной глобализации экономического, политического, социального и культурного пространств международный туризм выдвигается вперед, становясь одной из ведущих и динамично развивающихся отраслей мировой экономики и важным сегментом мирового рынка.

Во многих странах мира международный туризм вносит значительный вклад в формирование валового внутреннего продукта (ВВП), является источником валютных поступлений в бюджет страны, повышает уровень занятости населения, способствует активизации внешнеторгового баланса, а также служит средством улучшения уровня жизни общества и повышения уровня благосостояния стран в целом. Воздействуя на такие ключевые отрасли, как связь, транспорт, строительство, сельское хозяйство, производство потребительских товаров, экономика, внутренняя и внешняя политика, «туризм выступает своеобразным катализатором развития всего социально-экономического пространства страны» [1].

Актуальность темы исследования

Республика Казахстан, занимая стратегически важное положение на границе Европы и Азии, обладает значительным туристско-рекреационным потенциалом, на сегодня практически не освоенным. Это является причиной того, что на мировом рынке туристских услуг страна занимает незначительное место, обслуживая всего около 1% мирового туристского потока, и это при том, что ее потенциальные туристские возможности позволяют ежегодно принимать до 40 млн. иностранных туристов, что намного превышает показатель, приводимый данными по статистике в настоящее время – 7,4 млн. человек. Однако нужно заметить, что это возможно лишь при соответствующем уровне развития туристской индустрии.

Процесс целенаправленной интеграции Республики Казахстан в мировое экономическое пространство активизирует бурное развитие выездного туризма, положительно влияет на увеличение потока въездного туризма в страну, а также способствует тому, что туризм постепенно превращается в одну из самых перспективных и динамично развивающихся отраслей национальной экономики и бизнеса.

В то же время необходимо отметить тот факт, что международная туристская привлекательность Казахстана с точки зрения развития международного въездного туризма отличается значительной дифференцированностью.

Связь работы с планом государственных научных программ

Данная диссертационная работа содержит актуальное исследование состояния международного туризма как формы внешнеэкономической деятельности экономических субъектов Республики Казахстан, а также разработки предложений по повышению и рациональному использованию его эффекта для экономического, социального и культурного развития отдельных

регионов Казахстана и страны в целом в соответствии с Программой развития перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2010-2014 годы, а также может служить вкладом в разработку долгосрочной отраслевой программы развития туризма в Казахстане до 2020 года.

Степень разработанности проблемы

Анализ работ в области теории и практики развития международного туризма показал, что в настоящее время существуют определенные предпосылки в данной области научных исследований в виде решений международных организаций, трудов отечественных и зарубежных ученых и практиков.

Туризм как форма экономической деятельности страны, представленная в виде международной торговли услугами, и его роль и значение в социально-экономическом развитии страны раскрыта в трудах Е.Ф. Авдокушина, Е.С. Акоповой, А.Ю. Александровой, А.П. Дурович, М.Б. Биржакова, К. Кац, А.П. Киреева, Ф. Котлера, Б.Д. Марковой, Н.К. Моисеевой, Дж. Мейкенза, Е.П. Пузаковой, В.Е. Рыбалкина, В.С. Сенина, И.П. Фаминского, Г. Харриса, и др.

Большой вклад в исследование экономики туризма внесли работы таких авторов, как А.Ю. Александрова, В. Арчер, А.И. Балабанов, И.Т. Балабанов, В.Г. Гуляев, М.А. Жукова, Г.А. Карпова, В.А. Квартальнов, Г.Б. Клейнер, С. Оуэн, Г.А. Папирян, В.И. Самофалов, В.С. Сенин, Е.Е. Филипповский, А.Д. Чудновский, Л.В. Шмарова, Г.А. Яковлев, и др.

Региональный аспект развития туризма подробно исследован в трудах Г.П. Долженко, Т.А. Ирисовой, В.А. Исаева, В.А. Морозова, Б. Осадина, А.М. Риша, О.Н. Туманова, А. Умнова и др.

Организационно-правовые положения туристской деятельности анализировались в исследованиях М.Б. Биржакова, Н.И. Волошина, В.С. Новикова, И. Образцовой, Ю.С. Пономарева, Т.М. Сергеевой, А.А. Терещенко, И.А. Чеботаревой и др.

Вопросами менеджмента в туризме занимались такие исследователи, как Ю.П. Анискин, Дж. Боуэн, Е.Н. Ильина, Н.В. Исаева, М.А. Жукова, Дж. Мейкенз, Н.И. Кабушкин, Ф. Котлер, Л.И. Лукичева, Н.К. Моисеева, А.Д. Чудновский и др. Также представляют собой большой интерес учебные пособия и исследования казахстанских авторов, таких как Вуколов В.Н., Ермавлетов С. Р., Сураганова С.К.

Несмотря на имеющуюся значительную теоретико-методологическую базу, исследуемый в диссертации аспект развития международного туризма как формы внешнеэкономической деятельности регионов Казахстана является слабо изученным и предлагает широкие возможности для авторских новаций, теоретического осмысления и методологического обоснования путей повышения международной туристской привлекательности нашей страны.

Цель и задачи исследования

Целью диссертационной работы является анализ теоретико-методологических представлений о роли управления международным туризмом в системе мировой, национальной и региональной экономики, выявление тенденций и проблем развития международного туризма как формы

международной торговли услугами страны и внешнеэкономической деятельности ее регионов, а также разработка научно-обоснованных методических и прикладных рекомендаций по повышению международной привлекательности туристических регионов Республики Казахстан.

Поставленная цель предопределила решение следующих *задач*:

- структурировать и выявить современные тенденции развития основных сегментов международного рынка туристских услуг;
- исследовать место, функции и значение международного туризма в системе национальной экономики;
- провести сравнительный анализ туристских регионов Казахстана с целью выявить современные тенденции развития международного туризма (въездного и выездного) в Республике Казахстан и факторы, их определяющие;
- исследовать динамику и тенденции развития международного (въездного и выездного) туризма как формы внешнеэкономических связей Восточно-Казахстанской области;
- провести конкурентный и SWOT-анализ туристской отрасли Восточно-Казахстанской области для выявления основных проблем ее развития и разработки комплекса мероприятий по повышению международной привлекательности Восточно-Казахстанской области как туристского региона;
- предложить рекомендации по повышению конкурентоспособности Казахстана и, в частности, Восточно-Казахстанской области как туристского региона.

Объектом исследования туристическая отрасль Казахстана как специфическая форма внешнеэкономической активности страны и ее регионов.

Предмет исследования - состояние, тенденции, проблемы и направления развития международного (въездного) туризма как формы внешнеэкономической деятельности Республики Казахстан.

Научная новизна результатов исследования заключается в теоретико-методологическом обобщении и развитии представлений о международном туризме как форме внешнеэкономической активности страны и ее областей в системе международной торговли услугами, способной стать эффективным средством их экономического, социального, образовательного, культурного развития, в выработке научно обоснованных направлений повышения международной туристской привлекательности регионов Республики Казахстан на примере Восточно-Казахстанской области в условиях интеграции страны в мировое хозяйство.

К конкретным результатам диссертационного исследования, обладающим научной новизной, относятся следующие:

- Авторская трактовка категории «туризм» как вида деятельности (бизнеса) и как способа проведения свободного времени людьми, что позволило углубить комплексное теоретическое представление о содержании и системе экономических отношений, возникающих между производителями и потребителями туристских услуг;

– Проведена сегментация мирового рынка туристских услуг, основанная на понимании понятия «туристский регион» как категории мегауровня (мировой экономики), макроуровня (национальной экономики), мезоуровня (туристско-рекреационных регионов страны) и микроуровня (краев, областей, городов);

– Выявлена позиция Республики Казахстан и ее туристских регионов, включая Восточно-Казахстанскую область, на мировом рынке туристских услуг на основе его сегментации;

– Расширено понимание функций международного туризма в системе национальной экономики за счет включения в их число (помимо рекреационной и экономической функций) гуманитарной, которая способствует развитию международных экономических, культурных, научных, образовательных и других отношений;

– Разработана программа «План повышения международной туристской привлекательности Восточно-Казахстанской области и алгоритм ее формирования», нацеленная на решение следующих проблем, выявленных в результате проведенного SWOT-анализа: необходимость совершенствования материально-технической базы и инфраструктуры региона, улучшения научного и кадрового обеспечения туристской сферы, разработки региональной маркетинговой стратегии в сфере туризма, совершенствования управления туристской отраслью в Восточно-Казахстанской области, улучшения экологической обстановки в регионе, что усилит конкурентные позиции Восточно-Казахстанской области на мировом рынке туристских услуг и увеличит социально-экономический эффект от развития международного туризма в регионе;

– Разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности Казахстана и, в частности, Восточно-Казахстанской области как туристского региона.

Теоретическая значимость исследования состоит в дальнейшем развитии теоретико-методологических представлений о международном туризме как форме внешнеэкономической деятельности региона в процессе интеграции страны в систему международной торговли услугами и его интегральной роли в социально-экономическом развитии национальной и региональной экономик; в выявлении современных тенденций развития международного рынка туристских услуг на мега-, макро-, мезо-, микроуровнях, а также в разработке концептуальных и модельных подходов к формированию региональных программ повышения международной туристской привлекательности субъектов и административно-территориальных образований РК.

Практическая значимость исследования. Положения и выводы диссертации, относящиеся к разработке теоретических и методических основ повышения международной туристской привлекательности Восточно-Казахстанской области, могут быть использованы государственными органами

власти при разработке программ и концепций развития туризма в целом и международного туризма в частности.

Основные положения диссертационного исследования, касающиеся анализа категориального аппарата туристской отрасли, современных проблем, перспектив и тенденций мирового и казахстанского рынков туристских услуг, могут быть включены в содержание учебных курсов «Международная экономика», «Мировая экономика и международные экономические отношения», а также использованы научными работниками и аспирантами, занимающимися исследованием проблем развития международного туризма на уровне мировой, национальных и региональных экономик.

Личный вклад автора заключается в разработке программы «План повышения международной туристской привлекательности Восточно-Казахстанской области и алгоритм ее формирования», нацеленной на решение ряда проблем, выявленных в результате проведенного SWOT-анализа, решение которых повысит конкурентоспособность Восточно-Казахстанской области на мировом рынке туристских услуг и увеличит социально-экономический эффект от развития международного туризма в регионе.

Теоретической и методологической основой диссертационного исследования послужили положения, концепции и гипотезы, содержащиеся в трудах отечественных и зарубежных ученых о международном туризме как специфической форме международной торговли услугами, его современных особенностях, роли в социально-экономическом развитии страны и ее регионов, а также значения туризма как приоритетной отрасли развития экономики Республики Казахстан.

Инструментарно-методический аппарат исследования. Для решения поставленных задач использовались методы абстрагирования и функционально-структурного анализа и синтеза, восхождения от абстрактного к конкретному, графических интерпретаций, концептуальные положения системного подхода и анкетного опроса как метода маркетингового исследования.

Обработка данных производилась с использованием программных продуктов Microsoft Office.

Информационно-эмпирическую базу диссертационного исследования составили статистические, информационные и аналитические данные Всемирной торговой организации, Всемирной туристской организации, Всемирного совета по туризму и путешествиям, Организации экономического сотрудничества и развития, ЮНКТАД, Госкомстата Российской Федерации, Министерства Республики Казахстан по физической культуре, спорту и туризму, монографии, статьи, научные отчеты, размещенные на Web-страницах ведущих научно-исследовательских центров, вузов и издательств Казахстана, России и ближнего и дальнего зарубежья, материалы научных семинаров и конференций, законодательные и другие нормативные документы государственных органов власти Республики Казахстан и ее субъектов, а также материалы Немецкого Литературного Архива, г. Марбах, Германия (Deutsches Literaturarchiv, Marbach am Neckar, Deutschland); Саксонского Государственного

Архива, г. Дрезден, Германия (Sächsisches Staatsarchiv, Dresden, Hauptstaatsarchiv, Deutschland); Библиотеки Фонда Розы Люксембург, г. Дрезден, Германия (Bibliothek der Rosa-Luxemburg-Stiftung Sachsen, Dresden, Deutschland); городской библиотеки г. Дрезден, Германия (Städtische Bibliothek Dresden, Deutschland), а также Библиотеки Технического Университета г. Дрезден, Германия (Sächsische Landesbibliothek - Staats- und Universitätsbibliothek, Dresden, Deutschland).

Рабочая гипотеза диссертационного исследования базируется на понимании интегральной роли международного туризма в экономической, социальной, гуманитарной, экологической, культурной областях в мировой, национальных и региональных экономиках, вследствие чего возрастает значение активизации развития международного туризма как формы внешнеэкономической деятельности регионов Республики Казахстан, в частности Восточно-Казахстанской области, что требует разработки теоретико-методических основ повышения ее международной привлекательности как туристского региона.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

– Определение места Республики Казахстан и ее регионов с высоким туристическим потенциалом, в том числе Восточно-Казахстанской области, на мировом рынке туристских услуг на основании концепта «туристский регион» в категориях мега-, макро, мезо- и микроуровня как основы сегментации мирового рынка туристских услуг;

– Расширение спектра функций международного туризма в системе национальной экономики путем включения в их число гуманитарной функции, стимулирующей развитие международных экономических, культурных, научных, образовательных и других отношений;

– Определение приоритетных направлений международного въездного туризма для туристско-рекреационных зон РК путем учета их природно-географических, климатических и других особенностей: познавательный, деловой, круизный, туризм в Северном Казахстане; пляжный, рекреационный, деловой, круизный туризм в Западном; познавательный, деловой, оздоровительный туризм в Центральном; санаторно-курортный, оздоровительный, спортивный, религиозный туризм в Южном Казахстане; и экологический, спортивный, деловой туризм в Восточном Казахстане, что необходимо для диверсификации направлений интеграции РК в мировой рынок туристских услуг и повышения эффективности государственной политики в сфере туризма;

– Результаты конкурентного анализа туристско-рекреационной привлекательности Восточно-Казахстанской области;

– «План повышения международной туристской привлекательности Восточно-Казахстанской области и алгоритм ее формирования», нацеленный на решение проблем, выявленных в результате проведенного SWOT-анализа, решение которых позволит укрепить конкурентные позиции Восточно-Казахстанской области на мировом рынке туристских услуг и увеличить

социально-экономический эффект, приносимый развитием международного туризма в регионе;

– Рекомендации по повышению конкурентоспособности Казахстана и, в частности, Восточно-Казахстанской области как туристского региона.

Апробация результатов исследования. Основные положения и этапные результаты диссертационного исследования обсуждались и были одобрены на региональных и международных научно-практических конференциях в Праге, Софии, Пржемысле, Актау, Москве, Усть-Каменогорске и отражены в публикациях автора.

Публикации

Основные результаты диссертационного исследования изложены в 14 опубликованных работах, из них 3 статьи в изданиях из перечня, утвержденных Комитетом по контролю в сфере образования и науки Республики Казахстан, 1 статья в рейтинговом журнале с высоким индексом цитируемости. Опубликовано 7 тезисов в материалах международных конференций и симпозиумов дальнего зарубежья, а также 3 тезиса в материалах международных конференций и симпозиумов на территории СНГ.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, включающих 16 параграфов, заключения, списка использованной литературы и приложений. Содержание работы изложено на 160 страницах, включая 15 рисунков, 18 таблиц и список литературы из 129 наименований.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫМ ТУРИЗМОМ В СИСТЕМЕ МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

1.1 Категориальный аппарат сферы управления туризмом

1.1.1 Туризм: общие положения

Туризм – это, прежде всего, культурный и экономический феномен. До середины XIX века данный термин нельзя было встретить ни в одном языке мира. Слово «tour» (англ.) использовалось чаще всего в значении поездки, путешествия, затем как временное отсутствие человека в своем доме в связи с делами, визитом или целью развлечения, то есть термин «tourism» постепенно приобретал свою современную интерпретацию.

Словарь Вебстера дает понятию «турист» следующее определение: «кто-либо, совершающий путешествие для удовольствия или из интереса», другой словарь XIX века содержит более интересные значения: «люди, которые путешествуют для удовольствия, из любопытства и оттого, что им нечего делать и даже ... для удовольствия хвастаться этим потом» [2].

Одно из наиболее ранних и точных определений понятия туризм принадлежит профессорам Бернского университета Гунзикеру и Крапфу. Впоследствии это определение было утверждено как основополагающее Международной ассоциацией научных экспертов туризма.

Швейцарские ученые вначале выдвинули гипотезу, что туризм является чередой «явлений и взаимоотношений, возникающих в результате путешествий людей, до тех пор, пока это приводит к постоянному пребыванию вне места постоянного проживания и не связано с получением какой-либо выгоды или прибыли» [3, с. 15]. Данное определение не включает в себя экскурсии, деловые путешествия, направленных на получение доходов, даже когда доходы получены не в стране пребывания

При этом следует принять во внимание, что граница между деловыми путешествиями и путешествиями с целью познания, развлечения, улучшения состояния здоровья и т.д. довольно расплывчата, так как большинство путешествий являются комбинацией двух и более видов путешествий.

Со временем базовое определение туризма расширилось, включив в себя различные формы деловых поездок, которые не ведут к постоянному пребыванию в стране и не направлены на получение прибыли.

Таким образом, терминология туризма находится в процессе постоянного изменения. Стремительные темпы развития и формирования как общественных отношений, экономики, политики, а также, соответственно, туризма, его отраслей и видов ведут к сопутствующим изменениям терминов и понятий, связанных с этой сферой жизни мирового сообщества. Значение туристских терминов дают пищу для дискуссий исследователей теории туризма. Для того чтобы дать формулировку значению понятия «туризм» и наиболее подробно описать его область деятельности, требуется, в первую очередь, выявить основные группы субъектов, взаимодействующие в туризме:

– туристы, т.е. люди, испытывающие различные физические и психические нужды и потребности, определяющие их участия в туристской деятельности в роли потребителей туристских услуг;

– организации, предлагающие товары и услуги туристам, т.е. предприниматели, расценивающие туризм как возможность получения доходов путем предоставления товаров и услуг, пользующихся спросом на туристском рынке;

– местные органы власти, рассматривающие туризм как важнейший фактор экономики, связанный с доходами от данного вида бизнеса, поступающими в виде налогов в государственный бюджет;

– принимающая сторона, т.е. местное население, для которого туризм и значение как фактор повышения занятости населения. В данном случае важность представляет результат взаимодействия с внутренними и иностранными туристами.

Таким образом, туризм можно определить как «совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности» [4, с. 9].

С точки зрения науки изучение туризма привлекает внимание ученых и исследователей многих областей знаний, что обусловило нужду в разработке согласованных и точных терминов и определений. Данными вопросами ежегодно занимаются множество организации по всему миру, таких как Всемирная Туристская Организация, Организация Объединенных Наций, Организация Экономического Сотрудничества и Развития и многие другие.

Тема терминологии туризма часто поднимается в обсуждениях международных организаций с целью согласования принципов употребления данного термина и международной статистики. Так, термин «международный турист» был введен в употребление в 1937 году на Конференции экспертов по статистике Лиги Наций. Согласно данному определению, «туристом является лицо, для которого характерны следующие признаки: передвижение, временное пребывание в определенном месте, отсутствие связи с трудом и заработной платой» [5, с. 67].

В 1950 году Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО – International Union of Official Travel Organization (IUOTO), в 1975 году преобразован во Всемирную Туристскую Организацию (ВТО) - World Tourism Organisation (WTO)) предложил уточнение определения понятия «турист», вводя в употребление в данной области новые концепты «транзитный путешественник» и «экскурсант» и сформулировав их четкое отличие от категории «турист».

Рассмотрим классическое определение туризма, данное В.А. Квартальновым: «Туризм – временное перемещение людей с места своего постоянного проживания в другую страну или местность в пределах своей страны в свободное время в целях получения удовольствия и отдыха,

оздоровительных, гостевых, познавательных или в профессионально-деловых целях, но без занятия оплачиваемой работой в посещаемом месте» [6].

Изучение туризма возможно посредством различных теорий, гипотез, подходов и методов, которые в разной мере находят поддержку специалистов в сфере туризма. Так, известные американские исследователи в данной области Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи предлагают следующие подходы к изучению туризма:

- институциональный подход – включает в себя исследование различных институтов и посредников в туристской сфере, таких, как гостиницы, отели, рестораны, турагенты, туроператоры и др. Данный метод требует изучения операционных методов, экономической среды бизнеса, организационного процесса, экономической ситуации в стране и др. [7, с. 10];

- подход, основанный на анализе продукта, изучает туристские продукты совместно с их производством, появлением на рынке и реализацией. К недостаткам данного подхода относится необходимость в длительном изучении объекта и отсутствии возможности быстрого определения основ туризма;

- исторический подход – представляет собой изучение деятельности туристских институтов с исторической точки зрения и воздействия инноваций на их развитие. Данный подход используется относительно недавно и не получил широкого распространения, что обусловлено относительной «молодостью» массового характера туризма приобрел;

- управленческий подход – один из самых перспективных методов исследования туристской отрасли благодаря его микроэкономическому характеру, т.е. ориентации на отдельные туристские предприятия, что дает возможность обратить внимание на такие виды управленческой активности, значимые для деятельности туристской организации, как контроль, планирование, реклама, ценообразование и др. Перспективность и значение управленческого подхода заключаются в том, что изменения продукта, институциональные и даже общественные изменения подразумевают, что механизм изменений может быть запущен посредством именно управленческих целей с учетом изменений, происходящих в туристской сфере;

- экономический подход – популярен среди экономистов с точки зрения воздействия туризма на формирования спроса и предложения, обменный курс и платежный баланс, экономическое развитие, занятость населения и прочие экономические факторы. Данный подход имеет значение для разработки схем анализа туризма и его экономического влияния на экономику страны. Недостаток заключается в том, что этот метод практически не раскрывает экологический, психологический, социально-культурный, демографический и антропологический аспекты;

- социологический подход рассматривает туризм как социальную деятельность, фокусируя внимание социологов на «изучение индивидуального и группового поведения туристов и влияния туризма на общество» [7, с. 11]. Данный подход подразумевает изучение социальных групп, обычаев и образа жизни посетителей, так населения принимающей стороны. О необходимости

развития и широкого применения социологического подхода говорит также недостаточная изученность социальных аспектов туризма и отдыха;

– географический подход – основан на изучении ландшафта, местности (частота туристского потока в данной местности), климата туристской зоны, включая экологические, экономические и социально-культурные аспекты. Большое значение имеет рекреационная география из-за тесной взаимосвязи между понятиями туризм и рекреация;

– междисциплинарный подход – обусловлен тем, что понятие туризм включает в себя практически все сферы жизни современного общества. Различные цели, побуждающие людей к путешествию, говорят о необходимости использования психологического подхода при продвижении туристского продукта и составлении маркетинговой стратегии.

– антропологический подход – важен при изучении культурного туризма. «Подключение политических институтов из-за пересечения государственных границ туристами и необходимости получения для этого паспорта и визы от соответствующих государственных органов, а также существование во многих государствах правительственных структур по развитию туризма требуют привлечения политических наук» [7, с. 12]. Для эффективного функционирования туристской индустрии необходимо обеспечение соответствующей правовой базой (законы о туризме и другие нормативные акты);

– системный подход объединяет остальные подходы в единый комплексный подход, позволяющий исследовать на микроуровне «деятельность туристских фирм в конкурентной среде, их рынки, а также их взаимоотношения с другими системами, такими, как политическая, правовая, экономическая и социальная» [7, с.12].

Следующий концепт непосредственно связан с понятием «туризм». Международная торговля услугами (МТУ) - одна из форм мирохозяйственных связей по обмену услугами между продавцами и покупателями разных стран.

Эта форма международных экономических отношений занимает особое место благодаря своему предмету - услуге.

Термин «услуга» включает в себя множество граней. В справочнике «Либерализация международных операций с услугами», выпущенном совместно ЮНКТАД и Мировым Банком, услуги понимаются как «изменение в положении институциональной единицы, которое произошло в результате действий и на основе взаимного соглашения с другой институциональной единицей» [8].

Большинство услуг, предлагаемых потребителям, не обладают овеществленной формой, т. е. они неосвязаемы, невидимы и не подлежат хранению.

Эти свойства приводят к тому, что торговлю услугами иногда называют невидимым экспортом и импортом (*invisible export and import*). При этом не стоит исключать из сферы внимания тот факт, что некоторые услуги видимы (вымытая на автомойке машина, почищенное в химчистке пальто,

распечатанный документ), осязаемы (документы бухгалтерской отчетности, заполненные в специализированной фирме) и подлежат хранению (голосовые и смс сообщения).

Производство услуг неразрывно связано с их потреблением – чаще всего эти процессы совпадают по времени и месту. В связи с этим требуется присутствие за рубежом непосредственных производителей услуг или иностранных потребителей в стране производства услуг. Однако и в данном случае встречаются многочисленные исключения (например, автоматическая выдача денег в банкомате по пластиковой карточке).

Таким образом, в целом термин «услуги» можно объяснить как «разнообразные виды деятельности, не имеющие материального носителя в явном виде» [9].

В течение долгого времени услуги относились к «не торгуемым» товарам, т. е. товарам, которые находят потребление в той же стране, где были произведены. Однако по мере развития международных экономических отношений часть услуг стала элементом в оборот мирового хозяйства, что привело к появлению термина «торгуемые услуги», т.е. услуги, отражаемые по рекомендации Международного валютного фонда (МВФ) в платежном балансе государства.

Руководство МВФ по составлению платежного баланса дает следующее разделение по видам торгуемых услуг:

- компьютерные и информационные услуги (обработка данных, обслуживание компьютеров и т.д.);
- лицензионные культурные и рекреационные услуги (аудиовизуальные, выставки и т.д.);
- роялти и другие лицензионные платежи;
- поездки (деловые, личные);
- правительственные услуги;
- связь (почтовая, курьерская, телефонная и иная);
- страхование (рисков, личное и т.д.);
- строительство;
- транспорт (пассажирский, грузовой);
- финансовые услуги (брокерские услуги, обмен валют и т.д.);
- другие бизнес-услуги (посредничество, правовые, прочие деловые, профессиональные и технические услуги) [10].

В зависимости от способа доставки потребителю услуги бывают следующие:

- услуги, связанные с инвестициями (investment-related services), - банковские, гостиничные и профессиональные услуги;
- услуги, связанные с торговлей (trade-related services), - транспорт, страхование;
- услуги, связанные как с инвестициями, так и с торговлей (trade-and-investment related services), - связь, строительство, компьютерные, информационные услуги, личные, культурные и рекреационные услуги [11].



Рисунок 1 – Разделение услуг по способу доставки потребителю

В зависимости от использования факторов производства услуги делятся на:

– факторные (factor services) – платежи, проводимые в связи с международным передвижением факторов производства (лицензионные платежи, доходы на инвестиции, роялти и зарплата, выплаченная нерезидентам);

– нефакторные (non-factor services) – остальные виды услуг (транспорт, поездки и прочие нефинансовые услуги) [12].

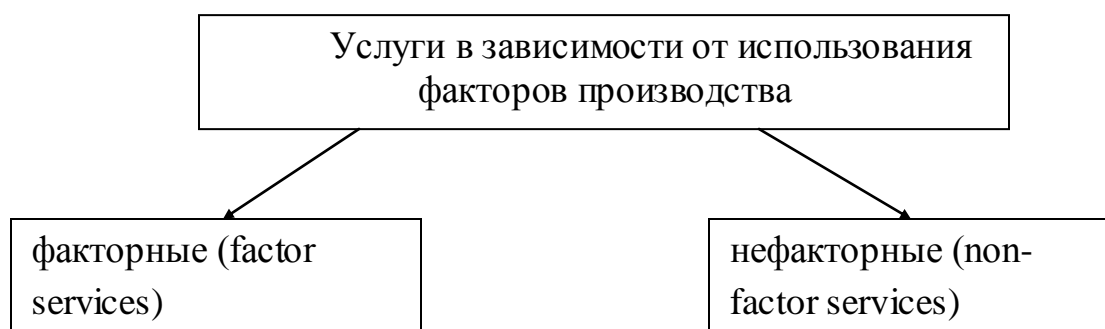


Рисунок 2 – Разделение услуг в зависимости от использования факторов производства

Международные сделки с услугами разделяются на группы также в зависимости от поведения поставщика и потребителя услуг, в частности от того, запланировано ли их перемещение через границу.

Одним из видов таких услуг является трансграничная поставка, при которой границу пересекает только услуга, а не поставщик или потребитель. Например, предоставление юридических консультаций из-за рубежа

посредством связи или участие в дистанционной образовательной программе зарубежного университета.

Потребление услуги за рубежом или перемещение туда с этой целью потребителя или – это способ поставки, в котором потребитель услуги приобретает и употребляет ее на территории другой страны. Данный вид используется для экспорта медицинских, транспортных, туристских, учебных и других видов услуг.

Коммерческое присутствие говорит о том, что предоставляющая услугу фирма пересекает границу и открывает на территории страны пребывания дочернюю фирму или представительство, которые оказывают предоставление услуг. При этом сама услуга и ее потребитель не перемещаются через границу.

Перемещение предоставляющих услуги физических лиц – вид поставки, при которой услугой является сама деятельность людей, приезжающих из-за границы в страну потребителя.

Туризм – как отрасль народного хозяйства и важная ветвь экономики страны может быть производительным и очень доходным предприятием, играющим значительную роль при решении различных задач и вопросов, отвечающих, с одной стороны, интересам и потребностям регионов и организаций, занимающихся туризмом, наличием постоянного и устойчивого источника дохода.

С другой стороны, в туризме заинтересованы также потенциальные потребители услуг – туристы из ближнего и дальнего зарубежья. В большинстве стран Западной Европы большинство населения проводит отпуска вдали от дома, преимущественно за рубежом. В ряде стран международный туризм представляет собой значительный, а иногда и основной источник валютных поступлений. Так, например, в Испании зафиксированы отдельные годы, когда доходы от туристской деятельности превышали даже валютные поступления от экспорта. В Австрии и Швейцарии доходы, приносимые туризмом, покрывают порой до 30% всех расходов на импорт. Процент поступающей валюты от туристской отрасли составляет в Египте - 28%, в Китае - 30% и в Турции 25% [13].

Высокий доход является основной мотивацией для правительств многих государств финансировать и принимать активное участие в модернизации инфраструктуры туризма. Кроме того, к положительным эффектам туристской индустрии можно отнести стимулирующее воздействие на развитие многих отраслей экономики: городское хозяйство, повышение уровня занятости и, как следствие, благосостояния населения, строительство, производство товаров, пользующихся повышенным туристским спросом, транспорт и другие. Так, к примеру, в Европейском Союзе существует общеевропейская система туристских дорог, что было обусловлено увеличением числа автотуристов. Следствием стало активное развитие производства сувениров, ювелирных изделий, выпуска туристской литературы, путеводителей, справочников, дорожных карт и т.д. Как уже упоминалось, туризм является одним из основных путей создания дополнительных рабочих мест, что поднимает уровень жизни и общего благосостояния населения страны.

Вся эта организованная и хорошо отлаженная система организации туристического бизнеса в Европе, США и других странах мира создавалась в течение долгого времени, имеет устоявшиеся традиции, высокоразвитую туристскую инфраструктуру, высококвалифицированные кадры и высокий уровень их подготовки. Поэтому уровень, на котором на данный момент находится туризм в странах Евросоюза и США, является результатом серьезных целенаправленных усилий со стороны правительства и частных организаций, а также населения.

Особенности туристской деятельности в мире происходят от «специфических свойств услуг, предоставляемых туристскими предприятиями и организациями» [14].

Первая особенность туристской отрасли в качестве объекта управления состоит в его хорошем внедрении и прочных взаимосвязей между его составными частями.

Большинство туристских предприятий представляют собой небольшие организации. Крупные туристские агентства также типичны для индустрии туризма, но создаются преимущественно в густонаселенных городах и районах. В индустрии туризма много туристских компаний и предприятий, которые в той или иной степени вписываются в общую систему управления, направленную на обеспечение длительного функционирования и высокой конкурентоспособности на данном рынке услуг.

Вторая особенность туристской отрасли как объекта управления состоит в постановке и достижении «неясных и трудноизмеримых целей» [15]. Для управления частных туристских организаций, ориентирующихся в первую очередь на получение дохода, характерны четко сформулированные и измеримые цели: рост наличного капитала, накопление ценностей, прибыль, увеличение дохода и уровня жизни.

Третьей особенностью туризма как объекта управления является большое влияние «со стороны заинтересованной клиентуры. Каждое туристское предприятие осуществляет свою деятельность в окружении различных заинтересованных лиц и клиентов» [16]. Кроме того, каждая заинтересованная группа также преследует свои внутренние интересы. Одинакового посещения и действий со стороны всех участников туристских организаций достичь невозможно, так как существуют определенные противоречия между местным населением, приезжими туристами и владельцами объектов размещения.

Вместе с группами населения, заинтересованными и/или принимающими участие в развитии туристской деятельности, туристское предприятие, как и любая другая организация, сотрудничает также с городскими управлениями, кредиторами, политическими ведомствами, с туристами и поставщиками.

Туристская организация также способна быстро уравновесить интересы групп, задействованных в процессе обслуживания, если ее деятельность руководствуется нормами, приоритетами и ценностными представлениями, направленными на дальнейшее широкомасштабное развитие региона. Именно поэтому большое значение уделяется нормативному менеджменту (политике

предприятия на уровне туристской организации, формированию и координации активности путем внедрения ведущего образа на уровне региона).

Самой важной особенностью туризма как объекта управления является неотделимость туристского продукта от источника его формирования. Так, например, если потребитель туристского продукта в марте заказал поездку на май, а в апреле туристская организация была ликвидирована, то данная услуга не будет оказана потребителю в связи с отсутствием ее источника.

Тот факт, что туристский продукт предоставляется в форме услуги, говорит о том, что присутствие клиента является необходимым условием оказания данной услуги, так как она не обладает возможностью складирования и пересылки, т.е. речь идет о том, туристской услугой невозможно воспользоваться по почте.

Так как при реализации продукта туристской деятельности большое значение имеет усиление личностного аспекта, автоматизация процесса предоставления туристских услуг возможна в гораздо меньшей степени, чем, к примеру, процесс изготовления товаров народного потребления. Причиной является то, что невозможно предсказать поведение туриста, так как оно зависит как от объективных, так и от субъективных обстоятельств и факторов. Это является причиной того, что в менеджменте туризма большое внимание следует уделять регулированию межличностных отношений и управлению персоналом [17]. Прежде всего, это относится к налаживанию контакта с клиентами.

К специфике туристской индустрии относятся также внешние эффекты туристской деятельности. Отношение к ним туриста и его мотивы вызваны тем, как человек хочет работать, жить, организовывать свое свободное время и какими он располагает возможностями для этого.

Чем больше человек осознает ограниченность природных ресурсов в своей повседневной жизни, чем больше он придерживается определенных рамок и норм поведения, тем больше ему хочется выбрать неизвестную страну для отдыха, т.е. на время поменять обстановку.

Следующей особенностью туризма как объекта управления является комплексный характер туристских услуг. Туристская услуга для туриста состоит из целого ряда взаимосвязанных материальных и нематериальных услуг, которые составляют специфический туристский продукт. Такие отдельные туристские услуги называются дополняющими.

Термин «дополняющий» играет важную роль для менеджмента туризма. Турист, собирающийся в отпуск, «вряд ли отправится в путешествие, если в конечном пункте поездки не будет возможности для проживания, или если он не будет обеспечен питанием; лыжник не станет бронировать в энном месте гостиницу, если у него не будет возможности покататься на лыжах. Эти примеры показывают тесную связь между отдельными услугами в сфере туризма» [18]. Эта зависимость ведет к значительным последствиям при управлении организацией. Поскольку отдельные дополнительные услуги предоставляются различными компаниями, то эти организации зависят друг от

друга в достаточно высокой степени. Сотрудничество (кооперация) является единственным выходом из данной ситуации.

В рыночных отношениях также уделяется большое значение налаживанию партнерских отношений. Партнерские группы «заинтересованы в успехах предприятия, так как их благополучие находится в прямой зависимости от результатов его деятельности» [19]. Рассмотрим основные партнерские группы в отдельном предприятии, где юридические отношения между данными группами ведутся на основании различных соглашений и договоров.

Первая группа представлена собственниками организации, т.е. акционерами, вложившими собственный капитал в уставный фонд с целью получения дивидендов.

Вторая группа состоит из кредиторов, т.е. заимодавцев, предоставивших заем предприятию и ожидающих от него выполнения обязательств по кредитным договорам, т.е. своевременной выплаты соответствующих процентов.

В третьей группе стоят наемные менеджеры, действующие на предприятии, высший административный уровень, вкладывающие свои знания, квалификацию, опыт, предпринимательские способности в общее дело и ожидающие получить достойную компенсацию (зарплату, определенный процент от прибыли помимо оговоренной суммы и, возможно, льготы и привилегии).

Четвертая группа состоит из служащих (наемного персонала) предприятия, выполняющих определенную работу, оговоренную в заключенном договоре, что компенсируется фиксированной зарплатой, премиями и определенными социальными гарантиями.

Пятая группа представлена поставщиками предметов и средств труда, т.е. производителями (владельцами) факторов производства, которые часто заключают долгосрочные соглашения с данным предприятием.

Шестая группа - клиенты предприятия (покупатели), без которых данное предприятие не может существовать, так как именно они гарантируют его прибыль своим платежеспособным спросом на его продукцию.

Седьмая группа – общество и государство в лице финансовых, налоговых и других контролирующих органов.

Неосновные партнерские группы представляют собой группы, не имеющие непосредственного интереса в успехах данного предприятия: страховые компании, фондовые биржи, юридические, консалтинговые и аудиторские фирмы, ассоциации, СМИ, регулирующие органы, профсоюзы и т.д. [20].

Договоры могут быть заключены между юридическими лицами (отдельными предприятиями), между физическими лицами (гражданами) и между юридическим и физическим лицом (между предприятием и гражданином) [21]. При этом определенные договоры могут быть заключены лишь между определенными сторонами. К примеру, договор о совместной деятельности можно заключить между гражданами или же между предприятиями, но не между гражданином и предприятием.

Основные субъекты рынка туристских услуг представлены следующими элементами.

Туристское агентство (travel agency) представляет собой розничную фирму, играющую роль посредника между туроператорами и обслуживающими компаниями, с одной стороны, и туристами (потребителями туристских услуг) с другой. Туристическое агентство осуществляет реализацию инклюзивных туров, которые предлагают туроператорские компании, или же оказывает отдельные виды туристских услуг группам туристов или индивидуальным лицам, налаживая прямые связи с транспортными фирмами, гостиницами, экскурсионными бюро и т.д. [22].

Распространение инклюзивных туров проходит по ценам, установленным туроператором и обозначенным в его информационных брошюрах. Туроператор предоставляет турагентству определенную комиссию за реализацию таких туров.

Возможность продажи отдельных видов туристских услуг (номера в гостинице, билеты на самолет и др.) предоставляется турагентству путем заключения агентских соглашений с соответствующими гостиничными и транспортными предприятиями, что ведет к получению лицензии на продажу или франшизы [23].

Реализация определенных видов услуг на основании полученной лицензии происходит по ценам, указанным производителями данным видов услуг.

При продаже отдельных видов услуг на основании полученной лицензии туристическое агентство получает определенный процент прибыли от производителя данных услуг. В том случае, когда турист получает какие-либо разрозненные услуги по своему выбору, турагентство вправе наложить на него определенные наценки к розничной цене, установленной производителями услуг. Бесплатно турагентством предоставляются услуги информационного характера вне зависимости от того, следует ли за этим приобретение услуг платного характера или нет.

По своему положению турагентства делятся на две категории:

– независимые (не являющиеся дочерним или другим предприятием другой фирмы);

– являющиеся филиалом или дочерней компанией других туроператорских предприятий, торговых фирм, монополий туристской индустрии, банков, страховых и других компаний [24, с. 17].

Туроператорская фирма (tour operator) – это туристская оптовая компания, играющая роль посредника между турагентствами и прочими предприятиями индустрии туризма, организующая инклюзивные туры и продающая их от своего имени посредством туристского агентства или напрямую клиентам. Процесс организации туров требует от туроператора возможности установить связи с объектами транспорта, размещения, питания, с экскурсионными бюро и культурно-просветительными учреждениями, функционируя в качестве оптового покупателя туристских услуг.

Во многих случаях туроператоры берут в аренду самолеты, суда, автобусы, гостиницы, отели и другие средства размещения на основе долгосрочных контрактов, что ведет к их максимальной загрузке и значительным скидкам от производителей туристских услуг.

При формировании туров туроператорам следует принимать во внимание существующий на международном рынке спрос на туристские услуги, который определяется на основе тщательного анализа рынка с применением методов маркетинга.

Туроператор чаще всего дает лицензию на реализацию своих туров на основе агентского договора, который заключается между ним и турагентством. Он предоставляет турагенту рекламно-коммерческую литературу и берет на себя покрытие какой-то части других расходов на рекламу [24, с. 20]. Туроператор также ведет определенную систему бухгалтерской отчетности турагента за реализованные туры и определяет оптимальное количество продаж туристских услуг.

Туристские корпорации – это малые и средние туристские агентства, объединившиеся в консорциум или кооператив с целью внедрения общей деятельности и политики и общих условий договоров, заключаемых с оптовыми туристскими фирмами.

Примером подобной корпорации в США может быть кооператив «Джайентс», объединяющий 210 розничных турагентств. Этот кооператив проводит централизованный анализ рынка туристских услуг и совместные рекламные кампании, а также бронирование билетов на транспорт, мест в гостиницах, обмен клиентами и т.д. [25].

Основные субъекты операций туристской деятельности юридически оформляют взаимоотношения посредством нескольких договоров (контрактов), к примеру, между туристом и туристической фирмой.

Юридический аспект контракта находит свое отражение в виде определенных сведений, таких как дата и сроки заключения договора, время предоставления услуг, транспортировка до места назначения и обратно, класс, наименование и расположение гостиницы, и т.д. [26].

В зависимости от взаимоотношений между туристскими фирмами контракт между турагентом и туроператором бывает нескольких видов.

В агентских соглашениях предусмотрена передача производителем права на реализацию отдельных видов инклюзив-туров и услуг туристическому агенту от имени и за счет туроператора.

Такой договор обычно содержит подробные инструкции по выполнению поставленных целей и задач, территориальные границы области действия, определяет права и обязанности сторон, а также условия выплаты комиссионного вознаграждения [27].

В некоторых случаях в соглашение вносятся также определенные оговорки, ограничивающие агенту право вступления в деловые отношения с прочими компаниями, включая замечания о монопольном праве реализации отдельных туристских услуг. С одной стороны, данная форма деятельности предоставляет возможность работать, экономя на затратах на рекламу,

организацию туров, маркетинг, и приносит доход в виде комиссионных, но с другой ставит препятствия возможности расширения и увеличения прибылей.

Кроме того, агент часто находится в большой зависимости от туроператора и, как следствие, теряет свою самостоятельность.

Агентское соглашение можно заключить как в письменной, так и устной форме. Оформление на специальном бланке в письменной форме агентское соглашение обычно подкрепляется получением лицензии, в которой указываются наименование и адрес получившей лицензию компании, наименование и адрес туристического агентства, тип предоставляемых туристических услуг и область распространения деятельности агента.

Крупные компании, функционирующие как такие агентства, в большинстве случаев имеют собственные типовые бланки для лицензии или применяют образцы, разработанные туристическими ассоциациями.

Широко распространена также система взаимоотношений между турагентством и производителем туристских услуг – так называемая система франшизы, во многом совпадающая с системой лицензирования, но более широкого действия, так как обязует франшизополучателя к применению методов управления и технологических процессов франшизодателя [28].

Система франшизы подразумевает заключение между двумя сторонами договора франшизы [29], который обуславливает передачу прав и определенных привилегий на реализацию туристских услуг, производимых под торговой маркой или по технологии франшизодателя.

Эффективность туристической деятельности фирм и предприятий, действующих на международном рынке, можно оценить при помощи оценки показателей, перечисленных выше.

Таким образом, для оценки туристической компании, вне зависимости от формы ее собственности и видов деятельности, необходимо знать, в состоянии ли она давать определенный доход или прибыль, т.е. видеть «конечный финансовый результат работы» [3, с. 348]. В маркетинговом подходе прибыль рассматривается в качестве основного фактора активизации деятельности туристической фирмы, поскольку дает возможности расширения сферы деятельности, наилучшего удовлетворения материальных и социальных потребностей сотрудников коллектива данного предприятия, а также представляет собой основной источник погашения долговых обязательств туристических компаний и поступлений в бюджет. Таким образом, можно дать определение рентабельности деятельности туристических продуктов и предприятий: чем выше эффективность деятельности данной компании, тем выше будет уровень ее рентабельности.

1.1.2 Международный туризм

Международный туризм является специфической формой международной торговли услугами.

На современном этапе международный туризм представляет собой разнообразие типов, форм и видов. Форма туризма зависит от того, пересекает ли турист государственную границу страны проживания. В зависимости от этого фактора туризм делят на внутренний туризм (поездки в пределах своей страны) и международный (путешествия в другие страны) туризм. В свою очередь, международный туризм подразделяется две категории – въездной и выездной.

Во всем мире въездной туризм рассматривается как одна из самых прибыльных и перспективных сфер бизнеса. По данным Всемирной Туристской Организации, прием зарубежных посетителей дает доход в 6 больше экспорта мясных продуктов и в 3-4 раза превышает прибыль от экспорта газа или зерна [30].

Успешное развитие въездного туризма требует наличия ряда факторов, таких как:

- культурно-исторические ресурсы (музеи, исторические достопримечательности, памятники архитектуры и искусства, памятные места, театры, музеи и т.д.);
- природный потенциал (благоприятные климатические и экологические условия, разнообразие ландшафта, гидроминеральные ресурсы, водоемы и др.);
- туристская инфраструктура и материально-техническая база (отели, гостиницы, пансионаты, кемпинги, объекты общественного питания и т.д.);
- кадровые ресурсы (обслуживающий персонал, высококвалифицированные специалисты).

Необходимо отметить, что уровень развития туристской сферы в определенной стране зависит от наличия одних из указанных факторов (культурно-исторические ресурсы и природный потенциал) и качества других (туристская инфраструктура и материально-техническая база и кадровые ресурсы). Перечисленные факторы представляют собой туристские ресурсы, так как они дают возможность отвечать духовным потребностям путешественников, а также способствуют общему укреплению их физического состояния и восстановлению здоровья [31].

Ряд социологических исследований, проведенных в США и странах Западной Европы, говорят о том, периоды спадов в экономике у населения наблюдаются тенденции сокращения расходов на покупку вещей, одежду, развлечения и т.д., но сохраняется число поездок на отдых с туристскими целями.

Большое влияние на развитие данной сферы оказывает международный туристский обмен, уделяющий особенное внимание всегда въездному иностранному туризму. Именно этот вид туризма дает отдельным странам возможность повышения уровня развития своего экономического развития.

Прежде всего, международный въездной туризм представляет собой источник денежных притоков в бюджеты всех уровней. Международная статистика показывает, что примерно треть расходов туриста уходит на проживание и питание, 25% идут на покупку сувениров, 15% - на экскурсии и транспортные расходы в месте отдыха, и около 10% общих расходов тратятся на развлечения и другие услуги. 10 – 30% от стоимости тура отходят за услуги турфирмам [32]. Таким образом, до 80 – 90% от денежных средств, затраченных во время путешествий, остаются, как правило, на местах.

Второй важный аспект - то, что развитие въездного туризма стимулирует создание в стране новых рабочих мест. Необходимо отметить, что около 35% мировой торговли услугами приходится долю индустрии туризма. Туристская деятельность считается одной из самых трудоемких, что обуславливает ее роль регулятора уровня занятости населения. В пользу данного утверждения говорит также тот факт, что, прямо или косвенно, каждый шестой человек занят в данной сфере деятельности.

Третий аспект – это тот факт, что туристская отрасль проявляет устойчивость к неблагоприятным изменениям мировой конъюнктуры. Даже в течение экономических кризисов наблюдается лишь незначительный спад спроса на туристские услуги, так как имеет место переориентация на более экономичные виды отдыха (внутренний туризм, загородные дачи, кемпинги и т. д.).

В-четвертых, нужно отметить, что въездной туризм – это исключительно разнообразная ресурсная база, охватывающая такие понятия, как природа, экология, культура, история, искусство, археология, рекреация и др.

И, хотя по-прежнему лидирует курортный отдых, постепенно растет интерес к нетрадиционным формам туризма.

Наиболее популярные виды нетрадиционного туризма представлены природным, культурно-познавательным и приключенческим туризмом. Так, к примеру, Великобритания и Новая Зеландия ввели новое предложение на рынке туристских услуг – осмотр своих полярных станций в Антарктиде, а также клубный отдых (туры с заранее оплаченными услугами), лечебный туризм, предлагающий различные оздоровительные программы, и т.д.

В-пятых, как область экономической активности въездной туризм, с одной стороны, зависит от спроса со стороны потребителей, т.е. туристов, а с другой, – он представляет собой именно те товары и услуги, которые необходимы для удовлетворения данного спроса.

Таким образом, въездной туризм включает в себе набор различных видов деятельности, таких как внутренний и международный транспорт, общественное питание, размещение, шопинг, развлечения, услуги турагентств и туроператоров, что превращает его в комплексную индустрию, которая является переплетением различных областей мировой экономики.

Кроме того, развитие въездного туризма вносит существенный вклад в развитие других секторов местной экономики: торговлю, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и т.д. Все это дает новые рынки сбыта для местных производителей товаров и услуг, что в целом оказывает

положительное воздействие на уровень жизни и благосостояние населения. Туризм стимулирует культурные и социальные процессы, вносит изменения в культурную жизнь местности, дает толчок к возрождению и сохранению местных традиций, обычаев и культурных ценностей, а также активизирует интерес к народному творчеству и ремеслам [5, с. 221].

Обобщая все положительные аспекты въездного туризма, необходимо добавить, что, хотя частный сектор, несомненно, представляет собой двигатель туристской отрасли, именно государство играет главную роль в продвижении и поддержке дальнейшего развития данной отрасли.

1.1.3 Внутренний туризм

Во всех странах с хорошо развитой инфраструктурой туризма существуют организации (Национальные Туристские Администрации), подчиняющиеся соответствующим министерствам, главной функцией которых является разработка государственных программ поддержки и развития въездного туризма. Так, В Великобритании это British Tourist Authority (BTA), в Испании - Turespana, в Ирландии - Irish Board, в Норвегии - NORTRA в Италии - ENIT, и т. д.

Именно эти организации занимаются разработкой программ по привлечению туристов, представительствами по туризму в других странах, а также создают и распространяют информационные бюллетени, рассылки и другие источники туристской информации. Во многих странах с их помощью проходит также разработка национальных программ активизации выездного туризма, предусматривающих ряд льгот, таких как упрощенный погранично-таможенный режим, создание благоприятного инвестиционного климата, льготы в налогообложении, повышенные дотации из бюджета на развитие туристской инфраструктуры, рекламу в зарубежных СМИ, подготовку высококвалифицированных кадров т.д. [33].

Государственные программы поддержки и развития въездного туризма ведутся многими странами мира, в которых туризм является одной из наиболее значимых отраслей национальной экономики. Доходы, поступающие в бюджет государства в форме налогов от туризма, также имеют большое значение: в США налоги от туристской деятельности приносят ежегодно до 130, в Японии – до 70, в Германии – до 57 млрд. долларов.

В большинстве стран мира правительство осознает значение и высокую доходность развития туристской отрасли, выделяя своим туристическим администрациям средства на продвижение национального туристского продукта на международном рынке. Лидерскую позицию в данной сфере занимает Израиль, выделяя более 200 млн. долларов. Недалеко от него ассигнования в Испании - около 150 млн., США и Китае – по 70 млн., и во Франции – 60 млн. долларов.

Большая часть данных дотаций выделяется на рекламу: в Испании - половина, а во Франции – 90% от всей суммы. Учитывая такое финансирование рекламы французским правительством, неудивительно, что, согласно данным Всемирной Туристской Организации, именно Франция является местом, куда

течет наибольший поток туристов. В этой стране наблюдается устойчивый положительный баланс 4:1, то есть если во Францию въезжают 4 туриста, то на это число в среднем приходится лишь 1 выезжающий с целью туризма гражданин страны, что, безусловно, свидетельствует об очевидном преобладании въездного типа туризма [4, с. 248].

Во многих странах, например, в Греции, правительство оказывает инвесторам поддержку для получения выгодной процентной ставке при оформлении кредита, а также льготы по налогообложению. Каждый год Министерство национальной экономики Греции выделяет определенную сумму для поддержки предприятий, инвестирующих в туризм.

Большой интерес представляет для исследователей также процесс развития туристской деятельности в Турции, так как страна была практически закрыта для посещений до 1983 года. Ввоз иностранной валюты и ее использование на территории государства каралось законом. Кардинальные изменения произошли в государственной политике в отношении туризма, когда после прихода к власти Тургуту Озала, восьмого президента Турции, который принял закон о поддержке тем, кто решил работать в области туризма. В этом же году было учреждено Министерства туризма [34]. Изменения проявились особенно отчетливо после вступления в силу закона «О поддержке туризма», носившего отчетливо выраженный публично-правовой характер и официально установившего условия государственной поддержки туристской деятельности и механизмы ее реализации. В частности, был установлен порядок использования недвижимости с туристскими целями, условия инвестиционной деятельности государства в индустрию туризма, оговорен правовой статус государственного Фонда развития туризма, льготы по налогообложению для инвесторов и т.д. [34].

На сегодня основная цель развития туризма в Турции заключается в привлечении в страну ежегодно более 20 миллионов туристов, и эта политика уже дает плоды. Сегодня в Турции количество въездных туристов в два раза превышает число выезжающих за границу жителей страны.

На государственном уровне поддержка такого вида должна быть выражена посредством координации деятельности в сфере туризма, предоставления финансирования из бюджета страны, модернизации налоговой и законодательной систем, менеджмента туризма, создания и продвижения имиджа страны как привлекательного, безопасного и дружественного по отношению к туристам места.

На уровне областей к такой поддержке относятся помощь предпринимательским инициативам, создание благоприятных условий для отечественных и зарубежных инвесторов, подготовка и переподготовка туристских кадров, разработка и проведение (совместно с органами государственного и местного управления) программ развития туристской отрасли в стране, перспективное планирование деятельности и т.д.

В 2009 году туризм пережил спад во многих странах, что особенно проявилось в период января по март, когда туристские потоки по всему миру уменьшились на 10%.

В 2009 году наибольшее снижение количества туристов (на 5,6%) произошло в странах Европы и Ближнего Востока. Меньше всего в этом отношении пострадали государства Юго-Восточной Азии и Тихоокеанского региона (1,9%). В то же время возросла привлекательность направлений в Африке: в 2009 году туристский поток в страны этого континента возрос на 5,1% [35, с. 5].

2010 год стал в какой-то мере переходным этапом после снижения объемов туристических потоков, что было ожидаемым следствием глобального кризиса. Если в 2011 году поток туристов увеличился в среднем на 3%, то к концу 2012 года по прогнозам ЮНВТО ожидается увеличение количества туристов на 4,2%, что обусловлено, прежде всего, тем, что многие страны стали успешно преодолевать последствия экономического кризиса [35, с. 6].

Тем не менее, несмотря на заметные улучшения, сектор туристических услуг понес значительный ущерб из-за кризиса в мире и в 2012 году находился на втором месте по отрицательным последствиям после строительного сектора экономики, пострадавшего больше всех. Так, уровень безработицы в туристской отрасли на сегодня достиг 12,9%.

Современная индустрия въездного туризма представляет собой одну из наиболее самых крупных, прибыльных отраслей и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Количество занятых в туристской сфере достигает 192 миллионов (8 % от мировых показателей занятости).

Согласно информации Всемирной Туристской Организации и Международного Валютного Фонда, с 1998 года туризм занимает лидирующую позицию в мировом экспорте товаров и услуг (7,9%), на втором месте стоит транспортная промышленность (7,8 %), и на третьем – производство химических продуктов (7,5 %) Далее следуют продукты питания (6,6 %) и топливо (5,1 %). За вторую половину XX века (в 1950 – 1999 годах) средние темпы роста туристской отрасли достигали ежегодно 7% , что значительно превышало среднегодовых темпы роста мировой экономики в целом [36, с. 91].

По прогнозам ВТО в следующие годы темпы роста туризма останутся высокими. К 2020 году объем международного туристского потока по отношению к 2000 году должен увеличиться в 2,2 раза – с 698 млн. до 1,561 млрд. поездок. Соответственно ожидается рост доходов от туризма – в 4,2 раза: с 476 млрд. до 2 трлн. долларов США [35, с. 12].

По оценкам экспертов, в дальнейшем в мире наиболее вероятен стабильный рост количества туристов. По прогнозам ВТО каждые 10 – 15 лет туристские потоки и прибыль от отрасли будут возрастать в 2 раза [36, с. 93].

Таким образом, можно сделать вывод, что развитие въездного туризма оказывает активное стимулирующее влияние на все многие секторы мировой экономики (в том числе торговлю, транспорт, коммуникации и связь) и воздействует на рост бюджетов всех уровней, способствуя поступлению доходов от налоговых платежей. Кроме того, необходимо отметить, что на доходность туризма в национальной экономике оказывают влияние такие факторы, как историческое и культурное наследие, природно-климатический

потенциал, а также политическая обстановка в стране и степень благоприятного отношения государства к туризму.

Развитие туристской отрасли, обусловленное постоянно растущим спросом на путешествия, происходит быстрее, чем рост экономики страны в целом, и по прогнозам ВТО эта тенденция сохранится, удваивая количество туристических поездок каждые 10 – 15 лет. Все это дает основание утверждать, что именно туристская индустрия, вместе с образованием и здравоохранением, представляет собой одну из трех основных целей роста.

1.2 Гражданско-правовые договоры в сфере международного туризма

Международный туризм как часть предпринимательской активности специфичен своей интернациональностью и широким диапазоном отношений, возникающих в процессе формирования спроса и организации туристских поездок. Разнообразие таких отношений ведет к определенным трудностям в процессе управления туризмом и правового регулирования.

Так, к примеру, в обслуживании туриста принимают участие перевозчики, особенности регулирования правоотношений с которыми дифференцируются в зависимости от того, каким видом транспорта осуществляется перевозка (воздушным, морским и т.д.). Гостиничные и сопряженные с ними услуги регулируются определенным образом. Также применение норм, предусмотренных законодательством, обусловлено целью поездки (к примеру, это относится к случаям, когда требуется решить вопрос, является ли потребителем обслуживаемое лицо, т.е. применимы ли к нему те или иные нормы законодательства, защищающие его интересы).

Еще одна характерная черта специфики международного туризма – это обязательные отношения с зарубежными элементами. Это может быть одна из сторон, заключивших договор, или же юридический факт, имевший место за границей. Таким юридическим фактом может быть действие или событие, нанесшее туристу вред. В то же время, причинение вреда иностранцам в Казахстане, точно так же, как и казахстанским гражданам за пределами страны, ведет за собой деликт, а не обязательство договорного характера. Определение права, действующего в случае деликатных обязательств, составляет отдельный и достаточно обширный вопрос, изучение которого не входит в задачи, поставленные в настоящей работе. Напротив, данное исследование стремится дать краткий анализ коллизионных вопросов договорных обязательств [37]. Однако перед тем как изучить вопросы коллизионного регулирования договоров, следует необходимо обратить внимание на детали материально-правового характера.

Как уже было отмечено, особенность материально-правового регулирования гражданско-правовых договоров в туристской сфере состоит в комплексной структуре договорных связей.

В сфере туризма выделяются две основные категории международных правовых актов:

- акты, затрагивающие интересы стран, входящих в состав СНГ;

– акты, затрагивающие интересы других зарубежных стран.

Перед тем, как приступить к рассмотрению международных правовых актов в области туристской деятельности, проанализируем функцию и занимаемую Всемирной Туристской Организацией (ВТО) в сфере международного правового регулирования туристской отрасли.

ВТО представляет собой специализированную организацию в составе ООН, появившуюся в 1975 году и в настоящее время имеющую большое значение для развития устойчивого, ответственного и доступного туризма, который должен стимулировать экономическое развитие стран мира, улучшение международного взаимодействия, обеспечение мирных условий жизни, рост благосостояния населения, а также гарантию прав и свобод личности. Преследую данную миссию, ВТО призвана также поддерживать интересы развивающихся стран в области развития туристской деятельности.

Всемирная туристская организация имеет следующую структуру:

- генеральная ассамблея – высший орган;
- исполнительный совет – руководящий орган;
- региональные комиссии;
- комитеты;
- секретариат

С момента образования международные организации приняли участие в создании и введении в силу ряда важных документов, касающихся развития туризма, таких как:

- Манильская декларация по мировому туризму;
- Гагская декларация по туризму;
- Глобальный этический кодекс туризма;
- Хартия туризма и ее раздел «Кодекс туризма»;
- Осакская декларация по туризму;
- Осакская декларация тысячелетия.

Манильская декларация по мировому туризму была принята в 1980 году в ходе всемирной конференцией по вопросам туризма, проходившей в Маниле (Филиппины).

Данная декларация дала определение места и значения туризма в современном мире. Так, туризм был охарактеризован как деятельность, играющая большую роль в жизни общества, что обусловлено его непосредственным воздействием на культурную, социальную, образовательную и экономическую области жизни стран и международных отношений. Данный документ поставил особый акцент на невозможности функционирования туризма без гарантии прав и свобод граждан, в частности, связи туризма и права на свободу передвижения и отдых. Принимая во внимание то, что эти права рассматриваются как прямое следствие права на труд, общество и правительства должны по-новому отнестись к термину туризм и обеспечить своим гражданам условия для доступного туризма.

Также декларация дает обзор экономического элемента туризма. Туризм охарактеризован как одна из основополагающих отраслей международной

экономической активности. Развитие внутреннего туризма оказывает положительное влияние на состояние внутренней экономики любого государства, так как вносит в нее балансирующее воздействие, что должно стимулировать соответствующие капиталовложения, как со стороны правительства, так и частных лиц.

Гаагская декларация по туризму действует с 1989 года, с момента принятия во время Межпарламентской конференции по туризму (г. Гаага, Нидерланды). Декларация закрепляет 10 основных положений, которые должны быть соблюдены всеми сторонами отношений в туристской области. Каждое положение дает основополагающий тезис, а также рекомендации по его претворению на практике.

Глобальный этический кодекс туризма принят в 1999 году (г. Сантьяго, Чили) в ходе XIII сессии Генеральной ассамблеи ВТО. Кодекс дает разъяснения по основным вопросам в сфере туристской активности: влияние туризма на продвижение взаимного уважения и понимания людей и мировых сообществ; права и обязанности кадров, занятых в туристическом бизнесе; право отдых, в данном случае выражающееся правом на туризм; свобода перемещения с туристскими целями и т.д. Рассматривается роль туризма как стимулятора самореализации индивида и общества; элемента устойчивого развития; хранителя культурного и исторического потенциала.

Хартия туризма принята на VI сессии Генеральной ассамблеи ВТО в 1985 году и предлагает рекомендации по организации деятельности отдельных участников туристической отрасли: правительства, населения привлекательных с точки зрения туризма районов, туристских кадров и собственно туристов. Рекомендации для туристов занимают специальный раздел - Кодекс туриста.

Осакская декларация по туризму появилась в ходе Всемирной конференции министров по туризму в г. Осака, Япония, в 1994 году. Документ охватывает вопросы развития и роли международного туризма, функционирования туристской индустрии, вклад международного туризма в развитие общества и его положительное и отрицательное влияние на окружающую среду, а также значение для сферы туризма международных организаций и правительств.

Осакская декларация тысячелетия (представлена на Конференции лидеров туризма тысячелетия в 2001 году, г. Осака, Япония) подводит итог достижениям в области туризма к началу XXI века, а также говорит о проблемах международного туристского рынка, сохранения исторического и культурного наследия с помощью туризма, использовании современных информационных технологий в данной сфере.

Кроме того, существуют следующие документы:

– Заявление ВТО о предотвращении организованного секс-туризма (г. Мадрид (Испания) и Сент-Винсент, г. Балле-д'Аоста (Италия), 1995 год);

– Положения Международной конференции по безопасности туризма и уменьшению рисков при путешествиях (г. Эстерсунд, Швеция, 1995 год);

– Монреальская декларация по вопросам социального туризма, принятая Генеральной ассамблеей Международного бюро социального туризма (г. Монреаль, Канада), 1996 год);

– Положения Мадридского семинара ВТО по вопросам подготовки кадров для сферы туризма (г. Мадрид, Испания, 2000 год).

Международные договоры в сфере туризма делятся на двусторонние и многосторонние международные договоры в области путешествий и туризма (к примеру, Шенгенские соглашения Европейского Союза о свободе передвижения и едином визовом и туристическом пространстве).

Среди исследований, посвященных проблемам правового регулирования международного туризма, хотелось бы, прежде всего, выделить те, что освещают вопросы договорных отношений. В первую очередь это монография В.Е. Иванова «Правовое регулирование иностранного туризма в СССР» и диссертационная работа А.П. Иванова «Правовое регулирование международных туристских отношений». Обе указанные работы были написаны в период, когда международный туристический обмен был явлением малоразвитым. Однако, судя по содержанию данных работ, их авторы осознавали значение международного туризма, так как подробно рассмотрели вопросы правового регулирования данной отрасли.

Несмотря на схожие названия упомянутых работ, их содержание различно: исследование В.Е. Иванова (Иванов В.Е. Правовое регулирование иностранного туризма в СССР. – М, 1972. – 146с.) дает анализ практической стороны туризма (в частности, ВАО «Интурист»). А работа А.П. Иванова (Иванов А.П. Правовое регулирование международных туристских отношений. Автореферат диссертации... кандидата юридических наук М. – 1974г.) излагает прогрессивные научные взгляды на вопросы коллизионного и материально-правового регулирования договоров в сфере международного туризма.

В то же время, несмотря на неоспоримые достоинства обеих работ, необходимо принять к сведению тот факт, что они были изданы в 70-х годах прошлого века. С того момента произошли значительные изменения не только в социально-экономической и политической обстановке в мире, но также в источниках правового регулирования туристских отношений, что в особенности затрагивает нормы гражданского законодательства.

Принятие новых положений и законов подогрело интерес юристов к данному вопросу, что проявилось во множестве работ многих ученых и исследователей в периодической печати. Кроме статей, точка авторов которых были упомянуты в данной работе, следует упомянуть исследования таких авторов, как В. Вепренцев, Е. Комкова, А.Е. Черноморец, Д.В. Шустов, Воскресенский В.Ю., Александрова А.Ю., Петров Д.В., Суханов Е.А., Буйленко В.Ф., Квартальнов В.А. и других.

Ситуация в законодательстве в России поменялась к лучшему с принятием Части второй Гражданского кодекса РФ, в соответствии с которой договоры на туристическое обслуживание были причислены к обязательствам возмездного оказания услуг. В то же время принятый позднее Федеральный закон «Об

основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 года № 132-ФЗ вступил в коллизию с положениями Части второй ПС РФ. Данный факт повлек за собой то, что практическое осуществление туристской деятельности оказалось в ситуации, затрудняющей определение правовой природы договоров, которые заключаются ее субъектами.

Тем не менее, следует отметить, что спорные вопросы правового регулирования договорных отношений в туристской деятельности создаются не только связи с присутствием в специальном законодательстве положений, которые противоречат общим положениям Гражданского кодекса РФ, но и с тем, что отсутствуют нормы, позволяющие корректно использовать положения Гражданского кодекса РФ и прочих законов (таких, как Закон РФ «О защите прав потребителей») по отношению к упомянутым отношениям. Эта проблема, возникает в первую очередь из-за отсутствия четкой регламентации видов туристской деятельности в законе о туризме. Последствия такого упущения в законе не входят в рамки гражданско-правовых отношений, что ведет в свою очередь к проблемам в сфере публично-правового регулирования [38, с. 169].

Общие теоретические подходы к исследованию аспектов туристского бизнеса как вида предпринимательской деятельности получили отражение в работах таких ученых, как М.М.Агарков, С.С. Алексеев, Н.А. Баринов, М.И. Брагинский, С.Н.Братусь, О.С.Иоффе, А.Ю.Кабалкин, Н.С.Ковалевская, М.В.Кротов, К.К.Лебедев, А.Л.Маковский, И.Б.Новицкий, А.Н.Ошноков, Е.Л.Писаревский, И.А.Покровский, В.Ф.Попондопуло, Б.И.Пугинский, Н.В.Рабинович, В.А.Рахмилович, О.Н.Садиков, А.П.Сергеев, А.А.Собчак, Ю.К.Толстой, Р.О.Халфина, С.А.Хохлов, В.В.Чубаров, Е.Г.Шаблова, В.П.Шахматов, Г.Ф.Шершеневич, Е.Д.Шешенин, О.М. Щуковская, В.Ф. Яковлева, и др.

Научные воззрения, описанные в этих работах, являются концептуальной и методологической базой для исследования. Вопросы, касающиеся правового регулирования туризма, еще не привлекают повсеместного внимания ученых в области права, и в данной сфере исследований туризма пока преобладают экономические аспекты. Из трудов по юриспруденции, связанных с интересующим нас вопросом, внимания заслуживают следующие: «О некоторых недостатках в договорных отношениях туристских фирм с туристами» (Терещенко А.А.), «Туристская деятельность: проблемы правового регулирования» (Писаревский Е.Л.), «Правовое регулирование международных туристских отношений» (Иванов А.П.), «Договор возмездного оказания услуг» (Кабалкин А.Ю.), «Правовое регулирование туристской деятельности» (Волошин Н.И.), «Правовое регулирование туристской деятельности в Российской Федерации» (Лебедев В.М., Чеченов Ю.А.), «Договор об оказании туристских услуг» (Сергеев В.И.), «Законодательная база туризма нуждается в совершенствовании» (Вышегородцев М.), «Научно-практический комментарий. Положение о лицензировании туроператорской деятельности. Положение о лицензировании турагентской деятельности» (Писаревский Е.Л.) и др.

В этой области были отмечены и положительно оценены комментарии к Федеральному закону «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

Федерации» (Парций Я.Е и др.) Однако надо заметить, что вышеперечисленные труды охватывают не все вопросы правового регулирования туристской отрасли в Российской Федерации как одного из видов предпринимательской деятельности. Некоторые из них уже устарели, так как нормативная база является быстро меняющимся объектом. В большой степени отмеченные труды представляют собой учебные и практические пособия, что говорит о том, что теоретико-правовой аспект интересующей нас проблематики был затронут лишь слегка. Соответственно научная юридическая литература не обладает значительным числом монографических работ по комплексному изучению вышеуказанных проблем, которые также учитывали бы социально-экономические реалии современного общества, претерпевшие значительные изменения. Также ощущается нехватка работ, основанных на новом законодательстве, регулирующем функционирование туристской отрасли.

Для того чтобы обеспечить туристу комплекс разнообразных услуг, туристическая фирма заключает договорные отношения с субъектами, предоставляющие различные сопутствующие услуги - транспорт, гостиничное обслуживание и т.д. Смысл деятельности компании в сфере туризма заключается в оказании туристу посреднических услуг, состоящих в предоставлении возможности заключать договоры с одной турфирмой, а не с несколькими разными.

Договорные связи турфирмы представляют собой своего рода трехступенчатую структуру. Первая ступень включает в себя обслуживающие организации разных видов: гостиницы и другие объекты размещения, транспортные фирмы, сервисные службы, экскурсионные бюро и т.д. Вторая ступень представлена самой турфирмой. Третья ступень - турист. Эта схема может быть дополнена дополнительными звеньями, в лице турфирм-посредников.

Турфирмы, расположенные на второй ступени вышеуказанной схемы, занимаются организацией туристических маршрутов и реализацией путевок. Их деятельность состоит не только в роли посредника, а также в организации тура в соответствии с пожеланиями туриста или по своему усмотрению. В то же время «современный уровень товарно-денежных отношений предполагает высокую степень разделения труда между узкоспециализированными субъектами предпринимательской деятельности» [39].

Таким образом, производители не могут реализовать услуги и прочие результаты своей деятельности без содействия посредников. Так, к примеру, держатели средств размещения (отелей, гостиниц и т.п.) заинтересованы в том, чтобы привлечь как можно большее число посетителей, но привлечение последних говорит о предварительных расходах по распространению информации и рекламе, что может отрицательно повлиять на качество гостиничного обслуживания. Поэтому наиболее выгодным способом является сотрудничество с турфирмами, предлагающими услуги размещения на туристическом рынке. Успешное функционирование турфирм зависит, как правило, от возможности предложить на рынке услуги сторонних лиц (проката

автомобилей, отелей, гостиниц, инструкторов и т.д.) в сочетании с собственными, например, экскурсионными, услугами гида-переводчика и т.д.

В большинстве случаев такие турфирмы предлагают свои услуги в стране пребывания туриста, где он получает соответствующее обслуживание, поэтому их называют принимающими туристскими фирмами. В роли их контрагентов выступают направляющие турфирмы, чья деятельность все чаще заключается не только к комплектованию туристских групп, но и к комплексной организации услуг на основании предложения принимающей турфирмы. Направляющая туристов организация может также использовать услуги посредников, заключающих договоры с клиентами - туристами.

Так, отношениям, касающимся туристического обслуживания, свойственно участие в них третьих лиц, причем каждый участник договора может выступать как третье лицо с точки зрения правовых отношений его контрагента с другими субъектами. Примером может служить случай, когда в отношениях между туристом и направляющей стороной в роли третьего лица выступает принимающая турфирма. В свою очередь турист является третьим лицом по отношению к контрагентам турфирмы, которая заключила с ним договор [39].

Конечно, такая система договорных связей ведет к возникновению определенных проблем правового характера. Но, несмотря на сложный характер таких отношений, в советском законодательстве не было норм, предназначенных для их регулирования.

В области гражданско-правовых отношений такая ситуация может дать результат в виде ущемления интересов их участников. Более того, четкая регламентация по видам туристской активности играет важную роль при регулировании договорных отношений туристских фирм.

Можно предположить, что подобные отношения необходимо специально урегулировать в законе в связи с необходимостью защитить слабую сторону в договоре, которой могут быть навязаны условия экономически более сильной стороны. Разумеется, подобная практика оказывает отрицательное воздействие на интересы потребителя. Поэтому в целях его защиты в данной работе дается обоснование необходимости применения законодательством императивных норм, которые смогут регулировать договорные отношения между туристскими фирмами и будут способствовать их разделению на категории с точки зрения обязательственного права [40].

В настоящее время в Казахстане действует Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211-ІІ «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (внесены изменения от 22.02.02 года № 296-ІІ, от 04.12.03 года № 503-ІІ, от 20.12.04 года № 13-ІІІ, от 31.01.06 года № 125-ІІІ, от 12.01.07 года № 222-ІІІ). Публикации о законе появились в таких газетах, как Ведомости Парламента Республики Казахстан, 2001 год, N 13-14, ст. 175; «Казахстанская правда» от 23 июня 2001 года N 149-150.

В Республике Казахстан лицензирование деятельности в сфере туризма относится к области обслуживания физических и юридических лиц. В эту категорию входят такие отрасли, как:

- адвокатская деятельность;
- социальное обслуживание в государственных и негосударственных медико-социальных учреждениях и организациях;
- нотариальная деятельность;
- оценка имущества (исключением являются объекты интеллектуальной собственности и стоимости нематериальных активов);
- управление в процедурах банкротства делами и имуществом неплатежеспособных должников;
- оценка интеллектуальной собственности и стоимости нематериальных активов;
- аудиторская деятельность;
- оказание услуг и работ в области охраны экологии и окружающей среды;
- организация и проведение лотерей (исключая национальные);
- охранный деятельность;
- подготовка и переподготовка водителей транспортных средств;
- физкультурно-оздоровительные и спортивные услуги (исключением являются деятельность в образовательных организациях);
- вывоз рабочей силы из Республики Казахстан за границу;
- деятельность туроператоров, турагентов, инструкторов туризма [41].

Турагенты и туроператоры, которые являются юридическими лицами, а также прочие предприятия, занятые в индустрии туризма с целью координации и регулирования их профессиональной деятельности и защиты общих интересов вправе создать ассоциации или союзы в соответствии с порядком, оговоренном в законодательстве Республики Казахстан [42].

Имела огромное значение также «Государственная программа развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 годы». Данная программа создана в рамках Общенационального плана мероприятий по реализации Послания «Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем развитии» – послания Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 1 марта 2006 года, а также в соответствии с Программой Правительства Республики Казахстан на 2006-2008 годы, принятой в постановлении правительства Республики Казахстан от 31 марта 2006 года N 222, Среднесрочным планом социально-экономического развития Республики Казахстан на 2007-2009 годы (второй этап), установленном постановлением правительства Республики Казахстан от 25 августа 2006 года N 822. Основным разработчиком является Министерство туризма и спорта Республики Казахстан.

Основная цель программы сформулирована как «создание конкурентоспособной туристской индустрии для обеспечения занятости населения, стабильного роста доходов государства и населения за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма» [43].

При рассмотрении спорных положений о квалификации договорных отношений туристских фирм нужно принять во внимание, что участие в подобных отношениях лиц с зарубежным гражданством может повлиять на

характер их правовой природы в материально-правовом контексте и привести к возникновению коллизионной проблемы. Значимость вопросов и положений о коллизионном регулировании внешнеэкономических контрактов туристских фирм наглядна по двум основным причинам:

- расширение географии в сфере международного туризма;
- реформа законодательства Республики Казахстан в сфере международного частного права [44].

Первая из вышеуказанных причин создает возможность использования в договорных отношениях норм и положений правовых систем, еще недостаточно изученных, к примеру, стран Африки и Азии.

Вторая причина обуславливает нужду в пересмотре отдельных традиционных воззрений на решение коллизионных вопросов. При заключении договоров на туристическое обслуживание с гражданами иностранного государства, необходимо обратить внимание на то, что последнее может представлять любую из сторон договора, т.е. потребителем может стать как иностранец, так и гражданин Казахстана, что может привести к различным правовым последствиям [3, с. 49].

Также следует отметить, что вероятность подписания потребительских договоров с участием иностранного гражданина намного возрастает в связи с увеличением использования сети Интернет и прочих современных технологий.

С точки зрения коллизионного права особое значение собой проблема правового регулирования таймшеринга. Таймшеринг представляет интерес и в качестве области возникновения договорных обязательств. Квалификация данных обязательств, которая дифференцируется в зависимости от содержания той или иной правовой системы, зависит от объема, характера и содержания права пользования предназначенной для отдыха и туризма недвижимостью.

В заключение можно отметить, что, несмотря на наличие значительного количества статей, число монографий в данной области невелико. Таким образом, существует необходимость в новых исследованиях в данной сфере, что привело бы к более подробному освещению вопросов и гражданско-правовых договоров не только в сфере международного туризма, но и в казахстанском туристическом законодательстве.

1.3 Международный туризм и его роль в развитии национальной экономики

Многие ученые, сфокусировавшие свою исследовательскую деятельность на вопросах международного туризма (такие, как Пирожник И.И., Папирян Г.А., Зорин И.В., Квартальнов В. А., Александрова А. Ю., Жданова А.М и многие другие), говорят о высокой рентабельности приема туристов из-за рубежа и акцентируют внимание на больших доходах, которые дает ориентация на развитие национальной экономики в направлении специализации в сфере международного туризма в сравнении с ориентацией на более традиционные виды экспорта товаров и услуг.

Опыт многих стран показал, что международный туризм является эффективной формой экспорта, реализуемой на территории государства во всех пунктах обслуживания иностранных и отечественных туристов, где предоставляются основные (размещение, транспорт, питание) и дополнительные (экскурсии, курортное лечение, спортивно-туристские, развлекательные и рекреационные мероприятия) товары и услуги, необходимых для туристского потребления и, следовательно, эффективного развития данной отрасли.

Направленность государственной политики на создание экспортного туристского сектора помогает лучшему освоению природных и культурно-исторических ресурсов страны, что значительно повышает экономическую эффективность туризма (к примеру, экотуризм, экскурсионные поездки, ознакомительные туры и т.д.)

Рассмотрим основные регионы мира, чтобы получить более полную картину этапов развития международного туризма и степени его влияния на мировую экономику. По данным Всемирной туристской организации (ВТО), можно выделить пять основных регионов мира. Это:

- Африка;
- Америка;
- Европа;
- Ближний Восток;
- Азиатско-Тихоокеанский регион.

Развитие международного туризма и расширение его географии происходит в мире крайне неравномерными темпами, что обусловлено, прежде всего, разными этапами социально-экономического развития, на которых находятся страны и регионы. Лучше всего в настоящее время международный туризм развит в странах Западной Европы. Этот регион занимает более 60% мирового рынка туризма и около 50% мировых валютных поступлений. Около 18% международного туристского рынка и более 20% валютных поступлений принадлежат Азиатско-Тихоокеанский регион, около 17% рынка и 24% поступлений относятся к странам Северной и Южной Америки, и лишь 8% мирового туристского рынка и 5% валютных поступлений отходят на страны Африки и Ближнего Востока совместно [5, с. 140].

Каждый мировой регион подразделяется на более мелкие субрегионы, которые представлены странами, их составляющими (см. таблица 1).

В основном географическое прохождение международных туристских потоков совпадает с географической концентрацией торговли, но существуют два важных отличия.

Первое отличие состоит в том, что в государствах, имеющих положительный баланс по поступлениям от туристского обмена, например такие, как США, Франция, Испания, Греция, Португалия, часто присутствует отрицательный торговый баланс. И, напротив, в странах с отрицательным балансом по туристской отрасли экономики, наблюдается положительный баланс в торговле, как это происходит в Германии и Японии.

Таблица 1 – Состав регионов мира (по данным ВТО)

Регион	Субрегион	Страны региона
Америка	Северная Америка Южная Америка Центральная Америка Страны Карибского бассейна	США, Канада, Мексика, Багамские острова, Пуэрто-Рико, Доминиканская Республика, Аргентина, Бразилия
Африка	Северная Африка Западная Африка Центральная Африка Восточная Африка Южная Африка	Тунис, Марокко, Алжир, ЮАР, Ботсвана, Кения, Зимбабве, Свазиленд, Кения, Мавритания, Танзания, Сейшельские острова
Азиатско-Тихоокеанский регион	Северо-Восточная Азия Юго-Восточная Азия Океания Южная Азия	Китай, Гонконг, Малайзия, Сингапур, Южная Корея, Таиланд, Индонезия, Тайвань, Япония, Корея, Австралия, Индия, Пакистан, Шри-Ланка, Непал, Иран, Мальдивы
Европа	Северная Европа Западная Европа Центральная/Восточная Европа Южная Европа Восточное Средиземноморье	Франция, Испания, Италия, Великобритания, Венгрия, Польша, Австрия, Германия, Швейцария, Чехия, Португалия, Нидерланды
Ближний Восток		Иордания, Египет, Саудовская Аравия, ОАЭ, Сирия, Бахрейн, Кувейт, Ливия, Оман, Катар, Ирак

Вторым отличием является то, что обмен услугами в сфере туризма между развитыми индустриальными государствами, имеющими схожие образцы спроса, не всегда становится обменом услугами аналогичных типов, как в торговле обычными товарами.

По статистике Всемирного Совета Путешествий и Туризма (World Travel and Tourism Council), туристская и сопряженные с ней отрасли занимают 8,3% мировых рабочих мест, около 12% экспорта, 9,3% международных инвестиций, а доля в мировом валовом внутреннем продукте составляет 3,6%. 10,2% всех средств, расходуемых потребителями во всем мире, приходится на расходы туристов.

В 2010 год был отмечен тем, что на долю туристской индустрии пришлось около 11% от общего объема международного экспорта товаров и услуг [45].

Это знаковое событие означало то, индустрия туризма и путешествий превысила рост объемов международной торговли текстилем, химикатами, продуктами и прочими товарами народного потребления.

Темпы роста международного туризма по-прежнему отличаются завидной стабильностью.

С середины XX века туристическая индустрия резко увеличилась и расширилась до мирового масштаба. Как гласят прогнозы ВТО, число поездок по всему миру на большие расстояния в следующие 20 лет будет увеличиваться еще более быстрыми темпами (ежегодно на 5,4%), чем количество туров в пределах одной страны (на 3,8% ежегодно). В 2002 году статистические данные ВТО показали, что поступления от международной туристской активности достигли 463 миллиардов долларов США, и общее число туристов в мире составило около 693 млн. человек. В 2011 году, согласно докладу Всемирной туристической организации (UNWTO), доходы мировой экономики от туризма впервые Учитывая учет доходов в области международных пассажирских перевозок, составивших в 2010 году \$196 млрд, экспортные поступления от международного туризма в 2011 году достигли \$1,2 трлн [35, с. 12].

В 2012 году количество туристских прибытий в страны Европы составило 503 млн., причем наиболее популярными направлениями стали страны Центральной и Восточной Европы и южного средиземноморья (+4% по сравнению с показателями 2011 года). В некоторой степени на рост показателей южного Средиземноморья повлияла переориентировка туристских потоков, ранее предпочитавших страны Северной Африки и Ближнего Востока.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе (+5% по сравнению с показателями 2011 года) в 2012 году количество туристских прибытий увеличилось на 11 млн., причем общее число международных прибытий достигло 216 млн. Согласно оценкам экспертов, Ближний Восток (+ 0,7%), что является достижением по сравнению с 2011 годом, когда он потерял около 5 млн. международных туристских прибытий, и общее количество прибытий достигло 56 млн [46].

Туризм в странах Европы включает в себя 2/3 мирового туризма, и в 2025 году эта цифра, согласно мнению экспертов, должна увеичиться вдвое. Лидирующую позицию по посещаемости в мире занимают страны Средиземноморья, принося около трети мирового дохода от туризма. В 2003 году Всемирная конференция по прибрежным зонам официально заключила, что туризм является крупнейшей самостоятельной отраслью промышленности, которая генерирует около 5 – 6% ВВП (валового национального продукта) всех стран. Многие приморские государства получают от туризма еще более высокий процент ВВП [35, с. 13].

Международный туризм представляет собой одну из наиболее перспективных сфер внешнеэкономической деятельности страны и занимает значимое место в современной мировой экономике, и эта значимость неуклонно возрастает.

Более того, сегодня туризм занимает одну из лидирующих позиций на рынке услуг и уже может с уверенностью претендовать на место одной из

крупнейших отраслей, дающей более 12% от всемирного экспорта товаров и услуг, что достигает около 1,289,8 млрд. долларов.

Международный туризм также является одной из трех самых значимых отраслей экспорта, следуя за нефтедобывающей и автомобилестроительной отраслями промышленности.

Также международный туризм вносит значительный вклад в формирование мирового ВВП. Так, по исследованиям Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), туризм состоит в первой пятерке по общему экспорту в 80% странах мира, в частности США, Европы и Среднего Востока.

Для выявления специфики современного состояния и процесса развития туристской отрасли и ее роли в формировании национальной экономики, требуется обратиться к истории его появления.

Современный туризм представляет из себя феномен, с одной стороны, достаточно молодой, так как массовый характер он приобрел только лишь после окончания Второй мировой войны, с другой стороны, туристская деятельность имеет давнюю историческую традицию и корни, так как путешествия практиковались человечеством с древнейших времен.

Вопросы периодизации процесса развития туризма в странах Западной Европе получили подробное освещение в работах В.Б. Сапруновой. В основе данной периодизации лежат следующие критерии: социальные и технико-экономические предпосылки, а также целевые функции туристской деятельности на начальных этапах его формирования и развития. Предложенная периодизация заявляет о наличии в истории развития туризма 4 основных этапов:

- предыстория туризма – до начала XIX века;
- элитарный туризм; зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг – с начала XIX века по начало XX века;
- начало становления социального туризма – с начала XX века до Второй мировой войны;
- современный этап – после 1945 года, т.е. после Второй мировой войны – начало массового туризма, становление индустрии туризма как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для данной отрасли. Именно на этом этапе туризм становится действительно явлением массового характера: это больше не предмет роскоши, а потребность для большинства населения стран с высоким уровнем индустриального развития. В какой-то мере этому способствовало то, что произошло сокращение рабочего дня, что, соответственно, увеличило количество свободного времени. Началось формирование мощной туристской индустрии со своими подразделениями, продуктом, услугами, производственным комплексом, методами организации и управления [38, с. 160].

Таким образом, на данном этапе развития мировой экономики, при возросшей потребности в путешествиях, началось формирование определенного института производителей услуг для поездок, что привело к появлению специфического вида товара – туризма. Так, туризм появился как

товар, т.е. что-то, что можно сделать объектом купли-продажи на рынке потребителей и реализовать в виде нематериальных и материальных услуг. Своеобразное достоинство туристских услуг в качестве товара заключается в том, что производство большей часть данных услуг происходит на месте с минимальными затратами и, в большинстве случаев, без необходимости применения иностранной валюты.

Туризм не является товаром первой жизненной необходимости и только при определенном уровне достатка отдельного гражданина и определенном уровне богатства государства общества может стать насущной потребностью.

Большое значение для формирования и эффективного развития международной туристской отрасли имело также политика отдельных стран, направленная на рост валютных поступлений, полученных от туризма, и с этой целью стимулирование развития целой отрасли хозяйства - индустрии туризма. Под индустрией туризма подразумевается совокупность транспортных, торговых и производственных предприятий, целью которых является производство и реализация туристских товаров и услуг. К данной категории относятся также отели, гостиницы и прочие объекты размещения, транспортные средства, пункты общественного питания, а также предприятия, занимающиеся выпуском сувениров и других товаров туристского спроса [47].

Со второй половине XX века международный туризм играет для многих государств роль существенного источника роста доходов, повышения занятости и общего уровня благосостояния населения и роста экономики страны. Так, это актуально для таких стран с высоким уровнем развития, как Швейцария, Австрия, Франция, которые значительную долю своего благосостояния извлекают из доходов, получаемых от туризма.

Классификация Всемирной Туристской Организации выделяет страны, представляющие собой поставщиков туристов, и государства, являющиеся принимающими странами. Страны – поставщики туристов – это Англия, Бельгия, Германия, Голландия, Дания, Канада, Новая Зеландия, США и Швеция. Принимающие туристов страны включают в себя Австралию, Грецию, Испанию, Италию, Кипр, Мексику, Португалию, Турцию, Францию и Швейцарию. Всемирной Туристской Организацией ежегодно выпускается рейтинг десяти стран, лидирующих по числу прибытий и поступлениям от международного туризма.

Таблица 2 – Первые десять стран мира по числу туристов в 2012 г. (по данным ВТО) [48]

Позиция	Страна	Число туристов, млн. человек	Соотношение численности туристов, % 2011/2012	Доля от общемирового уровня, %
В мире		703	2,7	100
1.	Франция	77,0	2,4	11,0
2.	Испания	51,7	3,3	7,4
3.	США	41,9	-6,7	6,0
4.	Италия	39,8	0,6	5,7
5.	Китай	36,8	11,0	5,2
6.	Великобритания	24,2	5,9	3,4
7.	Канада	20,1	1,9	2,9
8.	Мексика	19,7	-0,7	2,8
9.	Австрия	18,6	2,4	2,6
10.	Германия	18,0	0,6	2,6
...				
107	Казахстан	3,4	15,7	0,04

Как видно из таблицы 2, по международным туристским прибытиям лидируют Франция и Испания, включая совместно более 18% всех международных прибытий. Третье место занимают США, несмотря на то, что по сравнению с предыдущим годом наблюдается сокращение на 6,7%. Важной частью данной отрасли является также Китай (пятое место) с ростом в 11%.

По уровню доходов от международного туризма на первом месте стоят США, где данный показатель достигает 67 миллиардов долларов. Прибыль в Испании, Италии и Франции составляет от 27 до 34 миллиардов долларов. Наибольший прогресс в развитии отрасли по сравнению с 2009 годом показали Австрия, Гонконг (Китай) и Китай (Таблица 9).

Начиная с 60-х годов XX века, международная туристская деятельность начала активно развиваться. В этот период феномен туризма получил широкое распространение, о чем свидетельствует число международных туристических посещений, превысивших 50 млн [49]. После 60 – 70-х годов XX века, когда массовый туризм приобрел мировые масштабы, темпы роста международного туризма стали поистине захватывающими (см. таблица 3)

Таблица 3 – Первые десять стран мира по доходам от туризма (международные туристские поступления) в 2012 г. (по данным ВТО)

Позиция	Страна	Доход от туризма, млрд. долл.	Соотношение доходов (%) 2011/2012	Доля от общемирового уровня(%)
В мире		474	3.2	100
1.	США	66,5	-7,4	14,0
2.	Испания	33,6	2,2	7,1
3.	Франция	32,3	7,8	6,8
4.	Италия	26,9	4,3	5,7
5.	Китай	20,4	14,6	4,3
6.	Германия	19,2	4,0	4,0
7.	Великобритания	17,8	9,5	3,8
8.	Австрия	11,2	11,1	2,4
9.	Гонконг (Китай)	10,1	22,2	2,1
10.	Греция	9,7	3,1	2,1
139	Казахстан [50]	0,66 (97 млрд. тенге)	30	0,14

В Казахстане в 2009 году эта сумма составляла 74 млрд. тенге [50].

В общей сложности число прибытий с 1960 по 2000 увеличилось почти в 10 раз, с 2000 по 2012 еще приблизительно на 200 млн (см. таблица 4 и рисунок 3).

Таблица 4 – Динамика числа прибытий туристов и поступлений от туризма во всем мире за 1960 – 2012 гг. [51]

	Число прибытий, млн. человек	Изменения, %	Поступления, млрд. долл.	Изменения, %
1960	69,2	-	6,86	-
1970	159,6	130,6	17,9	160,9
1980	284,8	78,4	102,3	471,5
1990	459,2	61,2	264,7	158,7
2000	687,3	49,7	473,4	78,8
2005	770	112,03	510	7,73
2010	970	25,97	940	84,31
2012	1.035	6,7	1 030	9

В среднем темпы роста количества прибытий туристов составили в период с 1990 года по 2012 год 5,3%, что говорит о жизнестойкости и устойчивости

международного туризма перед колебаниями в мировой экономике. В более глубоком разрезе времени это видно исходя из данных рисунка 3.

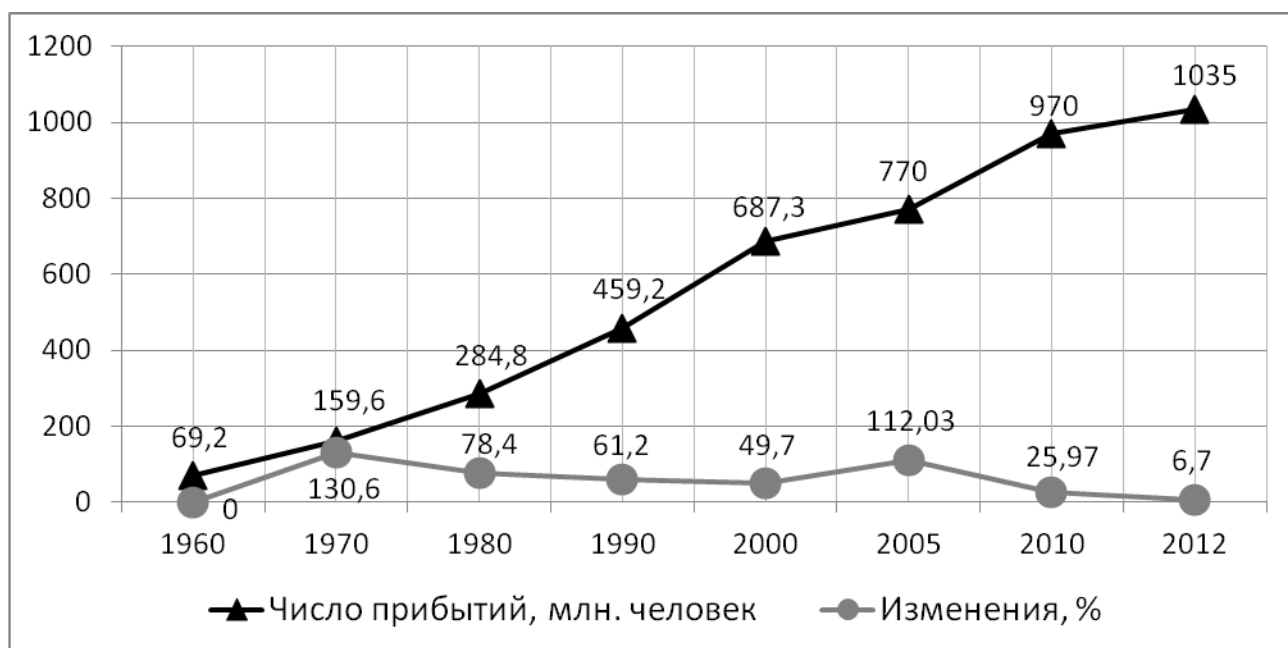


Рисунок 3 – Число прибытий с 1960 по 2012 гг.

В этот период доходы стран, полученные в результате продажи туристских услуг, возросли более чем в 69 раз, с 6,8 млрд. долларов до 1 030 млрд. долларов США (рисунок 4).

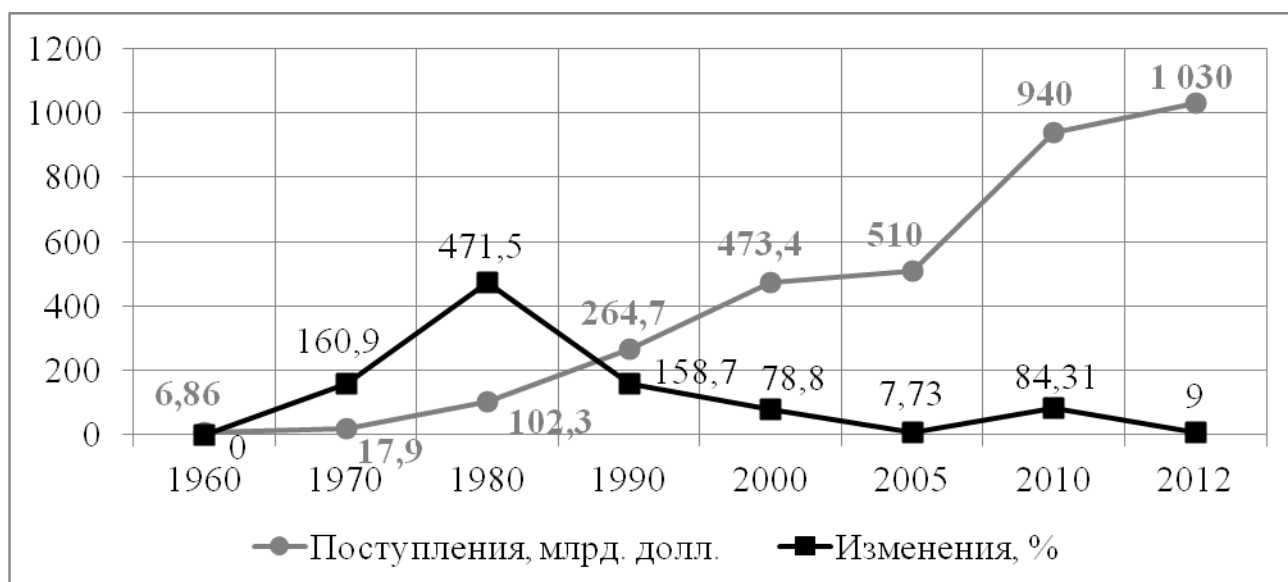


Рисунок 4 – Поступления с 1960 по 2012 гг

Рост значимости туристской отрасли в развитии экономики все большего количества государств подтверждает гипотезу, что в ближайшие десять лет доля поступлений от международного туризма будет возрастать.

Прогнозы аналитиков туризма говорят о том, что к 2014 году число людей, занятых в туристской сфере, будет включать в себя около 8,6% всего работающего мирового населения. Согласно национальной статистике США в туристской индустрии занято около 16,7 млн. человек, т.е. почти 11,9 % от общего числа занятых в стране [52].

Социально-экономическое значение данного сектора подчеркивается вкладом туризма в занятость населения и открытие новых рабочих мест.

Развитие международного и внутреннего туристских секторов оказывает стимулирующее влияние на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и, учитывая мультипликативный эффект, уверенно становится одним из самых перспективных отраслей экономики.

Рост объемов капиталовложений в туризм также говорит о возросшей экономической значимости этой отрасли на мировом рынке. Так, в 2011 году доля туризма в общем объеме инвестиций в мире составила 12,4% или 902,3 млрд. долларов [53].

60% от общего количества туристических поездок в мире составляют поездки с целью отдыха и 30% – поездки по работе.

Прогнозы ВТО также свидетельствуют о том, что значение международного туризма в экономике стран постоянно возрастает. Так, средний темп роста посещений в данной отрасли достигал 4,2% до 2010 года. В период по 2020 год данный показатель по прогнозам должен быть в среднем 4,5%.

Международный туризм вносит значительный вклад в социальное и экономическое развитие стран в глобальном масштабе. Данные, приведенные в данном исследовании, еще раз свидетельствуют о том, что международный туризм играет важную роль в мировой экономике.

В настоящее время в Казахстане туристский бизнес развивается с преимущественной ориентацией на выезд, что отрицательно сказывается на состоянии национальной экономики. Большинство туристических фирм, действующих в Казахстане, предлагает туры за пределы страны. Таким образом, о действующей модели туризма можно сказать, что она способствует мощному оттоку капитала из республики и возникновению новых рабочих мест не в Казахстане, а за рубежом. Протекание данного процесса можно увидеть по данным статистики.

Исходя из имеющихся в стране ресурсов, туризм может и должен развиваться в регионах Казахстана. Туризм представляет собой комплексную социально-экономическую систему, которая находится в процессе постоянного развития и совершенствования. Выступая в роли отрасли экономической деятельности, туризм включает в себя процессы производства, продвижения на рынке и реализации туристических товаров и услуг организациями, владеющими необходимыми ресурсами. Как утверждают оценки ВТО, туристический потенциал Казахстана, при условии наличия развитой инфраструктуры туризма, позволяет ежегодно принимать до 30 млн. иностранных туристов. Однако в настоящее время число приезжающих в

Казахстан посетителей из-за границы с туристскими, деловыми и частными целями достигает всего 22,5 млн. человек, что не соответствует туристическому потенциалу страны [54].

Исходя из всего вышесказанного, можно отметить, что туризм представляет собой очень многостороннее явление, и его развитие дает государству возможность разрешить многие из существующих экономических и социальных проблем, однако Республика Казахстан по числу туристов, ежегодно посещающих страну, к сожалению, пока стоит на одном из последних мест.

2 СОСТОЯНИЕ И ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

2.1 Республика Казахстан на мировом рынке туристских услуг

2.1.1 Анализ развития туризма в Республике Казахстан

Обоснование направления исследования. С созданием новой рыночной инфраструктуры туризма успешно решаются вопросы пополнения государственного бюджета за счет туристической деятельности, демополизации отрасли, стимулирования развития других отраслей народного хозяйства (торговли, транспорта, связи, производства товаров народного потребления), а также конституционных прав граждан на отдых. Туризм в Республике Казахстан является приоритетной отраслью развития экономики. Однако, с точки зрения автора, недостаточно высокий уровень развития и эффективности менеджмента международного туризма в стране препятствует более успешному развитию данной отрасли. В данной диссертационной работе прилагаются усилия по исправлению сложившейся ситуации и выработке соответствующих мер и рекомендаций. Проанализируем развитие туризма в Республике Казахстан за последнее десятилетие.

В 2002 году общий доход от деятельности туристических организаций, гостиничных объектов, национальных природных парков, учреждений культуры Казахстана составил свыше 17 млрд. тенге (при курсе валюты \$1 – примерно 135 тенге), в 2004 году – 27 млрд. тенге.

В 2003 году объем туристов в Республике Казахстан превысил 229 тыс. человек. Общее число человеко-дней превысило 51,8 тысяч. Основной приток доходов туристским компаниям принес выездной туризм, чья доля «составила в 2003 году 61,2%. В 2004 году, согласно анкетированию владельцев туристических фирм, проведенному Агентством РК по Статистике, 77% туристов также предпочитали выезжать в другие страны мира, 9% – путешествовать по стране (внутренний туризм) и 3% – по странам СНГ» [55, с. 47].

В 2004 году по всем видам туризма было обслужено около 11 млн. человек, и показатели въездного туризма впервые превысили показатели выездного туризма и составили 4,3 млн. и 3,9 млн. туристов соответственно. В июле 2004 года в Казахстане началась реализация программы повышения конкурентоспособности и кластерного развития. Пилотный проект этой программы решено было внедрять в сфере туризма. По словам Мартина Вебера, вице-президента консалтинговой фирмы J. E. Austin Associates Inc., занимающейся выявлением перспективных кластеров, «именно туризм в Казахстане имеет наибольшую вероятность стать прибыльным сектором экономики» [55, с. 34]. Учитывая то, что объем туристических услуг во всем мире ощутимо сократился после трагедии 11 сентября 2001 года и цунами в Южной Азии 2004 года, этот показатель создает еще более внушительное впечатление. «Туристический кризис не затронул нашу страну, как

большинство стран Европы, Америки и Средней Азии, благодаря тому, что в стране стабильная политическая обстановка... В 2005 году, по сведениям информационного агентства Казинформ, на развитие туризма Казахстана было выделено около 39 млн. тенге» [56].

В следующем 2006 году «на развитие туристической отрасли из средств государственного бюджета была определена сумма в 1 млрд. 900 млн. тенге» [56].

Если рассматривать гостиничный потенциал Республики Казахстан, можно сделать следующие выводы, что «количество средств размещения возросло на 59% в период с 2002 по 2007 года. И если с начала 90-х было закрыто или перепрофилировано около 60% гостиниц, то за период 2005 – 2007 гг. отмечается обратный процесс открытия новых гостиниц и гостевых домов. Это говорит о том, что развитие инфраструктуры идет слишком медленными темпами, и число объектов размещения возрастает в среднем на 10% за год» [57, с. 35].

В этот период «число обслуженных туристов в объектах размещения возросло на 1190922 человек, что составило 60%. Таким образом, в среднем число туристов увеличивалось на 12% в год, что говорило о недостаточном проявлении интереса к Казахстану, как к объекту туризма» [57, с. 35].

Если рассматривать объемы иностранных туристов, посетивших Казахстан, то можно сказать, что «с 2002г. по 2007г. число обслуженных нерезидентов возросло на 32346 чел., что составило 53%. Число же туристов, решивших выехать за границу, в этот период возросло на 74% или на 211963 человек. Объем обслуженных туристов внутри страны увеличился на 126194 чел. на 66%. Исходя из этого, можно сделать вывод, что эффективней все же развивается выездной туризм, нежели въездной или внутренний» [57, с. 36].

Период 2008-2009 годов был трудным испытанием для всех стран мира, показал устойчивость экономики Казахстана и ее способность противостоять негативным внешним воздействиям. Как отметил Президент Нурсултан Назарбаев в своем Послании народу «Новое десятилетие - Новый экономический подъем - Новые возможности Казахстана», мировой финансово-экономический кризис повлиял на темпы роста экономики, но не остановил наше развитие. «Мы оказались в «группе прорыва» стран с положительными темпами роста», – сказал Н.Назарбаев [58].

По предварительной оценке, «реальный прирост ВВП в 2009 году составил 1,1 процента. В прошлом году, по данным Агентства по статистике РК, ВВП был равен 16 триллионов 52 миллиарда 919 миллионов тенге. Поступления государственного бюджета за 2009 год без учета поступления займов составили более 3,5 триллиона тенге» [59]. По предварительным данным, «расходы государственного бюджета составили свыше 4 триллионов тенге. Дефицит бюджета сложился в сумме 493 миллиарда тенге, при запланированном дефиците 667 миллиардов тенге. В Национальный фонд в 2009 году перечислено поступлений в сумме свыше 2,3 триллиона тенге. По состоянию на 1 января 2010 года активы Национального фонда составили 4 триллиона 542,8 миллиарда тенге» [59].

В 2011 году завершено строительство железнодорожной линии «Узень - государственная граница с Туркменистаном» протяженностью 146 километров, и «Коргас - Жетыген» протяженностью 293,2 километра. «Первый пусковой комплекс этого крупного национального введен в эксплуатацию в рамках общенационального телемоста по презентации проектов Карты индустриализации, запущенных во II полугодии 2011 года» [60]. По информации ведомства, «новая железнодорожная линия выведет Казахстан вместе с Китаем, Россией, Беларусью к Персидскому заливу и к морским портам Ирана... Оператором проекта является АО «НК КТЖ», стоимость проекта - 61,7 миллиардов тенге. Протяженность линии по территории Казахстана составляет 146 километров, Туркменистана – 700 километров, Ирана - 83 километра» [60]. Прогнозный объем грузов (млн. тонн) представлен в таблице 5.

Таблица 5 – Прогнозируемый объем грузов (млн. тонн) [61]

	2012 г.	2017 г.	2022 г.
Всего:	5,5	6,3	7,4
Экспорт	4,4	5	5,8
Импорт	0,1	0,2	0,24
Транзит	1,0	1,1	1,4

В сфере гражданской авиации в 2012 году открыто 11 новых авиамаршрутов, приобретено 4 современных самолета.

В сфере водного транспорта ранее была начата реализация проекта расширения порта Актау в северном направлении. Введен в эксплуатацию мол, продолжаются работы по строительству волнолома. Казахстанский торговый флот постепенно занимает лидирующее положение на рынке морских перевозок на Каспийском море. Так, в настоящее время казахстанские танкеры обеспечивают перевозку более половины объема нефти, проходящего через порт Актау.

Несмотря на то, что запросы казахстанских туристов в основном ниже, чем у иностранных гостей, недостаточный уровень развития индустрии отдыха и развлечений оказывает негативное воздействие на развитии внутреннего туризма.

Большинство казахстанцев, путешествующих внутри страны, ездит по работе, делам или для посещения родственников. Отпуск же большинство граждан РК предпочитают проводить за пределами страны.

Можно с уверенностью утверждать, что проблемы, оказывающие негативное влияние на развитие внутреннего туризма, те же, что препятствуют развитию въездного туризма. Это недостаточный уровень или почти полное отсутствие сервиса, что ведет к тому, что предпочтение отдается отдыху за рубежом, несмотря на большую ценовую разницу, говорящую в пользу казахстанских курортов.

Деятельность туристических фирм по организации внутреннего туризма способствует увеличению дохода Республики Казахстан ежегодно в среднем на 2,3%, что говорит о динамичном развитии активности данной туристической отрасли.

Одно из наиболее перспективных направлений «развития туристской отрасли в Казахстане становится экологический туризм. Количество туристов, проявляющих интерес к заповедным зонам Казахстана, растет, получают развитие новые формы организованного туризма: велосипедный, конный, водный» [55, с. 177].

Для того чтобы определить экономическое влияние, оказываемое туризмом на экономику страны, необходимо провести оценку показателей финансовых потоков, текущих в страну и из страны, которые создаются туристским экспортом и импортом. Основная часть прибыли от экспорта туристских услуг создается прибывающими иностранными туристами, а также в результате доходов от предоставленных транспортных и иных услуги в стране пребывания. Туристский импорт страны – это в основном «деньги, потраченные ее гражданами во время зарубежных поездок, ... а также оплата дивидендов иностранным инвесторам индустрии туризма. Разница между доходом страны от экспорта туристских услуг и стоимостью импорта туристских услуг представляет туристский платежный баланс, который может быть отрицательным (дефицит) и положительным» [55, 309].

В случае большого дефицита происходит утечка денежных ресурсов из страны. Поэтому не только малые страны, но и такие «промышленно развитые государства, как США, Англия и Германия, стремятся к увеличению доходов от туризма и прилагают серьезные усилия для привлечения в страну иностранных туристов. Например, в 2009 году к числу стран с максимальным положительным сальдо туристского баланса относились Испания (\$41,3 млрд), Италия (\$35,5 млрд), США (\$31,8 млрд), Франция (\$30,7 млрд). Максимально отрицательные сальдо наблюдались у Германии (\$31,8 млрд), Японии (\$31,7 млрд), Великобритании (\$3,57 млрд), Нидерландов (\$2,49 млрд)» [62].

Согласно статистике Республики Казахстан, в основе туристических компаний страны находятся малые (с персоналом, не превышающим 50 человек – 93%) и средние предприятия (до 250 человек – 6%).

В 2004 году 71% руководителей крупных туристических предприятий, опрошенных в ходе сбора статистической информации, отметили удовлетворительную экономическую ситуацию в своей компании, 20% – хорошую, и 9% как неудовлетворительную. В 2011 году основным фактором, тормозящим активизацию инвестиционной деятельности организаций, стал недостаток собственных финансовых средств, что было отмечено 67% респондентов [63].

Сократилось количество респондентов, отметивших среди факторов, негативно влияющих на инвестиционную деятельность предприятий, «неопределенность экономической ситуации в стране (с 48% в 2009г. до 32% в 2010г.), недостаточный спрос на продукцию (с 29% в 2009г. до 19% в 2010г.), высокий процент коммерческого кредита (с 36% в 2009г. до 31% в 2010г.) и

сложный механизм получения кредита для реализации инвестиционных проектов (с 19% в 2009г. до 15% в 2010г.)» [64].

Это говорит о возросшей стабильности на рынке предоставления туристических услуг и о постепенном его увеличении, так как, согласно тем же данным, более половины представителей туристических организаций свидетельствуют о росте спроса на предоставляемые ими услуги.

Большинство руководителей туристических фирм полагают, что основным фактором, ограничивающим рост объема услуг, является увеличение конкуренции на рынке. Это подтверждают данные экспертного опроса о количестве туристических агентств в республике. Из других внешних факторов наибольшее число опрошенных (27%) указали на снижение покупательского спроса. Эта ситуация, скорее всего, связана с тем, что резко возросли цены на авиабилеты, в связи с чем часть потребителей предпочла «переждать» это повышение.

18% руководителей сообщили, что ограничений для роста объемов услуг нет.

Согласно данным, полученным Агентством Республики Казахстан по статистике в ходе Конъюнктурного исследования «Обследование деловой активности туристских организаций» (2012 г.), большая часть туристических агентств говорит о высоком уровне конкуренции на рынке туристических услуг. 68% отметили появление на рынке услуг новых туристических организаций как основной фактор, усиливающий рост конкуренции. 37% говорят о влиянии агрессивных рекламных кампаний конкурентов (см. рисунок 5).

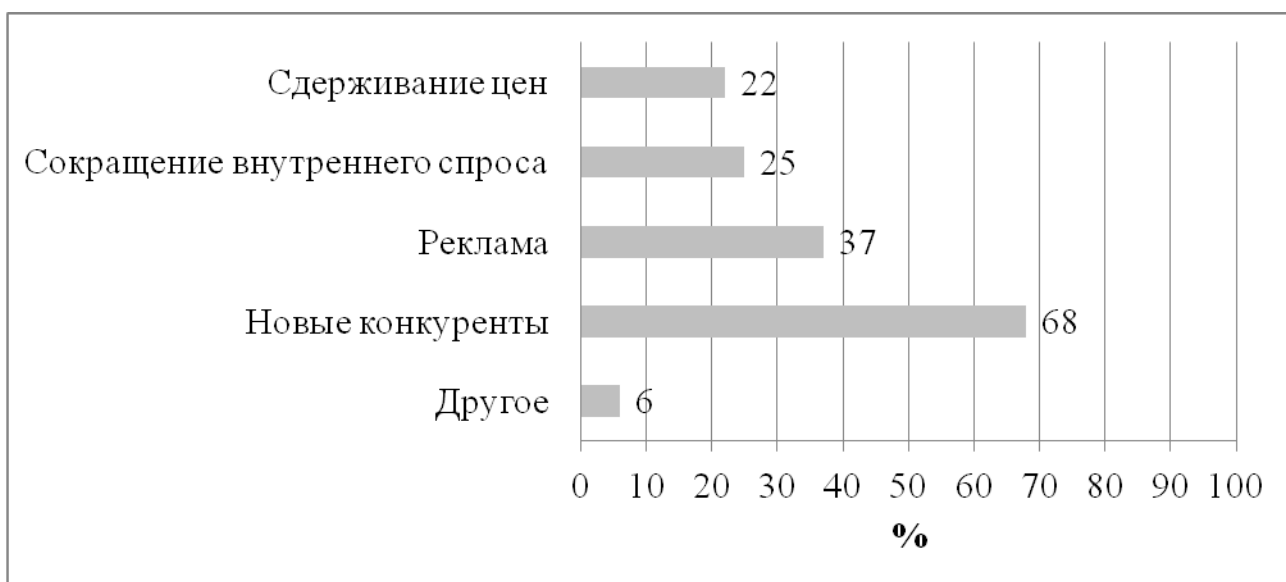


Рисунок 5 – Факторы, усиливающие конкуренцию

Кроме того, большинство топ-менеджеров туристических агентств дали положительную оценку перспективам развития туризма в стране в краткосрочный период. Около 50% респондентов ожидают увеличения доходов

от продажи туристических услуг, и лишь 7% полагают, что прибыль от реализации услуг уменьшится.

2.1.2 Анализ современного состояния въездного туризма в Казахстане

В сфере туризма, несмотря на финансовый кризис, «объем туристского потока по въездному туризму увеличился на 0,3 процента, а количество объектов размещения выросло на 114 единиц и составило 1252 гостиничных предприятия. Этому содействовал рост объема инвестиций с 68 миллиарда тенге в 2007 году до 84 миллиарда в 2009 году» [59].

В 2009 году число посетивших Казахстан иностранных туристов составило 10 875,9 тыс. человек (с учетом данных Пограничной службы Комитета Национальной Безопасности РК). Целью приезда был с деловой туризм (56,5%) и отдых (38,0% от общего числа туристов) [65].

Объем въездного туризма, в сравнении с периодом с января по сентябрь 2008 года, уменьшился на 0,2%. В целом объем предоставленных туристических услуг уменьшился на 6,7%, что составило 46 033,8 млн. тенге.

Туристский поток по въездному и выездному туризму в 2009 году возрос на 0,3% и 10,7%, соответственно. За период с января по сентябрь 2009 года, по сравнению с первым полугодием 2008 года, объем внутреннего туризма уменьшился на 13,6% (3370,3 тыс. человек в первую половину 2008 года и 2912,7 тыс. человек в аналогичный период 2009 года) [59].

Кризис в какой-то степени способствовал тому, что многие жители Казахстана в связи с ограниченными финансами, не позволяющими поездки в дальнее зарубежье, предпочли отечественные курорты и базы отдыха (Балхаш, Алаколь, Боровое, Бухтарма и т.д.), что говорит о развитии внутреннего туризма. Тем не менее, для дальнейшего улучшения состояния внутреннего туризма необходимо разрешить ряд проблем недостаточного уровня развития гостиничной инфраструктурой и транспортного сервиса, а также процесса стандартизацией услуг, реализуемых на внутреннем рынке туризма Казахстана.

Одновременно увеличилось количество посетителей по выездному (на 30,0%) и въездному (на 11,5%) туризму. За это же время было обслужено 278,4 тысяч человек, что на 25,3% меньше, чем за январь – сентябрь 2008 года. Стоимость проданных путевок составила 12 505,7 млн. тенге (что говорит об уменьшении на 4,9%).

В таблице 6 представлены данные о географии въездного туризма в Казахстан на период 2010 – 2011 гг.

Таблица 6 – География въездного туризма в Казахстан 2010 – 2011 гг

Страна	Январь – сентябрь 2010	Январь – сентябрь 2011
1	2	3
Россия	4385	4267
Китай	2887	1597
Германия	2068	1653

Продолжение таблицы 6

1	2	3
Турция	2002	642
США	1742	1465
Италия	1419	1548
Великобритания	1370	1024
Франция	912	1871
Индия	1267	1311

Особую роль для развития туризма играют наши Национальные парки и другие территории, имеющие особый правовой статус.

Основное направление, имеющее большую перспективу привлечения иностранных туристов, представляет экологический туризм. 9 национальных парков страны являются основным ресурсом для развития всех трех видов туризма.

Многочисленные исследования маркетологов говорят о том, что экотуризм является серьезным источником дохода в бюджет государств всего мира. Уже в 1988 году в мире экотуризму отдавало предпочтение от 157 до 236 миллионов человек. Из них 79 до 157 миллионов отдавали предпочтение wildlife туризму (связанному с дикой природой), что принесло 47-155 млрд. долларов дохода [66].

В 2009 году в Казахстане «количество обслуженных туристов составило 14,8 млн человек, что на 3,9% больше, чем в 2008 году. Выездной туризм в 2009 году вырос на 22,3%, въездной и внутренний туризм уменьшились на 8,3% и 5,3% соответственно. В большей степени посетители, обслуженные туристскими фирмами и объектами размещения, путешествовали с деловыми целями – 59,6% от общего числа туристов и с целью отдыха – 33,9%» [49]. Таким образом, в 2009 году объем туристских услуг достиг «65,8 млрд тенге, что на 0,4% меньше, чем в 2008 году. В том числе объем услуг, оказанных средствами размещения туристов составил 48,2 млрд тенге (уменьшение на 4,6%), объем услуг, оказанных туристскими фирмами – 17,5 млрд тенге (увеличение на 13,1%)» [49].

По данным Агентства Республики Казахстан по статистике в 2009 году, объем выездного туризма в стране вырос на 22,3%. По числу обслуженных посетителей, с учетом данных пограничной службы Комитета национальной безопасности, произошло увеличение на 3,9% (2008 год – 14,2 миллиона человек, 2009 год – 14,8 миллиона человек), в сравнении с 2008 годом за счет роста выездного туризма на 22,3%.

По данным статистиков, количество клиентов по въездному и внутреннему туризму уменьшилось на 8,3% и 5,3% соответственно.

Целью посещения были названы деловые поездки (59,6% от общего числа туристов) и отдых (33,9%).

В 2009 году объем предоставленных туристских услуг достиг суммы 65,8 миллиардов тенге, т.е. по сравнению с 2008 годом уменьшился на 0,4%.

В 2010 году, по словам министра туризма и спорта Темирхана Досмухамбетова, за отчетный период общий туристический поток составил 11,4 млн человек. Число выезжающих туристов возросло на 9,1 %, что составило 4,8 млн человек. Он также отметил, что «в туристическую отрасль РК было инвестировано 107,5 млрд тенге (около \$1 млрд), что говорит о росте объема вложений на 28 %» [49].

В 2010 году общее число туристов составило 16,6 млн. человек, т. е. на 12,2% больше, чем в 2009 году, в том числе количество нерезидентов – 4,7 млн. человек и резидентов – 11,9 млн. человек (с учетом данных Пограничной службы Комитета Национальной Безопасности Республики Казахстан).

Увеличение туристского потока наблюдалось в 2010 году по всем типам туризма: «по въездному туризму – на 8,8%, по выездному туризму – на 15,6%, по внутреннему туризму – на 10,3%. Туристы путешествовали с деловыми и профессиональными целями (56,9% от общего количества туристов), с целью отдыха (36,6%), с целью посещения знакомых и родственников (3,2%), по коммерческим целям (шоп-туры – 1,9%), с целью лечения, паломничества и прочим целям (1,3%). Объем туристских услуг увеличился в 2010 г. на 11% по сравнению с 2009 г. и составил 73,1 млрд. тенге. При этом 79,7% от общего объема туристских услуг приходится на объекты размещения [67].

Таким образом, согласно статистическим данным, можно сделать вывод, что в Казахстане происходит увеличение объема обслуживания туристов в среднем на 28% в год.

Благоприятные тенденции в отечественной экономике, а также государственная поддержка отрасли, связанная с реализацией программы кластерного развития, позволяют предположить, что тенденция роста количества туристов сохранится. Учитывая динамику прошлых лет, можно сделать прогноз (рисунок 6).

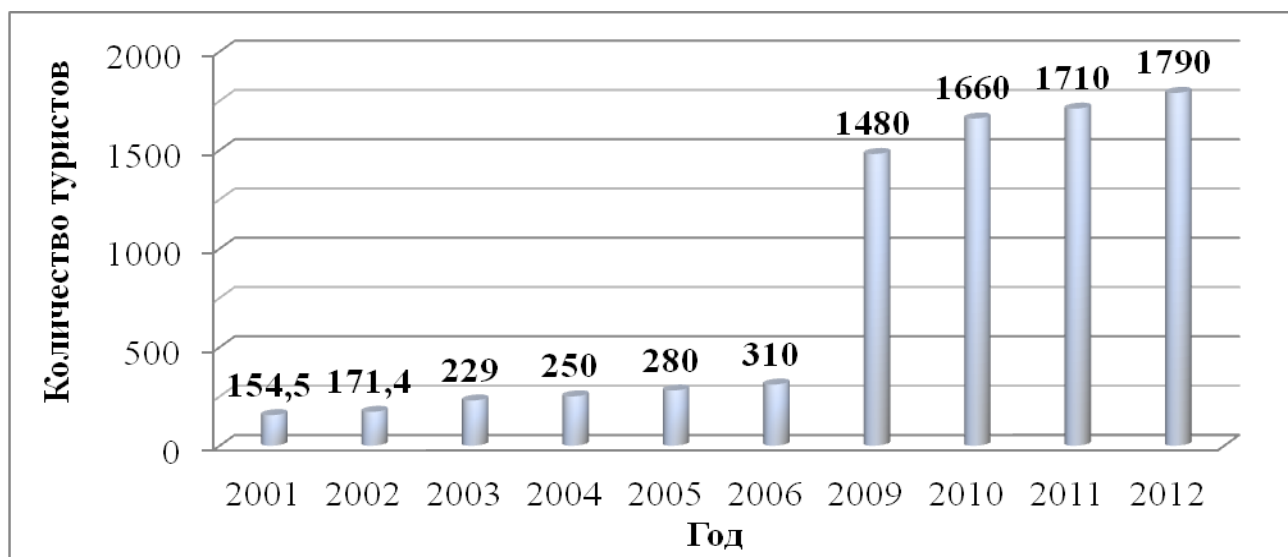


Рисунок 6 – Количество обслуженных туристов в РК

Статистические данные свидетельствуют о росте туристической активности в стране. Тем не менее, нужно учитывать, что увеличение объема предоставляемых услуг наблюдается, в основном, благодаря выездному туризму.

В данный момент доля выездного туризма намного превышает доли внутреннего и въездного, что требует повышения внимания со стороны государства к данным видам туризма, так как именно они обеспечивают приток денежных средств в ВВП от этой отрасли экономики.

Сегодня в республике зарегистрировано «около 750 туристских компаний, которые сотрудничают с 80 странами мира. И лишь около 20% из них оказывают услуги по привлечению туристов в страну и по внутреннему туризму» [50].

Деятельность остальных предприятий направлена на сферу выездного туризма, что оказывает отрицательное воздействие на развитие въездного туризма, который занимает менее 15% от общего объема рынка туруслуг в стране.

Для того чтобы изменить сложившуюся ситуацию, правительство Республики Казахстан создает благоприятные условия для активизации въездного и внутреннего туризма. Так, туристические агентства, занимающиеся данными направлениями, не платят НДС.

Понятие «выездной туризм» подразумевает тематические посещения других стран. Однако, с точки зрения большинства топ-менеджеров турфирм в Казахстане, сегмент выездного туризма в основном продаж представлен так называемым «пляжным туризмом», так как географические и климатические условия Казахстана не в состоянии полностью обеспечить данный запрос населения.

Рассмотрим въездной и внутренний туризм более подробно, так как рост именно этих отраслей обеспечивает значительный приток иностранной валюты в государственный бюджет. Более того, развитие въездного и внутреннего туризма оказывает позитивное влияние на деятельность смежных отраслей экономики, таких как индустрия гостиничного бизнеса, отдыха и развлечений, и др.

Принимая во внимание исключительные природные и климатические особенности Казахстана и уровень их востребованности в разные сезоны, нужно выявить приоритетные направления развития туризма в стране. При содействии Всемирной туристской организации Агентство по туризму и спорту республики определило основные направления, наиболее перспективные для развития внутреннего и для въездного туризма, в число которых вошел экологический туризм. Алматинская, Южно-Казахстанская, Жамбылская, Восточно-Казахстанская и Акмолинская области были определены как регионы, располагающие ресурсами для данного вида туризма и представляющие также особый исторический интерес как территории, через которые пролегал маршрут Великого Шелкового пути.

Так, Алматинская область была местом реализации Программы развития туризма на 2004 – 2010 годы, так как данный регион обладает уникальными природными ресурсами, представляющими несомненный интерес для экотуристов: река Или, Кольсайские озера, Чарынский каньон, национальный парк «Алтын-Емель», Ясенева роща, поющие барханы, горы Заилийского Алатау и т.д.

Опираясь на официальные статистические данные, можно предположить, что «динамика прироста количества иностранных туристов сохранится. На основании этого можно составить оптимистический прогноз развития рынка» [68, с. 155].

Более 50% туристов, приехавших в Казахстан в 2003 – 2011 гг., составили туристы из Германии. Среди стран СНГ наибольшую долю составляют туристы из России – 67,5%. Так называемый «экспорт туристов» является отличительной чертой казахстанского туризма. Об этом свидетельствует информация о деятельности туристических компаний в стране, так «в 2009 году за границу было отправлено по тур визам 205,6 тыс. человек, тогда как въехало – только 31,3 тыс. человек. Наиболее часто Казахстан посещают жители России, Германии и Турции – это каждый 8 – 10-ый турист. Высока также доля туристов из таких стран как США, Великобритания, Италия, Китай, Польша и Индия» [49].

К основным тенденциям развития предприятий индустрии туризма в Казахстане относятся:

- «внедрение на рынке услуг международных гостиничных сетей;
- развитие сети малых предприятий и альтернативных гостиничных форм;
- снижение стоимости гостиничного номера в условиях кризиса;
- снижение в последние 2 – 3 года потока туристов и показателей работы гостиниц;
- активный спрос на услуги гостиниц 4* и квартиры посуточно;
- внедрение в индустрию гостеприимства новых компьютерных технологий» [69].

В экономическом плане наиболее активными являются города «А»: Алматы, Астана, Актау и Атырау, к тому же отличающиеся высоким уровнем развития гостиничных и транспортных услуг, что оказывает положительное воздействие общему развитию туризма.

Становится ясным, что для стимуляции развития въездного туризма в Казахстане необходимы совместные усилия со стороны туристических агентств при поддержке на государственном уровне, так как развитие въездного туризма даст позитивный эффект на состояние государственного бюджета, а также будет способствовать тому, чтобы в глазах мировой общественности был сформирован привлекательный имидж страны.

По мнению многих международных экспертов, Казахстан неэффективно использует свой потенциал по развитию туризма, в то время как обширный опыт многих стран свидетельствует о том, что туристическая индустрия может стать одной из самых доходных отраслей национальной экономики.

В Концепции развития туризма в Республике Казахстан говорится о том, что «рост туризма должен произойти преимущественно за счет появления новых посещаемых территорий, поскольку традиционные районы мирового туристического рынка уже достигли предела рекреационной емкости. В связи с этим Казахстан имеет уникальную возможность занять свою нишу на мировом туристском рынке» [70].

Туризм в целом оказывает три положительных эффекта на экономику государства: «обеспечивает приток иностранной валюты, оказывает положительное влияние на такие экономические показатели, как платежный баланс и совокупный экспорт, и помогает увеличить занятость населения» [70].

По оценкам ВТО и Всемирного совета туризма и путешествий, «на каждое рабочее место, создаваемое в индустрии туризма, приходится от пяти до девяти рабочих мест, появляющихся в других отраслях. Туризм прямо или косвенно влияет на развитие 32 отраслей экономики и способствует развитию инфраструктуры страны» [70].

В 1998 – 2000 годах негативная тенденция падения показателей туристической отрасли была успешно преодолена в Республике Казахстан, и в настоящее время туризм проходит процесс стабильного развития, нацеленного на расширение доли внутреннего туризма.

Согласно данным Агентства Республики Казахстан по статистике, «в январе – июне 2012 года общее количество обслуженных посетителей увеличилось на 45,9% по сравнению с аналогичным периодом 2011 года и составило 9729,8 тыс. человек (в январе – июне 2011 года 6 669,0 тыс. человек). Общий объем оказанных услуг в туристской отрасли увеличился на 5,1% и составил 34,9 млрд. тенге (в январе – июне 2011 года 33,2 млрд. тенге)» [71].

За отчетный период в январе – июне 2012 года наблюдается «увеличение туристских потоков по всем направлениям:

- количество посетителей въездного туризма увеличилось на 44,1% и составило 2747,4 тыс. человек (в январе – июне 2011 года 1 906,9 тыс. человек);
- количество посетителей выездного туризма увеличилось на 76,7% и составило 4770,5 тыс. человек (в январе – июне 2011 года 2 699,4 тыс. человек);
- количество посетителей внутреннего туризма увеличилось на 7,2% и составило 2211,9 тыс. человек (в январе – июне 2011 года 2 062,7 тыс. человек)» [71].

Данные представлены на рисунках 7 и 8.

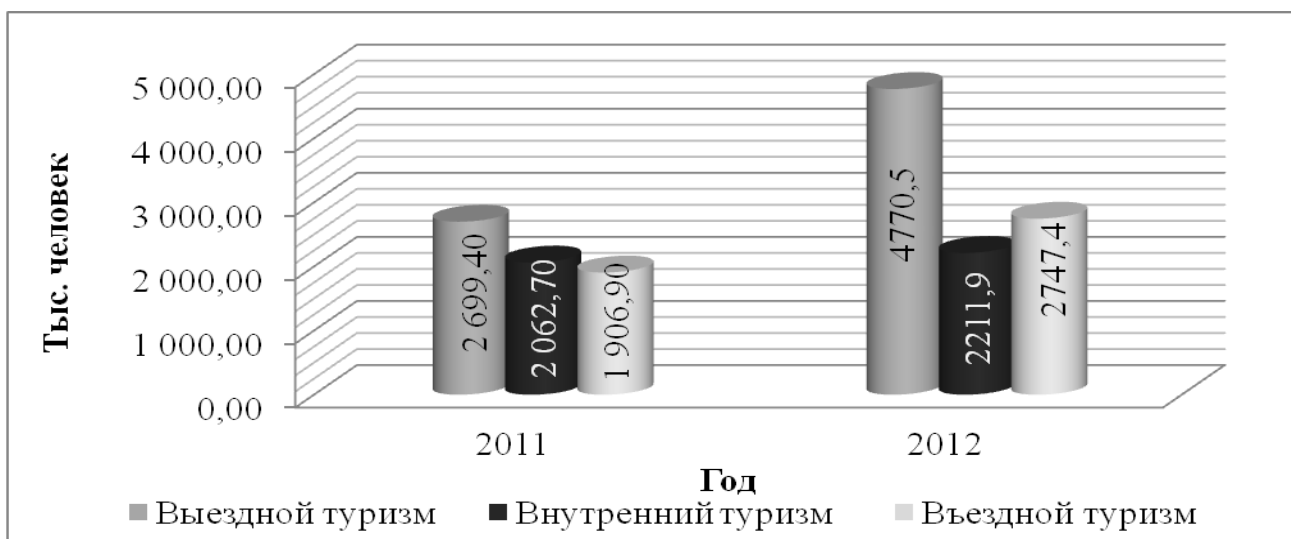


Рисунок 7 – Основные показатели развития туризма в Республике Казахстан за первое полугодие 2012 года в сравнении с первым полугодием 2011 года

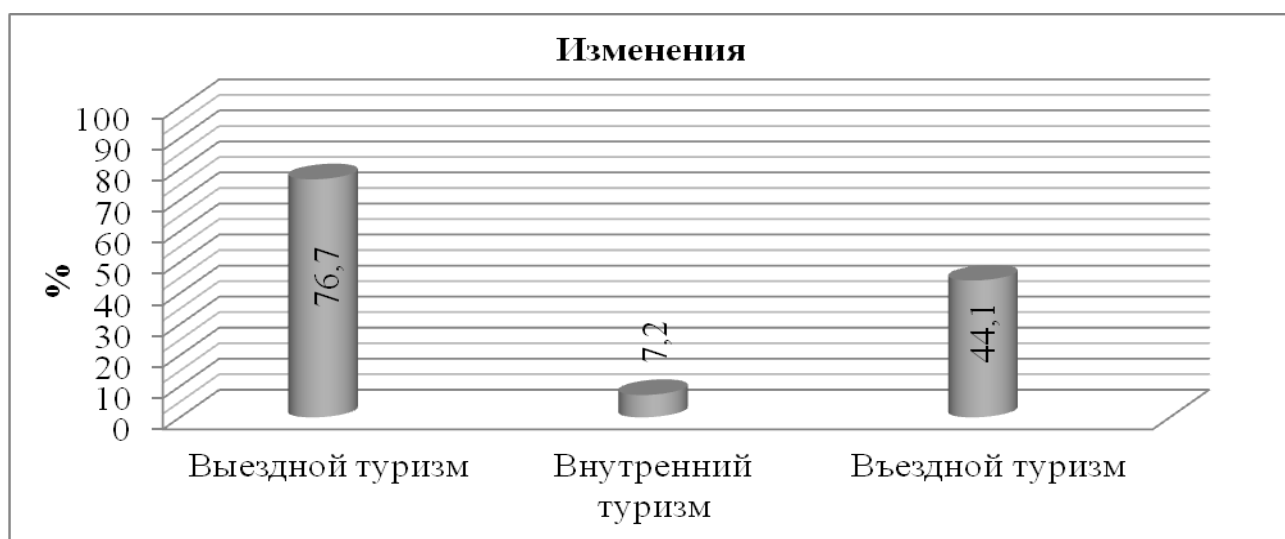


Рисунок 8 – Изменение основных показателей развития туризма в Республике Казахстан за первое полугодие 2012 года в сравнении с первым полугодием 2011 года (в %)

Места размещения располагают 35 326 номерами, единовременная вместимость которых возросла на 6% и составила 76 931 койко-мест (в январе-июне 2010 года – 72 549 койко-мест).

Таким образом, можно прийти к выводу, что туризм реально претендует на то, чтобы стать третьей по доходности индустриальной отраслью в Казахстане. Сегодня, по оценкам экспертов, «одним из основных сдерживающих факторов развития туризма является отсутствие в Казахстане необходимой инфраструктуры. Также необходимо признать, что в последние годы было много сделано в этом направлении, однако развитие туристической отрасли связано со значительными инвестициями» [55].

2.2 Нормативно-правовые основы управления и развития туризма в Республике Казахстан и направления их совершенствования

Основным законом, формирующим правовую базу туризма в стране, долгое время был Закон Республики Казахстан от 03.07.1992 года «О туризме». Настоящий Закон определяет правовые, экономические, социальные и организационные основы туризма и туристической деятельности на территории Республики Казахстан.

Закон основывается на уважении «права каждого человека на отдых, принципов, закрепленных в международно-правовых актах в сфере туризма, которые способствуют развитию взаимопонимания и сотрудничества, культурного и духовного обмена между народами, содействует социальному развитию, созданию новых видов деятельности, являющихся источником дополнительных рабочих мест» [72].

С учетом изменений и дополнений, внесенными следующими нормативно-правовыми актами, данный Закон утратил силу: Закон Республики Казахстан от 13.06.2001 N 212-2; Закон Республики Казахстан от 01.07.1998 N 259-1; Закон Республики Казахстан от 08.04.1993 г.

Немаловажную роль сыграло Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 марта 2001 года N 333 «О Концепции развития туризма в Республике Казахстан» в активизации развитии туристской отрасли в стране.

Огромное значение имеет также «Государственная программа развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 годы».

Государственная программа была разработана в соответствии с Общенациональным планом мероприятий по реализации Послания резидента Республики Казахстан народу Казахстана от 1 марта 2006 года «Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем развитии» и Программой Правительства Республики Казахстан на 2006-2008 годы, которая была утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 31 марта 2006 года N 222, Среднесрочным планом социально-экономического развития Республики Казахстан на 2007-2009 годы (второй этап), вошедшим в силу постановлением Правительства Республики Казахстан от 25 августа 2006 года N 822. Основной разработчик – Министерство туризма и спорта Республики Казахстан.

Целью программы является «создание конкурентоспособной туристской индустрии для обеспечения занятости населения, стабильного роста доходов государства и населения за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма» [72].

В тех случаях, когда правила о туристской деятельности, предусмотренные законодательством Республики Казахстан, иные, чем те, что обозначены в международном договоре, ратифицированном Республикой Казахстан, следует применить правила международного договора. Исключением являются случаи, в которых для применения международного договора необходимо издание закона (статья, закон).

В соответствии с данным законом, субъекты туристской деятельности на территории Республики Казахстан - это туристские операторы (туроператоры),

осуществляющие деятельность в данной стране; туристские агенты (турагенты); инструкторы, гиды (гиды-переводчики), экскурсоводы, а также туристы и экскурсанты. Субъектами туристской деятельности являются также государственные органы, призванные регулировать общественные отношения в данной сфере деятельности. В соответствии с этим вытекает определение «объекты туристской деятельности - природные объекты и природно-климатические зоны, достопримечательности, исторические и социально-культурные объекты показа и иные объекты, способные удовлетворить потребности туриста во время путешествия» (закон, статья 3) [72]. .

Указанный закон предоставляет основные определения и понятия, применяемые в терминологии данной отрасли экономики государства (см. Статья 1 «Основные понятия» вышеуказанного закона).

В закон был дополнен следующими изменениями:

– статья 9 – изменения внесены законами РК от 12 января 2007 года N 222 (вводится в действие по истечении 6 месяцев со дня его официального опубликования), от 21 июля 2007 г. N 307 (порядок введения в действие см. статью 2 Закона);

– статья 10 – Законом РК от 20 декабря 2004 г. N 13 (вводится в действие с 1 января 2005 г.);

– статья 11 – Законами РК от 20 декабря 2004 г. N 13 (вводится в действие с 1 января 2005 г.); от 31 января 2006 года N 125; от 12 января 2007 года N 222 (вводится в действие по истечении 6 месяцев со дня его официального опубликования);

– статья 12 – Законом РК от 20 декабря 2004 г. N 13 (вводится в действие с 1 января 2005 г.);

– статья 15 – Законами РК от 22 февраля 2002 г. N 296; от 4 декабря 2003 г. N 503; от 20 декабря 2004 г. N 13 (вводится в действие с 1 января 2005 г.); от 12 января 2007 года N 222 (вводится в действие по истечении 6 месяцев со дня его официального опубликования);

– статья 16 – Законом РК от 12 января 2007 года N 222 (вводится в действие по истечении 6 месяцев со дня его официального опубликования);

– статья 17 – Законом РК от 12 января 2007 года N 222 (вводится в действие по истечении 6 месяцев со дня его официального опубликования);

– статья 22 – Законом РК от 20 декабря 2004 г. N 13 (вводится в действие с 1 января 2005 г.);

– статья 26 – Законом РК от 20 декабря 2004 г. N 13 (вводится в действие с 1 января 2005 г.);

– статья 28 – Законом РК от 22 февраля 2002 г. N 296.

– Глава 5 дополнена статьей 28-1 – Законом Республики Казахстан от 31 января 2006 года N 125.

В соответствии с данным законом были определены основные цели государственного регулирования в области туристской деятельности:

– «обеспечение прав граждан на отдых, свободу передвижения в области туристской деятельности;

- охрана окружающей среды;
- создание условий для деятельности, направленной на воспитание, образование и оздоровление туристов;
- развитие туристской индустрии, обеспечивающей потребности граждан при совершении путешествий;
- создание новых рабочих мест, увеличение доходов государства и граждан Республики Казахстан за счет развития туристской индустрии;
- развитие международных туристских контактов (закон, статья 9)» [73].

Также были определены приоритетные направления государственного регулирования в сфере туризма:

- «становление туризма как высокорентабельной отрасли экономики Республики Казахстан;
- учет государственных интересов, защита природного и историко-культурного наследия Республики Казахстан при использовании туристских ресурсов;
- введение льготных условий для организации туристской и экскурсионной работы среди детей, подростков, молодежи, инвалидов и малообеспеченных слоев населения;
- создание благоприятных условий для инвестирования туристской индустрии;
- поддержка и развитие туристских организаций, занимающихся въездным и внутренним туризмом на территории Республики Казахстан;
- создание эффективной системы туристской деятельности для обеспечения потребностей внутреннего и международного туризма» [73].

Было оговорено осуществление государственного регулирования в сфере туризма, которое осуществляется посредством следующих мероприятий:

- определения политики по развитию индустрии туризма и инвестиций в туризм;
- введение в действие нормативно-правовых актов в целях совершенствования отношений в сфере туризма;
- проведения стандартизации и лицензирования в области туристской деятельности согласно требованиям, представленным законодательством Республики Казахстан о лицензировании;
- предоставление бюджетных средств на разработку и реализацию государственных программ развития туристской деятельности согласно бюджетному законодательству;
- оказание поддержки кадровому обеспечению в данной сфере экономической деятельности;
- оказание поддержки участию отечественным субъектам туристской деятельности в международных туристских мероприятиях и программах;
- содействие в распространении национального туристского продукта на туристском рынке (мировом и внутреннем);

– гарантия рационального применения, учета и защиты туристских ресурсов государства.

Таким образом, основное регулирование туристской деятельности осуществляется Правительством Республики Казахстан, которое:

– разрабатывает и внедряет нормативные правовые акты, регулирующие отношения в данной сфере экономической активности;

– вводит в силу квалификационные требования и правила лицензирования в сфере туризма;

– вводит запрет на использование тех или иных объектов и территорий с целью туристской деятельности;

– вырабатывает положения государственной инвестиционной политики в сфере туризма;

– создает благоприятные условия для создания государственной системы научного обеспечения в данной области экономики [73].

Кроме того, закон учитывает и регулирует также такие моменты организации туристической деятельности в Казахстане, как: Туристский информационный центр; Совет по туризму; контроль за исполнением законодательства Республики Казахстан о туристской деятельности и ответственность за его нарушение; компетенции уполномоченного органа; компетенция областных (города республиканского значения, столицы) исполнительных органов; страхование при осуществлении туристской деятельности; договор на туристское обслуживание и условия его изменения; права и обязанности туриста; возмещение убытков и морального ущерба; обеспечение безопасности туриста; туристские организации; профессиональная подготовка специалистов в области туристской деятельности, а также переходные положения.

Большое значение имеет также Государственная Программа развития туризма на 2007 – 2011 годы (Указ Президента Республики Казахстан № 231 от 29 декабря 2006г.).

В рамках данной программы развития туризма на 2007 – 2011 годы в течение пяти лет были заложены основы для создания конкурентоспособной туристской индустрии для обеспечения стабильного роста доходов и занятости населения путем превращения Казахстана в один из центров туризма Центральной Азии и, соответственно, увеличения потоков въездного и внутреннего туризма. Подводя итоги реализации Государственной программы развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 годы, можно сделать вывод, что в данный период в основном сохранялся устойчивый рост показателей в сфере туризма. Тем не менее, 2009 год динамика устойчивого роста показателей туристской индустрии частично пошатнулась. Так, по итогам 2009 года общий поток туристов по сравнению с 2008 годом возрос на 3,9%, причем выездной туризм увеличился на 22,3% (6413,9 тыс. тенге), в то время как внутренний туризм сократился на 5,3%, что составило 4 028,1 тыс. человек. При этом поток въездного туризма составил 4329,8 тысяч человек, уменьшившись на 8,3% [74].

Общее количество предоставленных туруслуг сократилось на 0,4% в сравнении с 2008 годом, что дало сумму в 65,7 млрд. тенге. Для сравнения, рост соответствующего показателя 2008 года к 2007 году составил 22,4% (с 53,8 млрд. тенге до 66,0 млрд. тенге).

Анализ статистики въездного туризма говорит также об уменьшении на 19,8% (1541 человек) такого показателя, как классификация туристов по целям пребывания в стране, в том числе для отдыха и досуга в сравнении с 2008 годом. В то же время, число реализованных путевок снизилось на 44 % (на 3 242 единицы) [74].

Статистика за отчетный период свидетельствует также о том, 369,1 тыс. посетителей были обслужены 1203 агентствами и 73 индивидуальными предпринимателями, задействованными в туристской деятельности, что на 25,7 % меньше, чем в 2008 году. В общем, в 2009 году доход субъектов индустрии туризма от туристской деятельности достиг 82,6 млрд. тенге. 2306,1 тысяч человек были обслужены действующими в стране 1235 предприятиями гостиничного хозяйства, а общее количество оказанных услуг принесло 48 249,6 млн. тенге. По результатам отчетного периода также было установлено наличие 30831 номеров с единовременной вместимостью в 67 807 койко-мест в объектах размещения [74].

Финансирование с целью реализации данной программы было выделено из государственного бюджета. В рамках кластерных инициатив особое внимание уделяется перспективе привлечения зарубежных инвестиций для развития туристской инфраструктуры Республики Казахстан.

Реализация Государственной Программы развития туризма на 2007 – 2011 годы была призвана способствовать увеличению привлекательности казахстанского туристского продукта на мировом туристическом рынке. Целью программы является создание эффективной и конкурентоспособной индустрии туризма, которая может обеспечить значительные вливания в экономику страны и стать одним из самых прибыльных отраслей среди несырьевых секторов экономики республики.

С 30 января 2012 года вступили в силу поправки в закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам совершенствования разрешительной системы», согласно которым отменяется лицензирование, и турагентская деятельность должна осуществляться на основе договора обязательного страхования гражданско-правовой ответственности (ГПО) [75]. Эти изменения стали причиной создания реестра турагентов, ведение которого передано КТА (Казахстанской Туристской Ассоциации).

Особое место в системе управления и регулирования туристической отрасли экономики занимает государственная программа «Культурное наследие», не имеющая аналогов в регионе Центральной Азии и на постсоветском пространстве.

Данная программа была разработана в контексте Послания Президента Н.А.Назарбаева народу Казахстана от 4 апреля 2003 г. и принята к исполнению Национальным Советом Республики Казахстан (2004 – 2006, 2007 – 2009 гг.) с

целью систематизации, широкого распространения и популяризации богатого культурного наследия казахского народа, его духовного достояния. Важными задачами, поставленными перед программой, выступают сохранение культурной самобытности, национальной и культурной идентичности, независимости республики и формирование нового общественного сознания.

Активное участие в реализации данной программы принимает Институт философии и политологии МОН РК, осуществляя работу по составлению, переводу, научному редактированию и экспертизе текстов, отобранных для включения в серию книг «Философские наследие казахского народа с древнейших времен до наших дней» (20 томов), «Мировое философское наследие» (20 томов), «Мировая психологическая мысль» (10 томов), «Наследие аль-Фараби» (10 томов). Всего предусмотрено выпустить по 20 томов в каждой серии, а также произвести выпуск произведений казахский классиков на английском языке.

Также предполагается провести археологические раскопки на 49 объектах, отреставрировать 39 объектов историко-культурного наследия.

Другие источники, описывающие и регулирующие нормативно-правовые основы управление процесса развития туризма в Республике Казахстан, а также их совершенствование, представлены ежегодным статистическим сборником «Туризм Казахстана» и такими статистическими бюллетенями, как:

- «О выборочном обследовании посетителей (туристов) в Республике Казахстан» (годовой периодичности);
- «О расходах домашних хозяйств на поездки в Республике Казахстан» (годовой периодичности);
- «Развитие туризма и гостиничного хозяйства в Республике Казахстан» (квартальной и годовой периодичности).

Доступом к витрине данных наблюдения через Интернет является портал статистики - www.stat.kz, где информация предоставляется по запросам пользователей.

Все это составляет правовую основу функционирования и развития туристической отрасли на территории Республики Казахстан.

2.3 Предпосылки возрождения и приоритеты развития регионального туризма

2.3.1 Туристско-рекреационные зоны Казахстана как географические и конкурентные единицы

В условиях современной рыночной экономики ведение туристского бизнеса можно осуществить при условии наличия основных четырех составляющих:

- технологии;
- кадров;
- капитала;
- туристских ресурсов.

Это означает, наличие капитала не гарантирует возможности покупки технологии, наема персонала и в дальнейшем занятия туристическим бизнесом. Необходимой предпосылкой являются территории с туристско-рекреационными ресурсами или же создание места с такими условиями. Это является одной из специфических особенностей ведения бизнеса на рынке туристских услуг. Преимуществом такого бизнеса является его высокая рентабельность, что объясняется относительной дешевизной туристских ресурсов. Тем не менее, не следует упускать из виду факт, что при необходимости создания туристских ресурсов, то себестоимость туристского продукта намного повысится.

В широком смысле слова ресурсы бывают:

- природные;
- трудовые;
- финансовые;
- социальные;
- культурно-исторические;
- производственные.

Исходя из этого, туристские ресурсы - это совокупность природных объектов и специально разработанных человеком объектов, создающих благоприятные условия для создания туристского продукта. Именно туристские ресурсы в большинстве формируют туристский бизнес в регионе.

Рассмотрим основные свойства туристских ресурсов:

- привлекательность;
- доступность;
- климатические условия;
- степень изученности;
- потенциальный запас;
- экскурсионная значимость;
- социально-демографические характеристики и др.

Данные виды ресурсов предназначены для использования в туристских, познавательных, оздоровительных, спортивных и развлекательных целях.

Условно туристские ресурсы делятся на две группы:

- природные;
- инфраструктурные.

Для динамического развития бизнеса в сфере туризма необходимо располагать обеими группами, так как даже высокая привлекательность природных ресурсов при отсутствии налаженных средств связи, коммуникаций, инфраструктуры, памятников искусства, истории и культуры, и т.д. туристский бизнес не сможет обеспечить удовлетворения даже минимальных запросов большинства потенциальных потребителей.

Несмотря на очевидные положительные аспекты (например, социально-гуманную роль), туризм оказывает необратимое воздействие на экологию. На международном и государственном уровнях выработаны меры для уменьшения отрицательного воздействия на экологию туристской индустрии туризма:

- экономическое просвещение;
- налоговое регулирование;
- ограничение туристско-рекреационной нагрузки на природные ресурсы и т.д.

Туристское природопользование находится в тесной взаимосвязи с таким понятием, как рекреационная система, которая, в свою очередь, подразделяется на ряд подсистем: инфраструктура, туристско-природный комплекс, кадровые ресурсы, органы управления и др.

Для сохранения и воспроизводства туристских ресурсов в рамках рекреационной системы вся территория Казахстана распределена на туристские и экономические районы. Рассмотрим их более подробно.

В крупных городах, таких как Астана, Алматы, Атырау, Караганда и Актюбинск, наблюдаются большие потоки въездного туризма, с явным преобладанием делового туризма. Также данные города, а также Алматинская, Карагандинская, Западно- и Северо-Казахстанская области дают высокие показатели развития выездного туризма.

Внутренний туризм превалирует в городе Астана и Акмолинской области, Алматы и Алматинской области, а также в Восточно-Казахстанской и Карагандинской областях.

В целом по стране самые высокие показатели по числу обслуженных туристов по всем видам туризма даются в городах Алматы, Астане, Алматинской, Акмолинской, Восточно-Казахстанской, Атырауской, Карагандинской и Актюбинской областях. Основные цели поездок - деловой и профессиональный туризм, отдых и рекреация; также распространены шоппинги. Казахстанские аэропорты, допущенные к международным авиаперевозкам, расположены в таких городах, как Астана, Алматы, Актобе, Атырау, Караганда, Костанай, Павлодар, Петропавловск, Семей, Тараз, Уральск, Усть-Каменогорск и Шымкент.

Согласно данным казахстанской статистики, «в 2005 году услугами воздушного транспорта воспользовались 248578 (57,1 процента) туристов. В 2011 году этот показатель возрос до 67 %. Учитывая, что большинство поездок совершается с использованием авиатранспорта, необходимо обновить авиапарк, расширить географию пассажирских авиаперевозок, определить взвешенную ценовую и тарифную политику в целях увеличения туристского потока, повысить качество обслуживания» [77].

С 2001 года местные исполнительные органы должны предоставлять финансовые средства, требующиеся на развитие туристической отрасли, но, как показывают маркетинговые исследования, в областях местные исполнительные органы проявляют недостаточное внимание к данному вопросу, что является одним из сдерживающих факторов развития индустрии туризма, которая в то же время является одной из приоритетных областей экономики и призвана способствовать обеспечению экономического роста.

К примеру, «на реализацию региональной и республиканской программ развития туризма на 2007 – 2009 годы в Северо-Казахстанской области

выделялось в среднем по 400 тысяч тенге ежегодно, а на 2006 год – 329 тысяч тенге, Павлодарской области – по 500 тысяч тенге ежегодно и Костанайской области - в пределах 1,5 млн. тенге» [77].

Таблица 7 – Распределение туристского потенциала Казахстана по экономическим районам 2008 – 2011 гг

Экономические районы	Емкость рекреационно-познавательных ресурсов		Емкость природно-рекреационных ресурсов		Вместимость существующей материальной базы туризма	
	Млн. чел./дн. В год	%	Млн. чел./дн. В год	%	Тыс мест	%
Южный Казахстан	8,1	3,1	27,3	8,0	49,6	4,0
Северный Казахстан	42,1	15,9	15,6	4,6	92,6	7,8
Центральный Казахстан	1,8	0,7	2,6	0,8	14,6	1,2
Восточный Казахстан	102,0	38,5	38,0	11,3	291,9	24,4
Западный Казахстан	13,6	5,1	13,7	4,0	54,0	4,5

Отдельные показатели туристской деятельности в 2012 г. представлены на рисунке 9.

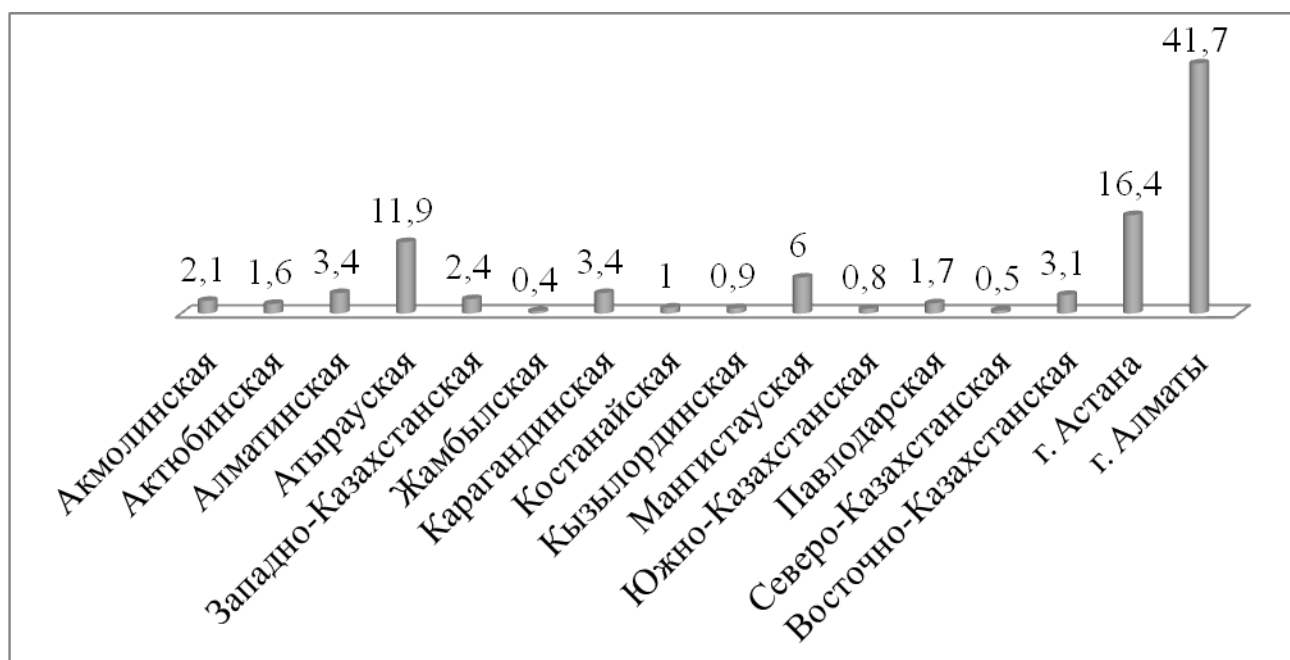


Рисунок 9 – Отдельные показатели туристской деятельности в 2012 году, в % [78]

Если рассматривать данные регионы по наличию материальной базы, в особенности наличию средств размещения, можно выделить три основные категории: с относительно высоким, средним и низким уровнем развития инфраструктуры, необходимой для функционирования туристской отрасли, в сравнении с общим уровнем развития туризма в Республике Казахстан.

Таким образом, «туристские ресурсы рассматриваются как один из факторов развития туризма и исходный базис для планирования производства туристского продукта.

Туристские ресурсы – природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, призванные удовлетворять духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил» [79].

Целостность, емкость, устойчивость, динамичность, надежность и привлекательность являются специфическими особенностями данного вида ресурсов.

Под понятием целостности туристских ресурсов подразумевается взаимосвязь всех ресурсов: гостиничного хозяйства, транспорта, коммуникаций, питания, и многих других. Емкость заключается в способности включать в себя ресурсы других отраслей экономики, включая и те, которые имеют к туризму лишь косвенное отношение.

В масштабах национальной экономики под устойчивостью туристских ресурсов понимается поддержание ненарушенного экономического баланса. Так как туристская индустрия использует природные ресурсы, оставшиеся невостребованными другими сферами народного хозяйства, конфликта интересов не происходит.

Надежность в туристской отрасли зависит от социально-политических условий. Привлекательность является одним из самых значительных свойств туристских ресурсов, так как именно она превращает туристический объект в уникальный предмет туристского показа.

Как видно из таблицы 5, туристский потенциал Казахстана формируется из двух составляющих: рекреационно-познавательных и природно-рекреационных ресурсов и выражается в млн. чел. дней пребывания туристов в данном регионе в год.

Карта туристских ресурсов дает возможность провести подробную паспортизацию регионов с точки зрения перспективности развития туризма с целью определить максимально допустимую туристскую нагрузку на данной территории, принимая во внимание возможность ее полного воспроизводства и степень экономической защиты.

По словам известного теоретика международного туризма профессора К. Крапфа, «экономика лежит в основе всех туристских проблем. Мы не можем скрывать и завуалировать тот факт, что интерес к туризму объясняется именно его экономическим значением» [79]. Именно это является доказательством необходимости изучения и анализа теории экономических аспектов туризма для наиболее эффективного содействия его развитию туризма на практике. Подробный анализ свойств туристских ресурсов является залогом

вырабатывания впоследствии правильной политики и возможности целенаправленных действий на стимулирование развития туризма как приоритетной отрасли экономики.

Полученные данные могут стать основой для подготовки предложений по временному запрещению или ограничению использования туристских ресурсов региона, что будет способствовать рациональному планированию туристской деятельности и туристских маршрутов.

Один из популярных маршрутов, проходящих по территории Казахстана, - Шелковый путь, или Жибек жолы, зародившийся как торговая магистраль в III веке до н.э. Этот участок пути представляет собой «уникальный комплекс исторических, археологических и архитектурных памятников, включая опыт планирования и строительства городов. Такие города как: Отрар, Сайрам, Сыгнак, Сауран, Сузак, Туркестан являлись не Атмосферу Средневековья в Центральной Азии можно ощутить при посещении таких культурно-исторических монументов, как, например, мавзолей Ходжи Ахмеда Яссауи (14-15 вв.), построенный по приказу Тамерлана, мавзолеи Айша-Биби и Бабаджи-Хатун (10-12 вв.), мавзолей Карахана и Даудбека и т.д.

К востоку от г. Алматы расположен Чарынский Каньон напоминающий знаменитый Гранд Каньон в штате Аризона (США), с колоннами и арками на склонах, достигающими 150 – 300 м высоты.

Земля покрыта большим количеством ущелий и оврагов. В наиболее влажных районах течения реки Чарын берега окружены тополями и зарослями ивы. Особенно интересны тополиные рощи и ясеновые леса. В долине реки Или расположен государственный национальный природный парк «Алтын-Емель», представляющий собой несомненный интерес для любителей природы.

Одним из популярных направлений оздоровительного туризма является санаторий «Сарыагаш», расположенный на юге Казахстана неподалеку от границы с Узбекистаном. Это известный бальнеологический спа курорт, привлекающий туристов своими горячими источниками минеральной воды. История курорта начинается в 1946 году; до распада Советского Союза он являлся одним из спа курортов всесоюзного значения, стоя в одном ряду с такими курортами, как Джермук (сейчас Республика Армения), Кавказские Минеральные Воды (сейчас территория Российской Федерации). В настоящее время санаторно-курортный комплекс Сарыагаш представляет собой перспективное направление оздоровительного туризма с достаточно благоприятным инвестиционным климатом, для развития которого, тем не менее, требуются значительные вложения и современная система менеджмента [80].

На правобережье Или находится уникальное природное явление – «Поющие пески» - дюны, около 300 м в высоту и 3 км в длину, издающие звуки, напоминающие сигналы речных судов в результате трения, образующегося в ходе движения сухого песка вместе с сухим воздухом, и электризации, что и является причиной вибрации. Данное природное явление можно услышать лишь в сухую погоду на расстоянии нескольких километров.

Ущелье Тамгалы, также расположенное неподалеку от г. Алматы, представляет собой объект исторического интереса. Именно там находятся тысячи наскальных рисунков – изображения животных и жизненные сцены того периода. Кроме того, в регионе есть все климатические и природные возможности для лечения, активного отдыха, альпинизма, охоты, горнолыжного и конькобежного спорта.

Особый интерес представляет Западный Казахстан, расположенный в бассейне Каспийского моря, Волги и Урала на границе Азиатского и Европейского континентов. Там же находятся знаменитые меловые утесы, а также впадина Карагие (132 м ниже уровня моря), вторая самая глубокая точка планеты. Есть все условия для охоты, рыбной ловли, водных видов спорта.

Огромный интерес представляют территории Мангышлака, плато Устюрт, места, связанные с сюжетами казахского эпоса. Одним из популярных направлений для отдыха является г. Актау, расположенный на побережье Каспийского моря. Море и песчаные пляжи привлекают туристов летом, а скалы дают возможность заняться альпинизмом. Есть условия для занятий парусным спортом.

В Казахстане имеются также значительные ресурсы для занятия спортивным туризмом (альпинизм, спортивное ориентирование, горнолыжный и другие активные виды спорта) – Северный и Западный Тянь-Шань, Рудный Алтай, Джунгарский Алатау в Алматинском и восточном регионах страны.

Центральный Казахстан также обладает уникальными природными ресурсами. Здесь расположены уникальный Национальный Природный Парк, озеро Балхаш, одно из крупнейших мировых озер, множество памятных мест, этнографических и археологических объекты.

Восточный Казахстан привлекает цепью Алтайских гор, лесистыми предгорными районами, рекой Иртыш, множеством озер, таких как Зайсан, Саускан, Алаколь, Маркаколь, Бухтарминским водохранилищем с многочисленными базами отдыха.

Флора на прилегающей территории – это в основном растения, присущие для засушливых областей и безводных почв, так называемые ксерофиты. Здесь встречается большое количество овсяных культур, таких как мятлик обыкновенный (*poa trivialis*), ковыль перистый (*Stipa capillata*), осока (*Carex supina*), скабиоза (*Scabiosa ochroleuca* L), тимофеевка луговая (*Phleum phleoides*), кровохлебка (*Sanguisorba officinalis*), подорожник крупный (*Plantago major*) и ланцетовидный (*Plantago lanceolata*), тысячелистник (*Achillium millifolium*), мордовник (*Echinops ritro* L), герань (*Geranium albiflorum*), многие сорта роз.

Столица Республики Казахстан г. Астана (с 1961 г. Акмолинск, позднее Целиноград, с 10 декабря 1997 г. Акмола, с 6 мая 1998 г. туда была перенесена столица, и город был переименован в г. Астана) является значительным культурным, экономическим и промышленным центром страны, а также важным узлом железнодорожной и автотранспортной сети. Астана была основана в 1824 г. как военный городок, в 1868 г. получила статус города и к середине 20 века город стала одним из центров развития естественных

природных ресурсов северной части страны. Промышленность города представлена пищевой индустрией, переработкой сельскохозяйственных материалов, агропромышленным машиностроением, транспортной сферой.

В Центральном Казахстане раскинулась степь Сарыарка, казахский мелкосопочник, а также 88 археологических памятников, принятых под охрану государства, такие как курганы Клыш и Актасты, пещера Айдагарлы, стоянки Донгал и Дермен, группа курганов в ущелье Кен Дара и у зимовки Карасу, мазар Ак-Бекет, образец культовой архитектуры XVIII века, и т.д.

Есть возможности для экстремального и экологического туризма. По Казахстану проходят 904 маршрута, включая идущие по территории национальных парков «Аксу-Джабаглы», «Алтын-Емель», «Бурабай», «Иле-Алатау», «Катон-Карагай», и другие. Поклонники познавательного туризма имеют возможность познакомиться с бытом и традициями, историческим укладом жизни казахского народа и пожить в казахских юртах. Помимо традиционных походов в горы и заповедники можно принять участие в охоте с хищными птицами.

Как видно из всего вышесказанного, Казахстан обладает богатейшими природными ресурсами, привлекающими интересы туристов со всего мира. К тому же, страна играет все более значительную и влиятельную роль на мировой политической арене, о чем свидетельствуют разнообразные региональные и международные симпозиумы, встречи, конференции и саммиты, проводящиеся на территории Казахстана. Все это также является доказательством хорошего туристического потенциал страны.

2.3.2 Современные тенденции управления и развития международного туризма в Республике Казахстан и факторы, их определяющие

Современные условия растущей глобализации создают предпосылки для того, чтобы мировая индустрия туризма привлекала все больший интерес Республики Казахстан как одна из наиболее перспективных отраслей мировой экономики. Располагая уникальным природным потенциалом и богатейшим культурным наследием, Республика Казахстан имеет все необходимое для гармоничной интеграции в данную ветвь мировой экономики и достижения успешного развития туризма в стране. Став приоритетной отраслью национальной экономики, туризм в состоянии обеспечить устойчивый рост доходов и занятости населения, оказать стимулирующее воздействие на ряд смежных отраслей и значительно увеличить приток иностранного капитала и инвестиций в государственный бюджет и экономику страны.

Как известно, туризм в Казахстане провозглашен приоритетной отраслью развития экономики. В настоящее время большое внимание уделяется реализации политики открытости и проведению рыночных реформ в стране, что уже дало такие немаловажные результаты, как формирование рынка туристических услуг, в котором, однако, превалирует доля частного сектора.

Инфраструктура услуг, сложившаяся в республике на настоящий момент, пока не может отвечать запросам активно развивающегося рынка туризма, но, тем не менее, она послужит основой для более совершенной инфраструктуры,

созданной в соответствии с мировыми стандартами относительно требований экологии и рыночных отношений.

На 1 января 2010 года в Казахстане было зарегистрировано 1247 субъектов – юридические лица, их представительства и филиалы, а также физические лица, чья деятельность непосредственно связана с туризмом (Данные агентства РК по статистике).

Среди них 1690 предприятий туризма и отдыха, 230 отелей и гостиниц, 83 санаторно-курортных учреждения, а также специализированные торговые предприятия, лечебно-оздоровительные учреждения, государственные природные парки и заповедники, рестораны, транспортные предприятия, рекламные агентства и др [76].

Для того чтобы понять особенности и аспекты развития туризма в Республике Казахстан, необходимо выявить ее основные составляющие элементы и их взаимодействие между собой. Кроме того, требуется понять содержание и специфику каждого элемента данной отрасли.

Для этого рассмотрим структуру управления туристической отраслью в Республике Казахстан.

По функциональным особенностям структура субъектов туристской отрасли включает в себя следующие институты:

- законодательные;
- контролирующие;
- общественные;
- производительные;
- образовательные;
- донорские;
- инфраструктура.

Основу отрасли составляют регулирующая данную отрасль нормативно-правовая база, предпринимательство и непосредственные производители туристических услуг.

Как известно, туристический продукт состоит из следующих составляющих:

- привлекательность;
- транспорт;
- размещение;
- питание;
- развлечение;
- снабжение;
- сопровождение;
- сопутствующие услуги.

Наглядно туристический продукт можно проиллюстрировать с помощью рисунка 10.

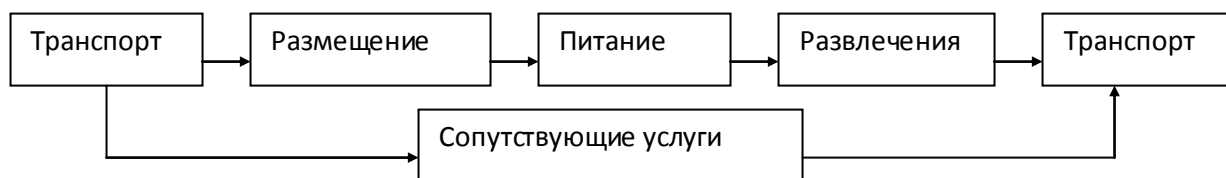


Рисунок 10 – Составляющие турпродукта

Организаторы и непосредственные производители данных составляющих элементов представляют собой основные предприятия, формирующие ВВП данной отрасли экономики.

Основное число посетителей обслуживается частными турфирмами.

В Республике Казахстан формирование частного сектора индустрии туризма началось в период перестройки в 1988 году, когда государство предоставило населению условия для создания основ частного предпринимательства.

Особое место занимают эко-турфирмы, специализирующиеся на туризме с целью осмотра природных достопримечательностей, такие, как, например, «Эко-Тур».

В таблице 8 представлены данные о количестве туристских фирм Казахстана в разрезе областей и крупных городов за период 2010-2012 года.

Таблица 8 – Количество туристских фирм Казахстана, единиц (данные Агентства по статистике Республики Казахстан) [71]

	2010	2011	2012
Республика Казахстан	1 252	1 567	1 720
Акмолинская	22	31	31
Актюбинская	27	29	32
Алматинская	37	95	49
Атырауская	21	24	25
Западно-Казахстанская	13	12	11
Жамбылская	19	24	27
Карагандинская	81	85	113
Костанайская	27	35	42
Кызылординская	4	8	7
Мангистауская	30	33	54
Южно-Казахстанская	27	45	81
Павлодарская	59	58	60
Северо-Казахстанская	21	18	19
Восточно-Казахстанская	42	51	63
г. Астана	158	187	225
г. Алматы	664	832	881

Туристические компании, функционирующие на рынке страны, в основном представлены малыми с численностью персонала до 50 человек

(93%) и средними (6%, персонал от 51 до 250 человек) предприятиями. Крупные туристические фирмы представлены такими компаниями, как Kazakhstan Travel International, Central Asian Corporation, «Отрар Авиа», ТОО «Турагентство Шелковый путь» и др.

Данные организации выделяются на рынке туристских услуг тем, что предлагают широкий спектр сервисов. В их число входят такие туристические услуги, как:

- резервирование и продажа авиабилетов;
- организация туров и поездок;
- резервирование гостиниц и транспорта;
- оформление загранпаспортов, виз, страховых полисов;
- услуги гида-переводчика;
- встреча и размещение туристов;
- оказание прочих услуг.

Таким образом, можно сделать вывод, что туристический пакет формируется компанией путем объединения услуг предприятий различных профилей. Организации, принимающие участие в формировании пакета туруслуг, представляют собой инфраструктуру туризма.

В Республике Казахстан инфраструктура туризма сформирована объектами размещения и питания, транспортных средств, делового, развлекательного, оздоровительного, спортивного, познавательного и другого назначения.

Таким образом, инфраструктура туризма состоит из следующих элементов:

- гостиничная индустрия (специализированные средства размещения и гостиницы);
- транспортная индустрия (автомобильный, воздушный, водный, железнодорожный транспорт);
- индустрия питания (столовые, бары, кафе, рестораны и т.д.);
- индустрия развлечений (театры, парки, парки аттракционов, музеи, игровые залы и т.д.)

Каждый из перечисленных элементов инфраструктуры туризма в Республике Казахстан имеет свою специфику. К примеру, географическое положение Казахстана повлияло на то, что автомобильный транспорт является самым распространенным и развитым средством передвижения. За ним следует воздушный транспорт, менее развит водный. Большое число туристов предпочитает железнодорожный транспорт.

Становится ясным, для стабильного развития туристской отрасли необходимо одновременное развитие всех взаимосвязей и сегментами социально-экономического комплекса, что дает наибольшую эффективность.

Наряду с основными составными элементами задействованы также дополнительные элементы, обеспечивающие предоставление сопутствующих услуг – информационных, банковских, финансовые, услуг связи, страхования, сопровождения и др.

Республика Казахстан занимает стратегически удачное положение в центре Евразийского континента, на пересечении перспективных экономических, политических, авиационных и транспортных путей между Европой и Азией. Главная цель, поставленная в данной области, – обеспечить зарубежным туристам незатрудненный доступ в республику. Для этого необходимо создать благоприятные условия для деятельности конкурентоспособных авиакомпаний на национальном рынке воздушных перевозок, а также обеспечить повышение уровня безопасности авиапутешествий и качества обслуживания пассажиров [81].

Индустрия туризма также показала себя достаточно выгодной отраслью. Финансовые результаты и динамика ее развития представлены в таблице 9 и таблице 10 соответственно.

Таблица 9 – Финансовые результаты развития туристической индустрии за период 2010 – 2012 года: объем услуг, оказанный местами размещения за 2010-2012 годы в соответствии с версией ОКЭД 2007 г.

	2010г.	2011г.	2012г.
Всего	58 261 937,5	63 135 953,1	66 540 899,7
предоставление услуг гостиницами с ресторанами	47 545 506,6	50 562 382,0	50 239 283,0
из них рестораны	13 016 097,9	15 299 018,5	13 054 528,1
предоставление услуг гостиницами без ресторанов	8 057 183,8	9 654 397,1	12 691 914,4
предоставление жилья на выходные и прочие периоды краткосрочного проживания	2 367 164,3	2 457 698,1	3 090 592,1
туристические лагеря, парки отдыха и развлечений	171 457,6	181 923,5	211 511,2
другие виды жилья	120 625,2	279 552,4	307 599,0

Данные свидетельствуют о стабильном ежегодном росте финансовых поступлений от туризма в стране.

Представленные в таблице цифры также говорят о положительных тенденциях вложения капитала в туристскую отрасль, но данные меры не в силах обеспечить все необходимые условия для развития инфраструктуры и привлечения инвестиций в индустрию туризма.

Количество обслуженных посетителей в объектах размещения с 2007 по 2012 гг. [71] представлено в таблице 10.

Таблица 10 – Количество обслуженных посетителей в объектах размещения (единиц)

	январь-март	январь-июнь	январь-сентябрь	январь-декабрь
2007	373 864	835 623	1 371 665	1 964 907
2008	416 066	877 621	1 353 372	1 801 087
2009	347 670	715 141	1 126 588	1 544 506
2010	383 695	841 642	1 359 569	1 816 980
2011	420 518	938 491	1 504 546	2 017 298
2012	435 255	970 165	1 583 918	2 120 621

Объем выполненных работ и услуг туристскими фирмами за последние три года [71] представлен в таблице 11.

Таблица 11 – Объем выполненных работ и услуг туристскими фирмами за 2010 – 2012 гг.

	2010	2011	2012
Республика Казахстан	14 730 718,2	15 142 092,8	17 674 698,1
Акмолинская	39 512,1	116 813,4	120 278,4
Актюбинская	63 652,0	86 481,1	47 265,4
Алматинская	148 363,5	204 429,6	184 877,8
Атырауская	34 914,5	42 597,8	32 011,0
Западно-Казахстанская	5 054,6	13 400,0	5 876,0
Жамбылская	5 869,0	12 868,2	21 114,0
Карагандинская	244 754,0	512 744,9	1 118 946,2
Костанайская	158 097,3	50 990,1	111 413,4
Кызылординская	70 677,8	102 162,0	68 211,8
Мангистауская	303 294,0	104 032,0	258 998,0
Южно-Казахстанская	35 365,4	94 840,1	120 574,2
Павлодарская	117 401,2	187 175,9	222 016,0
Северо-Казахстанская	49 059,4	59 548,1	82 117,5
Восточно-Казахстанская	105 150,4	203 130,3	208 000,1
г.Астана	905 656,5	567 457,5	601 218,8
г.Алматы	12 443 896,5	12 783 421,8	14 471 779,5

Динамику развития туристической отрасли можно также проследить по количеству иностранных туристов (нерезидентов), посетивших страну в период с 2009 по 2011 гг., что отражено в таблицах таблицы А.1, А.2 и А.3 соответственно (см. приложение А).

Провозглашение туристской отрасли приоритетным сектором экономики страны дало новый толчок импульс развитию индустрии туризма в Казахстане и сделало туризм одной из семи кластерных инициатив. Были определены приоритетные направления развития в республике данного туристского кластера, такие как деловой, культурно-познавательный, экстремальный, экологический туризм.

Данные мероприятия послужили основой того, что в результате постановления Правительства Республики Казахстан №633 «Об утверждении планов по созданию и развитию пилотных кластеров в приоритетных секторах экономики» от 25 июня 2005 года был принят план создания и развития пилотного кластера «Туризм» в городе Алматы и Алматинской области.

Для реализации данного проекта в 2005 году Правительство республики выделило 65 млн. тенге. Средства были направлены на формирование стратегии развития индустрии туризма путем проведения маркетинговых исследований туристского потенциала областей Казахстана. Данные исследования были осуществлены международной компанией «International Consulting Group on Tourism IPK» («IPK International»), деятельность которой заключается в формировании стратегий продвижения туристских продуктов и предложений на мировой туристический рынок услуг.

Результаты проведенных исследований способствовали разработке программы по стратегии развития туризма в стране с учетом кластерных инициатив и конкурентных преимуществ страны на долгосрочный период. Также была запланирована реализация проектов, в том числе Государственной программы развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 годы.

В ходе реализации данного Плана по созданию и развитию пилотного кластера «Туризм» были проведены следующие мероприятия:

- туризм внесен в число приоритетных отраслей экономики Республики Казахстан постановлением Правительства Республики Казахстан от 17 сентября 2005 года №925, что дает потенциальным инвесторам возможность применения льгот и преференций, гарантированных законодательством Республики Казахстан об инвестициях [81];

- постановление Правительства Республики Казахстан от 24 февраля 2003 года №196 определило единые размеры платы для нерезидентов и резидентов страны (0,1 – 0,2 минимального расчетного показателя) в случае деятельности на особо охраняемых природных территориях государственного значения;

- казахстанско-российская межправительственная комиссия (18 – 19 октября 2005 года) утвердила меры по превращению космодрома «Байконур» в объект внутреннего и въездного туризма;

- с 2004 года Агентство по статистике Республики Казахстан проводит мероприятия по созданию Вспомогательного счета туризма и изменению

действующих Общегосударственных классификаторов видов экономической деятельности (ОКЭД) и классификаторов продукции по видам экономической деятельности (КПВЭД);

– 25 – 27 апреля 2006 года в городе Алматы при поддержке Всемирной туристской организации и национальных туристских администраций стран-членов Комиссии ВТО для Европы было прошло 45-е заседание ВТО при Европейской Комиссии по проблемам устойчивого развития туристской отрасли;

– создан экспертный совет по туризму при уполномоченном органе в области туризма приказом Министра индустрии и торговли Республики Казахстан от 20 июня 2005 года №220.

Успешное развитие экономики Республики Казахстан, а также комплекс мероприятий для активизации индустриально-инновационного развития страны создают условия для привлечения потенциальных иностранных инвесторов. В стране есть все необходимые предпосылки для привлечения внутренних и зарубежных инвестиций в развитие туризма как отрасли экономики, повышения уровня менеджмента туризма для гарантии координации и слаженности действий центральных и областных органов управления; поддержки частных инициатив; формирование туристского информационного пространства; разработки эффективной стратегии продвижения национального туристического продукта на внутренний и мировой рынки; внедрения нормативных правовых актов по вопросам налогообложения и инвестирования. Все это представляет собой главные направления кластерного развития туристской отрасли, предусмотренные в рамках региональных мастер-планов.

Таким образом, с момента получения государственной независимости в Республике Казахстан был осуществлен целый ряд значимых мер по становлению национальной индустрии туризма.

В настоящее время для дальнейшего повышения уровня обслуживания туристов необходимо повысить качество и безопасность автомобильных трасс, обустроить дорожное полотно, обеспечить трассы информационными табло и указателями на иностранных языках, увеличить число объектов дорожного сервиса первой необходимости (платных стоянок, придорожных гостиниц, пунктов питания и т.д.)

В таблице 12 приведены темпы изменения пассажирооборота по разным видам казахстанского транспорта за период с 2008 – 2012 года [77].

Таблица 12 – Перевозки пассажиров всеми видами транспорта 2008 – 2012 гг. (млн. человек) (данные Агентства по статистике Республики Казахстан)

	2008	2009	2010	2011	2012
Всего	11160,1	11325,4	11807	13186,5	16647,2
в том числе:					
железнодорожным	18,1	17,7	18,6	19,6	20,5
прочим сухопутным	11139,1	11305	11785,1	13163	16622
речным	0,05	0,10	0,09	0,1	0,1
воздушным	2,7	2,8	2,7	3,4	4,1

Как видно из таблицы, в Республике Казахстан произошло увеличение пассажирских потоков на всех видах транспорта. Исключение составляют лишь водные (речные) перевозки, где наблюдаются также регрессивные изменения, что обуславливает необходимость в усовершенствовании данного вида транспортных перевозок и модернизации туристских программ с применением этого вида пассажирских перевозок. Рост числа пассажирских перевозок остальными видами транспорта говорит о возросшем интересе казахстанцев к отрасли туризма.

Самый высокий процент увеличения числа показателей наблюдается в перевозках по железной дороге, что говорит о том, Национальный перевозчик «Казахстан Темир Жолы» занимает лидирующую позицию на рынке оказания транспортных пассажирских перевозок.

Автомобильный транспорт занимает второе место, что обусловлено большим числом частных предприятий, занимающихся перевозками на территории СНГ и отчасти в странах Европейского Союза.

Надежное и безопасное автомобильное, железнодорожное и автобусное сообщение имеет большое значение на рынке пассажирских перевозок, что обусловлено обширностью территории страны и часто большой удаленностью друг от друга населенных пунктов.

Авиасообщение играет важную роль как средство доставки туристов в Казахстан из стран дальнего зарубежья, что говорит о необходимости укрепления позиций и повышение конкурентоспособности национальных авиаперевозчиков на данном рынке туристских услуг.

Внутриконтинентальное положение страны обуславливает ее удаленность от международных морских портов и транспортных пересечений, что затрудняет процесс экономического развития Казахстана. Инфраструктура в основном предназначена для обеспечения функционирования экономики стран СНГ. Положение Казахстана усугубляется отсутствием нефтепроводов, которые могли бы соединить месторождения на западе с нефтеперерабатывающими заводами на юге и северо-востоке страны. Все это приводит к тому, что Казахстан выступает в качестве промежуточного этапа на пути перевозки природного газа из Средней Азии в Россию, а свой природный

газ также отправляет в Россию без какой-либо переработки. Поэтому в настоящий момент модернизация транспортного сообщения внутри страны является главной задачей Республики Казахстан.

Эксплуатационная длина железнодорожного полотна республики насчитывает 14,5 тыс. км, протяженность автотрасс общего пользования с твердым покрытием – 82 тыс. км, воздушных трасс в пределах страны – 108 тыс. км, внутренних речных судоходных путей - 4 тыс. км [82].

На сегодняшний день Казахстан осуществляет международные пассажирские перевозки в такие страны ближнего и дальнего зарубежья, как Германия, Объединенные Арабские Эмираты, Индия, Италия, Венгрия, Турция, Республика Корея, Китай, Израиль, Таиланд и многие другие. Перевозки проводятся казахстанским авиаперевозчиком «Эйр Астана», а также другими авиакомпаниями, функционирующими на казахстанском и международном рынках. Более высокий уровень сервиса и безопасности у иностранных перевозчиков ведет к тому, что большинство туристов отдает предпочтение их услугам, что ведет к уменьшению потока пассажиров на рейсах, осуществляемых отечественными авиакомпаниями. К недостаткам казахстанских авиаперевозок также относится высокая стоимость авиабилетов, что соответственно увеличивает цену за казахстанский турпродукт, что в свою очередь приводит к снижению его конкурентоспособность на международном рынке туристских услуг.

Еще одна проблема на повестке дня – это вопрос о дальнейшем совершенствовании нормативной базы в данной области, которая обеспечила бы детальное описание стандартов и повышение уровня авиационной безопасности, этапы переоборудования и технической модернизации аэропортов, а также повышение требований административного законодательства, касающегося безопасности воздушных перевозок.

Вопрос авиационной безопасности особенно актуален, так как большинство аэропортов в стране, включая те, в которых осуществляется обслуживание международных авиарейсов, не соответствуют международным стандартам по безопасности. Соответствующими категориями обладают на данный момент только аэропорты городов Актобе, Алматы, Астана, Атырау и Караганда, что ведет к тому, что Комитет гражданской авиации вводит ограничения запрашиваемых разрешений не только зарубежных, но и республиканских авиакомпаний.

Еще одним составляющим элементом, без которого невозможно эффективное функционирование туристской индустрии, является гостиничное хозяйство. Индустрия гостиничного хозяйства представляет собой одну из значимых и наиболее доходных отраслей мировой экономики, что обуславливает повышенную заинтересованность всех государств в развитии данной сферы.

Гостиничная индустрия включает в себя разнообразные средства размещения, такие как отели, гостиницы, придорожные мотели, пляжные гостиницы, кемпинги, индивидуальные (съёмные квартиры, особняки, виллы) и специализированные средства размещения и так далее. Под

специализированными средствами размещения понимаются объекты, несущие специализированную функцию, например, конгресс-центры, спа, оздоровительные заведения и прочие.

Практика показывает, что в основном приемом и размещением туристов занимаются частные предприятия. Таким образом, трудности и проблемы, с которыми они сталкиваются, являются также трудностями туризма в целом. Данные проблемы и пути их решения можно разделить на несколько категорий.

Во-первых, необходимо увеличить долю государственного участия в процессе координации развития туристической отрасли экономики с точки зрения отрасли, приносящей доход.

Во-вторых, необходимы налаженные партнерские отношения между государством и частным сектором. Для этого нужно провести реформу системы государственного управления, что дало бы сокращение бюрократических проволочек, а также усилил бы борьбу против коррупции и взяточничества. Таким образом, для более успешного продвижения национального турпродукта необходимо обеспечить поддержку правительства, в то время как частные предприятия могут выполнять функции стратегического контроля за выполнением распоряжений правительства на местах.

Как свидетельствуют данные Агентства по туризму и спорту Республики Казахстан в 2009 году «общий объем оказанных туристических услуг в Казахстане достиг 73 млрд тенге по сравнению с 63 млрд тенге 2007 года. Въездной туризм уменьшился на 11% и составил 4,7 млн человек, выездной – увеличился на 15%, составив 5,2 млн человек, внутренний туризм увеличился на 8,2% и составил 4,2 млн человек» [83].

Согласно оценкам Всемирного совета туризма и путешествий и ВТО, на одно рабочее место, появляющееся в туристской индустрии, в других отраслях создается от пяти до девяти рабочих мест. Туризм оказывает прямое или косвенное влияние на развитие инфраструктуры государства, оказывая воздействие на 32 отрасли экономики.

Все это объясняет, почему не только страны бывшего СССР, но и промышленно развитые государства Европы и Америки стремятся повысить уровень доходов, получаемых от туризма. В список стран с максимальным положительным сальдо туристского баланса в 2008 году вошли США (\$31,8 млрд), Испания (\$41,3 млрд), Франция (\$30,7 млрд) и Италия (\$35,5 млрд). Максимально отрицательные сальдо были констатированы в Великобритании (\$3,57 млрд), Германии (\$31,8 млрд), Нидерландах (\$2,49 млрд) и Японии (\$31,7 млрд).

Таким образом, мировой туристский рынок – это источник высочайших прибылей и, следовательно, арена, на которой разворачивается жесткая конкурентная борьба. Казахстан также принимает все большее участие в этом процессе. Как свидетельствует статистика, в Казахстане увеличение числа обслуженных туристов до конца 2008 года составляло около 28% в год.

Динамика численности обслуженных посетителей туристскими фирмами представлена в таблице 13.

Таблица 13 – Динамика численности обслуженных посетителей туристскими фирмами (человек) [71]

	Январь-март	Январь-июнь	Январь-сентябрь	Январь-декабрь
2007	88 916	232 554	401 470	541 930
2008	75 372	198 005	354 098	473 947
2009	44 619	132 127	263 107	347 413
2010	70 505	181 354	336 753	459 337
2011	77 029	205 889	424 355	601 521
2012	70 259	220 833	464 833	604 699

Динамика численности туристов, обслуженных в стране с 2007 года, также представлена на рисунке 11.

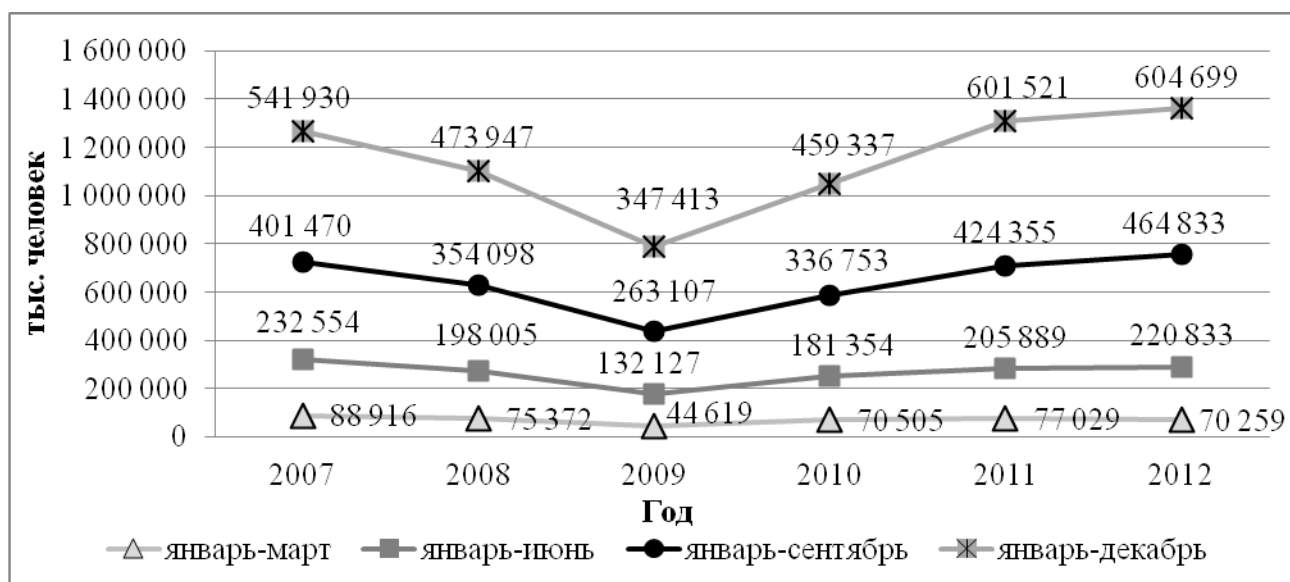


Рисунок 11 – Динамика количества туристов, обслуженных в РК, тыс. человек (бестолковая диаграмма)

На сегодня доли внутреннего и въездного туризма значительно уступают сектору выездного туризма, что негативно сказывается на развитии казахстанского туризма в целом. В настоящее время в республике действуют более 1000 предприятий, занимающихся туристской деятельностью, среди партнеров которых насчитываются компании - представители 80 стран мира, но лишь 20% из их числа специализируются на привлечение в страну посетителей из-за рубежа и предлагают услуги в организации внутреннего туризма. Остальные турфирмы занимаются исключительно областью выездного туризма. Поэтому от общего объема туристского рынка сектор въездного туризма занимает лишь около 15% [83] (рисунок 12).

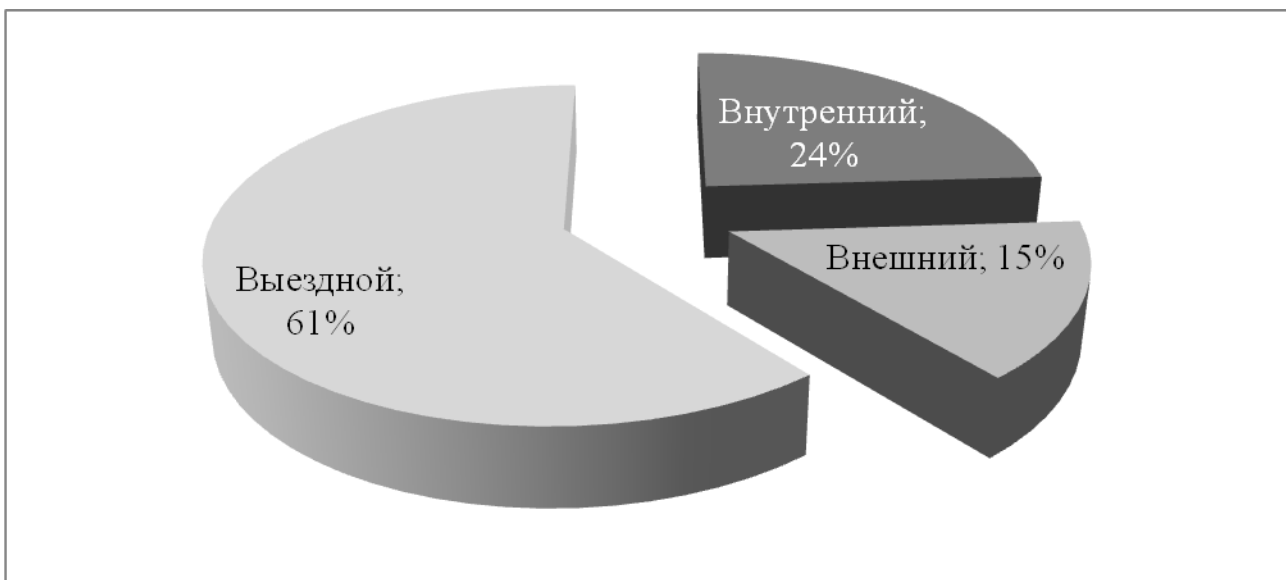


Рисунок 12 – Сегментирование видов туризма в РК, %

Рисунок 13 дает возможность наглядно увидеть количество посетителей (в процентах), обслуженных туристическими фирмами в 2012 г.

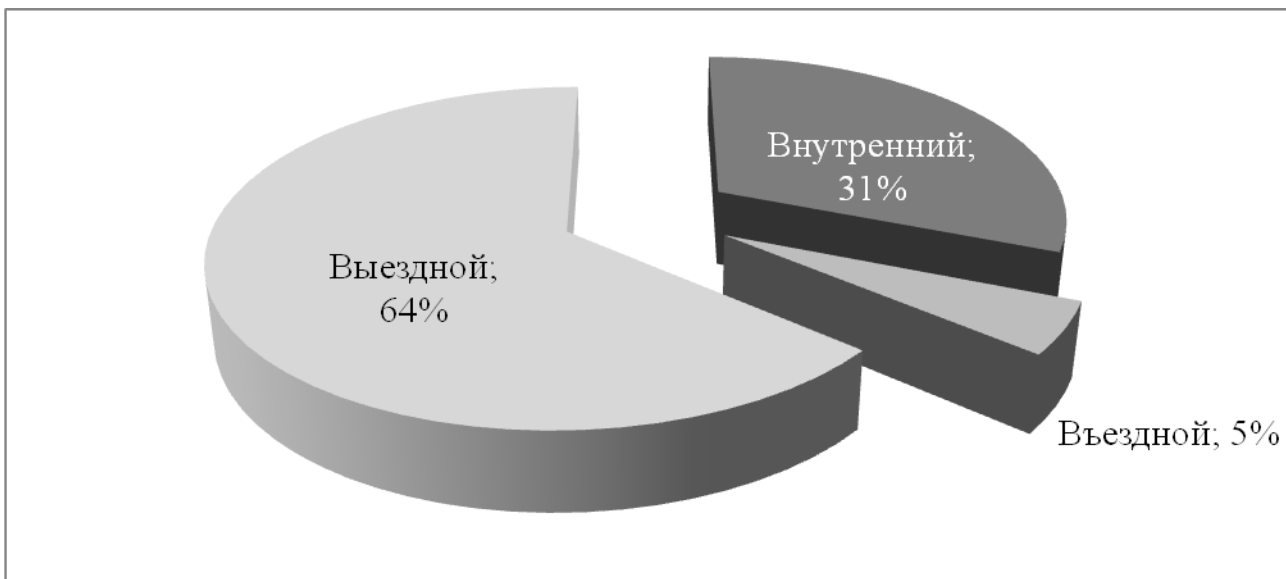


Рисунок 13 – Обслужено посетителей туристскими фирмами по типам туризма в 2012 году [71]

Это также обусловлено тем, что большинство казахстанцев, путешествующих в пределах страны, ездят по делам работы или с целью посещения друзей, знакомых и родственников. Поездки с целью отдыха в основном направлены за пределы Казахстана. Кроме того, росту популярности внутреннего туризма мешает недостаточный уровень развития инфраструктуры. Еще одним минусом является недостаток информации о казахстанских курортах: многие просто не знают, куда можно поехать для комфортного и недорогого отдыха (см. рисунок 14).



Рисунок 14 – Факторы, ограничивающие рост объема туристических услуг в РК

Тем не менее, если проанализировать данные за последние несколько лет, экологический туризм сейчас представляет собой самую перспективную отрасль казахстанского туризма. Об этом свидетельствует рост интереса зарубежных и отечественных путешественников к природе, паркам и заповедникам Казахстана. Этому способствует также развитие и популяризация новых форм организованного туризма – водного, конного, велосипедного и других.

За последние пять лет большинство туристов прибывали в Казахстан из Российской Федерации и Германии. В 2011 году Германия также лидирует по количеству туристов – более 50%. Среди бывших граждан Казахстана большинство составляют россияне – 67,5%.

Большинство туроператоров, работающих на рынке страны, наряду с активной деятельностью в области выездного туризма постепенно включают в свои услуги все больше предложений по въездному и внутреннему туризму. Этому способствует не только желание продвинуть казахстанский турпродукт на мировой туристский рынок, но и ряд негативных факторов, таких, как, к примеру, снижение покупательской способности населения. Таким образом, отрицательная сторона способствует развитию туризма, что, в свою очередь, оказывает положительное воздействие на экономику страны.

Стремление привлечь в Казахстан туристов из-за рубежа сталкивается с рядом препятствий. Одно из самых значительных – это несостоятельность туристской инфраструктуры в плане возможности массового принятия иностранных туристов и удовлетворения их запросов относительно уровня обслуживания и комфорта. В то же время недостаточный уровень развития инфраструктуры в совокупности с высокими ценами также отталкивает и казахстанских туристов.

Развитие туристской отрасли получает также поддержку со стороны государства. На программу развития туризма на 2007 – 2011 годы из бюджета было выделено около 60 млрд тенге.

В то же время, несмотря на все проблемы и препятствия на пути развития конкурентоспособной туристской отрасли в Республике Казахстан, такие как недостаточно развитая инфраструктура, недостаток информации и другое, туризм уже сегодня «может реально претендовать на третье по доходности место в индустрии Казахстана» [83]. Однако до того, как казахстанский туризм займет место на мировом рынке туристских услуг и уровень, сопоставимый с тем, что занимает туризм в промышленно развитых странах Западной Европы, предстоит еще долгий путь.

Одной из предпосылок успешного развития туризма является гарантия его безопасности для потенциальных туристов. Гарантия безопасности туристов обеспечивается положениями, изложенными в Хартии туризма, принятой на VI сессии Генеральной ассамблеи Всемирной туристской организации (г. София, Болгария, 1985 год) и Этическом туристском кодексе (принят в г. Сантьяго, Чили, 1 октября 1999 года). Обеспечение безопасности во время путешествий напрямую зависит от действий туроператоров при организации поездки и политики принимающего государства. Особое значение приобретает данный вопрос в настоящее время в условиях роста количества случаев эпидемий, террористических актов и негативных последствий бедствий природного и техногенного характера. Для того чтобы обеспечить наибольшую безопасность туристов, необходимо принять ряд мер, таких как вопросы проведения профессиональной подготовки туристского персонала; обеспечить контроль за соблюдением правил и международных норм по технике безопасности в деятельности по оказанию туристских услуг населению; о обеспечить охрану туристской среды; проводить мероприятия по информированию туристов и местного населения по вопросам безопасности; бороться против терроризма, наркоторговли, организованной преступности; усилить контроль за миграционными потоками для предотвращения возможности въезда экстремистов в Казахстан под видом туристов; создать горячую линию («hotline») и информационную телефонную службу помощи туристам в городах и районных центрах страны.

В рамках Государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2007-2011 годы с целью успешного позиционирования Казахстана на международном рынке туристских услуг были выделены три приоритетных туристских рынка:

- Россия, Германия, Великобритания, Южная Корея, Турция, Китай;
- Франция, Япония;
- США, страны Азиатско-Тихоокеанского региона.

Таким образом, целью развития туристской отрасли в стране является превращение Казахстана в новый привлекательный туристский объект в Евразии и Центральной Азии.

Решение вопросов и преодоление препятствий на пути успешного развития и модернизации современного туристического рынка Республики Казахстан необходимо проводить постепенно, в несколько этапов, при поддержке правительства страны, органами исполнительной власти в областях, что даст возможность значительно ускорить развитие всех видов туризма в стране, а также сформировать привлекательный туристский имидж Казахстана на мировом рынке туристических услуг.

2.3.3 Анализ развития въездного туризма в Восточно-Казахстанской области

В целях продвижения туристских услуг Восточно-Казахстанской области на казахстанском и международном рынках была принята «Региональная программа развития туризма в Восточно-Казахстанской области на 2009 – 2011 годы» на основании Закона Республики Казахстан «О туристской деятельности в Республике Казахстан»; Общенационального плана мероприятий по реализации Послания Президента Республики Казахстан народу Казахстана от 1 марта 2006 года «Казахстан на пороге нового рывка вперед в своем развитии»; Указа Президента Республики Казахстан от 29 декабря 2006 года № 231 «О Государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 годы»; постановления Правительства Республики Казахстан от 28 февраля 2007 года № 156 «Об утверждении Плана мероприятий на 2007 – 2009 годы по реализации Государственной программы развития туризма в Республике Казахстан на 2007-2011 годы».

В комплексе мер по реализации Региональной программы развития туристской отрасли в Восточно-Казахстанской области на 2006-2008 годы были сформулированы важнейшие цели и задачи по созданию привлекательного туристского образа данного региона, налаживанию и укреплению международных связей, модернизации инфраструктуры, реформирование кадровой политики, проведению мероприятий по обеспечению безопасности в туристской отрасли.

С целью реализации данной Программы были приняты следующие нормативные документы:

- постановление Восточно-Казахстанского областного акимата № 367 «О создании ТОО «Саяхат-Восток» от 7 ноября 2005 года;

- постановление Восточно-Казахстанского областного акимата № 126 «Об образовании комиссии по вопросам развития туризма в Восточно-Казахстанской области» от 25 августа 2008 года;

- распоряжение акима Восточно-Казахстанской области № 1-40р «О создании рабочих групп по кластерному развитию приоритетных секторов экономики» от 17 августа 2005 года;

- распоряжение акима Восточно-Казахстанской области «О создании рабочей группы по вопросам предоставленных земель вокруг городов Усть-Каменогорск и Семей и в районах области и инвентаризации земельных участков» от 31 марта 2008 года;

– решение Восточно-Казахстанского областного маслихата № 22/361 «О персональном составе областной комиссии по рассмотрению вопросов о предоставлении земельных участков в землепользовании» от 10 апреля 2007 года;

– меморандум о сотрудничестве между Комитетом индустрии туризма Министерства туризма и спорта Республики Казахстан и Восточно-Казахстанским областным акиматом по проблемам и перспективам развития лечебно-оздоровительного туризма в Восточно-Казахстанской области на базе крестьянского хозяйства «Катон-Карагайский олений парк».

Принимая во внимание значимость формирования туристского кластера, в 2006 году в соответствии с предусмотренными мероприятиями Региональной программы развития туристской отрасли Восточно-Казахстанской области на 2006 – 2008 годы была представлена программа кластерного развития туризма и выдвижения туристского продукта области на мировой туристский рынок.

В Восточно-Казахстанской области в рамках развития данного кластера были названы его основные сегменты:

– экологический туризм, предполагающий привлечение потенциальных посетителей посредством использования уникальной природы региона;

– культурно-познавательный туризм, дающий возможность ознакомления с культурным и историко-археологическим наследием;

– пляжный туризм [85].

Сумма, полученная в итоге от общего объема предоставленных услуг с учетом мест размещения, составила 767 млн. тенге. Статистика показала, что количество посетителей по въездному туризму составило 7094 человек, выездной туризм предпочли 3970 человек, внутренний туризм составил 106 785 человек. В Восточно-Казахстанской области 92,5 тыс. человек были обслужены 148 предприятиями гостиничного хозяйства, что дало 667,2 млн. тенге за оказанные услуги. Объекты размещения предоставляли 4220 номеров, единовременная вместимость которых насчитывала 12,7 тысяч койко-мест [86].

12 апреля 2010 г. в ходе совещания проведено при участии акима области, вице-министра туризма и спорта Республики Казахстан был представлен проект мастер-плана кластерного развития Восточно-Казахстанской области на 2010 – 2012 годы. Данный проект получил отрицательное заключение со стороны управления экономики и бюджетного планирования Восточно-Казахстанской области и юридического отдела аппарата акима области и не был утвержден. Однако часть предложенных в проекте мероприятий вошли в раздел «Туризм» территориальной программы развития области на 2011 – 2015 гг.

Также был представлен проект стратегического плана управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области на 2011 – 2015 годы, где особого внимания заслуживает раздел «Туризм» программы развития территории области на 2011 – 2015 годы.

Во время VII Форума межрегионального сотрудничества между Республики Казахстан и Российской Федерации «Сотрудничество в сфере устойчивого развития и высоких технологий» (6 – 7 сентября 2010 г., г. Усть-

Каменогорск, Республика Казахстан) в ходе панельной сессии «Развитие туристской отрасли» был составлен проект программы приграничного сотрудничества Восточного Казахстана, Алтайского края и Республики Алтай Российской Федерации. Результатом стало заключение меморандума о взаимном сотрудничестве между ООПТ, Восточно-Казахстанской Туристской Ассоциацией и Российским союзом туристской индустрии. Запланировано создание мультимедийной туристской системы «Wanaway».

Также было принято участие в таких республиканских мероприятиях, как семинар-совещание по вопросам туризма (г. Астана, февраль 2010 г.); семинар по туризму и казахстанская туристская выставка (г. Алматы, апрель 2010 г.); семинар-совещание «Перспективы развития отрасли туризма в ВКО» (24 июня 2010 г.) при сотрудничестве Управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области с Комитетом индустрии туризма. Принят Меморандум о взаимном сотрудничестве в сфере развития туризма между акиматами Восточно-Казахстанской и Кызылординской областей (17 сентября 2010 г.)

С целью модернизации туристской инфраструктуры области за счет внебюджетных средств в 2010 году туристские организации и базы отдыха региона освоили 5600 тыс. тенге на строительство объектов; 34813,2 тыс. тенге на ремонтно-строительные работы объектов; 423,8 тыс. тенге и 8480,3 тыс. тенге на капитальный и текущий ремонт соответственно. 83 797,0 тыс. тенге выделено для реконструкции транспортной инфраструктуры, в частности автомобильной дороги «Шингожа-Мынбулак-Акшауле» Аягозского района. Также проведен капитальный ремонт трасс Усть-Каменогорск-Таргын-Самарское 110 – 133 км Кокпектинского района, Большенарым-Курчум Катон-Карагайского района, Макачи-Жаланашколь км 0 – 10 Урджарского района на сумму 180,8 млн. тенге.

16 октября 2012 года в городе Усть-Каменогорск был проведен рабочий семинар по определению высокоприоритетных кластеров туризма ВКО, а также прошло «совещание по вопросам разработки Мастер-плана кластерной программы развития туризма ВКО под председательством Первого заместителя Акима ВКО Кошербаева Е.Б.» [87]

Участники «представители акиматов районов ВКО, Казахстанской туристской ассоциации, руководители туристских фирм и баз отдыха АО «КИРИ», международной компании «IPK International») были ознакомлены с результатами Мастер-плана, а также программой формирования системы туристских кластеров ВКО, где были определены 3 высокоприоритетных кластера туризма:

- водохранилище Бухтарма (р.Иртыш);
- Катон-Карагай;
- Западный Алтай.

Также среди потенциальных участков, развитию туризма которых будет уделено особое внимание, были названы озеро Алаколь и маршрут «Мистический Алтай».

В рамках Мастер-плана кластерной программы развития туризма ВКО проходят исследования по следующим направлениям:

- разработка портфеля туристских продуктов;
- анализ спроса;
- разработка туристских кластеров и т.д.

В ходе обсуждения было отмечено, что руководство области считает туризм одним из приоритетных направлений развития Восточного Казахстана. «Природное разнообразие и разноплановость культур подтверждает статус туристически привлекательного региона» [87].

Все это способствует увеличению темпов роста объемов въездного и внутреннего туризма Восточно-Казахстанской области (см. таблица 14, где представлена информация Агентства Республики Казахстан по статистике).

Таблица 14 – Темпы роста объемов въездного и внутреннего туризма Восточно-Казахстанской области

Год	Количество тур. фирм	Количество обслуженных посетителей по типам туризма				Объем оказанных услуг (тыс. тенге)
		Всего (человек)	В том числе (человек)			
			Въездной туризм	Выездной туризм	Внутренний туризм	
2008	101	117849	7094	3 970	106 785	151954,6
2009	48	275767	15312	6232	254223	149393,5
2010	42	313106	17182	7583	288341	105150,4 [88]
2011	51	233744	556	216107	17081	203130,3 [89]
2012	63	641302	30259	409121	201922	208000,1[89]

Источник: Департамент статистики Восточно-Казахстанской области, Агентство Республики Казахстан по статистике.

Для успешного развития в Казахстане гостинично-туристского комплекса требуется значительные инвестиции и вложения. На данный момент многие базы отдыха находятся в долгосрочной аренде или собственности у частных лиц и, следовательно, не входят в процесс совместного развития туристской отрасли страны, а развиваются в отдельности каждый по себе. Данное обстоятельство несет негативные последствия, так как представляет собой пример отсутствия единой продуманной политики развития туризма страны.

Проблемы развития рынка туристских услуг в регионе также представлены отсутствием выбора в цене, причем высокая стоимость номера в гостинице не гарантирует соответствующего уровня сервиса и комфорта.

Ряд исследований говорят о том, что в настоящее время ценовое предложение номеров в гостиницах сильно завышено [69].

Основу мероприятий по повышению туристской привлекательности Восточно-Казахстанской области составляет формирование ее имиджа как центра экологического, спортивного, познавательного и других видов туризма на туристских выставках дальнего и ближнего зарубежья, а также внутри страны и в регионе.

Особые усилия прилагаются продвижению областного туристского продукта на международный туристский рынок. Так, с 2003 года делегация Восточно-Казахстанской области в составе официальной делегации Казахстана ежегодно принимает участие в значительных международных туристских выставках, проходящих в городах: Мадрид (Испания), Берлин (Германия), Утрехт (Нидерланды), Лондон (Великобритания), Токио (Япония), Шанхай (КНР), Пекин (КНР), Сеул (Корея), Москва (РФ), Новосибирск (РФ), Алматы «KITF» (РК) и Астана «Астана-Отдых» (РК) [90].

Для успешного представления Восточно-Казахстанской области на данных выставках предусмотрено создание индивидуальной презентации Восточно-Казахстанской области, одним из элементов которой является передвижной стенд, на котором представлена информация о туристско-рекреационном потенциале области.

Значительным вкладом в активизацию продвижения туристских услуг области является распространение рекламной информации в казахстанских и зарубежных источниках, в СМИ и сети Internet с целью формирования имиджа Восточно-Казахстанской области в качестве одного из наиболее привлекательных туристско-рекреационных регионов Казахстана.

В качестве первого этапа в этом направлении в сети Интернет был создан раздел «Спорт и туризм» на официальном сайте акима ВКО (адрес в сети Internet: <http://www.akimvko.gov.kz/ru/sport.htm>).

Также разработан ряд программ для развития туристской отрасли в области: казахстанская часть трансграничного маршрута «Алтай – золотые горы», проходящий по территориям сопредельных государств (Казахстан, Россия, Монголия и Китай). Целью данного маршрута является знакомство с культурой, обычаями, традициями, природой и историческим наследием стран, пилотная программа по созданию зон отдыха для жителей Восточно-Казахстанской области, в частности города Усть-Каменогорска, обзор текущего состояния и перспектив развития туристской отрасли по блокам в Восточно-Казахстанской области [91].

По территории Восточно-Казахстанской области проходят 3 маршрута пассажирских поездов собственного формирования «Защита-Серебрянск», «Усть-Каменогорск – Зыряновск» и «Усть-Каменогорск – Лениногорск». Также есть международные сообщения в города Барнаул, Бийск, Москва,

Новосибирск посредством пассажирских перевозок поездов формирования стран СНГ.

Кроме того, в целях развития железнодорожных сообщений, завершено строительство железнодорожной ветки «Усть-Каменогорск – станция Шар».

К сожалению, уровень сервиса и комфорта в поездах не соответствует международным стандартам. Причинами являются большие сроки использования и высокий износ значительной части имеющегося вагонного парка. Встает необходимость его реконструкции или замены. Данные недостатки обусловлены убыточностью пассажирских перевозок, чье субсидирование происходит за счет средств государственного бюджета.

Таким образом, в Восточно-Казахстанской области основу потенциального рынка потребления туристских услуг составляют следующие направления:

- Казахстан, экотуризм, горнолыжный, «пляжный»;
- Западная Европа, экотуризм;
- Израиль, экотуризм;
- Китай, экотуризм, горнолыжный, «пляжный», деловой;
- Корея, экотуризм, пантолечение;
- Россия, экотуризм, горнолыжный, «пляжный»;
- Япония, экотуризм [92].

На сегодня наиболее актуальными проблемами туристской отрасли являются:

- административные барьеры (длительные процедуры регистрация иностранных туристов и получения пограничных пропусков в приграничные зоны);
- маркетинг (низкая степень представления туристского продукта на международном рынке);
- недостаточное финансирование;
- несоответствие туристской инфраструктуры международным стандартам, недостаток коммуникаций и неудовлетворительное состояние автомобильных трасс;
- необходимость в координации межведомственной и внутриотраслевой деятельности в сфере развития туристской инфраструктуры;
- недостаток кадровых ресурсов (квалифицированных специалистов в сфере туризма, экскурсоводов со знанием языка и истории края).

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 SWOT-анализ Восточно-Казахстанской области как туристского региона

Восточно-Казахстанская область – это динамично развивающийся регион. Несмотря на отчетливо выраженную промышленную специализацию в экономической направленности, в городах развивается туристская отрасль.

Туристский потенциал региона представлен наличием богатых природно-рекреационных ресурсов (озеро Алаколь, Бухтарминское побережье, Сибинские озера, Катон-Карагайский заповедник, Глубоковский район, пригороды г. Риддера и г. Усть-Каменогорска).

Данные территории заключают в себе основные природные богатства Рудного Алтая, привлекающие множество туристов Казахстана, России, стран СНГ и дальнего зарубежья.

Уникальность природного потенциала (хорошо сохранившиеся памятники природы и истории международного значения, высокая привлекательность природы, наличие крупных водоемов и т.д.) и высокоразвитая промышленность и геополитическое положение Восточного Казахстана обуславливают основной конкурентоспособный туристический продукт региона:

- экологический туризм,
- пляжный туризм,
- спортивный туризм (горнолыжный, лыжный, велотуризм и т.д.);
- лечебно-оздоровительный туризм;
- культурно-познавательный туризм.

Для выявления основных проблем автором проведен SWOT-анализ. В результате SWOT-анализа были выявлены как благоприятные, так и неблагоприятные события, которые влияют либо могут повлиять на ситуацию в регионе, то есть «возможности» и «угрозы». Матрица SWOT-анализа предлагает варианты стратегий, которые могут быть реализованы в зависимости от корреляции факторов «сила», «слабость», «возможности», «угрозы».

Если факторы внешней среды развиваются в направлении, благоприятном для данного региона, наиболее правильным вариантом стратегии будет более эффективное применение конкурентных преимуществ и исправление слабых сторон, присущих данному региону.

В худшем для региона случае происходит повышение зависимости экономики от результатов функционирования объектов цветной металлургии при спаде цен на мировом рынке цветных металлов. Эта ситуация ведет к необходимости выработать комплекс мер, способствующих созданию условий и стимулированию диверсификации экономики края, для чего в регионе есть все необходимые ресурсы и возможности. Это природно-

ресурсный, научный, технологический и производственный потенциалы, комплексное эффективное использование которых может способствовать повышению конкурентоспособности отдельных производителей товаров и услуг и экономики региона в целом.

Оценка возможных угроз развитию ВКО была проведена с использованием матрицы угроз по типовой форме, используемой в SWOT-анализе.

Таблица 15 – SWOT-анализ

1	2
Сильные стороны:	Слабые стороны:
<p>а) выгодное экономико-географическое положение региона;</p> <p>б) многообразие ландшафтов, наличие уникальных природных, культурных и исторических памятников;</p> <p>в) интерес казахстанских и иностранных инвесторов;</p> <p>г) повышенная пропускная способность (с введением международной автотрассы Риддер-Республика Алтай в 2014 году);</p> <p>д) развитие трансграничных маршрутов;</p> <p>е) наличие Западно-Алтайского государственного заповедника;</p> <p>ж) обширный культурно-исторический, рекреационный и природно-экологический потенциал;</p> <p>и) возможность проведения тематических конференций, семинаров и выставок по нефтегазовой тематике вблизи от основных месторождений;</p> <p>к) Существующие НПО и коммерческих организаций, способных оказать содействие развитию туризма;</p> <p>л) проведение массовых деловых и развлекательных мероприятий, т.е. организации событийного туризма;</p>	<p>а) низкий уровень туристской и транспортной инфраструктуры, включая плохое состояние автотрасс, ведущих к объектам туризма;</p> <p>б) низкий уровень подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, недостаток научной базы туризма, нужда в квалифицированном управленческом и обслуживающем персонале;</p> <p>в) низкое качество туристских услуг;</p> <p>г) отсутствие рекламы туристского потенциала региона;</p> <p>д) слабая система продвижения турпродуктов Восточно-Казахстанской области на внутреннем и международном рынках;</p> <p>е) отсутствие узнаваемого и привлекательного имиджа региона в области, РК и мире;</p> <p>ж) недостаток профессионально подготовленных кадров в туристской индустрии;</p> <p>и) несоответствие качества и цены за услуги;</p> <p>к) удаленность ВКО от основных казахстанских и мировых центров;</p> <p>л) неподготовленность населения к сотрудничеству и работе с посетителями;</p>

Продолжение таблицы 15

1	2
<p>м) совместные проекты с пограничными регионами в целях продвижения макрорегионального турпродукта;</p> <p>н) проведение целенаправленной региональной политики и интеграции субъектов туристического рынка с целью повышения конкурентоспособности туристской индустрии ВКО.</p> <p>п) природные ресурсы;</p> <p>р) развитая многоотраслевая промышленная инфраструктура и энергетическая система;</p> <p>с) перспективные технологии;</p> <p>т) развитие культурных центров, этническое согласие;</p> <p>у) автомобильный, воздушный, водный и железнодорожный транспорт;</p> <p>ф) развитая социальная система.</p>	<p>м) неразвитая транспортная схема доставки туристов, как из-за рубежа, так и по внутренним линиям;</p> <p>н) отсутствие крупных турагентов по внутреннему туризму, располагающих собственной туристской инфраструктурой и инвестиционным потенциалом;</p> <p>п) отсутствие координации и совместных усилий среди объединения туроператоров для развития туризма в области;</p> <p>р) отсутствие зонирования, вовлечения объектов недвижимости в рыночный оборот;</p> <p>с) отсутствие эффективной системы обеспечения безопасности туристов на территории ВКО;</p> <p>т) преступность;</p> <p>у) слабое применение возможностей совершенствования технологической базы и инновационного потенциала;</p> <p>ф) изношенность основных объектов социальной и производственной инфраструктуры, систем связи и коммуникаций;</p> <p>х) большой объем антропогенного воздействия на окружающую среду;</p> <p>ц) увеличение выбросов вредных веществ за счет транспортных выхлопов, превышение ПДК загрязняющих веществ;</p> <p>ш) увеличивающиеся объемы мусора.</p>
<p>Возможности:</p> <p>а) создание конкурентоспособной туристской инфраструктуры;</p> <p>б) обеспечение занятости населения;</p> <p>в) увеличение объема туристов по внутреннему и въездному туризму и рост поступлений в бюджет;</p>	<p>Угрозы:</p> <p>а) дефицит средств и инвестиционных ресурсов, ведущий к ограниченному финансовым возможностям поддержки туристской отрасли;</p>

Продолжение таблицы 15

1	2
<p>г) увеличение количества туристов, обусловленное открытием трассы Риддер – Республика Алтай;</p> <p>д) введение 4 туристских объектов в районе г. Риддер (период с 2011 по 2015 годы):</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) организация маральника и развитие охотничьего хозяйства, 2) строительство бугельной канатной дороги, 3) создание конноспортивной базы, 4) реализация программы развития пчеловодства и зимнего туризма (с объемом заемных и собственных инвестиций 179 580 млн. тенге); 5) формирование казахстанской части транграничного маршрута «Алтай – Золотые горы»; 6) выгодное географическое положение, позволяющее привлекать туристов (граница с Китаем и Российской Федерацией); 7) бюджетные возможности для целевой финансовой поддержки туризма и экономической и социальной помощи незащищенным группам населения; 8) стабильная социально-экономическая ситуация ВКО и высокий платежеспособный спрос, формирующие региональный спрос на туристские услуги; 	<p>б) низкий профессионализм в туристской сфере бизнеса, несоответствие качества обслуживания цене на предоставляемые туристские услуги;</p> <p>в) возможность потери существующих туристских ресурсов и объектов, в случае непринятия мер по охране;</p> <p>г) растущая конкуренция среди туристских регионов РК, Алтайского края и Сибири;</p> <p>д) сокращение доходности основных отраслей экономики области, ведущее к снижению платежеспособного спроса населения;</p> <p>е) угроза уменьшения туристского потока в связи с высокой криминогенной обстановкой в местах расположения туристских объектов;</p> <p>ж) рост выездного туризма в пограничные регионы и за рубеж в связи с низким уровнем предоставляемых услуг их высокой стоимостью;</p> <p>и) недостаточность финансовых ресурсов;</p> <p>к) конкурентная борьба городов и регионов за лидерство;</p> <p>л) экологическое состояние;</p> <p>м) таможенные барьеры, высокие тарифы.</p>

Продолжение таблицы 15

1	2
<p>9) возможность увеличения рынка туристских услуг при условии рационального применения имеющихся туристской инфраструктуры и ресурсов;</p> <p>10) привлечение иностранных и казахстанских инвесторов для финансирования развития туристской инфраструктуры ВКО;</p> <p>11) устойчивое восприятие образа ВКО как территории, привлекательной для внутреннего туризма группами потребителей (внутри области, страны, за рубежом);</p> <p>12) интерес крупных компаний в поддержании здоровья своих сотрудников;</p> <p>13) возросший интерес граждан к историко-культурному наследию;</p> <p>14) организация сильного общественного согласия;</p> <p>15) потенциал расширения рынка;</p> <p>16) развитие малого бизнеса.</p>	

Данный анализ способствовал выявлению ряда проблем и вопросов, чье решение может способствовать достижению поставленной цели – создания и развития конкурентоспособной туристской отрасли и поднятия имиджа Восточно-Казахстанской области:

- а) низкий уровень развития инфраструктуры туризма и транспорта:
- 1) высокая степень износа материальной базы объектов размещения, включая отели, гостиницы, туристские базы и дома отдыха;
 - 2) несоответствие международным стандартам и требованиям масштабов туризма, видов, качества и предложения объектов размещения для туристов;
 - 3) неудовлетворительное состояние или отсутствие автотрасс к туристским объектам или местам интереса.

4) отсутствие надежных средств связи в отдаленных районах области для контроля безопасного передвижения по маршруту и на случай оказания экстренной оперативной помощи.

б) недостаточно высокий уровень подготовки, переподготовки и повышения квалификации туристского персонала и потребность в научной базе туристской отрасли. Недостаток квалифицированного персонала в сфере обслуживания отрасли представляет собой одну из основных проблем, которые тормозят развитие туризма. Это касается не только проблемы недостатка квалифицированных туристских кадров на предприятиях туристской индустрии, но и в целом к уровню подготовки специалистов для данной отрасли.

в) недостаточное продвижение туристского имиджа Восточно-Казахстанского региона и его населенных пунктов на международный туристский рынок, необходимость в увеличении объема рекламы и информации о природном и культурно-историческом потенциале Восточно-Казахстанской области как объекта туризма.

г) практически отсутствует индустрия сувенирного производства.

При сравнении сильных сторон и потенциальных возможностей для развития туристской отрасли в Восточно-Казахстанской области, а также изучении результатов анализа базовых направлений развития основных видов туризма на территории данного региона, можно выделить основные виды туристических услуг, которые могут стать направлениями роста туристской индустрии в ВКО.

В первую очередь к таким видам относится деловой туризм. Развитию данной разновидности туризма может способствовать строительство и открытие новых комфортабельных объектов размещения (3-х, 4-х и 5-звездочных гостиниц), выставочных площадей, модернизация и перестройка дорог, инфраструктуры, средств транспорта и связи.

Большим потенциалом развития обладает рекреационный туризм, представленный в ВКО учреждениями для санаторно-курортного и профилактического лечения, базами для отдыха и спортивно-оздоровительного туризма. Существенные возможности расширения и улучшения качества рекреационного туризма обусловлены также стабильным платежеспособным спросом населения разных возрастных групп, финансовыми возможностями многих организаций, а также выгодным географическим расположением горнолыжных курортов и спортивных баз для зимних видов спорта на территории Восточно-Казахстанской области для потенциальных туристов не только из Казахстана, но и приграничных государств.

Значительный исторический, культурный и природный потенциал в сочетании с ростом интереса к историческому наследию, традициям и культуре страны, а также высоким платежеспособный спрос способствуют развитию историко-культурного туризма. Многие историко-культурные объекты (их содержание и реставрация) находятся под надзором государства и получают соответствующую поддержку с привлечением государственного

и частного капитала для создания соответствующей инфраструктуры, а также проведения ярмарок, фестивалей, конференций и фольклорно-тематических мероприятий. Подобное использование природного и культурно-исторического потенциала области может способствовать повышению привлекательности историко-культурного туризма.

Также большим потенциалом развития обладает спортивный туризм, в особенности зимний, для функционирования которого необходимо наличие специальных спортивных сооружений (лыжных трасс, катков, трамплинов и т.д.) Природно-климатические условия (длительная и снежная зима, сухое и жаркое лето), ландшафтные возможности совместно с высоким спросом со стороны местного населения и гостей из других регионов способствуют успешному развитию спортивного туризма в области.

Экологический и паломнический туризм имеют меньший потенциал развития. Причиной является то, что, несмотря на массовый характер данных видов туризма, они достаточно неорганизованны и менее нуждаются в наличии сервиса и качественной инфраструктуры (гостиницы, отели, кафе, рестораны, транспортные и иные услуги).

Рассмотрим ориентиры внутренних преобразований туризма Восточно-Казахстанской области

При сравнении слабых сторон и возможностей туристической отрасли в ВКО, можно сделать следующие выводы: действующая система управления, инвестиционные и кадровые ресурсы, законодательная база и инфраструктура данной отрасли не дают возможности оптимальной реализации имеющихся в ВКО туристского потенциала. Существующая ситуация, сложившаяся в сфере туризма в области, требует введения изменений для активизации развития туризма [93].

Поэтому для реализации имеющихся возможностей в Восточно-Казахстанской области областному акимату необходимо создать условия для развития туризма, в которые входят такие меры, как:

а) база для функциональных коммуникаций общества, хозяйствующих субъектов и органов управления в сфере внутриобластного туризма;

б) формирование привлекательного имиджа ВКО как территории, удобной и интересной для внутреннего и въездного туризма;

в) условия для сотрудничества с другими областями Республики Казахстан и странами ближнего и дальнего зарубежья в туристической сфере;

г) наличие поддержки со стороны государства и выделение целевого финансирования для наиболее перспективных направлений развития туризма в области:

1) в сфере развития туристских объектов: обеспечение охраны культурно-исторических и природных памятников в рамках областных и государственных программ; внедрение технологических стандартов обеспечения безопасности и качества сервиса туристов для основных туристических объектов на территории ВКО; увеличения диапазона

предложения по объектам размещения (в частности, создание сети мини-отелей, семейных отелей, молодежных гостиниц и т.д.); создание объединения гостиниц области с целью решения общих задач и проблем инфраструктуры отрасли;

2) в сфере развития инфраструктуры: обеспечение развития внутриобластных инфраструктурных схем (связи, транспорта, коммуникаций и т.д.);

3) в сфере развития рынка и конкуренции: поддержка туристских компаний, ориентирующихся на увеличение объема внутреннего туризма; поддержка развития объектов малого и среднего бизнеса, занимающихся оказанием сопутствующих сервисных услуг; поддержка создания и развития ассоциаций туристских компаний; поддержка конкурентоспособных местных поставщиков услуг и производителей в туризме и сопряженных отраслях; создание условий для создания и развития конкурентной среды в сфере туризма;

4) в сфере подготовки туристских кадров: разработка программного обеспечения для подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере туризма и сопутствующих отраслей;

5) в сфере создания и продвижения новых туристских продуктов: поддержка формирования новых внутриобластных туристских продуктов, отвечающих спросу широких групп потребителей; поддержка продвижения новых внутриобластных туристских продуктов на уровне области, страны и за границей; разработка и внедрение дифференцированной политики в отношении разных социальных групп на внутреннем туристском рынке;

б) в сфере совершенствования системы менеджмента туризма: введение условий деятельности, общих для всех туристских предприятий на внутреннем рынке, предоставляющих услуги населению, посредством сертификации основных аспектов деятельности; привлечение инвестиций в развитие внутреннего и въездного туризма.

Рассмотрим потенциальные стратегические преимущества туристской отрасли ВКО. Сравнивая сильные стороны и угрозы, можно оценить потенциал стратегических преимуществ туристской отрасли ВКО и ее способность противостоять внешним угрозам. Несмотря на сильную конкуренцию в сфере туризма с другими областями страны и тенденцию усиления выездного туризма за рубеж (в основном по причине несоответствия высоких цен на предоставляемые услуги с низким уровнем сервиса), ВКО может успешно стимулировать развитие ряда направлений туристического сектора (историко-культурный, спортивный, рекреационный туризм). Этому способствует богатый историко-культурный, природно-экологический, климатический и рекреационный потенциал области, интерес к проведению семинаров, выставок по туристической тематике. Однако развитие туристических компаний, а также инфраструктуры туристического бизнеса в сопредельных регионах ВКО будет находиться в конкурентных

конкурентных отношениях с регионами Алтайского края и Сибири. Для усиления конкурентоспособности ВКО необходимо реально оценить потенциальный рынок туристских услуг области, разработать и начать реализовывать программу активного продвижения областных туристских продуктов (включая сувениры), провести целевую переподготовку туристских кадров, выработать и внедрить механизмы и принципы поддержки со стороны государства и привлечения инвестиций в развитие туристической отрасли ВКО. Усиление конкуренции на уровне макрорегиона можно стимулировать процессом создания особых экономических зон рекреационно-курортного типа. При сравнении угроз и слабых сторон можно выявить факторы, ограничивающие развитие туризма в ВКО. В основном это недостаточная эффективность координации совместных усилий между представителями действующего туристского бизнеса и правительства. Также проблемы в туристической отрасли ВКО можно сгруппировать по трем категориям:

а) первая категория проблем, связанных с инфраструктурой туризма:

1) недостаточный уровень развития инфраструктуры туризма (в том числе средства размещения, транспорт, общественное питание и др.);

2) слаборазвитая схема транспортных услуг и средств доставки туристов (из-за рубежа и внутри страны);

3) неподготовленность местных жителей области к работе с туристами;

4) несоответствие между качеством и ценой предлагаемых услуг;

5) потребность в зонировании, подготовке объектов недвижимости к функционированию на рынке туристских услуг;

б) нужда в крупных туроператорах по внутреннему туризму, располагающих собственной туристической инфраструктурой и инвестиционным потенциалом;

б) вторая категория проблем, связанных с созданием и продвижением на внутреннем и международном рынке конкурентоспособных туристских продуктов:

1) неэффективная система продвижения туристских продуктов Восточно-Казахстанской области на внутреннем и международном рынках;

2) слабый образ узнаваемости и привлекательности региона Казахстане и мире.

в) третья категория проблем, связанных с информационно-организационным обеспечением развития туристской индустрии:

1) потребность в регулирующем законодательстве в области туризма на местном и республиканском уровнях;

2) потребность в создании подробной отраслевой статистики с целью обеспечения информационной и управленческой поддержки развития отрасли;

3) недостаток высококвалифицированных кадров в индустрии туризма.

Для координации совместных усилий правительства и представителей бизнеса по развитию туризма в области необходимо совместное принятие решений по принципиальным и политическим вопросам, а также сформировать определенное число комиссий по принятию решений относительно конкретных вопросов. Также требуется формирование более обширной системы обсуждений и встреч (в настоящее время такие встречи проводятся Департаментом стратегии развития туризма и спорта), что дало бы возможность детального обсуждения актуальных вопросов развития туризма в области.

К минусам относятся также отсутствие детально разработанной системы обеспечения безопасности и сопровождения туристов на территории области.

Анализ существующих угроз и проблем позволяет сделать вывод, что, несмотря на применение текущих резервов развития туристской отрасли в Восточно-Казахстанской области и рыночного потенциала, выявленных в результате проведенного анализа, которые могут дать безусловный положительный эффект, использование вышеперечисленных ресурсов без привлечения дополнительных средств поддержки не сможет изменить ситуацию коренным образом. Для лучшего понимания сложившейся ситуации автором было также проведено маркетинговое исследование

В последние годы динамика развития туристской отрасли в нашей области характеризуется неустойчивым ростом показателей индустрии туризма. Так, общее число посетителей по итогам 2011 года по сравнению с 2010 годом увеличилось на 5,1%, выездной туризм вырос на 26,3%, однако количество посетителей внутреннего туризма уменьшилось на 6,7% и составило 4 085,7 тыс. человек. В 2012 году общий объем предоставленных туристских услуг уменьшился по сравнению с 2011 годом на 0,6% и составил 66,8 млрд. тенге. Для сравнения, рост соответствующего показателя 2009 года к 2010 году составил 23,6% (с 54,8 млрд. тенге до 68,0 млрд. тенге) [94].

Данные привлекли наше внимание, так как Восточно-Казахстанская область со своими природными запасами, историческим и культурным наследием имеет огромный туристический потенциал. В связи с этим, на наш взгляд, динамика развития туристской отрасли должна быть положительной. Перед нами была поставлена цель – изучить развитие предпринимательства в сфере туризма в Восточно-Казахстанской области. В качестве объекта маркетингового исследования выступили субъекты малого и среднего предпринимательства в сфере туризма. Предметом изучения являются тенденции развития субъектов малого и среднего предпринимательства в сфере туризма.

В рамках маркетингового исследования тенденций развития в качестве задач изучались следующие вопросы: финансовое положение субъектов малого и среднего предпринимательства, работающих в сфере туризма, основные сегменты въездного и внутреннего туризма в которых они действуют, наиболее привлекательные для развития туризма районы и места области, развитие отдельных видов туризма и другие. Для достижения цели с

16 февраля по 16 марта 2012 года было проведено маркетингового исследование с использованием метода анкетирования.

Объем выборочной совокупности составил 36 туристических фирм (товариществ с ограниченной ответственностью – 18, индивидуальных предпринимателей – 14, акционерных обществ – 4).

Законодательство Республики Казахстан о туристской деятельности основывается на Конституции Республики Казахстан и состоит из Гражданского кодекса Республики Казахстан, настоящего Закона, иных нормативных правовых актов Республики Казахстан Организационными формами туризма признаются международный и внутренний туризм [95]. Международный туризм включает:

– въездной туризм – путешествия в пределах Республики Казахстан лиц, не проживающих постоянно на ее территории;

– выездной туризм – путешествие граждан Республики Казахстан и лиц, постоянно проживающих в Республике Казахстан, в другую страну [96].

Внутренний туризм – путешествие в пределах Республики Казахстан граждан Республики Казахстан и лиц, постоянно проживающих на ее территории. Виды туризма - социальный, экологический, приключенческий, спортивный, деловой, конгрессный, лечебно-оздоровительный, культурно-познавательный, религиозный, пантолечение и другие [97]. Остановимся на отдельных выдержках анализируемого материала. Так, основными местами расположения туристических предприятий оказались города, о чем свидетельствует таблица 16.

Таблица 16 – Населенный пункт, в котором расположено (зарегистрировано) предприятие

Населенный пункт	Количество предприятий
1. г. Усть-Каменогорск	19
2. г. Семей	9
3. г. Зыряновск	1
1. 4. г. Аягоз	1
5. г. Зайсан	1
6. г. Риддер	4
7. с. Урджар	1

Данные этой таблицы дают нам основание говорить о низком уровне развития туристической деятельности на периферии области, в то время как именно они обладают наибольшей туристической привлекательностью. В ходе исследования изучались также сегменты въездного и внутреннего туризма, как известно, они играют большую роль в ведении прибыльного бизнеса. Под данными сегментами подразумевались посещения туристов нашей области и путешествия в пределах Восточного Казахстана. Основные сегменты въездного туризма, в которых работают опрошенные предприятия,

представлены в таблице Б.1 (см. Приложение Б). Для определения лидирующих же сегментов внутреннего и въездного туризма предлагалось выбрать 5 сегментов. В ходе проведенного опроса были получены следующие результаты: историко-культурный (познавательный) туризм выбрали 64% опрошенных, развлекательный туризм – 44% респондентов, лечебный (в том числе пантолечение) и спортивный туризм – 22% респондентов, экологический туризм – 19% респондентов. Так, возможности историко-культурного туризма предоставляется 21 туристической компанией, лечебного – 7 компаний, развлекательного – 7, экологического туризма – 4, конгрессный туризм – также одним предприятием.

Численность сотрудников предприятий, из числа опрошенных составила от 2 до 6 в межсезонье, в разгар лета увеличивалось от 4 до 19 человек. За последние 3 года численность сотрудников опрошенных субъектов малого предпринимательства изменилась незначительно, в редких случаях в сторону ее увеличения. Эти данные еще раз свидетельствуют о том, что настоящее время в туризме наблюдается большой дефицит высококвалифицированных кадров. Многие компании, связанные со сферой туризма, сталкиваются с таким препятствием на пути развития бизнеса как уход сотрудников, «текучка» кадров.

Турагентскую деятельность осуществляет подавляющее большинство их числа опрошенных предпринимателей – 6 респондентов, туроператорскую – 16 предприятий, и 14 предприятий совмещают два этих вида деятельности (см. таблица Б.2). Анализ данных, полученных в ходе проведения социологического опроса, показал, что руководители опрошенных предприятий считают, что их финансово-экономическое положение за последние 3 года стабильно. А именно, 39% респондентов оценили его как хорошее. 58% – удовлетворительное и 3% – отличное. Несмотря на такую оценку собственной деятельности, годовой объем оборота опрошенных предприятий составил: в 7 – от 1 млн. тенге до 3,9млн. тенге; в 21 – от 500 тысяч тенге до 1 млн. тенге; в 8 – до 500 тысяч тенге.

Крупные инвестиции осуществили только 2 субъекта среднего предпринимательства за последние три года. В ближайшее время большинство респондентов 54% планируют развивать свой бизнес, 27% хотят выйти на более высокий уровень объема, 19% – сохранить имеющиеся объемы.

Опрос также показал, что в обороте опрошенных субъектов малого и среднего предпринимательства внутренний и въездной туризм играет значительную роль. Максимальная доля внутреннего и въездного туризма составила 70% от объема оборота. При этом для 7 респондентов эта доля составляет более 46%, для 9 респондентов – от 30% до 20% и для 3 респондентов менее 20% от объема оборота.

С 30 января 2012 года вступили в силу поправки в закон Республики Казахстан «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам совершенствования разрешительной системы», согласно которым

отменяется лицензирование, и турагентская деятельность должна осуществляться на основе договора обязательного страхования гражданско-правовой ответственности (ГПО) [98]. Эти изменения стали причиной создания реестра турагентов.

В ходе опроса было выявлено, что за 3 месяца (январь - март) 2012 года в реестре были зарегистрированы только 2 предприятия. Деятельность 34 предприятий осуществляется на основании договора обязательного страхования гражданско-правовой ответственности (ГПО). Согласно проведенному опросу, предприятия, принявшие участие, характеризуют уровень конкуренции в отрасли следующим образом: уровень конкуренции был оценен как очень высокий 12 респондентами, высокий – 3 респондентами и умеренный – 15 респондентами. Таблица Б.3 дает представление об основных клиентах предприятий, принявших участие в опросе. Большую часть потребителей туристских услуг составляют физические лица (граждане Республики Казахстан и государств ближнего и дальнего зарубежья), компании, а также представители органов власти (города, области, республики). Основная категория потребителей туристских услуг представителей малого и среднего предпринимательства представлена физическими лицами (гражданами Республики Казахстан) (для 23 респондентов), казахстанские нетуристические предприятия (для 6 респондентов), органы местного самоуправления (для 2 респондентов). Места проживания или пребывания клиентов отражены в таблице Б.4.

Рисунок 15 дает краткий обзор основных районов Восточно-Казахстанской области, представляющие наибольший туристический интерес.

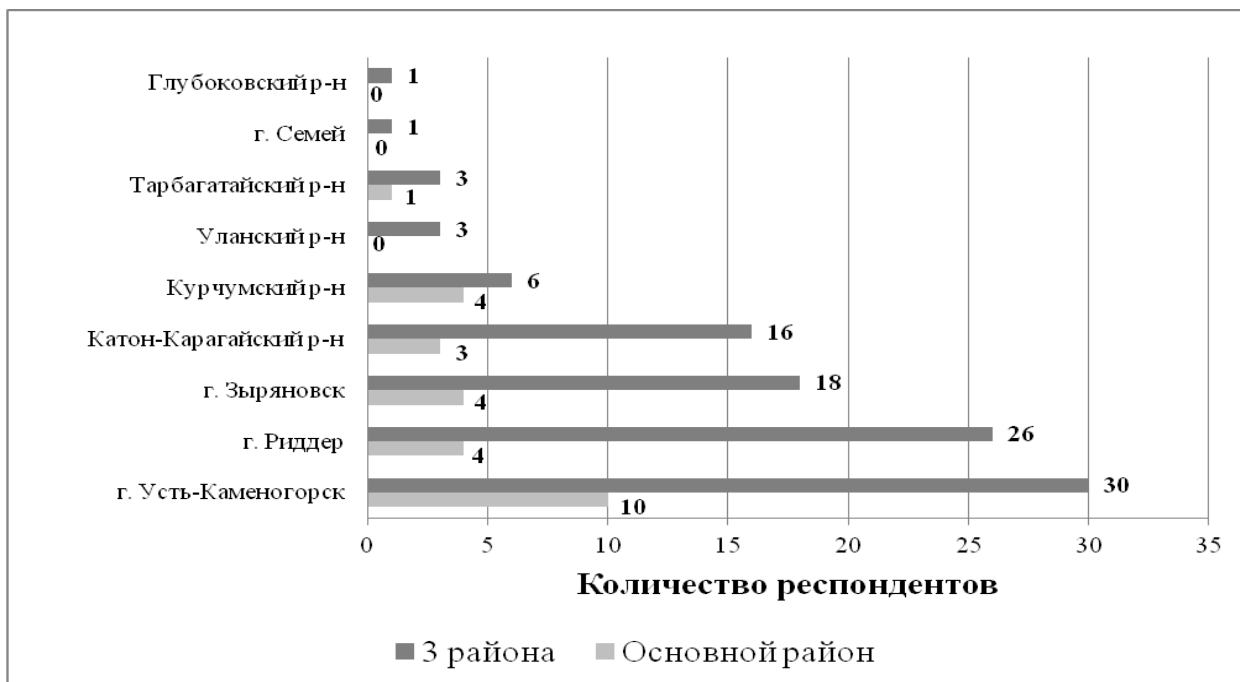


Рисунок 15– Районы Восточно-Казахстанской области, представляющие наибольший туристический интерес

Наибольшей туристической привлекательностью пользуются города Усть-Каменогорск, Риддер и Зыряновск, далее следует Катон-Карагайский район, Курчумский район, Уланский район, Тарбагатайский район, г. Семей и Глубоковский район.

В целом уровень развития внутреннего и въездного туризма в области оценивается респондентами достаточно высоко: 3 респондента – очень высокий, 7 – высокий. Оценка областного туризма по отраслям представлена в таблице Б.5. Из полученных данных видно, что в области достаточное количество видов туризма, однако среди отдельных сегментов положительная оценка характерна только для познавательного и развлекательного туризма. Помимо этого следует отметить горнолыжный и конгрессный туризм, которые в настоящее время находятся на среднем уровне. Несмотря на выделение данных видов можно констатировать недостаточное развитие большинства сегментов внутреннего и въездного туризма в области. Так, по остальным сегментам отрицательные оценки их текущего состояния превышают (в ряде случаев очень значительно) положительные. Оценка изменения уровня развития видов туризма в Восточно-Казахстанской области в последние годы дана в таблице Б.6. Следующий вопрос: как оценивается перспективы развития следующих видов туризма в Восточно-Казахстанской области в ближайшие 2-3 года (см. таблица Б.7).

Так, на основе проведенного маркетингового исследования можно сформулировать общие выводы и рекомендации. Туризм в Восточном Казахстане необычайно разнообразен. Широкий спектр туристских маршрутов позволяет выбрать пешие, конные туры, сплав по горным рекам различной трудности, альпинизм, горные лыжи, увлекательную охоту и рыбалку [99]. Органы по развитию и управлению туризмом работают над выполнением Стратегического плана Управления на 2011 – 2015 годы. Его реализация направлена на создание благоприятных экономических условий в Восточно-Казахстанской области для дальнейшего развития туризма и удовлетворение спроса потребителей на туристские услуги.

Первым стратегическим направлением плана является «становление Восточно-Казахстанской области как одного из ведущих туристских центров Республики Казахстан с развитой системой сервиса и инфраструктуры» [100]. Важную роль в этом должны сыграть предприятия малого и среднего бизнеса. Однако социологическое исследование показало, что динамика развития туризма в Восточно-Казахстанской области нестабильна неслучайна. Одной из причин является то, что въездной туризм в деятельности наших респондентов занимает незначительное место (10% от общего оборот). Большинство опрошенных субъектов малого и среднего бизнеса свое финансово-экономическое состояние оценивают как хорошее, однако можно констатировать незначительные абсолютные показатели годовых объемов оборота. При этом только 2 предприятия за последние годы осуществляли достаточно крупные инвестиции.

В отношении сегментов выявилось, что опрошенных предприятий, осуществляют свою деятельность в рамках познавательного, оздоровительного и развлекательного туризма. Также развивается горнолыжный и деловой туризм. Это свидетельствует о недостаточном развитии большинства видов туризма в области. Основными потребителями услуг субъектов малого предпринимательства, действующих в сфере туризма, являются граждане Республики Казахстан.

Кроме того, большинство опрошенных субъектов малого и среднего предпринимательства считают, что меры, принимаемые областной администрацией по развитию туризма незначительны. По их мнению, необходимо осуществить следующие меры для развития внутреннего и въездного туризма в области:

- развитие туристско-рекреационной инфраструктуры области;
- реализацию крупных инвестиционных проектов в сфере туризма;
- содействие созданию и продвижению туристских продуктов;
- стимулирование развития сектора услуг.

Таким образом, динамика неустойчивого развития туризма в Восточно-Казахстанской области может быть стабилизирована при решении проблем, выявленных авторами в результате проведения данных исследований.

3.2 Разработка рекомендаций по совершенствованию стратегического управления развитием туризма в Восточно-Казахстанской области

Восточно-Казахстанская область представляет собой активно развивающуюся территорию, где, несмотря на ярко выраженную промышленную и аграрную специализацию в экономике, туристская отрасль также развивается динамичными темпами.

Туристский потенциал региона обусловлен богатыми природно-рекреационными ресурсами (Сибинские озера, Бухтарминское водохранилище, озеро Алаколь, Катон-Карагайский заповедник, пригороды г. Риддера и г. Усть-Каменогорска).

Данные территории включают в себе основные достопримечательности природы Рудного Алтая, которые представляют собой фактор привлекательности региона для туристов из Казахстана, стран СНГ и прочих государств ближнего и дальнего зарубежья.

Уникальные природные ресурсы (в частности, хорошо сохранившиеся памятники природы международного уровня, высокий уровень природной привлекательности, крупные природные водоемы и др.), высокий промышленно-экономический потенциал и выгодное геополитическое положение дают возможность определить основные конкурентоспособные отрасли туристического продукта региона:

- экологический туризм;
- пляжный туризм;
- горнолыжный туризм;

- лечебно-оздоровительный туризм;
- культурно-познавательный туризм.

Согласно «Стратегическому плану развития управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области на 2010 – 2012 годы», миссия Управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области заключается в обеспечении эффективной межотраслевой координации и государственного управления с целью осуществления государственной политики в отношении туризма, физической культуры и спорта. Также Управление призвано реализовать задачу по созданию конкурентоспособной индустрии туризма, а также популяризации принципов здорового образа жизни в области.

В ходе реализации Региональной программы развития туризма на 2009 – 2011 годы были достигнуты следующие результаты: в сфере внутреннего туризма – стабильное увеличение потока туристов с 356,4 тысяч человек в 2009 году до 400,7 тысяч человек в 2011 году; в сфере въездного туризма – с 33,4 тысяч человек до 51,5 тысяч человек в 2009 году и 2011 году соответственно.

Учитывая то, что в среднем около 63500 тенге приходит в государственный за время пребывания в стране одного иностранного туриста, в период с 2009 по 2011 годы въездной туризм принес в бюджет около 8 147 млрд. тенге. Реализация комплекса мер, запланированного в данной Программе, призвана способствовать стабильному росту числа туристов, включая не только граждан Казахстана, но и жителей других стран [101]. В итоге это должно привести к осязаемому росту привлекательности туристского продукта Восточного Казахстана, повышению уровня занятости в регионе, привлечению потенциальных инвесторов, росту капиталовложений, а также сохранению природного и культурно-исторического наследия области. Все это означает создание развитой конкурентоспособной индустрии в сфере туризма, которая имеет все шансы стать одной из самых доходных отраслей среди несырьевых секторов экономики [55].

Именно въездной туризм способствовал тому, также занятость населения в туристской сфере выросла с 2,3 тыс. человек в 2009 году до 3,0 тыс. человек в 2011 году.

В то же время, достаточно высокие цены в гостиницах и ограниченный выбор мест размещения способствовали появлению и активному развитию альтернативного бизнеса – аренда квартир на короткие сроки (включая посуточно и посуточно). Индивидуальные предприниматели, сфокусировавшиеся на данном бизнесе, оказались в состоянии предложить туристам и командированным оптимальные условия, включая также ряд дополнительных услуг, таких как трансфер (встречи в аэропорту и на вокзале) [69].

Гостиничный бизнес характеризуется также своей зависимостью от состояния деловой активности страны, что ведет к снижению заполняемости

гостиничных номеров в условиях кризиса, что ведет к вынужденному снижению цены за проживание [69].

Важный аспект международного экономического сотрудничества представляет собой совместная деятельность с Всемирной туристской организацией (ВТО). ВТО играет важную роль в расширении сферы значимости туризма и способствует налаживанию контактов между странами мирового туристского сообщества, что представляет неопределимую значимость для государств, входящих в ее состав. Это особенно проявилось после того, как данная организация стала особым учреждением Организации Объединенных Наций, что, соответственно, укрепляет позиции ООН по активному развитию мирового туризма. В число главных направлений в деле продвижения международного туризма входит расширение международных связей в данной отрасли. При этом возникает необходимость активации регионального сотрудничества с центрально-азиатскими странами с целью развития трансграничных туристских маршрутов и, в первую очередь, с Российской Федерацией, Китаем и Монголией [102].

В период с 2009 по 2012 года были проведены и намечены к выполнению на 2013-2015 года следующие мероприятия:

а) активация системы поддержки и государственного регулирования в сфере туризма, что проявилось в создании штатной единицы специалиста по курированию вопросов туризма в городе Риддер (март 2009 г.); оказание поддержки проектам малого предпринимательства по развитию туристской сферы с выделением финансирования со стороны фондов развития и банков второго уровня; проведение мероприятий по упрощению процедуры выдачи пограничных пропусков в приграничные зоны; осуществление комплекса мер по стимулированию искусства народных ремесел и выпуска тематической сувенирной продукции [103].

Также было предусмотрено создание информационной базы данных объектов и ресурсов индустрии туризма, проведение открытого конкурса на лучшую символику городов, проведение социологических опросов и информационно-аналитических исследований в сфере туризма [103];

б) применение практики успешного маркетинга и продвижения туристского продукта туристически привлекательных городов и районов ВКО.

Примером может служить тематическая карта города «Атамекен», созданная в городе Риддер на региональном уровне;

в) мероприятия по развитию экологического туризма как фактора устойчивого развития. С этой целью было принято решение создать в период с 2012 по 2015 гг. все необходимые условия для развития экологического туризма в Западно-Алтайском природном государственном заповеднике.

Так же было одобрено регулярное участие в туристском фестивале «Алтай Казахстанский»;

г) в период с 2012 по 2015 гг. запланировано уделять особое внимание мероприятиям по развитию детско-юношеского туризма как одного из факторов воспитания, а также развития внутреннего туризма [103]. Для

реализации данной цели предусмотрено «проведение следующих мероприятий: проведение водных походов по Убе, велопоходов «Стопами Потанина», организация детско-юношеского лагеря под девизом «Туризм против наркотиков», организация и активное участие в туристском открытом городском слете молодежи «Осень» и «Весна», проведение работ по развитию внешкольных детско-юношеских туристских организаций: станций детско-юношеского туризма, туристских клубов, детских турбаз и т.д.» [103];

д) особое значение придается подготовке квалифицированных кадров, организации курсов повышения квалификации работников туризма и научно-методического обеспечения данной сферы;

е) информационное обеспечение туристской сферы;

ж) гарантия безопасности туристов посредством введения дополнительных требований по соблюдению техники безопасности в деятельности туроператоров и турагентов по обслуживанию туристов [103];

и) реализация инвестиционных проектов по туризму, включающая в себя «развитие конноспортивных баз как основного фактора развития спортивного туризма; строительство канатной дороги для стимулирования развития спортивного и экстремального туризма; организация маральников для стимулирования экологического и познавательного туризма [103].

За 1 полугодие 2011 года, принимая во внимание недостаточное развитие инфраструктуры туризма, а также ограниченность финансовых средств, в соответствии с Указом Президента Республики Казахстан от 29 декабря 2006 года N 231 «О Государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 годы» были определены приоритеты первоочередного строительства сети гостиниц, отелей, мотелей, а также молодежных гостиниц и кемпингов. Особое внимание отдается строительству в частности строительству гостиниц категории двух- и трехзвездочные в Восточно-Казахстанской области - у озер Маркаколь и Алаколь, на побережье Бухтарминского водохранилища и т.д. [104].

Состояние туризма также находится в непосредственной зависимости от качества и состояния транспортной инфраструктуры, так как туристы-нерезиденты попадают на территорию Восточно-Казахстанской области в основном воздушным или автодорожным транспортом. Автодорожный транспорт является наиболее популярным для передвижения с целью внутреннего туризма. Состояние трасс также влияет на возможность организации туристических поездок и экскурсионных маршрутов.

Общая протяженность автомобильных трасс общего пользования в Восточно-Казахстанской области составляет 11,7 тыс. км, из них 3,4 тыс. км занимают дороги республиканского значения и 8,3 тыс. км - дороги областного значения. 95% дорог (11,1 тыс. км) имеет твердое покрытие. Услуги по заправке автомобильным топливом осуществляли 457 автозаправочные станции [105].

Следующие автомобильные трассы, ведущие к туристским объектам, приобрели статус республиканского значения:

а) Южная рекреационная зона:

1) Абайский район, пригород города Семей: Семей – Кайнар – нужда в капитальном ремонте, в период 2008-2010 гг. проведен средний ремонт; придорожный сервис: АЗС – 4, пункты питания – 1;

2) Урджарский район: Алматы – Усть-Каменогорск – нужда в капитальном ремонте, придорожный сервис: АЗС – 2, пункты питания – 5; Таскескен - Бахты – удовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведена реконструкция; придорожный сервис: АЗС – 9;

3) Аягозский район: Алматы – Усть-Каменогорск – требуется капитальный ремонт, наличие придорожного сервиса: АЗС – 1, пункты питания – 3, СТО – 1; Караганда – Аягоз – Ботагоз – нужда в капитальном ремонте, придорожный сервис: АЗС – 4, пункты питания – 2;

б) Северо-Восточная рекреационная зона:

1) Катон-Карагайский район: Усть-Каменогорск – Зыряновск – Рахмановские ключи – хорошее состояние, нужда в капитальном ремонте участка дороги на 420 – 450 км, в период 2008 – 2010 гг. проведен средний ремонт, придорожный сервис: АЗС – 5, пункты питания – 2;

в) Восточная рекреационная зона - Курчумский район: Зайсан – Калжир – Теректы – неудовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен средний ремонт; придорожный сервис: АЗС – 2, пункты питания – 2;

г) Центральная рекреационная зона – Зыряновский район: Усть-Каменогорск – Зыряновск – Большенарым – удовлетворительное состояние, требуется капитальный ремонт, придорожный сервис: АЗС – 6, пункты питания – 7;

д) Западная рекреационная зона:

1) город Риддер: Усть-Каменогорск – Риддер – удовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен средний ремонт, придорожный сервис: АЗС – 4, пункты питания – 8, гостиница – 1;

2) Уланский район: Усть-Каменогорск – Семей – хорошее состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен средний ремонт, придорожный сервис: АЗС – 4; Алматы – Усть-Каменогорск – удовлетворительное состояние, придорожный сервис: АЗС – 2; пункты питания – 2;

3) Зайсанский район: Омск – Майкапчагай - удовлетворительное состояние, придорожный сервис: АЗС – 3, пункты питания – 2;

4) Глубоковский район: Усть-Каменогорск – Шемонаиха – состояние удовлетворительное, придорожный сервис: АЗС – 3 [106].

Также были определены дороги к рекреационным зонам, получившие статус областного значения:

а) Южная зона:

1) Абайский район: Семей – Караул – удовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен капитальный ремонт

участков дороги на 16 – 26 км и 60 – 70 км, реконструкция и твердое покрытие участков дороги, придорожный сервис отсутствует;

2) Урджарский район: Маканчи – Жаланашколь – удовлетворительное состояние, придорожный сервис в с. Карабулак;

3) Аягозский район: Аягоз – Караул – Кайнар – удовлетворительное состояние, придорожный сервис отсутствует;

б) Северо-Восточная рекреационная зона – Катон-Карагайский район: Васильевская переправа – Большенарымское – удовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен средний ремонт, придорожный сервис: в селах Большенарымское и Приморское; Большенарым – Курчум – удовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен капитальный ремонт участков дороги на 23 – 38 км, 2010 – 2011 гг. 0 – 23 км, придорожный сервис отсутствует;

в) Восточная рекреационная зона:

1) Курчумский район: Курчум – Калжыр – удовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен средний ремонт, придорожный сервис отсутствует; Большенарым – Курчум – удовлетворительное состояние, в период 2008 – 2010 гг. проведен текущий ремонт, придорожный сервис отсутствует;

2) Уланский район: Усть-Каменогорск – Самарское – в период 2008 – 2010 гг. проведен капитальный ремонт, придорожный сервис: АЗС – 2, пункты питания – 2; Усть-Каменогорск – Таргын – Самарское – необходим капитальный ремонт, в 2009 г. проведена разработка ПСД на капитальный ремонт, в период 2010 – 2011 гг. проведен капитальный ремонт, придорожный сервис: АЗС – 2, пункты питания – 2 [106].

Согласно «Стратегическому плану развития управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области на 2010 – 2012 годы», одним из устойчивых факторов развития внешнеэкономической деятельности Восточно-Казахстанской области можно назвать развитие экологического туризма. Потребность в развитии отрасли экологического туризма в Восточном Казахстане вызвана не только экономическими факторами, как то – развитие местных сообществ в отдаленных районах области, повышение уровня занятости населения, но и социальным заказом – необходимость более целостного, системного подхода со стороны населения к проблемам охраны окружающей среды, здоровья и проведения свободного времени. Согласно мнению экспертов Всемирной Туристской Организации, за последнее десятилетие экологический туризм приобретает все большую популярность и представляет собой один из инструментов устойчивого развития стран мира. Как говорят результаты исследований туристского потенциала, Восточно-Казахстанская область обладает большими возможностями для продвижения своего предложения по экологическому туризму на государственный и международный туристские рынки. Основу потенциала области составляют уникальные природно-климатические условия, многочисленные исторические, природные и культурные памятники, а также этническое наследие народов, населяющих эти земли.

В области продвижения межрегионального туризма огромное значение имеет создание туристических представительств Восточно-Казахстанской области в других городах Республики Казахстан на базе туристских компаний, которые могут получить статус уполномоченной фирмы Восточно-Казахстанской области. В рамках таких представительств или дочерних компаний следует развернуть постоянно обновляющиеся выставки туристских возможностей Восточно-Казахстанской области в таких городах, как Усть-Каменогорск, Семей и Риддер, т.е. наиболее крупных и представляющих интерес для туристов.

Открытие туристических представительств Восточно-Казахстанской области в других городах откроет новые возможности для продвижения туристского продукта не только на казахстанском, но и на международном рынках.

Общая стоимость реализации этих задач составляет 4971,5 млн. тенге.

Ожидаемая прибыль составит после завершения поставленных задач (ориентировочно к концу 2013 – 2015 годам) 390 млн. тенге в год с наращиванием прибыли по 10% ежегодно.

Однако нельзя не отметить, что, несмотря на социальную целесообразность и положительный экономический эффект, на развитие и функционирование туристской активности в стране оказывает негативное влияние неудовлетворительное состояние туристской инфраструктуры (гостиницы, туристские базы, отели, дома отдыха, кемпинги, дороги, транспорт, туристские маршруты). Кроме того, для развития инфраструктуры данной отрасли требуется ее системное и, что особенно важно, долгосрочное инвестирование [107, с. 33].

Хотя в Республике Казахстан туризм был объявлен одной из приоритетных отраслей экономики, пригодных для инвестирования, все еще отсутствуют условия, благоприятные для привлечения в отрасль частных инвестиций, казахстанских и зарубежных. Не сформирована система научной и рекламно-информационной поддержки развития национального туристского продукта на государственном и международном рынке [107, с. 59].

Причинами низкого уровня развития туристской инфраструктуры в стране являются объективные экономические затруднения, но также недостаточный уровень разработанности налогового и туристского законодательства, в особенности отсутствие государственных стандартов, требующихся для контролирования процесса развития отрасли и соблюдения прав потребителя [107, с. 90].

Тем не менее, можно говорить о том, что ожидания обоснованы и оправдают себя. Это можно заключить на основании данных таблиц 9 (Финансовые результаты развития туристической индустрии за период 2008 – 2010 года (данные Агентства РК по туризму и спорту, в млрд. тенге) и 10 (Динамика развития туристической индустрии за период 2008 – 2010 год), данные Агентства РК по туризму и спорту) (см. выше).

Данные, приведенные в таблицах 9 и 10, свидетельствуют, что консолидированный доход от деятельности предприятий туристского комплекса постоянно растет (свыше 17 млрд. тенге в 2008 году, 27 млрд. тенге в 2009 году, 30,6 млрд. тенге в 2010 году, увеличившись по сравнению с 2009 годом на 16,8% и составив 30553,4 млн. тенге.).

Все эти цифры, приведенные в таблицах, свидетельствуют о положительных тенденциях инвестирования в сферу туризма, что позволяет считать запланированные меры экономически обоснованными.

В 2010 году количество туристов составило 16,6 миллиона человек, что превысило показатели 2009 года на 12,2%. Среди туристов преобладают граждане Казахстана, путешествующие внутри страны или за границей (11,9 миллиона человек). Число зарубежных посетителей составило 4,7 миллиона. В то же время следует отметить, что увеличение туристских потоков происходило по всем направлениям. Так, по сведениям СА-News, доля въездного туризма выросла на 8,8%, выездной туризм возрос на 15,6%, а внутренний увеличился на 10,3% [108].

56,9% от общего количества путешественников передвигались по Казахстану с деловыми и профессиональными целями, 3,2% путешествовали по стране, чтобы встретиться с друзьями и родственниками. Менее двух процентов туристов ездили с целью лечения, за покупками или совершали паломничества. 36,6% от общего количества туристов отдыхали в Казахстане.

Таким образом, Казахстан в течение последних нескольких лет активно развивает свою туристическую сферу, в результате чего туристские потоки выросли с 11 миллионов человек в 2004 году до нынешних почти 17 миллионов.

Все это говорит о том, что есть все основания рассчитывать на достижение поставленных правительством целей.

Большое значение придается мероприятиям, направленным на разработку совместных туристских продуктов.

Кроме того, среди основных факторов, стимулирующих развитие международного и внутреннего туризма в стране, можно назвать пассажирские авиаперевозки. На сегодня пятью авиакомпаниями («Air Astana», «SCAT», «Сибирские авиалинии», «ГТРК «Россия» и «Тулпар Авиасервис») предлагаются регулярные рейсы по международным маршрутам: гг. Москва, Санкт-Петербург, Баян-Ульгий, по внутренним: гг. Астана, Алматы, Караганда.

В 2007 году были возобновлены авиарейсы в города Семей, Зайсан, села Урджар, Курчум, Катон. Услугами воздушного транспорта за 2007 год воспользовались 131468000 туриста, из них отправлено по международным воздушным линиям – 15454 человек, по внутренним – 51330 человек, прибыло международными воздушными авиалиниями – 15142 человек, внутренними – 49542 человека. За 2011 год эта цифра значительно возросла, так как услугами воздушного транспорта воспользовались уже 248578 (что составляет 57,1 процента) туристов.

В 2012 году из государственного бюджета было выделено около 220 миллионов тенге на разработку туристского кластера Восточно-Казахстанской области. Тем не менее, нужно отметить, что быстрой разработке данного кластера препятствует недостаточный уровень сервиса.

В настоящее время допуск к международным авиаперевозкам в Восточно-Казахстанской области имеют аэропорты, расположенные в городах Усть-Каменогорск и Семей. В городе Усть-Каменогорске в аэропорту была проведена перепланировка, модернизирована технологическая схема прохождения таможенного и пограничного контроля, были установлены новые пограничные кабины, введен таможенный «зеленый» коридор для того, чтобы повысить качество и сократить сроки проведения регистрации пассажиров [109].

Но, в целом, для того, чтобы увеличить число поездок, совершаемых при помощи авиатранспорта, необходимо значительно расширить географию пассажирских перевозок, модернизировать авиапарк, выработать эффективную ценовую и тарифную политику, а также повысить качество обслуживания.

Также в ВКО надо развивать малую авиацию, используя сохранившиеся в районах аэропорты.

Таким образом, можно отметить, что основные факторы, тормозящие развитие туризма в области, на устранение которых следует обратить повышенное внимание, это:

- недостаточно высокий уровень развития инфраструктуры туризма в стране;
- усложненные и долговременные паспортно-визовые формальности пересечения государственной границы государства;
- правовое обеспечение туристской отрасли в Казахстане;
- недостаточная известность Республики Казахстан и, соответственно, Восточно-Казахстанской области на международном рынке туристических услуг и, следовательно, недостаточная информированность потенциальных иностранных туристов;
- завышенная стоимость туристского продукта, не соответствующая заявленному качеству услуг.

Казахстан очень малоизвестен на мировом рынке туристских услуг как привлекательное туристское направление, хотя его территория представляет большой интерес, в частности, тем, что издавна служила связующим звеном между Китаем и Европой на участке Великого Шелкового пути [110, с. 53].

Поэтому в рамках стратегии развития туристской отрасли в стране и области на первом месте стоят мероприятия по распространению информации о Республике Казахстан и, в частности, Восточно-Казахстанской области, как туристского направления. Для этого необходимо участие казахстанских туристских организаций в международных конференциях, выставках, ярмарках, в том числе организованных Всемирной Туристской Организацией. Большое значение имеет также проведение

подобных мероприятий на территории Восточно-Казахстанской области, т.е. таких как различные презентации отдельных проектов, компаний, проведение лотерей, конкурсов, семинаров, клубных мероприятий, тематических балов и светских приемов. Также рекомендуется прилагать усилия по установлению новых и активизации существующих связей между туристскими организациями и дипломатическими представительствами Казахстана за рубежом [110, с. 53].

С целью обеспечения наиболее эффективного продвижения Восточно-Казахстанской области на международном рынке туризма требуется открытие специализированных информационных туристских центров не только на территории страны, но и за рубежом. Взаимодействие туристских компаний с дипломатическими представительствами Казахстана за границей за рубежом может оказать поддержку в осуществлении данной цели [110, с. 54].

Так, можно сделать вывод, что Восточно-Казахстанская область имеет обширные возможности для успешной внешнеэкономической деятельности, что говорит также о том, что туризм также может стать ее составляющей.

3.3 Разработка рекомендаций по развитию въездного туризма в Казахстане

Как уже говорилось, Казахстан имеет большой потенциал развития туристического предложения, которое было бы актуально и интересно не только для гостей из ближнего, но также посетителей из дальнего зарубежья. Для реализации своего туристического потенциала было бы разумно использовать преимущества своего геополитического положения на стыке Азии и Европы. Одним из шагов в данном направлении было бы новое освоение т.н. «пионерных» районов. К таким районам относятся слаборазвитые регионы и территории, однако, как правило, располагающие значительным природно-ресурсным потенциалом, но где практически отсутствует отраслевая и территориальная структура хозяйства вследствие их отдаленности и/или труднодоступности в связи с недостаточным развитием транспортной сети.

Несомненным плюсом является наличие нетронутой дикой природы в этих районах, что делает их потенциальными объектами для развития актуального сегодня экологического туризма, который может обеспечить широкие поступления, способствующие развитию местной инфраструктуры.

Такие слаборазвитые районы имеются в Казахстане, в частности, в Восточном Казахстане. Это такие районы, как Бескарагай, Абай, Тарбагатай, Маркаколь и т.д. В начале 90х гг. XX века отсюда происходил массовый отток жителей, что привело к запустению и потере населения. В настоящее время туристические проекты, запущенные в районах, могли бы дать возможность восстановления и развития экономической активности.

В мире наряду с экологическим туризмом в настоящее время также динамично развивается рынок речных и морских круизов. Особенно ярко этот процесс происходит в таких круизных регионах, как Средиземноморье и

Балтика, Северная Европа, острова южной части Тихого океана, страны Карибского бассейна, Гавайи, Черноморское побережье. Казахстан не располагает доступом к крупным морям, но, тем не менее, может предложить морские круизы на Каспийском море, экскурсии на озера, а также речные туры по многочисленным рекам страны.

К сожалению, нельзя отрицать, что не только в мировой транспортной системе, но и в Казахстане в особенности речной транспорт является наиболее слаборазвитым звеном. В связи с этим круизы по рекам Казахстана могли бы внести существенный вклад в активацию работы речного транспорта. Примером могут служить туры, предлагаемые агентствами по странам Восточной и Западной Европы. Это речные круизы по таким рекам, как Рейн, Дунай, Сена, Эльба, Рона, Мозель и т.д.

Круизы такого рода должны предлагать туристам не только пансион и обозрение окрестностей с борта парохода, но и давать возможность познакомиться с провинциальной жизнью страны, с ее национальным колоритом, «не показной» стороной жизни населения.

Такие круизы способствуют совершенствованию туристической инфраструктуры в речных бассейнах, развитию небольших старых гаваней и портов, стимулируют создание новых туристических направлений. Все это, в свою очередь, дает положительный экономический эффект.

Более того, въездной туризм можно также считать фактором коммерциализации экологии и окружающей среды в интересах государства и общества, а также один из путей решения глобальных и локальных экологических проблем - таких, как глобальное потепление, разрушение озонового слоя, опустынивание, вырубка лесов, кислотные осадки и др. Данные проблемы можно решить только совместными усилиями.

Основная причина угрозы экологической катастрофы - антропогенная деятельность населения. Для устранения данного явления 5 июня 1992 года на международной конференции в Рио-де-Жанейро, Бразилия была принята Конвенция о сохранении флоры и фауны, что подразумевает гармоничное сочетание экономического роста с сохранением природы и окружающей среды. Из этого можно заключить, что каждая область экономической активности, каждая сфера производства материальных продуктов в своем развитии должна сочетать интересы прогресса с интересами защиты окружающей среды.

Одним из путей решения проблемы сохранения окружающей среды при одновременном ведении экономической деятельности может стать создание особо охраняемых природных территорий (ООПТ).

Если мы обратимся к казахстанскому законодательству, то увидим, что в области ООПТ оно представлено большим числом документов, однако основным является Закон «Об особо охраняемых природных территориях» [111].

На территории бывшего Советского Союза характерным видом ООПТ для всех социалистических стран были государственные природные заповедники (ГПЗ).

В Казахстане первым заповедником стал «Аксу-Джабаглы», созданный в 1926 г. Сегодня на территории республики функционирует 9 заповедников: Аксу-Джабаглинский, Алакольский, Алма-Атинский, Барсакельмесский, Западно-Алтайский, Кургальджинский, Маркакольский, Наурзумский и Устюртский.

К следующей категории относятся государственные национальные природные парки (ГНПП) и природные парки, за последние двадцать получившие в Казахстане особенное развитие. В 1986 году был открыт первый национальный парк на территории страны. В основе идеи открытия национальных парков лежит желание сохранить уникальные богатства дикой природы края, при этом давая людям возможность полюбоваться ими, получить новые знания о природе и окружающей среде, улучшить в чистом воздухе состояние здоровья. Сейчас в Республике Казахстана функционируют 7 национальных парков: Алтын-Эмель, Баянаульский, Бурабай, Иле-Алатауский, Каркаралинский, Катон-Карагайский и Кокшетау. В планах стоит создание еще трех: «Кольсайские озера», Джунгаро-Алатауского и Чарынского парков. ООПТ такого вида расположены в горных массивах востока и юго-востока республики, а также в интразональных горно-лесных экосистемах в центре и на севере страны.

Заповедные зоны не представляют собой новые формы ООПТ в Казахстане, но активно развиваться стали лишь в конце прошлого века. «Северный Каспий», первая заповедная зона на территории Казахстана, была создана в 1976 году. Еще три заповедные зоны – Жусандалинская, Кендерли-Каясанская и Карактауская-Арысская – были созданы с целью сохранения дровы-красотки.

К категории ООПТ относятся также заказники, основной миссией которых является сохранение популяций и ландшафтов без прекращения на землях производственного оборота, но с введением на них регламента хозяйственной деятельности. Всего в стране действуют 57 ООПТ данного вида. Это в основном зоологические заказники (36 или 63%), ботанические (13 или 23%) и комплексные (7 или 12%). Также существует один ботанико-геологический заказник. На территории казахстанских национальных парков (или приданы им) действуют 4 заказника: Алма-Атинский (Иле-Алатауский ГНПП), Каркаралинский (Каркалинский ГНПП), «Кызылтау» (Баянаульский ГНПП) и «Рахмановские ключи» (Катон-Карагайский ГНПП).

Существует также еще одна категория ООПТ, представляющая собой памятники природы. В настоящее время в стране насчитывается 26 памятников природы республиканского значения. Помимо этого, еще 53 памятника природы имеют статус областного значения (58 — вместе с памятниками Восточного Казахстана, более не владеющими данным статусом).

Также при Институте ботаники и фитоинтродукции МОН РК существует такая форма ООПТ, как ботанические сады, представляющие собой филиалы данного института: Главный в (г. Алматы), Алтайский (г.

Риддер), Жезказганский (Карагандинская область), Илийский (Алматы-Атинская область) и Мангышлакский (г. Актау).

Законодательство Казахстана дает право на создание ООПТ не только правительству республики, но и областным акиматам. В таком случае землям присваивается статус областного значения, и вводятся меры по их сохранению в качестве заповедных зон, природных и дендрологических парков, памятников природы, ботанических садов и т.д.

Для сравнения, в российском законодательстве ООПТ разделяются на следующие категории:

- государственные природные заповедники, в том числе биосферные;
- национальные парки;
- природные парки;
- государственные природные заказники;
- памятники природы;
- дендрологические парки и ботанические сады;
- лечебно-оздоровительные местности и курорты [110, с. 32].

В мире существуют также так называемые объекты природного наследия, чья деятельность и существование находятся под контролем ЮНЕСКО.

Таким образом, можно понять, что ООПТ и подобные природоохранные объекты представляют собой звенья цепи обратной связи: доходы от туристской деятельности используются с целью охраны природы и окружающей среды, а сохраненная природа стимулирует получение прибылей в форме поступлений от туризма.

В Казахстане также предпринимается ряд подобных мер по охране природы и окружающей среды. На сегодня приняты общесистемные мероприятия по созданию в стране конкурентоспособной туристской отрасли. Туристская активность вошла в Перечень приоритетных видов экономической деятельности, что обеспечивает субъектам, занятым в данной сфере, определенные инвестиционные льготы и преференции. В Республике Казахстан 8,2% площади страны заняты ООПТ. Именно ООПТ являются наиболее эффективным путем сохранения редких и исчезающих популяций растений и животных, исчезающих эталонных участков, природных, исторических и культурных памятников и объектов, несущих особую научную, экологическую и рекреационную ценность.

8,2% территории страны – это лишь паллиативная мера по сохранению природного разнообразия края, так как в мировом стандарте площадь, отданная под ООПТ, составляет не менее 10 – 12% [112].

В условиях жесткой конкурентной борьбы на мировом туристском рынке были выявлены приоритетные направления развития туристской отрасли в Казахстане с учетом уникальных ресурсов страны и степенью их востребованности на мировом туристском рынке. Агентство по туризму и спорту Республики Казахстан при содействии Всемирной туристской

организации определило направления, которые наиболее перспективны как для внутреннего, так и для въездного туризма.

Одним из них стал экологический туризм. Это объясняется наличием следующих целевых групп туристов, проявляющих интерес к Казахстану:

– желающие увидеть дикую нетронутую природу и удивительные ландшафты;

– желающие любители познакомиться с неизведанными туристскими направлениями.

По оценкам экспертов, данный туристский продукт занимает самую перспективную позицию на мировом туристском рынке и должен стать одним из ключевых направлений в Республике Казахстан. Программа по развитию перспективных направлений туристской индустрии Республики Казахстан на 2010 – 2014 годы, которая была утверждена Постановлением Правительства Республики Казахстан от 11 октября 2010 года № 1048, объявила экологический туризм одним из приоритетных направлений развития туризма в стране.

Результаты исследований туристского потенциала свидетельствуют о том, что Казахстан располагает большим потенциалом для развития экологического туризма. В основе данного потенциала лежат уникальные природно-климатические условия и ландшафты в сердце Евразийского континента, многочисленные памятники природы, истории и культуры, а также этническое наследие народов, живших на территории современного Казахстана в различные исторические периоды.

Исходя из оценки туристских ресурсов Республики Казахстан, выполненной германской компанией IPK International в 2005 – 2006 гг. по заказу Правительства страны, можно отметить, что объекты природы, исторические и культурные памятники и ООПТ были классифицированы следующим образом:

Таблица 17 – Оценка ООПТ и исторических, природных и культурных памятников [113]

№	ООПТ, памятники природы, истории и культуры	Международ ного уровня А	Международ ного уровня В	Региональн ого уровня А	Регион альног о уровня Б
1	2	3	4	5	6
Существующие ООПТ и памятники природы					
1	Маркакольский ГПЗ	+			
2	Катон- Карагайский ГНПП	+			

Продолжение таблицы 17

1	2	3	4	5	6
3	Оз. Маркаколь	+			
4	Оз. Рахмановское			+	
Перспективные ООПТ					
В состав предлагаемого ранее Проектом ПРООН\ГЭФ Южно-Алтайского ГПП входили 5 участков: Беркутаульский (снежный барс и др), Кызылтас (аргали и др.), Кальжыр (каменная куница, зимние станции марала и косули и др.), Бас-Теректы (зимние станции марала и косули, редких растений), Кабинский (зимние станции марала, косули, лося, медведя)					
5	Южно-Алтайский ГПП	+			
Памятники природы, культуры и истории					
6	Австрийская дорога		+		
7	Рахмановские Ключи			+	
8	Водопад Кокколь	+			
9	Брошенный рудник Кокколь		+		
0	Гора Белуха	+			
	Мараловодческие фермы – маральники		+		
	Северная Золотая Ветвь Великого Шелкового Пути	+			
	Берельские захоронения	+			
	Поселение старообрядцев – «кержаков» – алтайское горное село Коробиха,			+	
	Ареал снежного барса, Южный Алтай	+			

Продолжение таблицы 17

1	2	3	4	5	6
	Ареал алтайского горного барана – аргали, Южный Алтай	+			
	ВСЕГО:	6	3	2	

Достаточно высокий уровень состояния ООПТ и исторических, природных и культурных памятников говорит о богатом экотуристском потенциале Казахстана. В настоящее время на территории страны действуют 118 Особо Охраняемых Природных Территорий (ООПТ), в том числе 11 государственных национальных парков, в которых допускается регулируемое туристское использование, направленное на развитие экотуризма. Принимая во внимание тот факт, что его объектами могут стать как природные, так и культурные памятники, природные и природно-антропогенные ландшафты, где традиционная культура сочетается с окружающей природной средой, распространение экологического туризма может стать источником не только финансовой поддержки природных территорий, но может способствовать повышению интереса к их сохранению.

ООПТ оказывают следующие виды услуг, относящиеся к экотуризму [114, с. 6]:

- организация и проведение тематических туров и экскурсионных поездок;
- посещение туристами живых уголков, музеев природы, заповедников и;
- оказание сопровождения по туристским тропам, смотровым площадкам, бивачным полянам и т.д.;
- предоставление услуг проводников, гидов, экскурсоводов и переводчиков;
- проведение фото- и видеосъемки при посещении территорий, относящихся к природно-заповедному фонду, памятников природного и культурно-исторического наследия;
- организация палаточных лагерей, стоянок, размещения туристов на туристских базах, в гостевых домах и домах отдыха;
- проведение работ по санитарной очистке и благоустройству рекреационных зон, находящихся в непосредственной близости от стационарных мест отдыха туристов;
- организация пунктов питания для туристов, а также производство и реализация продуктов;
- транспортное обслуживание посетителей;
- производство и реализация сувенирной продукции.

Средства от оказания ООПТ платных услуг экотуристам могут использоваться на финансирование следующих мероприятий по сохранению и развитию этих территорий [114, с. 34]:

- меры по сохранению, восстановлению и развитию природных комплексов;
- охрана флоры и фауны;
- организация защитных и восстановительных мероприятий в лесах, в том числе санитарных рубок и рубок ухода;
- продвижение развития инфраструктуры, относящееся к охране природно-заповедного фонда, путем рекреационной, туристской и ограниченной хозяйственной деятельностью;
- оплата деятельности внештатных и сезонных работников для проведения природоохранных мероприятий ООПТ, включая сторожей, пожарных, работников по осуществлению лесокультурных работ, рубок ухода и санитарных рубок, а также работников, задействованных в ограниченной хозяйственной деятельности;
- покупка транспорта, средств связи, оборудования, материалов лесозащитного, противопожарного, а также лесокультурного назначения, посадочного материала и семян для восстановительных работ, горюче-смазочных материалов, оружия, обмундирования и специальных средств защиты;
- мероприятия по реконструкции, строительству и ремонту сооружений, зданий и прочих объектов, относящихся к природоохранной деятельности;
- проведение научных исследований в сфере ООПТ;
- организация и финансирование музеев природы, музеев под открытым небом и выставок;
- проведение рекламных мероприятий;
- пропаганда защиты экологии и окружающей среды;
- превентивные меры и ликвидация отрицательных экологических последствий.

Большим потенциалом к развитию обладает также сельский экотуризм. Как и подразумевает название, развитие данной отрасли возможно только на сельских территориях и характеризуется деятельностью по производству продукции сельского хозяйства. Развитием данной сферы туризма в Казахстане было обусловлено появление таких объектов размещения, как гостевые дома, пребывание в которых дает туристам возможность на собственном опыте познакомиться с сельским образом жизни, узнать о повседневной казахской культурой и природных и культурных достопримечательностями.

Определены регионы, имеющие ресурсы для этого вида туризма, через которые к тому же пролегает маршрут Шелкового пути: Алматинская, Жамбылская, Южно-Казахстанская, Восточно-Казахстанская и Акмолинская области.

Алматинская область обладает уникальными природными ресурсами для развития экотуризма: Кольсайские озера, Чарынский каньон, поющие барханы, Ясенева роща, национальный парк «Алтын-Емель», река Или, Заилийский Алатау. В горах существуют условия для продвижения одного из видов экотуризма – конного туризма, имеющего давние традиции в стране.

Предгорья Алтая в Восточно-Казахстанской области дают возможности для экстремального туризма – сплавы на байдарках, плотах, дельтапланеризм, велосипедные и конные поездки.

Юг и запад страны существуют экскурсии, совмещающие посещение уголков дикой природы и мусульманских культурно-исторических памятников.

В Атырау такие туры были рекомендованы организовать на верблюдах.

Вблизи от Астаны находится Коргалжинский заповедник, получивший известность благодаря своим соленым озерами и большой популяцией водоплавающих птиц.

Экологический туризм в Казахстане имеет хороший потенциал, но не достаточно развит. Одной из причин является отсутствие в республике четких критериев по отношению к данной отрасли и единого мнения по поводу того, что под ним подразумевается. Следствием являются трудности в формулировке объективного определения субъектов, занимающихся развитием активности в сфере экотуризма, и желательных туристских продуктов. Это затрудняет осуществление целевых инвестиций и целенаправленных бюджетных интервенций. Более того, подобная ситуация крайне осложняет проведение оценки деятельности и объективного мониторинга экономических агентов по развитию экотуризма в стране [114, с. 18]:

В настоящее время в Казахстане в сфере развития экологического туризма работают более двух десятков неправительственных организаций, при участии которых разрабатываются новые туры по заповедным местам, проводятся обучающие семинары и тренинги по экотуризму, местные жители узнают о выгодах данного вида туризма, получают базовые знания о гостиничном бизнесе. Из них готовят гидов родного края.

В процессе развития экотуризма может быть задействовано также сельское население, которое может получить прибыль путем оказания разного вида услуг – предоставления проживания в гостевых домах, юртах, организацией домашнего питания, в том числе национальных блюд, арендой повозок, лошадей и т.д.

В 2005 году Казахстанской Туристской Ассоциацией при финансовой поддержке Фонда Евразия в Алматы был создан орган, основной функцией которого является оказание поддержки развитию экологического туризма в стране - Информационно-Ресурсный Центр Экотуризма (ИРЦЭ).

Целями проекта ИРЦЭ является оказание информационных услуг на мировом и национальном туристских рынках, сотрудничество с местными сообществами, зависящих от туризма, и оказание им помощи в получении

возможности устойчивого дохода посредством развития экологического туризма.

В своей деятельности ИРЦЭ руководствуется принципом развития экотуристских регионов в Республике Казахстан путем проведения таких мер, как:

- обеспечение участия местного населения в процессе принятия решений. ИРЦЭ организует регулярные встречи с координаторами с целью обмена мнениями и идеями по поводу политики и совместного определения стратегии развития центра;

- бережное отношение к культурным традициям и обычаям местного населения. ИРЦЭ применяет отечественный и зарубежный опыт для создания гостевых домов, улучшая уровень комфорта и обслуживания и, в то же время, сохраняя отражение местной культуры и истории. Приготовление пищи проводится по рецептам национальной кухни с использованием местных продуктов. Также туристам предоставляется возможность принять участие в этно-шоу, фестивалях и национальных видах спорта;

- мероприятия, приносящие пользу для окружающей среды. ИРЦЭ проводит экскурсии и в целом функционирует согласно закону об окружающей среде. Более того, местные сообщества сохраняют определенную часть их прибыли, которая поступает на нужды и развитие самих сообществ и природоохранных мероприятий;

- рост доходов местного сообщества и экономики. Услуги проживания в гостевых домах предоставляются местными жителями, и значительная часть средств, оставленных туристами в качестве оплаты за проживание и сервис, сохраняются провайдерами гостевых домов [115, с. 33].

Гуманитарный характер проекта также обуславливает то, что основным источником поступлений в бюджет ИРЦЭ являются комиссионные, полученные от реализации тематических сувениров, открыток с видами, предоставленных услуг по бронированию. Сумма денег, полученных по гранту, намного больше суммы заработанных средств, что говорит о невозможности самофинансирования. Данная ситуация очевидна, так как ИРЦЭ представляет собой некоммерческую организацию.

В большинстве стран подобные центры получают полное бюджетное финансирование, или 80% средств поступают из государственного бюджета, а 20% дает деятельность самих центров [115, с. 34].

С 2007 года прекратилась финансовая поддержка Центра из зарубежных источников. С 2008 года ИРЦЭ поступил на баланс Казахстанской Туристской Ассоциации.

ИРЦЭ – представляет собой необходимый субъект туристского рынка в стране. Помощь в продвижении, реализации и рекламе экотурпродуктов, которую оказывает ИРЦЭ, во многом способствует развитию въездного экологического туризма в Республике Казахстан.

В 2011 году число частных предпринимателей, занимающихся экотуризмом, составило 787, в 2009 – только 673.

В настоящее время при поддержке государства развиваются несколько крупных проектов, которые, по мнению аналитиков, могли бы стать своеобразным катализатором для развития отрасли. Это такие проекты, как создание туристского кластера вдоль международного транспортного коридора Западная Европа – Западный Китай; строительство туристического центра «Бурабай» в Акмолинской области; строительство туристического центра «Кендерли» в Мангистауской области; строительство туристического центра «Жана-Иле» в Алматинской области; создание новой и модернизация существующей инфраструктуры для продвижения горнолыжных курортов и баз в Алматинской, Акмолинской, Восточно-Казахстанской, Жамбылской и Южно-Казахстанской областях.

Также эксперты придерживаются мнения, что важно фокусировать действия на развитии делового туризма, для дальнейшего роста которого в Казахстане уже существуют все необходимые условия базу для дальнейшего развития. По информации World Tourism Organization UNWTO, 51% от общего числа международных поездок в мире составляют поездки с целью досуга и рекреации, 27% – поездки с целью посетить друзей и родственников, 15% – деловые поездки. В качестве основной цели посещения Республики Казахстан, по результатам исследования, выступает бизнес – 58,6% от общего объема. Прибытия с целью отдыха и рекреации составляют 38,6%.

Для стимулирования развития въездного экологического туризма в Казахстане необходимо реализовать следующий комплекс мероприятий:

- корректировка технико-экономических обоснований государственных национальных природных парков и государственных природных резерватов в отношении разработки генеральных планов развития инфраструктуры с целью создания инфраструктуры экотуризма на ООПТ;

- выполнение обязательств по конвенциям, ратифицированным Казахстаном, в сфере сохранения биологического разнообразия, флоры, фауны, а также природных и культурно-исторических памятников, относящихся к всемирному наследию [98].

- работа со СМИ с целью популяризации экотуризма;

- строительство сети гостевых домов;

- утверждение стандартов качества и обслуживания в гостевых домах, а также внедрение процедуры их сертификации;

- стимулирование применения альтернативных источников энергии при строительстве гостевых домов, а также использование и экологически безопасных видов транспорта при совершении экотуров;

- взаимодействие с международными организациями, занимающимися вопросами развития экотуризма [105].

Также требуется создать условия для реализации рекомендаций Квебекской декларации по вопросам развития экологического туризма, утвержденной в мае 2002 года на Всемирном экологическом саммите:

- разработка национальной, региональной и местной политики в сфере развития экотуризма, принимая во внимание мероприятия по охране природы, истории, культуры и возрождению национальных традиций и генетических ресурсов совместно с местным населением, предприятиями частного сектора, фондами и неправительственными организациями;
- создание эффективных механизмов для предотвращения отрицательного влияния на природу, экологию и окружающую среду;
- строительство туристских сооружений с особым вниманием, уделяемым уязвимым природным участкам, а также с максимальным сбережением энергии и прочих ресурсов;
- создание условий для самостоятельного применения на природоохранные нужды ООПТ платы, получаемой от туристов за посещение территорий;
- продвижение механизмов экологически безопасной утилизации отходов, принципов энергосбережения и применения альтернативных источников энергии в рамках экотуризма;
- введение экологически безопасных средств транспортировки туристов к объектам размещения;
- разработка и внедрение механизмов добровольной экосертификации с целью регулирования туроператорской деятельности;
- мониторинг объема влияния экотуристской деятельности на природу и окружающую среду;
- массовое применение местных материалов, продуктов и услуг, предлагаемых местным населением;
- развитие экотуризма в сотрудничестве с местными сообществами;
- стимулирование развития финансовых, технических и человеческих ресурсов объектов малого и среднего бизнеса;
- взаимодействие с правительственными и неправительственными организациями в сфере защиты окружающей среды;
- внедрение целевых программ, внимание которых направлено на детей и молодежь с целью продвижения экотуризма;
- расширение сотрудничества с ООПТ, туристскими организациями, правительственными и неправительственными организациями для продвижения продуктов экотуризма на казахстанском и мировом уровнях;
- регулирование объема потока туристов при помощи инструментов оценки их влияния на экологию и окружающую среду и др. [116].

Данные мероприятия позволят создать конкурентоспособный туристский продукт, принимающий во внимание природно-климатический потенциал страны, который имеет шансы для успешного продвижения на международном туристском рынке, что, как логическое следствие, поможет активировать развитие въездного туризма.

Все это дает возможность утверждать, что развитие въездного туризма повлечет за собой как положительные, так и отрицательные социально-экономические последствия. С одной стороны, туризм способствует росту

объема ВВП, притоку денежных средств в регион, привлечению инвестиций, созданию новых рабочих мест и т.д. С другой стороны, появляются такие негативные последствия, как текучесть кадров, социальные недовольства, рост цены на местные товары и услуги, утрата культурных и национальных ценностей, негативное воздействие на природу и окружающую среду и т.д. Вот почему необходим контроль над развитием туристической деятельности – для предотвращения и устранения нежелательных эффектов.

Для того чтобы рассчитать экономическую сторону развития туризма и для объективной оценки изменений общего дохода, применяется коэффициент, на который нужно умножить расходы туристов.

В данные расходы входят траты за услуги туристских агентств. Часть финансовых средств покидает экономический оборот в качестве платы за импорт товаров, потребляемых туристами на месте пребывания, и потому не оказывают воздействия на генерирование экономической деятельности. Поэтому объем средств, функционирующий в местной экономике, уменьшается на эту сумму. Остаток денег употребляется на оплату за предоставление местных товаров и услуг, труда, сборы и налоги.

Каждый цикл расходования характеризуется тем, что определенная часть денег остается у местного населения в качестве доходов (прибыль, выплаты заработной платы и т.д.). Какая-то часть этих денег уходит в накопления и тем самым прекращает циркулировать в экономике. Прибыль, которая не накапливается, используется в качестве платы за импорт и поступает в бюджет страны в виде налогов. Это ведет к тому, что доходы уменьшаются, и каждый цикл характеризуется утечкой капитала из системы. Расход прибыли происходит в большем объеме вследствие последующего генерирования экономической деятельности за счет расходов путешественников [110, с. 32].

Также необходимо провести отличие мультипликатора от акселератора. Мультипликатор представляет собой отношение новых инвестиций к увеличению производства и доходов, а акселератор является отношение дополнительного потребления к росту производства и доходов.

Кроме того, оценка мультипликатора может быть произведена путем еще одного подхода (затраты - выпуск), в котором экономика туристской местности представлена в виде матричной формы с помощью таблицы, являющейся почти точным аналогом таблицы национальных счетов.

Туризм представляет собой многопродуктивную индустрию, которая непосредственно связана с многими отраслями экономики, что говорит о том, что для расчета мультипликатора необходима обширная база данных.

Расчеты мультипликатора продаж и доходов в туризме, проведенные специалистами ВТО, дали следующие значения мультипликатора продаж: для Антигуа – 0,88, Багамских островов – 0,78, Бермудских островов – 1,1, восточного Карибского бассейна – 1,07, Доминиканской Республики – 1,2, Каймановых островов – 0,65 и т.д. [110, с. 35].

Таким образом, невозможно отрицать необходимость оценки влияния туризма на экономику страны.

Рассчитать экономическое воздействие можно при помощи мультипликатора, т.е. коэффициента увеличения ключевых экономических показателей за счет изменения расходов туристов. Выделяют мультипликатор затрат-выпуска, продаж, доходов, производства, занятости, но все они в какой-то мере неполноценны из-за своей негибкости и статичности. Важным фактором является то, что мультипликационный эффект свойственен также для отрицательных воздействий въездного туризма, что выражается в дополнительных рисках для социальной и хозяйственной отраслей принимающей страны.

Для того чтобы развитие въездного туризма принесло свои положительные качества в экономику Казахстана, стране необходимо оптимизировать, а не максимизировать прибыль от туризма, учитывая также все издержки, которые неизбежно появятся по ходу развития туристического бизнеса.

К положительным эффектам, которые ожидают Казахстан при более активном развитии въездного туризма, можно отнести следующие:

- рост ВВП;
- увеличение притока средств, т.ч. иностранной валюты;
- увеличение количества рабочих мест.

В то же время нельзя упускать из вида, что туризм оказывает следующие негативные воздействия:

- рост цен на местные товары и услуги, ресурсы и недвижимость;
- отток денег за рубеж как результат туристского импорта;
- экологические и социальные проблемы;
- угроза сохранению культурных и национальных ценностей;
- техногенные опасности.

Таким образом, исходя из всего вышесказанного, можно предположить два основных сценария стратегического развития туризма в Казахстане.

Первый носит инерционный характер, который характеризуется отсутствием существенных изменений и достаточно пассивным развитием событий. Положительными сторонами является возможность сохранения имеющейся инфраструктуры, темпов развития и сохранение минимального уровня поддержки со стороны государства. Так, этот вариант сценария является наименее затратным, но также и не предполагает значительных изменений в положительную сторону и, соответственно, быстрой экономической отдачи. Поэтому можно сделать вывод, что данный сценарий не является приемлемым, так как может привести к резкому отставанию индустрии туризма от мировых темпов.

Второй вариант стратегического развития туризма носит более инновационный характер. Он требует активной поддержки со стороны государства и природоохранных организаций, вложения значительных средств со стороны как казахстанских, так и зарубежных инвесторов, а также рационального использования потенциальных ресурсов. Однако, несмотря на большие по сравнению с первым сценарием трудовые и экономические

затраты, данный путь развития отрасли предполагает достижения существенных изменений в лучшую сторону и, следовательно, к заметному росту результатов.

Для того чтобы осуществить наиболее успешный вариант стратегического развития туристической отрасли Казахстана, необходимо полностью реализовать богатый туристический потенциал республики, провести оптимизации инфраструктуры и системы управления в сфере туризма, улучшения маркетинга, развитию транспорта, услуг связи, и т.д. Лишь при выполнении данных условий сценарий развития может дать максимальные результаты со среднегодовым темпом около 13 – 15%. Это также даст возможность увеличить туристический поток в страну, доходы и занятость за ближайшие несколько лет.

К сожалению, данный инновационный сценарий несет с собой значительное количество рисков, что связано с низкой подготовкой специалистов в данной сфере, низким уровнем менеджмента, а также недостаточной развитостью инвестиционного климата страны в данной области, несмотря на высокую инвестиционную привлекательность туристической индустрии Казахстана.

Исходя из этого, оптимальным представляется сценарий, в котором были бы использованы сильные стороны обоих предложенных вариантов развития, т.е. смешанный сценарий, который целесообразно было бы провести в два этапа.

Первый этап включает в себя реализацию минимального варианта инновационного сценария, в котором темпы развития будут усредненными, но превышающими текущие. Также необходимо принять меры по повышению эффективности использования существующих туристической инфраструктуры, потенциала и ресурсов (желательно также применение зарубежного опыта и опыта соседних стран, адаптированного для условий Казахстана), оптимизации системы управления туризмом в стране, провести обширный анализ и маркетинговые исследования по теме, стимулировать более активное продвижение туристических продуктов и сувениров; начать проведение постепенной целевой переподготовки кадров, создать условия для повышения инвестиционной привлекательности туристической отрасли в стране, улучшить систему распространения информации для отечественных и зарубежных потенциальных инвесторов.

Данные меры предлагается провести в среднем в течение 3 лет (2013 – 2015 гг.). По истечении данного периода требуется произвести корректировку сценария стратегического развития туристической индустрии Казахстана, чтобы перейти ко второму этапу, на котором станет возможным повысить темпы развития отрасли и лучше реализовать туристический потенциал страны для успешного выхода на мировой рынок туристических услуг, где Казахстан смог бы занять достойное место.

3.4 План повышения международной туристской привлекательности Восточно-Казахстанской области и алгоритм ее формирования

Данная программа направлена на решение вопросов взаимодействия в едином туристском пространстве Восточно-Казахстанской области.

Комплексный характер программы способствует тому, чтобы укрепить и сделать более интенсивным процесс развития туристской индустрии, внести стабильность в процесс рыночных отношений, а также оптимизировать роль и воздействие государства на развитие туристской сферы.

В программе представлены наиболее значимые предложения и подходы для возникновения благоприятных правовых, экономических и организационно-управленческих условий, необходимых для дальнейшего формирования индустрии в сфере туризма в Восточно-Казахстанской области.

Региональная целевая программа включает в себя систему программных мероприятий, которые посвящены развитию въездного туризма на территории Восточно-Казахстанской области. В число мероприятий, относящихся к сфере совершенствования и модернизации институциональной структуры туризма, входят следующие:

а) содействие созданию системы информационно-туристских центров на территории области. Пример – создание КГУ «Туристский информационный центр ВКО» (открыт 25 сентября 2012 года в г. Усть-Каменогорск), деятельность которого направлена на обслуживание интересов рекреантов из Усть-Каменогорска и других регионов Казахстана, а также ближнего и дальнего зарубежья, распространение информации о туристском потенциале области, продвижение местного турпродукта на казахстанском и мировом рынках туризма, а также создание привлекательного туристского имиджа области;

б) также предлагается открытие нескольких туристских информационных центров. Данные центры предполагается разместить в основных рекреационных зонах Восточно-Казахстанской области. В будущем, при успехе данных мероприятий, было бы рекомендовано создать аналогичные центры также в других районных центрах, городах и поселках области;

в) в рамках осуществления предложенных мероприятий предлагается ввести положение о туристских информационных центрах, создать координирующую их организацию и создать условия для ее функционирования [117, с. 4]. Основные задачи, поставленные перед системой подобных информационно-туристских центров, это:

1) формирование информационной базы данных о возможных местах размещения туристов, включая предложения индивидуального сектора;

2) классификация объектов размещения и отдыха туристов на основе вышеупомянутой базы данных;

3) предоставление туристам информации о местах интереса, возможностях проезда, предложениях по проживанию и рекреации;

4) разработка и осуществление мероприятий по развитию и сохранению определенных территорий;

5) размещение наружной рекламы достопримечательностей Восточно-Казахстанской области;

б) продвижение туристских продуктов, тематических открыток и сувенирной продукции посредством кампаний в казахстанских и международных СМИ;

7) стимулирование создания в Восточно-Казахстанской области единой областной системы ООПТ и рекреационных зон, а также областной системы по охране и реставрации исторических и культурных памятников;

8) статистический учет автоматизированного кадастра туристских ресурсов Восточно-Казахстанской области (предоставляющий собой составную часть земельного кадастра) [118, с. 54]

9) регулярное проведение маркетинговых и социологических исследований в туристской отрасли и предоставление результатов туристским организациям, функционирующим на территории Восточно-Казахстанской области. Подобная система туристских информационных центров даст возможность эффективной координации работы по созданию конкурентоспособного туристского продукта региона и продвижению его на казахстанский и международный туристские рынки;

г) обеспечение функционирования координационного совета по туризму при акимате Восточно-Казахстанской области.

Для развития туристско-рекреационной сферы в Восточно-Казахстанской области необходимо повысить уровень сотрудничества и координации между ведомствами и отраслями области [118, с. 56].

Также необходимо провести комплекс мероприятий по совершенствованию нормативно-правовой базы и информационной базы туристской отрасли. В качестве усовершенствования информационной базы рекомендуется создание единой для Восточно-Казахстанской области «системы сбора и обработки статистической информации, которая позволила бы точнее учитывать изменения в туристских потоках [118, с. 34] и измерять влияние на них управленческих воздействий. Для совершенствования соответствующей системы учета требуется провести: пополнение и обновление кадастра туристско-рекреационного потенциала Восточно-Казахстанской области, а также совершенствовать соответствующую систему учета использования ресурсов. Совершенствование системы даст возможность эффективнее учитывать доходы, получаемые от туристской деятельности на территории ВКО, а также более оптимизировать воздействие на предприятия, предоставляющие туристско-рекреационные услуги. Особое значение эта задача имеет для хозяйственного использования земель, потенциал которых предполагает довольно высокую отдачу для отрасли

туризма [118, с. 22]. Многообещающим для развития отрасли является выделение в Восточно-Казахстанской области зон, представляющих особую ценность с точки зрения туризма. Необходимо также выделить туристские зоны в районах области. Использование земель, представляющих собой туристскую ценность, в хозяйственных целях может происходить с разрешения специального структурного подразделения акимата Восточно-Казахстанской области, отвечающего за туристскую отрасль местной экономики.

Предлагается увязать кадастровую оценку и оценку использования ресурсов с размерами земельного налога. Требуется увеличить область влияния государства в мониторинге и контроле целевого использования земель, предназначенных для рекреации и отдыха, а также под строительство объектов туристской инфраструктуры, что обусловлено частым использованием этих земель не по назначению. Так, можно значительно повысить доход бюджета путем налога на землю, введенного в результате ревизии уже произведенных землеотводов. Большим шагом вперед было бы также законодательное определение целевого применения земель, выделенных для нужд туризма и рекреации.

Для продуктивного использования кадастра как метода налогообложения, необходимо создать соответствующую базу и принять, или же дополнить требующиеся для этого нормативно-правовые документы.

Рассмотрим мероприятия, способные оказать содействие продвижения туристских услуг Восточно-Казахстанской области на казахстанском и международном рынках.

Для успешного продвижения туристских товаров и услуг Восточно-Казахстанской области и установления межрегионального и международного сотрудничества в туристской отрасли, а также улучшения снабжения информацией о регионе как о привлекательном туристском направлении предлагается принять следующие меры:

- организация и проведение международного водного фестиваля на Бухтарминском водохранилище;

- регулярное участие в международных туристических выставках, проходящих на территории Казахстана и СНГ (INWETEX-C.I.S., UITT, INTOURFEST, MITT, ОТДЫХ и другие), путем представления единым стендом Восточно-Казахстанской области;

- представление рекреационных возможностей Восточно-Казахстанской области на туристских выставках;

- дизайн единого тематического стиля выставки стендов Восточно-Казахстанской области на туристских ярмарках, фестивалях и конференциях; создание передвижных рекламных стендов и блоков, представляющих туристские и санаторно-курортные комплексы Восточно-Казахстанской области;

- представление Восточно-Казахстанской области на зарубежных международных туристских выставках и ярмарках;

– разработка и реализация программы продвижения туристских услуг Восточно-Казахстанской области в странах СНГ;

– проведение информационно-рекламных кампаний в СМИ, направленных на продвижение Восточно-Казахстанской области, как объекта туризма;

– проведение конкурсов среди журналистов, кинооператоров, фотографов (профессиональных и любителей), отражающих в своем творчестве рекреационно-туристский потенциал Восточно-Казахстанской области;

– создание видеороликов, короткометражных фильмов и т.д. о возможностях туризма в Восточно-Казахстанской области на казахском, русском и иностранных языках;

– организация ознакомительных экскурсий и выездных семинаров о возможностях туризма в отдельных районах Восточно-Казахстанской области.

Кроме, этого для дальнейшего продвижения в этом направлении предлагается:

– создание областной компьютерной сети с возможностью выхода в сеть Internet в туристских информационных центрах, а также соответствующий сайт, предлагающий доступ к областной базе данных (каталогу) туристско-рекреационных учреждений области, туристских направлениях и маршрутах, организованных сертифицированными туроператорами области;

– организация и проведение в СМИ цикла передач, посвященных природным богатствам и истории Восточно-Казахстанской области, а также цикла по рекламе рекреационно-туристских возможностей области с трансляцией этих передач в программах не только областных, но и центральных казахстанских каналов, и, желательно, каналов ближнего и дальнего зарубежья.

Способствовать дальнейшему расширению туристской отрасли и более эффективному развитию въездного туризма могут мероприятия по обеспечению условий для доступной информационной среды для туристов из-за рубежа. Так, предлагается ежегодно проводить следующие мероприятия:

– издание информационных материалов в сфере туризма, туристских бюллетеней, каталогов и проспектов туристских фирм, рекламных постеров и календарей, билетов на текущие туристские выставки, рекламные стикеры (на казахском, русском и английском языках) [118, с. 15];

– издание туристских путеводителей по Восточно-Казахстанской области;

– издание туристических карт и схем (на казахском, русском и английском языках) и атласов области.

Кроме того, целесообразным представляется создание системы наружной рекламы объектов туризма в районных центрах области, а также

следует принять меры по внедрению методики по обучению местного населения модели поведения, включающей в себя безопасность при осмотре и изучении объектов [118, с. 15].

Рассмотрим возможные мероприятия по содействию привлечения инвестиций в индустрию туризма Восточно-Казахстанской области.

С целью привлечения инвестиций в индустрию туризма Восточно-Казахстанской области, необходимо проведение мероприятий, позволяющих потенциальным инвесторам оценить привлекательность вложений в туристскую индустрию Восточно-Казахстанской области, а также интенсифицировать процесс инвестирования.

Исходя из опыта развития туристической отрасли Российской Федерации, можно сказать, что процесс создания механизма привлечения инвестиций состоит из следующих этапов:

- выявление инвестиционной емкости (потребности области в инвестиционных поступлениях) туристской сферы ВКО. Данную потребность можно выявить на основании общих затрат, обусловленных процессом составления и реализации предложенной программы, а в дальнейшем сформировать в виде соответствующей областной инвестиционной программы, в основе которой лежат инвестиционные проекты по отдельно взятым направлениям развития туризма в области;

- оценка потенциала обеспечения областной потребности инвестициями и ресурсами;

- выявление наиболее благоприятных для инвестиций направлений развития туристской отрасли;

- активизация инвестиционных ресурсов посредством привлечения инвестиций со стороны государства и частного сектора.

В настоящее время острый дефицит капиталовложений обуславливают тот факт, что государственные инвестиции в развитие туристской сферы заключаются в следующих мероприятиях:

- проведение работ по охране и, при необходимости, реставрации исторических и культурных памятников, а также придание определенных землям статуса ООПТ и контроль рационального использования природных ресурсов на этих территориях;

- финансирование расширения и модернизации транспортной и коммунальной инфраструктуры;

- вложение капитала в долгосрочные, социально значимые (связанные с повышением уровня занятости населения, особенно в неблагоприятных районах) программы развития туристской сферы;

- выделение финансирования на проведение научных разработок и исследований в сфере туризма и рекреации;

- финансирование проектов, направленных на продвижение туристского потенциала Восточно-Казахстанской области.

По мнению аналитиков ATF Bank-Research, Республика Казахстан инвестирует в туризм значительные суммы, которые, к сожалению, дают

малый эффект. Так, за период 2005 – 2010 гг. доля инвестиций в сферу туризма по отношению к ВВП страны равнялась средним показателям некоторых стран Европейского Союза, но нужно учесть тот факт, что доля доходов от данной отрасли в объеме ВВП намного меньше, чем в этих государствах. Следовательно, для стимуляции более эффективного развития туризма требуется увеличить инвестиции в качественную инфраструктуру и условия обслуживания.

С точки зрения экспертов, объем инвестиций в сферу туризма по отношению к ВВП Республики Казахстан в 2007 – 2012 годах почти равняется показателям Австрии и Турции: 1,2% против 1,1% и 1,4% соответственно. Но, если объем прибыли от туристской отрасли в ВВП Казахстана достиг лишь 1,8%, то в Австрии эта цифра достигает 4,4%, а в Турции – 4,1%. Другие страны получают еще большую отдачу. Так, например, в Чехии доход от туризма в ВВП составляет приблизительно 3%, тогда как инвестиции доходят всего лишь до 1,1%.

С точки зрения аналитиков, для повышения эффективности инвестиций в туристскую отрасль, следует воспользоваться опытом развитых стран, чтобы на их примере выработать инвестиционную политику, учитывающую особенности казахстанской экономики, а также гарантировать благоприятные условия для инвестиций из-за рубежа. Так, специалисты считают, что наиболее перспективным в этом отношении направлением является экологический туризм, так как в Казахстане есть большой потенциал для его развития.

В мировом рейтинге туристической привлекательности, по данным Всемирного экономического форума, Республика Казахстан пока не занимает высокую позицию, отмечают специалисты ATF Bank-Research. Исследования, проведенные в 2009 и в 2012 годах, показали, что среди 133 и 139 стран Казахстан может претендовать на позицию, близкую к 90. Для сравнения, Россия и Китай в 2012 году заняли более высокие отметки, поднявшись в рейтинге до 39 и 59 позиций соответственно. Среди республик Центральной Азии был также отмечен Кыргызстан, занимающий 107 место.

По словам представителей управления туризма, физкультуры и спорта Восточно-Казахстанской области, «совместно с акиматом области были приняты программы, разработаны и утверждены планы работ до 2015 года, направленные на развитие туризма и спорта, в том числе массового» [119]. Также было отмечено, что к 2015 году объемы поступлений от туристской отрасли должны подняться на минимум 15%. В 2011 году на проведение соответствующих мероприятий поступило финансирование в размере 2679 млн тенге, вследствие чего бюджет управления возрос на 36% в сравнении с 2010 годом. Специалисты акимата Восточно-Казахстанской области подсчитали, что этих средств должно хватить быть достаточно на реализацию запланированных мероприятий.

Тем не менее, следует отдавать себе отчет в том, что невозможно разрешить все стоящие перед отраслью проблем посредством одного только государственного инвестирования, поэтому большое значение имеет

возможность государства задействовать такие рычаги стимулирования деятельности потенциальных инвесторов в сфере туризма, как:

- создание благоприятных условий для улучшения инвестиционного климата посредством льготного налогообложения компаний, работающих в туристской отрасли;

- предоставление на уровне республики и области гарантий под инвестиции, нацеленных на продвижение туристского сектора [120].

Помимо обращения с целью повышения туристской привлекательности к государственным и областным бюджетным источникам, требуется привлечь также внебюджетные фонды, паевые инвестиционные фонды (в которых, как правило, аккумулируются свободные денежные средства населения) и благотворительные организации. Также целесообразно было бы учредить в области открытые акционерные общества в данной отрасли для осуществления отдельных схем и программ развития туристской сферы [121].

Для развития туризма в Восточно-Казахстанской области можно предложить такую эффективную политику, как актуальная программа государственно-частного партнерства, которая представляет собой один из действенных путей концентрации ресурсов правительства, представителей бизнеса и населения для совместного решения задач по развитию туристской отрасли в стране [122, с. 5].

Чтобы применить на практике подобную схему сотрудничества между правительством и частным сектором, сначала требуется решить определенные задачи:

- определить принципы функционирования государственно-частного партнерства;

- создать структуры управления, контролирующие сотрудничество сторон партнерства;

- создать основы для информационного обеспечения решений по управлению программой;

- выявить экономические основы механизмов вовлечения населения в механизмы развития объектов туристской инфраструктуры, задействованных в рамках государственно-частного партнерства [122, с. 7].

Решение данных задач представляет собой актуальную проблему, которая играет важную роль для научной и практической деятельности в сфере менеджмента экономических систем, а также для организации и менеджмента предприятий, управления отраслями и комплексами услуг экономики [122, с. 8].

В Восточно-Казахстанской области использование данной практики было бы возможным при выполнении некоторых предпосылок. Во-первых, всем участникам партнерства (представителям правительства, населения и бизнеса) требуется обеспечение равного доступа к информации, к примеру, посредством создания общедоступного информационного сайта, который обеспечивал бы данными по существующей инфраструктуре туристской

отрасли, туристским ресурсам и продуктам. Также рациональным является открытие банка данных по совместным проектам, действующим или же реализованным в области туризма на базе кооперации бизнеса и власти, что дало бы возможность концентрации и систематизации информации, требующейся для менеджмента проектов и обоснованного привлечения дополнительных ресурсов.

Целесообразно было бы также взять на вооружение принцип поэтапного развития инфраструктуры туризма на основе государственно-частного партнерства при использовании государственной собственности, который уже применяется в Российской Федерации. Данный принцип заключается в разработке и реализации программ развития туристской инфраструктуры; определения наиболее актуальных направлений реконструкции и строительства объектов индустрии туризма; разработке наиболее привлекательных с туристской точки зрения маршрутов; предоставлении населению свободного доступа к информации о планах развития туристской индустрии [122, с. 9].

Также рекомендуется также привлечение финансирования из международных источников (проектов, программ, банковских ресурсов EBRD, World Bank и т. д.) и частных инвесторов, желательно имеющих опыт сотрудничества опытом работы с предприятиями туристско-рекреационной сферы. Все это позволит применить на практике программу государственно-частного партнерства в Восточно-Казахстанской области.

Источником инвестиций для развития отрасли туризма и рекреации могут стать крупные программы, направленные на развитие потенциала Восточно-Казахстанской области, включившись в которые можно было бы в разы удешевить и ускорить конструкцию разнообразных объектов отрасли: объектов размещения, питания и индустрии развлечения, автозаправочных станций, платных автостоянок и т. д. [123]

Что касается заинтересованности населения в развитии туристской сферы, то можно отметить следующие положительные моменты: обеспечение качества предлагаемых услуг; возможность выбора туристических продуктов и услуг в различных ценовых категориях; наличие информации об актуальных предложениях на туристском рынке; доступность обратной связи с поставщиками туристских товаров и услуг на случай возникновения проблем. Также для стимулирования процесса притока инвестиций в индустрию туризма Восточно-Казахстанской области предлагаются следующие мероприятия:

– маркетинговые исследования рынка туристской индустрии и и последующая публикация результатов. Разработка и осуществление инвестиционного проекта возможна только после соответствующей оценки рынка. На сегодня большинство представителей малого и среднего бизнеса не в силах провести независимые маркетинговые исследования на уровне, соответствующем требованиям инвестора, так как не располагают достаточным количеством статистических данных и финансовых средств,

нужных для самостоятельного изучения. Анализ большинства инвестиционных проектов говорит об их слабой маркетинговой части. Регулярные мероприятия, нацеленные на исследование рынка туристских услуг, дадут потенциальным инвесторам возможность объективно оценить рынок и выявить для себя наиболее перспективные направления инвестирования [120];

- оказание поддержки предприятиям малого и среднего бизнеса в туристической индустрии при создании бизнес-планов инвестиционных проектов на конкурсной основе;

- составление бизнес-планов для повышения интереса как казахстанских, так и иностранных потенциальных инвесторов. Нужно учитывать то, что специфика индустрии туризма не позволяет в полной мере применять стандартные методики (включая компьютеризированные) для разработки бизнес-планов, что обуславливает необходимость разработки новой компьютеризированной методики составления бизнес-плана для организаций, деятельность которых направлена на предоставление туристских услуг. Также целесообразным стало бы оказание поддержки (в том числе методической, финансовой и в виде определенных льгот) [124] предприятиям малого и среднего бизнеса в формировании бизнес-планов;

- создание, курирование и издание базы данных потенциальных инвесторов и инвестиционных проектов в области туризма;

- ежегодный выпуск каталогов инвестиционных проектов.

В число наиболее значимых этапов инвестиционного процесса входят продвижение инвестиционного проекта и его успешное представление возможным инвесторам. Продвижение проектов осуществляется посредством двух крупных мероприятий: формирование, сопровождение и издание базы данных инвесторов и базы данных инвестиционных проектов, а также выпуск каталогов инвестиционных проектов. Данные мероприятия нацелены на привлечение максимального интереса и предоставление сведений потенциальным инвесторам о перспективных объектах инвестиций в туристской области. Также следует поместить информацию об инвестиционных проектах, представленных в базе данных, в онлайн-версии каталога в сети Internet и распространять каталоги среди инвестиционных фондов и кредитных учреждений Казахстана, стран СНГ и дальнего зарубежья [123]. Обязательным условием является ежеквартальная актуализация базы данных.

Также предлагается разработать выставку инвестиционных проектов в туристской сфере и обеспечить ее регулярное обновление.

Мероприятия по развитию международного (в том числе приграничного) туризма также имеют большое значение.

Для адекватного развития индустрии отдыха и развлечений, требуется создать в городах и крупных населенных пунктах области:

- парки аттракционов, небольших аквапарков и т. д.;
- зоопарки или зоопитомники;

- музеи и театры;
- игровые компьютерные центры;
- спортивные клубы (теннисные, бильярдные, спортивного ориентирования, пейнтбола, гольфа, охоты и рыбной ловли, стрельбы из лука, верховой езды и другие клубы по интересам);
- базы прокат спортивно-туристского инвентаря: катеров, лодок, снегоходов, водных велосипедов, лыжного снаряжения, автомобилей и т. д. [123]. Повышение интереса к данным направлениям должно положительно повлиять на рост количества туристов.

Еще одним значимым направлением с целью повышения туристической привлекательности является подготовка и проведение в населенных пунктах области зрелищных мероприятий, например, таких как:

- спортивные соревнования для профессионалов и любителей;
- постоянные конкурсы (например, красоты);
- фестивали, выставки, ярмарки, экспозиции;
- праздничные концерты;
- туристские слеты;
- театрализованные представления на открытом воздухе;
- другие мероприятия, в которых возможно активное участие зрителей и туристов [125].

Для повышения интереса туристов к различным культурным и спортивным представлениям и конкурсам, проходящим в Восточно-Казахстанской области, необходимо создать каталог празднований спортивных соревнований, исторических событий, регулярно проводимых на территории области выставок, фестивалей, конкурсов, ярмарок, международных, казахстанских и областных симпозиумов, конференций, семинаров и т. п.

Для дальнейшего повышения качества подготовки и переподготовки кадров различных уровней в области индустрии туризма могут быть эффективными следующие действия:

- проведение «сертификации специалистов в сфере туристско-рекреационных услуг (прежде всего гидов и инструкторов по спортивно-оздоровительным видам туризма)» [123];
- формирование предложений по созданию комплексной системы подготовки и переподготовки специалистов;
- формирование и применение на практике необходимых учебных программ подготовки и переподготовки специалистов в сфере туризма и смежных специальностей;
- проведение исследования рынка труда ВКО в целях определения потребности региона в специалистах различных уровней подготовки в сфере индустрии туризма (в территориально-профессиональном разрезе).

В этом направлении, по нашему глубокому убеждению, необходимо предпринять ряд шагов.

Во-первых, разработать единые правила и стандарты сертификации для усиления существующих учебных программ и создания новых систем образования и подготовки кадров. Следует здесь отметить, что разрабатывать образовательные стандарты необходимо в тесном сотрудничестве педагогов и практиков туристской деятельности. Следует применять с поправкой на особенности казахстанского образования методический опыт и учебные пособия и программы зарубежных учебных заведений по данному профилю, успешно функционирующих на образовательном рынке в Европе и США. То есть речь идет о том, что для того, чтобы выработать стратегию вовлечения высшей школы, науки и отрасли Казахстана в процессы международного туризма, требуется обобщение теории, практики, опыта работы и тенденций развития высшего профессионального образования в сфере туризма.

Во-вторых, в основе процесса подготовки высококвалифицированных специалистов должны лежать концептуальные основы системы профессионального образования, принимающие во внимание региональные особенности и нужды. Анализ учебных программ выявил, что региональный компонент содержания профессионального образования по туризму имеется в основном в социально-гуманитарных дисциплинах, в то время как в содержании дисциплин специализации практически отсутствуют, хотя именно они определяют отраслевую и территориальную специфику подготовки профессиональных работников туристской индустрии.

В-третьих, по-нашему мнению, существует нужда в формировании каскадной, непрерывной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов в сфере туризма, основной задачей которой должна быть интеграция теории (образования) и практической деятельности. Такая взаимосвязь образовательного процесса и практических навыков даст возможность уже во время обучения непосредственно практиковать производственные навыки на рабочих местах. Так, зарубежные учебные заведения имеют значительное преимущество перед казахстанскими, которое заключается в том, что они сотрудничают с заказчиками (в виде турфирм, ресторанов, гостиниц), принимающими участие в разработке учебных планов и программ совместно с учебными заведениями.

В-четвертых, помимо создания отвечающих актуальным потребностям рынка туризма образовательных стандартов, большое значение имеет подготовка и постоянное повышение квалификации преподавательского состава. В данном случае целесообразным было бы налаживание тесного сотрудничества с различными предприятиями в туристской области. Направленности образовательных программ на потребности туристских предприятий могут способствовать семинары, конференции, круглые столы, направленные на обсуждение актуальных проблем развития отрасли.

В-пятых, необходимо современное материально-техническое оснащение высших учебных заведений, так как именно оно лежит в основе успешной подготовки высококвалифицированных специалистов.

Основой системы подготовки и переподготовки специалистов в сфере туризма может стать соответствующий региональный центр Восточно-

Казахстанской области по подготовке, переподготовке и повышению квалификации туристских кадров на базе одного из ВУЗов города. С точки зрения автора, наиболее подходящим университетом будет Казахстанско-Американский Свободный Университет (КАСУ), так как он имеет наиболее сильные и налаженные связи с зарубежными партнерами, что, в свою очередь, будет способствовать более активному распространению информации также за пределами Республики Казахстан.

Для реализации предлагаемых мер необходимо провести расчет эффективности предлагаемых мероприятий, что способствует более эффективному проведению маркетинговой стратегии данных мероприятий. Это играет важную роль, поскольку правильно определенная и четко обозначенная цель рекламы, период осуществления рекламной кампании и целевая аудитория, даже при ограниченном вложении средств в предполагаемые мероприятия, улучшает имидж области и, соответственно, страны на мировом рынке туристских услуг; активизирует развитие туризма внутри страны, способствует распространению информации о казахстанском туристическом продукте не только по стране, но также по странам СНГ и дальнего зарубежья, что в итоге приносит дополнительную прибыль.

Самым распространенным методом расчета экономической эффективности рекламных мероприятий является метод сравнения товарооборота (в данном случае уровня потребления туристических услуг в ВКО) до проведения рекламной, во время и после нее. По этому методу экономическую эффективность рекламы того или иного мероприятия можно выявить сравнением данных товарооборота за определенный период текущего года (в то время как осуществлялось продвижение товара посредством рекламы) с показателями за аналогичный период прошлого года (когда товар не рекламировался). Или же это можно высчитать сопоставлением объемов ежедневного товарооборота перед и после проведения рекламной кампании в текущем периоде времени [126].

Окончательное заключение об уровне экономической эффективности рекламной кампании можно сделать в результате сопоставления объема дополнительного дохода, полученного вследствие проведения рекламы, с расходами, вызванными с ее осуществлением [127].

Так, например, если в настоящий момент (т.е. дорекламный период) товарооборот (объем оказанных туристических услуг в ВКО) составляет около 2259313 тыс. тенге (см. таблица 12), а после увеличится хотя бы на 10 %, то это составит уже 2485244,3 тыс. тенге.

Таким образом, видно, что прирост товарооборота за счет проведения рекламы составил 10 % . Дополнительный товарооборот за счет рекламной акции составил:

$$T = \frac{2259313 \text{ тыс. тенге} * 10 \%}{100 \%} = 225931,3 \text{ тыс. тенге}, \quad (1)$$

Чтобы выявить экономический эффект, принесенный проведенными рекламными мероприятиями, необходимо проанализировать расходы, связанные с их осуществлением.

Для трансляции по телевидению и радио необходимо создать аудио- и видеоролики. Реклама на телеканале будет проходить 3 раза в месяц в течение первого квартала 2012 г. Стоимость изготовления ролика (Цены на изготовления ролика на одном языке):

Видеоряд со звуком: слайдовый 1500 тг 1 сек;

Видеосъемка 3000 тг 1 сек;

Трехмерная графика 3200 тг 1 сек;

Перемонтаж видеоряда готового ролика 500 тг 1 сек;

Аудиоролик 7000 тг;

Срок изготовления видеоролика от 2х недель, изменения сроков зависят от сложности материала.

Стоимость размещения видеоролика в салоне автобуса: стоимость проката 1 секунды ролика за 7 дней 425 тенге, период повторения ролика через 20 минут (данные из прайс-листа компании Formula TV [128]).

Предлагается следующий расчет затрат на их создание и размещение:

$$Св/р(а/р) = Тизг \cdot t + Тразм \cdot t, \quad (2)$$

где $Св/р(а/р)$ – соответственно затраты по производству видеоролика и аудиоролика, тенге;

$Тизг$ – стоимость изготовления 1 минуты, тенге,

t – продолжительность ролика;

$Тразм$ – стоимость размещения 1 минуты, тенге.

Общий бюджет данной рекламной компании:

$$\Sigma Бр = \Sigma С, \quad (3)$$

то есть сумме всех затрат на изготовление и размещение двух видов рекламы – реклама на телевидении и радио.

Таблица 18 – Пример расчета затраты по производству рекламного ролика по формуле 2

	Стоимость изготовления, тенге		Стоимость размещения, тенге		Затраты по производству ролика, тенге	
	Тизг (с) [*]	Тизг (мин)	Тразм (с) ^{**}	Тразм (мин)	Св/р(а/р), (с) ^{***}	Св/р(а/р), (мин)
Слайдовый	1500	90000	0,84	50,60	2000,84	90550,60
Видеосъемка	3000	180000	0,84	50,60	3500,84	180550,60
трехмерная графика	3200	192000	0,84	50,60	3700,84	192550,60
Перемонтаж видеоряда готового ролика ^{****}	500	30000	0,84	50,60	1000,84	30550,60
Аудиоролик	7000	420000	0,84	50,60	7000,84	420050,60

^{*}, где Тизг (с), Тизг (мин) - стоимость изготовления секунды и минуты ролика соответственно,

^{**}, где Тразм (с), Тразм (мин) - стоимость размещения секунды и минуты ролика соответственно,

^{***}, где Св/р(а/р), (с) и Св/р(а/р), (мин) - затраты по производству секунды и минуты ролика соответственно, тенге,

^{****} включается только в стоимость изготовления видеоматериала, не зависит от продолжительности ролика.

Если суммарный доход, прогнозируемый на период 2012 года, составляет 1877000 тысяч тенге, а затраты на рекламу 37540 тысяч тенге, то:

$$\text{Эффективность} = \text{эффект} / \text{единовременные затраты} = 225931,3 / 37540 = 6,01, \quad (4)$$

$$\text{Срок окупаемости} = \text{единовременные затраты} / \text{эффект} = 37540 / 225931,3 = 0,166, \quad (5)$$

Таким образом, мы видим, что предложенная рекламная кампания является экономически эффективной и, соответственно, прибыльной для предприятия, что, в свою очередь, может способствовать повышению качества услуг, что приведет к лучшему достижению поставленных перед предприятием задач, имеющих потребности и цели партнеров по бизнесу.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Выводы по результатам диссертационных исследований

С новым этапом государственного развития, получением независимости и становлением в качестве суверенного государства в Казахстане в туристской отрасли не произошло никаких характерных структурных и содержательных изменений. Уделялось недостаточно внимания таким важным аспектам, как долгосрочное планирование, комплексное прогнозирование, маркетинг, территориальное сегментирование туризма и формирование негосударственных туристских структур.

Более того, ситуацию, сложившуюся в туристской отрасли, усугубили процессы комплексной реорганизации органов государственного управления, в компетенцию которых входил контроль за развитие туризма, а также значимое урезание финансирования на их содержание. Развитие данной сферы тормозил также тот факт, что туристская деятельность не рассматривалась как приоритетное направление местными органами управления, «несмотря на то, что большая часть доходов от туризма поступает в местный бюджет» [101].

Однако нужно отметить, что в последние годы ситуация стала меняться коренным образом. С момента обретения государственной независимости в Республике Казахстан были проведены крупные мероприятия, имеющие большое значение для развития национальной туристской отрасли и формирования сопутствующей индустрии в стране, подписано 22 международных соглашения и договора в сфере сотрудничества в туристской отрасли, обладающих несомненным потенциалом социальной эффективности [129]. Туризм получил статус приоритетной отрасли развития национальной экономики в стране.

Оценка полноты решений поставленных задач

Анализ туристской деятельности, проведенный в ходе написания данной диссертации на соискание степени доктора Ph.D., показал, что туристы, прибывающие из стран дальнего и ближнего зарубежья, отдают предпочтение в гостиницах, предлагающих высокое качество сервиса и услуг, которые соответствующие расходам, связанным с приобретением тура в страну или визитом с деловой целью. Поэтому именно деловой туризм во многом может определить успех дальнейшего развития сети и гостиниц международного уровня, формирующейся в крупных городах страны, где сосредоточена ее деловая жизнь (в Астане, Алматы и т.д.).

Недостаточная развитость туристской инфраструктуры обусловлена такими причинами, как объективные экономические трудности, а что особенно касается отсутствия государственных стандартов, требующихся для контроля за развитием данной сферы экономической активности и соблюдением прав поставщиков и потребителей туристских услуг [129].

В связи с вышеизложенными факторами можно также сделать следующее заключение:

а) процессы глобализации мировой экономики и активного развития международного рынка услуг, включая туристские, влияют на то, что мировой рынок туристских услуг, в функционирование которого вовлечены все государства мира, все больше приобретает комплексный и многоуровневый характер. Это обусловило то, что в его составе выделяются и функционируют такие сегменты, как, во-первых, региональные рынки туристских услуг в мировом хозяйстве, к которым относится ряд стран, находящихся в одном географическом регионе; во-вторых, национальные рынки туристских услуг тех или иных стран; в-третьих, региональные рынки туристских услуг, относящиеся к туристско-рекреационным зонам отдельно взятого государства; в-четвертых, местные рынки туристских услуг районов, городов, областей и т.п.;

б) на сегменты мирового рынка туристской деятельности оказывают влияние такие процессы в мировом хозяйстве, как стабильно удерживающие высокие темпы роста международные туристские потоки, где межрегиональные потоки преобладают над внутрорегиональными; устойчивые лидерские позиции среди регионов и стран мира по въездному и выездному туризму; процессы слияния и поглощения среди туристских компаний; конвергенция с туристской отраслью организаций других сфер бизнеса; обострение конкуренции в борьбе сферы влияния на рынках сбыта и клиентов; более частые вариации мотиваций и желательных форм туризма у потенциальных потребителей, что оказывает положительное влияние на рациональную постановку целей и обоснованный выбор средств и путей развития международной туристской отрасли и ее субъектов;

в) содержание и функционирование туризма в целом, а также, в частности, международного туризма как аспектов экономической деятельности являются отражением функциональной направленности их влияния на экономику на мировом, национальном и региональном уровнях, что заключается в триединстве функций, ими выполняемых:

1) экономической (нивелирования платежного баланса, производственной, создания дохода и новых рабочих мест, диверсификации экономики);

2) рекреационной (улучшения и восстановления физических, духовных и эмоциональных резервов людей);

3) гуманитарной (установления и поддержки международных контактов, сотрудничества и т.д.);

г) для получения и увеличения социального и экономического эффекта от деятельности Республики Казахстан на международном рынке туристских услуг необходимо эффективно задействовать ее конкурентные преимущества, которые представлены следующими факторами: разнообразные природно-климатические условия; многочисленные природные и культурно-исторические памятники; высокая привлекательность; положительные изменения в общем экономическом положении и политической среде; экскурсионная значимость. Также сюда относится принятие комплексных мер по преодолению конкурентных

слабостей государства, вызванных недостаточным уровнем развития туристской инфраструктуры; сложной криминогенной и неблагоприятной экологической и эпидемиологической обстановкой; высокой стоимостью, сложностью и длительными сроками получения виз и весомыми административно-бюрократическими препятствиями; недостаточным развитием законодательно-правовой базы туризма и системы разграничения полномочий и обязанностей между органами законодательной и исполнительной власти Республики Казахстан; нуждой в мониторинге и эффективном маркетинге туристско-рекреационного потенциала страны и механизмов его рационального использования. Все это еще раз говорит о необходимости в применении действенных механизмов повышения международной туристской привлекательности Республики Казахстан и ее областей с использованием методов социально-экономического прогнозирования, конкурентного анализа и статистического мониторинга развития организационно-институциональных, нормативно-правовых и туристско-рекреационных ресурсов страны;

д) конкурентный анализ туристско-рекреационной привлекательности Восточно-Казахстанской области и экономико-статистический анализ состояния и развития международного туризма в регионе свидетельствуют о развитии в туристской отрасли следующих тенденций:

1) вертикальная интеграция «назад» к поставщикам (вложение свободных финансовых средств туристскими организациями в приобретение или строительство зданий под гостиницы, офисы и т.д.) и интеграция «вперед» к потребителю путем расширения сети сбыта;

2) «большая» конкуренция внутри отрасли и «господство» покупателей при ограниченном влиянии поставщиков и «малой» конкуренции со стороны новых конкурентов и товаров-заменителей;

3) «высокая» ассортиментная дифференциация продуктов туристской отрасли.

В силу вышесказанного тенденции рыночной среды функционирования туристской отрасли Восточно-Казахстанской области подлежат регулированию со стороны региональных органов власти в целях повышения международной туристской привлекательности региона и максимизации социально-экономического эффекта от развития международного туризма в области на основе разработки и реализации программных документов.

Разработка рекомендаций и исходных данных по конкретному использованию результатов

Мероприятия по решению актуальных проблем менеджмента и развития современного рынка международного туризма в Республике Казахстан следует проводить систематично и поэтапно, в сотрудничестве с органами исполнительной власти в областях. Именно такой комплексный подход даст реальную возможность упростить и активизировать процесс повышения туристской привлекательности страны и ее продвижения на международном рынке туристических услуг.

Таким образом, поставленные перед началом исследования задачи можно считать решенными.

В заключение необходимо отметить: для того, чтобы международный туризм в Казахстане стал действительно высокодоходной отраслью, мировой опыт развития туризма, требуются консолидированные усилия всех участников туристского рынка, представителей государственного и частного секторов. И здесь роль Правительства республики заключается в обеспечении координации политики планирования и развития в туристской индустрии на международном, государственном и частном уровнях.

Оценка технико-экономической эффективности внедрения

На данном этапе внедрение осуществлено не было, ввиду чего о технико-экономической эффективности предстоящего внедрения можно судить лишь на основании предположений. Комплексный подход к решению всех вышеупомянутых проблем и задач, стоящих перед менеджментом международного туризма в Республике Казахстан, несомненно, в ближайшем времени способен обеспечить формирование в стране конкурентоспособной туристской отрасли, способной к деловому сотрудничеству и развитию контактов рамках международной торговли услугами в сфере отдыха, туризма и рекреации.

Оценка научного уровня выполненной работы в сравнении с лучшими достижениями в данной области

Вопросам исследования туристского потенциала Республики Казахстан посвящено достаточное количество работ, в том числе нормативных документов Правительства страны. Однако выработке конкретных планов развития отрасли в определенной области республики посвящено мало исследований. Разработанный автором в диссертационном исследовании «План повышения международной туристской привлекательности Восточно-Казахстанской области и алгоритм ее формирования» позволит ввести и применить новые методы повышения конкурентоспособности и привлекательности региона как туристического направления, а также повысить экономическую выгоду от данной отрасли. Это говорит о том, что в диссертации представлены результаты с несомненной новизной и возможностью эффективного внедрения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Соколова М.В. История туризма. – М.: Финансы и статистика, 2002. – С. 350.
- 2 Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007. – С. 321.
- 3 Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: справочник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 245с.
- 4 Вуколов В.Н. История и теория международного туризма. – Алматы, 2002. – 152 с.
- 5 Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. – М.: КНОРУС, 2006. – 102 с.
- 6 Квартальнов В. А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5-ти т. - М.: Финансы и статистика, 1998. – С. 134.
- 7 Папирян Г.А. Маркетинг в туризме. –М.: Издательство: Финансы и статистика, 2001. – 206 с.
- 8 Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – С. 89.
- 9 Квартальнов В.А. Теория и практика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 245-246.
- 10 Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности: Учеб. пособие. – М., 1996. – С. 25.
- 11 Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 45.
- 12 Козырева Т.В. Учет издержек в туризме: учеб. пособие. – М: Финансы и статистика, 2000. – С. 341.
- 13 Менеджмент туризма: Экономика туризма: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001.
- 14 Ополченев И.И. Маркетинг в туризме: Обеспечение рыночной позиции: учеб. пособие. – М.: Советский спорт, 2003. – С. 20.
- 15 Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 67.
- 16 Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – С. 12 – 13.
- 17 Региональная экономика/ под ред. Т. Г. Морозовой. – М.: ЮНИТИ, 1995. – С. 66.
- 18 Темный Ю. В. Введение в экономику туризма: учеб. пособие. – М.: Сов. спорт, 2001. – С. 30 – 31.
- 19 Пузанкова Е.П., Честикова В.А. Международный туристический бизнес. – М.: Экспертное бюро, 1997. – С.
- 20 Менеджмент туризма: Туризм как объект управления: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – С. 58.
- 21 Менеджмент туризма: Туризм как вид деятельности: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2001. – С. 90.
- 22 Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в

Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ. Экономика современного туризма/ под ред. Г.А. Карповой. – М. – СПб., 1998. – С. 110.

23 Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. Институт международного туризма, – М., 1998. – С. 65.

24 Ковтун М.В. Туристская политика как необходимое условие для развития туризма. Туризм: право и экономика. - М.: Юрист, 2003.

25 Клименко Е.В. Туризм как фактор ускорения социально-экономического развития Северного Кавказа. автореф. ... канд. экон. наук. Краснодар: Кубанский государственный университет, 2001. – С. 18.

26 Ошноков А.Н. Некоторые проблемы коллизионного регулирования договоров в области международного туризма // Международное частное право: современная практика: сборник статей. - М.; ТОН – Остожье, 2000. – С. 43 – 49.

27 Чеботарева И.А. Культурный туризм: международно-правовое регулирование. Культура: управление, экономика, право. - М.: Юрист, 2004. – 3. – С.44 – 47.

28 Швец Н.А. Потребительское право и туризм // Вестник Министерства Российской Федерации по антимонопольной политике и поддержке предпринимательства. – М.: Спарк, 2001. –Т. 2. – С. 53-56.

29 Менеджмент туризма: Основы менеджмента: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – С. 155.

30 Иванов А.П. Правовое регулирование международных туристских отношений: автореферат... канд. юрид. наук. – М. – 2004г. – С. 12.

31 Ильина Е.Н. Туроперейтинг: Стратегия и финансы: учебник. – М.: Финансы и статистика, 2002. – С. 97.

32 Барчукова Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма. – М.: Международные отношения, 2008. – С. 176.

33 Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: учебник, 3-е издание.- Минск: Новое знание, 2002. – С. 321.

34 Hofmannthals «Umweg über Asien»: zur Konstellation von Europa und Asien im europäischen «Krisen-Diskurs» am Anfang des 20. Jahrhunderts / von Thomas Pekar In: Deutsche Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte : DVJS. – 2009, № 83(2), S. 246 – 261.

35 UNWTO Annual Report 2011. – Madrid: Headquarters World Tourism Organization, 2011. // <http://www2.unwto.org/en/publication/unwto-annual-report-2011>.

36 Селиванова Л.А., Силт Н.Л. Анализ внешней среды туристического агенства. Балтийский экономический журнал. – 2011, июнь.- №1(5) 2011 г. С. 91 – 101. // [http://www.bief.ru/LIBRARY/PDF/Balteconjourn/BEJ-1\(5\)11.pdf](http://www.bief.ru/LIBRARY/PDF/Balteconjourn/BEJ-1(5)11.pdf).

37 Babu S. S., Mishra S., Bhushan Parida B. Tourism Development Revisited. Concepts, Issues and Paradigms. – London: SAGE Publications Ltd, 2008.

38 Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: Ось-89, 1997. – С. 160.

39 Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»// Собрание законодательства Российской Федерации. – 1996, декабрь. - №49. – Ст.54 – 91. – С. 44.

40 Губенко Н.Н., Е.Л. Писаревский Законодательство о туризме в Российской Федерации за рубежом. Состояние и перспективы // Экономика и право. – 2005. – №9. – С. 54.

41 Закон Республики Казахстан «О лицензировании» Статья 27. Астана, Акорда, 11 января 2007 года № 214-III ЗРК. // <http://www.medialaw.ru/exussrlaw/1/kz/lic.htm>.

42 Закон о туризме. Деловой мир. Законы Казахстана. // <http://www.delovoimir.kz/law/tourism.htm>.

43 Губенко Н.Н., Е.Л. Писаревский Законодательство о туризме в Российской Федерации. Состояние и перспективы // Экономика и право. – 2005. – №9. – С. 34.

44 Ковалев Д. ВТО и развитие туризма в России // Экономика, 2004. – №10 – С. 9.

45 Blackshaw T., Crawford G. The SAGE Dictionary of Leisure Studies. – London: SAGE Publications Ltd, 2009. – 351 p.

46 UNWTO Press Release: Международный туризм уверенно продвигается к преодолению миллиардного рубежа в конце 2012 года. // <http://media.unwto.org/ru/press-release/2012-09-19/mezhdunarodnyi-turizm-uverenno-prodvigaetsya-k-preodoleniyu-milliardnogo-ru>

47 Smith M., MacLeod N. , Hart Robertson M. Key Concepts in Tourist Studies. – London: SAGE Publications Ltd, 2010. – 302 p.

48 Kozak M., Baloglu S. Managing and Marketing Tourist Destinations. Strategies to Gain a Competitive Edge. – Oxon: Routledge Advances in Tourism, 2012. – 355 p.

49 Interstate Statistical Committee of the Commonwealth of Independent States. Statistical bulletin № 11 (518). Pp. 85 – 88. // <http://www.cisstat.com/eng/bull112012.pdf>

50 Economy Watch. Kazakhstan Economic Statistics and Indicators. // <http://www.economywatch.com/economic-statistics/country/Kazakhstan/>

51 The World Bank: International tourism, number of arrivals // <http://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL>

52 Travel and tourism is the second largest US services export “Travel Business Roundtable” // http://uscib.org/docs/WCIB_Occasional_Paper%20Vo%20_1_No_%206.pdf. – p. 9.

53 Доклад о мировых инвестициях, 2011 год: способы организации международного производства, не связанные с участием в капитале, и развитие. Нью-Йорк и Женева: Организация Объединенных Наций, 2011. – С.15. // <http://www.un.org/ru/development/surveys/docs/investments2011.pdf>

54 Буйленко В.Ф. Туризм: учебник. Ростов н/Д: Феникс, 2008.

- 55 Prideaux B., Dallen T., Kaye Ch. (eds.) *Cultural and Heritage Tourism in Asia and the Pacific*. – Oxon: Routledge Advances in Tourism, 2008. – 433 p.
- 56 Sonnenblumenkerne, gegen das Warten : Kulturbrief aus Zentralasien / Petra Nagenkögel In: *Literatur und Kritik: österreichische Monatsschrift*. – № 40 (2005), S. 18 – 22.
- 57 Романова Е.С. Дипломная работа «Опыт и проблемы развития туризма в республике Казахстан». ГОУ ВПО Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова. Барнаул, 2009. - С. 123.
- 58 Новое десятилетие – новый экономический подъем, новые возможности Казахстана» – Послание Президента РК, 2010. // <http://ru.government.kz/site/news/main/2010/01/99?cI=201205>
- 59 Кризис не остановил развитие Казахстана – основные итоги 2009 года. // <http://www.inform.kz/rus/article/2235920> 06.02.2010 / 15:29.
- 60 ИА Новости-Казахстан. Запущена железнодорожная линия от Узень до госграницы с Туркменистаном, 2011. // <http://newskaz.ru/economy/20111209/2261214.html>.
- 61 Правительство Республики Казахстан. Министр Берик Камалиев ознакомился с ходом строительства новой железнодорожной линии Узень - госграница с Туркменистаном, 2011. // <http://ru.government.kz/site/news/2011/09/127?cI=201111>.
- 62 Panda, T., Mishra S. *Tourism Management: The Socio-economic and Ecological Perspective*. – New Delhi: Sangam Books Ltd, 2004.
- 63 Eurasian Development Bank (2012) *News of the Region*. // http://www.eabr.kz/e/press_center/news-region/index.php?id_4=4574&page_4=1&tags_4=14+2+15+10&exc_4=14&from_4=120.
- 64 Dwyer L., Wickens E. (eds.) *Event Tourism and Cultural Tourism. Issues and Debates*. – Oxon: Routledge Advances in Tourism, 2012.
- 65 Казахстанская Туристская Ассоциация (КТА). Отчет по проделанной работе Казахстанской Туристской Ассоциацией (КТА) за 2009 г. - Алматы, 2009. – С. 3.
- 66 Gibson P. *Cruise Operations Management. Hospitality Perspectives*. – Oxon: Routledge Advances in Tourism, 2012. – P. 204.
- 67 Bhatia A.K. *International Tourism Management*. – New Delhi: Sangam Books Ltd, 2012. – P. 110.
- 68 Scott N., Laws E. (eds.) *Advances in Service Network Analysis*. – Oxon: Routledge Advances in Tourism, 2011. – P. 405.
- 69 Song H. *Tourism Supply Chain Management*. – Oxon: Routledge Advances in Tourism, 2011. – P. 112 – 113.
- 70 Постановление Правительства Республики Казахстан от 6 марта 2001 года N 333. О Концепции развития туризма в Республике Казахстан. // http://adilet.minjust.kz/rus/docs/P010000333_
- 71 Агентство Республики Казахстан по статистике. Основные показатели за 2003-2012 годы. // <http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>

72 Закон Республики Казахстан от 03.07.1992 года «О туризме». Источник(и) публикации документа: ВВС. - 1992, N 16, ст. 388, 389 «Советы Казахстана» от 29.07.1992 г. // <http://www.pavlodar.com/zakon/?dok=00158&ogl=02001&og=1>.

73 Государственная программа развития туризма в Республике Казахстан на 2007-2011 годы. Указ Президента Республики Казахстан от 29 декабря 2006 года N 231. Утратил силу Указом Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года N 958 САПП Республики Казахстан, 2006 г., N 47, ст. 499. Казахстанская правда от 1 января 2007 года N 1 (25246). // http://ru.government.kz/docs/u060000231_20100319.htm.

74 Правительство online. Стратегические планы министерств РК до 2020. // http://www.pm.kz/ru/strategic_plans/article_102.html.

75 Изменения в Законодательстве РК, вступившие в силу с 30.01.2012 года, 2012. Изменения в Законодательстве РК, вступившие в силу с 30.01.2012 года/ Premium Travel Company, 2012. // <http://premiumtravel.kz/ru/pages/2712.html>.

76 Агентство Республики Казахстан по статистике (2012). Транспорт. // <http://www.stat.kz/digital/tran/Pages/default.aspx>

77 Государственная программа развития туризма в Республике Казахстан на 2007-2011 годы. Указ Президента Республики Казахстан от 29 декабря 2006 года N 231. Утратил силу Указом Президента Республики Казахстан от 19 марта 2010 года N 958 САПП Республики Казахстан, 2006 г., N 47, ст. 499. Казахстанская правда» от 1 января 2007 года N 1 (25246). // http://ru.government.kz/docs/u060000231_20100319.htm.

78 Статистика: Количество туристов в 2011 г. увеличилось на 12,2%. // <http://www.nomad.su/?a=4-201104220028>.

79 Кусков А. С., Голубева В. Л., Одинцова Т. Н. Рекреационная география. М.: Флинта: МПСИ, 2005. – С. 78.

80 Mantel R. Spa tourism management in Kazakhstan, Russia and Armenia: current economic situation and investment climate. Actual Problems of Economics. – Kyiv: National Academy of Management, 2013. – Pp. 75 – 83.

81 Постановление Правительства Республики Казахстан от 25 июня 2005 года №633 «Об утверждении планов по созданию и развитию пилотных кластеров в приоритетных секторах экономики». // http://ru.government.kz/docs/u060000231_20100319.htm.

82 Никитинский Е.С., Вуколов В.Н. Формирование индустрии туризма в Казахстане за годы государственной независимости// Агентство Республики Казахстан по туризму и спорту, Казахская академия спорта и туризма. Материалы международной научно-практической конференции. - Астана, 2006. – С. 215-220.

83 Verleger aus Ost-Europa stellen sich vor: Estland, Lettland, Litauen, Moldawien, Rußland, Ukraine, Weißrußland, Kasachstan, Usbekistan / Zsstellung und Übers.: Thorsten Oestreich. - Ausstellungs- und Messe GmbH des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, 2009. – S. 35.

84 Агентство Республики Казахстан по статистике. Туризм. Основные показатели за 2003-2011 гг. Обслужено посетителей туристскими фирмами по типам туризма в 2011 году // <http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>.

85 Бектимирова Н.Н. Аспекты аттрактивности в туристском продукте Казахстана. Алматы, 2003. – С.146.

86 Гилек Ю.Н. Туристические маршруты центрального Казахстана. Караганды: Издательство КарГУ, 2009. – С. 230.

87 Министерство индустрии и новых технологий Республики Казахстан. Новости. // <http://www.mint.gov.kz/index.php?page=news&itemid=738>

88 Департамент статистики Восточно-Казахстанской области. ВК в цифрах. Инновации и туризм. Динамика основных показателей 2009. // http://www.shygys.stat.kz/download/sborn/2010/04/4/20_6.rar

89 Агентство Республики Казахстан по статистике. Туризм. Основные показатели за 2003-2011 гг. <http://www.stat.kz/digital/turizm/Pages/default.aspx>.

90 Указ Президента от 29.12.2006 N 231 «О государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2007 - 2011 годы». // http://kazakhstan.news-city.info/docs/sistemsr/dok_iegmvi/index.htm.

91 Региональная программа развития туризма в Восточно-казахстанской области на 2009-2011 годы от «З» октября 2008 года № 9/125-IV. Восточно-Казахстанский областной маслихат, Усть-Каменогорск 2008. – с.10. www.old.akimvko.gov.kz/ru/files/progr_3.doc.

92 Кайгородцев А.А. Проблемы и перспективы развития туризма в Восточном Казахстане// Астанинский экоермический форум. – С. 5 – 8.

93 Аринова М.Н. Проблемы и перспективы развития лечебного туризма в Республике Казахстан. Караганды: Издательство КарГУ, 2006. – С. 192.

94 Стратегический план управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области на 2011-2015 годы. – Усть-Каменогорск, 2010. – С. 6.

95 Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности в Республике Казахстан от 13 июня 2001 года № 211-III»/ Параграф – информационная система. // http://online.zakon.kz/Document/?doc_id=1023618

96 Постановление Правительства Республики Казахстан от 26 декабря 2007 года № 1260 «Об утверждении программы «Здоровый образ жизни» на 2008 – 2016 годы. Астана, 2006.

97 Абрамов В.В. «История туризма»: учебное пособие/ В.В.Абрамов, М.В. Тонкошур–Харьков: ХНАГХ, 2005. – С. 310.

98 Изменения в Законодательстве РК, вступившие в силу с 30.01.2012 года/ Premium Travel Company, 2012. // <http://premiumtravel.kz/ru/pages/2712.html>.

99 Стратегический план развития управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области на 2010 – 2012 годы. Усть-Каменогорск: Управление экономики и бюджетного планирования

Восточно-Казахстанской области, 2009. // http://www.econvko.gov.kz/download/rus/strategia_vko/17.doc

100 Стратегический план управления туризма, физической культуры и спорта Восточно-Казахстанской области на 2011 – 2015 годы. – Усть-Каменогорск: Восточно-Казахстанский областной акимат, 2010. – С. 5.

101 Pran Nath Seth. Successful Tourism: Tourism Practices (Vol-II). – New Delhi: Sterling Publishers Pvt. Ltd. – P. 601.

102 Абрамова Т.В., Барзыкин Ю.А. Целевые программы как инструмент развития туризма в России // Туризм: право и экономика. - М.; Юрист, 2004. – 3. – С. 9 – 12.

103 Теленчинов К.К. План мероприятий по реализации региональной программы развития туризма в Восточно-Казахстанской области на 2009-2011 годы по городу Риддеру, 2010. // <http://newstravel.kz/news/plan-meropriyatij-po-realizacii-regionalnoj-programmy-razvitiya-turizma-v-vostochno-kazaxstanskoj-oblasti-na-2009-2011-god/>

104 О Государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 год. Указ Президента Республики Казахстан от 29 декабря 2006 года N 231. Казахстанская правда от 1 января 2007 года N 1 (25246). <http://www.astana-tourism.kz/d/59303/d/gosprogramma.rtf>

105 Указ Президента от 29.12.2006 N 231 «О государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2007 – 2011 годы». // http://kazakhstan.news-city.info/docs/sistemsr/dok_iegmvi/index.htm.

106 Современное состояние и проблемы развития туризма в странах СНГ и Казахстане, ч. 1. Деловой туризм Казахстана 2010. // <http://www.kazatur.narod.ru/mut/2.HTML>.

107 Page S. (ed.) Tourism Management. – 4th Edition. – Охон: Routledge Advances in Tourism, 2011. – P. 411.

108 Романова Е.С. Дипломная работа «Опыт и проблемы развития туризма в Республике Казахстан». ГОУ ВПО «Алтайский государственный технический университет им. И.И. Ползунова». Барнаул 2009. – С. 53.

109 Крайнюк В., Шаймуханбетов О. и др. Особо охраняемые природные территории Казахстана: современное состояние и перспективы развития, 2010. http://www.biodiversity.ru/publications/zpnp/archive/n42/kz_oopt.html.

110 Букашкина А.С. Курсовая работа на тему: «Социально-экономические эффекты въездного туризма» по дисциплине «Экономика международного туризма». – Орловский Государственный Университет, 2009.

111 В Казахстане особо охраняемые природные территории (ООПТ) занимают 8,2% площади страны. 26 февраля 2010 // <http://www.zakon.kz/164330-v-kazakhstane-osobo-okhranjaemye.html>.

112 Noe F., Uysal M., Magnini V. Tourist Customer Service Satisfaction: An Encounter Approach. – Охон: Routledge Advances in Tourism, 2010. – 379 p.

113 Библиофонд. Библиотека научной и студенческой информации. Рекреационная и туристская сеть Казахстана, 2009. <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=480394>.

114 Руководство по развитию экологического туризма в Казахстане / под ред. Алии Тонкобаевой. – Алматы: Общественный фонд «Азиатско-Американское партнерство, 2009. – С. 12.

115 Шайкенова Р. Р., Мамутова К.Р. Современное состояние экологического туризма в Казахстане// Сборник статей Всероссийской научно-практической конференции «Экологический и этнографический туризм: становление, проблемы и перспективы развития». – Хабаровск, 2009. – С. 34 – 35.

116 Квебекская декларация по вопросам развития экологического туризма // Руководство по развитию экологического туризма в Казахстане/ Под ред. Алии Тонкобаевой. – Алматы: Общественный фонд «Азиатско-Американское партнерство, 2009. – С. 15.

117 Scott N., Laws E., Prideaux B. (eds.) Safety and Security in Tourism: Recovery Marketing after Crises. – Oxon: Routledge Advances in Tourism, 2009.

118 Проблемы и перспективы развития въездного туризма на примере Ленинградской области. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. Институт Государственного и Муниципального управления. Кафедра «Государственное и Муниципальное управление».

119 Ateljevic J., Page S. (eds.) Tourism and Entrepreneurship. – Oxon: Routledge, 2011. – 409 p.

120 Туризм. Развитие инфраструктуры туристической индустрии. // <http://www.vevivi.ru/best/Turizm-Razvitie-infrastruktury-turisticheskoi-industrii-ref72776.html>.

121 Дауренбеков Ж.Б. Историко-культурное наследие Шелкового пути. Алматы, 1998. – С. 202.

122 Бараблина Э.К. Управление развитием государственно-частного партнерства в сфере туризма/ автореферат ... на соискание ученой степени канд. экон. наук. Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации, 2009.– С. 3.

123 Постановление губернатора Ленинградской области от 21.06.2000 N 266-пг. Об утверждении региональной целевой программы «Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области» до 2005 года. Текст документа по состоянию на июль 2011 года. // <http://www.bestpravo.ru/leningradskaya/jb-instrukcii/q7n.htm>.

124 Областной закон Ленинградской области от 13.11.2003 N 94-оз. О региональной целевой программе «Развитие сферы туризма и рекреации Ленинградской области на 2003-2005 годы. Текст документа по состоянию на июль 2011 года». // <http://www.bestpravo.ru/leningradskaya/iw-pravila/m8n.htm>.

125 Seele der Völker. [Anthologien aus Asien] / Hermann Kasack In: Deutsche Rundschau - 79 (1953), S. 657 – 658.

126 Кравченко Л.И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебник – 6-е издание, перераб. – М.: Новое знание, 2003. – с.520.

127 Mallen С., Adams L. Sport, Recreation and Tourism Event Management. – Охон: Routledge Advances in Tourism, 2008. – P. 230 – 234.

128 Прайс-лист компании Formula TV. // <http://ust-kamenogorsk.pro-auto.kz/catalog-firm/raznoe/31-formula-tv.html>.

129 Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности в Республике Казахстан» от 13 июня 2001 года № 211-П . (с изменениями и дополнениями по состоянию на 19.03.2010 г.). // http://egov.kz/wps/wcm/connect/a0dc8e0044be218da636e72d10507dc0/%D0%97%D0%A0%D0%9A_%D0%9E+%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B5.html?MOD=AJPERES&CACHEID=a0dc8e0044be218da636e72d10507dc0&useDefaultText=0&useDefaultDesc=0.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А1 – Обслужено посетителей по въездному туризму (нерезидентов) туристскими фирмами в 2009 г.

	2009 год			
	январь – март	январь –июнь	январь – сентябрь	январь – декабрь
Республика Казахстан	7 998	17 654	24 621	31 246
Акмолинская	-	3	13	13
Актюбинская	-	-	30	30
Алматинская	-	-	45	65
Атырауская	-	8	32	40
Западно-Казахстанская	-	-	-	-
Жамбылская	13	59	123	132
Карагандинская	-	-	-	-
Костанайская	-	-	63	63
Кызылординская	-	-	-	-
Мангистауская	130	446	916	1 584
Южно-Казахстанская	-	-	7	10
Павлодарская	-	-	-	-
Северо-Казахстанская	4	5	5	9
Восточно-Казахстанская	554	765	910	1 179
г.Астана	34	62	221	378
г.Алматы	7 263	16 306	22 256	27 743

Таблица А2 – Обслужено посетителей по въездному туризму (нерезидентов) туристскими фирмами в 2010 г

	2010 год			
	январь – март	январь – июнь	январь – сентябрь	январь – декабрь
Республика Казахстан	7 380	17 073	28 169	39 640
Акмолинская	-	-	-	-
Актюбинская	-	-	-	-
Алматинская	-	-	54	61
Атырауская	3	14	56	134
Западно-Казахстанская	-	-	-	-
Жамбылская	-	23	95	158
Карагандинская	-	-	5	20
Костанайская	2	2	62	64
Кызылординская	-	-	-	-
Мангистауская	225	399	611	800
Южно-Казахстанская	-	184	248	324
Павлодарская	-	-	-	-
Северо-Казахстанская	-	-	3	3
Восточно-Казахстанская	482	635	744	1 226
г. Астана	177	311	428	540
г. Алматы	6 491	15 505	25 863	36 310

Таблица А3 – Обслужено посетителей по въездному туризму (нерезидентов) туристскими фирмами в 2011 г

	2011 год			
	январь – март	январь – июнь	январь – сентябрь	январь – декабрь
Республика Казахстан	6 678	15 320	22 433	36 096
Акмолинская	-	-	-	-
Актюбинская	-	-	-	-
Алматинская	5	8	41	100
Атырауская	66	72	81	144
Западно-Казахстанская	-	-	-	-
Жамбылская	6	54	168	247
Карагандинская	-	45	57	63
Костанайская	-	-	60	60
Кызылординская	-	1	16	16
Мангистауская	-	14	14	22
Южно-Казахстанская	-	78	127	212
Павлодарская	-	-	-	-
Северо-Казахстанская	-	1	1	2
Восточно-Казахстанская	480	485	521	556
г. Астана	94	208	374	609
г. Алматы	6 027	14 354	20 973	34 065

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Таблица Б1 – Основные сегменты въездного туризма, в которых работает ваше предприятие (по доле в общем обороте)

Виды туризма	Наиболее важные сегменты 1 – 2 варианта (количество предприятий)	Основной сегмент 1 вариант (количество предприятий)
1. Оздоровительный туризм	12	1
2. Познавательный (историко-культурный) туризм	3	2
3. Конгрессный (деловой) туризм	1	1
Спортивный туризм	4	4
Событийный туризм	2	2
6. Экологический туризм	2	2
7. Религиозный туризм	5	5
8. Горнолыжный туризм	6	3
9. Развлекательный туризм	15	15
10. Выездной туризм:	2	2

Таблица Б2 – Деятельность, осуществляемая предприятиями по направлению въездного туризма (до 30.01.2012 г. – вступления в действие законодательных поправок и в настоящее время)

Виды деятельности	до 30.01.2012 г. (количество предприятий)	В настоящее время (после 30.01.2012 г.) (количество предприятий)
1. Туроператорская	16	16
2. Туроператорская и турагентская	14	14
3. Турагентская	6	6

Таблица Б3 – Основные заказчики услуг по направлению въездного туризма

Заказчики услуг	Наиболее важные клиенты 1 – 2 варианта (количество ответивших предприятий)	Основная группа клиентов 1 вариант (количество ответивших предприятий)
1. Физические лица – граждане Республики Казахстан	1	1
2. Физические лица – граждане иностранных государств	2	2
3. Казахстанские компании (нетуристские)	3	3
4. Казахстанские туристские фирмы	4	4
5. Зарубежные компании (нетуристские)	5	5
6. Зарубежные туристские фирмы	6	6
7. Городские органы власти	7	7
8. Областные органы власти	8	8
9. Республиканские органы власти	9	9

Таблица Б4 – География основных клиентов по направлению въездного туризма

Населенный пункт	Наиболее важные регионы 1 – 2 варианта (количество ответивших предприятий)	Основной регион 1 вариант (количество ответивших предприятий)
1. Город, в котором расположено предприятие	2	1
2. Города Восточно-Казахстанской области	4	4
3. Районы Восточно-Казахстанской области	6	3
4. Соседние области	7	4
5. Российская Федерация	9	6
6. Китайская народная республика	11	7
7. Монголия	6	7
8. Другие иностранные государства	5	4

Таблица Б5 – Уровень развития видов туризма в Восточно-Казахстанской области

Виды туризма	Оценка уровня
1.Оздоровительный туризм	низкий
2.Познавательный (историко-культурный) туризм	высокий
3.Конгрессный (деловой) туризм	средний
4.Спортивный туризм	низкий
5.Событийный туризм	низкий
6. Экологический туризм	очень низкий
7. Религиозный туризм	низкий
8. Горнолыжный туризм	средний
9. Развлекательный туризм	очень высокий
10. Выездной туризм в целом	низкий

Таблица Б6 – Оценка изменения уровня развития видов туризма в Восточно-Казахстанской области

Виды туризма	Оценка уровня
1.Оздоровительный туризм	отсутствие изменений
2.Познавательный (историко-культурный) туризм	незначительное снижение
3.Конгрессный (деловой) туризм	значительный рост
4.Спортивный туризм	незначительный рост
5.Событийный туризм	отсутствие изменений
6. Экологический туризм	незначительный рост
7.Религиозный туризм	отсутствие изменений
8.Горнолыжный туризм	значительный рост
9. Развлекательный туризм	значительный рост
10. Выездной туризм в целом	незначительный рост

Таблица Б7 – Перспективы развития следующих видов туризма в Восточно-Казахстанской области в ближайшие 2 – 3 года

Виды туризма	Оценка перспектив
1	2
1.Оздоровительный туризм	хорошие
2.Познавательный (историко-культурный) туризм	хорошие
3.Конгрессный (деловой) туризм	хорошие
4.Спортивный туризм	очень хорошие
5.Событийный туризм	плохие
6. Экологический туризм	хорошие
7.Религиозный туризм	плохие

Продолжение Таблицы Б7

1	2
8. Горнолыжный туризм	хорошие
9. Развлекательный туризм	очень хорошие
10. Выездной туризм в целом	хорошие

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

- 1) Мантель Р.Х. Международный туризм и его роль в развитии национальной экономики// Nauka i inowacja – 2010. – Przemysł, Poland, 2010. – V. 1. – P. 26 – 29.
- 2) Мантель Р.Х. Приоритеты развития регионального туризма в Республике Казахстан// Nastolení moderní vědy – 2010. – Díl 3. Ekonomické vědy. Právní vědy. Historie. - Praha: Education and Science. – V. 3 – P. 51 – 55. // Nastolení moderní vědy – 2010. – Praha, Česká republika, 2010. – V. 3 – P. 51 – 55.
- 3) Мантель Р.Х. Анализ современного состояния въездного туризма в Казахстане// Образование и наука 21 век – 2010. – София, Болгария, 2010. – С. 54 – 58.
- 4) Мантель Р.Х. Становление и развитие въездного туризма как отрасли экономики (период социализма// Материалы Международной научно-практической конференции «Казахстанский «Путь в Европу»: экономика, образование и наука». – Часть 2. – Талдыкорган, 2010. – С.107 – 111.
- 5) Мантель Р.Х. Казахстан – наш общий дом: национальная идея республики Казахстан// Национальные идеи стран СНГ// Сборник материалов Международного молодежного конкурса (апрель – декабрь 2010 г.). – Москва, Россия, 2011. – С.16 – 26.
- 6) Мантель Р.Х. Туризм и его влияние на экономику России и Германии// Вестник КАСУ. – Усть-Каменогорск, 2011. – № 3. – С. 197 – 201.
- 7) Кирдасинова К.А., Мантель Р.Х., Сенгилеева С.В. Инновационные процессы в менеджменте// IV Международная научно-практическая конференция молодых ученых и студентов «Интеллектуальный потенциал молодежи XXI века в инновационном развитии современного общества». – Усть-Каменогорск, 2011. – С. 120 – 125.
- 8) Мантель Р.Х. The EU and world powers: EU – Russia relations// The Kazakh-American Free University Academic Journal. – Portland, Oregon, USA, 2011. – № 1. – P. 119 – 125.
- 9) Мантель Р.Х. Экотуризм как инструмент устойчивого развития экономики // Ecology: multi-aspect cooperation as a sustainable development factor. International scientific seminar materials. – Ust-Kamenogorsk, 2010. – P. 137 – 141.
- 10) Мантель Р.Х. Tourism management: eco-culture and economic benefits// Вестник КАСУ. – Усть-Каменогорск, 2012. – № 3. – С. 293 – 298.
- 11) Мантель Р.Х. Potential economic benefits of tourism management in Kazakhstan// Вестник КАСУ. – Усть-Каменогорск, 2012. – № 3. – С. 298 – 302.
- 12) Кайгородцев А.А., Коккозева К.Ш., Мантель Р.Х. Ecotourism Development in Russia and Kazakhstan: Comparative Studies// Материалы международной научно-практической конференции «Научные исследования

и их практическое применение. Современное состояние и пути развития 2012». – Одесса, Украина, 2012. – С. 16 – 22.

13) Kaigorodtsev A. A., Kokkozova K. Sh., Mantel R. H. Ecotourism Management in Kazakhstan: Development Trends and Perspectives// ARSA-2012 (Virtual International Conference on Advanced Research in Scientific Fields). – Bratislava, Slovakia, 2012. – P. 103 – 108.

14) Mantel R. H. Spa tourism management in Kazakhstan, Russia and Armenia: current economic situation and investment climate// Актуальные проблемы экономики. – Киев, Украина, 2013. – № 2. – С. 75 – 83 (2012 Impact factor Scopus 0,003).