

## **THE ROLE OF DEVELOPING DIRECTION OF INTERNATIONAL TOURISM IN KAZAKHSTAN**

**U.S. Yesaydar, A.K. Belgibayav, G.R. Mersakylova**

**Key words:** tourism, infrastructure, effects, service, image, terminal.

**Abstract:** the object of scientific work is studying modern tendency in international tourism, and also the impact of external challenges and risks to the tourism industry of Kazakhstan.

The following methods are used in research: scientific abstraction, induction and deduction, regulatory economic and statistical. The following results were obtained during performing work: first: characteristic of a field of international tourism model.

Secondly: analysis of the causes of low efficiency of inbound tourist service of international travel. Third: proposed activities to further improve the tourism infrastructure in accordance with international standards.

The scope of the extensive results. Implementatio of the proposed measures will undoubtedly have a positive effect not only on the international tourism, but also create a multiplier effect on other branches of economy and develop the image of Kazakhstan.

УДК 338.4

## **РОЛЬ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА КАЗАХСТАНА**

**У.С. Есайдар, А.К. Бельгибаев, Г.Р. Мырзагулова**

Алматинский технологический университет, Алматы, Казахстан

**Ключевые слова:** туризм, инфраструктура, эффект, модель, сервис, имидж, терминал.

**Аннотация.** Целью научных исследований является изучение современных тенденций в международном туризме, а также влияние внешних вызовов и рисков на туристическую отрасль Казахстана.

При проведении исследований использованы следующие методы: научной абстракции, индукции и дедукции, нормативный, экономико-статистический.

При выполнении работ получены следующие результаты: во-первых, характеристика выездной модели международного туризма; во-вторых, анализ причин низкой эффективности туристического сервиса выездного международного туризма; в-третьих, предлагаются мероприятия по дальнейшему совершенствованию инфраструктуры туризма с учетом международных стандартов.

Область применения результатов обширная. Внедрение комплекса предлагаемых мер несомненно окажет положительный эффект не только на международный туризм, но и создаст мультипликативный эффект в других отраслях экономики, а также повысит имидж Казахстана на международном уровне.

Казахстан, находясь в центре Евроазиатского континента, выполняет роль связующего моста между Западом и Востоком, Европой и Азией. Таким образом, он развивает и укрепляет политические, экономические и культурные связи между двумя континентами и способствует взаимовыгодному сосуществованию. Одним из путей решения данной задачи является функционирование международного туризма.

Международный туризм оказывает положительное влияние на интеграционные процессы в социально – экономической и культурной сферах общества. Эффективность международного туризма в стране определяется интенсивностью выездного и въездного туристических потоков. Занимая выгодное геополитическое положение, находясь в центре Евроазиатского континента, Казахстан граничит с такими крупными державами как Китай и Россия, которые и

формируют значительный потребительский спрос на туристические услуги. Необходимость ускоренного развития туристского и гостиничного хозяйства исследуется в трудах отечественных и зарубежных ученых [1-5].

Основой для развития международного туризма является вступление Казахстана в 1993 году в качестве действительного члена в Всемирную Туристскую Организацию, заключение международных соглашений о сотрудничестве в области туризма. Следует отметить, что ряд соглашений инициируется правительствами иностранных государств, находящихся Казахстан перспективным партнером, обладающим богатым туристским потенциалом.

Проведение Казахстаном крупных международных мероприятий таких как зимняя международная универсиада в Алматы в январе 2017 года и Всемирная выставка ЭКСПО в 2017 году. В городе Алматы перед туристическим сервисом ставятся новые задачи, так как во время проведения универсиады в Казахстан должно прибыть около 30 тыс. туристов, а во время проведения ЭКСПО Казахстан посетят свыше 3 млн. туристов.

В динамике по международному туризму можно выявить пассивные операции, это когда выезд превышает въезд. По этому показателю в 2014 году выезд определялся 2,6 миллиона человек, а въезд за тот же период увеличился на 12 процентов и составил 140,6 тысяч человек. Наибольшим предпочтением у казахстанцев пользуется туризм в такие страны как Турция, Таиланд, Южная Европа, Китай, Индия (Гоа). Ежегодно туристы из Казахстана вывозят более 170 млн. долларов.

Между тем, в основном иностранцы в Казахстан приезжали с деловыми целями - таких почти 57 процентов от общего количества. Шопинг и паломничество - самые непопулярные цели посещения туристами Казахстана.

В 2014 году объем туристских услуг по сравнению с 2009 годом увеличился на 11 процентов и составил 73,1 миллиарда тенге. Из них около 80 процентов от общего объема приходится на гостиницы. Положительный тренд по выездному международному туризму оказывает позитивное влияние на социально-культурное развитие общества в Казахстане, так как граждане страны имеют возможность удовлетворить потребность в социально-культурном продукте, обогатить свой опыт общения с другими культурными традициями. На основе данного опыта они могут открыть новые перспективы для развития как страны в целом, так и для себя в отдельности.

Туристические потоки в международном туризме во многом определяются обменным курсом национальной валюты. Падение курса тенге заставляет многих потребителей пересмотреть туристические направления в сторону экономии расходов. Можно ожидать значительное сокращение выездов в Европу. Из-за нестабильного политического положения на Ближнем Востоке снизятся туристические потоки в такие страны как ОАЕ, Турцию, Египет, Израиль. В тоже время на наш взгляд увеличится поток казахстанских туристов в Россию, Китай, Киргизию, не уменьшится туристический интерес казахстанцев к странам Юго - Восточной Азии.

Сложная экономическая ситуация в стране и нестабильная международная обстановка в мире несомненно окажут влияние на направления туристических потоков. Если по выездному туризму наблюдается положительная динамика в сторону увеличения, то по въездному туризму - картина несколько иная. Казахстан практически не известен в мире как туристское направление, хотя его земли издавна обеспечивали связь между Китаем и Европой.

Республика обладает большими потенциальными туристическими рекреационными ресурсами для организации горного, водного, познавательного, оздоровительного, экстремального и других видов туризма. Однако в международном рейтинге по привлекательности для туристов Казахстан занял 93-е место. Такое положение по международному туризму характеризует неразвитость его как отрасли, так как туризм является сложным и многогранным явлением, включающим в себя различные отрасли экономики, а также зависящий от политической ситуации в стране.

На наш взгляд, для исправления ситуации необходимо принять комплексные мероприятия, учитывающие современные тенденции в международном туризме. Чтобы правильно подойти к разработке программы действий, необходимо проанализировать и изучить опыт зарубежных стран. Так как многообразие моделей развития туризма показывает, что даже если страна не относится к развитым странам, она может эффективно развивать международный туризм. Это такие страны как Турция, Греция, Мексика, Таиланд, Бали, Китай и т.д. Для этого необходимо шире обмениваться

опытом и проводить различные международные встречи. При формировании программы развития международного туризма, необходимо выделить главные направления, по которым следует проводить работу.

Международному туризму необходимо придать предпринимательский характер. Как показывает современная практика, только предпринимательство способно адекватно реагировать на изменения потребительского спроса в международном туризме. Безопасность - главный фактор, влияющий на развитие туризма, прежде всего для туристов прибывающих из других стран. В последнее время многие международные туристические страны из-за террористических актов теряют потенциальных потребителей. Это такие страны как Египет, Турция, Тунис, Израиль и т.д.

В Казахстане необходимо усилить меры профилактической направленности по правовой и юридической защищенности туристов прибывающих в Казахстан.

Важной основой для привлечения международных туристов является современный гостиничный бизнес, отвечающий требованиям международного стандарта качества и удовлетворяющий запросам и потребностям различных категорий туристов. В Казахстане необходимо строить различные гостиницы, от скромных, рассчитанных на небогатых клиентов, до крупных гостиниц, включающих в себя высококлассный сервис, отвечающих запросам взыскательных клиентов; гостиницы, ориентированные на пассивных и активных туристов; гостиницы, оснащенные по последнему слову техники и гостиницы в виде кемпингов и бунгалов.

Необходимо активно проводить встречи по обмену опытом с другими авиакомпаниями, работающими на внутреннем и международном рынках.

Другой важной проблемой в туризме Казахстана является функционирование транспорта и дороги. Сегодня международные авиалинии Казахстана позволяют осуществить полеты во многие страны: Европы, Индию, Объединенные Арабские Эмираты, Турцию, Италию, Республику Корея, Венгрию, Израиль, Китай, Таиланд. Авиаперевозки осуществляются национальным перевозчиком "Эйр-Казахстан" и другими авиакомпаниями.

Однако некоторые туристы предпочитают в плане сервиса и надежности услуги иностранных перевозчиков, что влечет за собой снижение пассажиропотока на авиарейсах, совершаемых отечественными перевозчиками. К тому же, высокая стоимость авиабилетов увеличивает стоимость турпродукта Казахстана и, соответственно, снижает его конкурентоспособность на международном рынке.

Автомобильный транспорт используется для организации шоп-туризма в приграничные государства и в экскурсионных маршрутах. Однако его развитие целиком зависит от состояния дорог и наличия надлежащего технического обслуживания туристских транспортных средств. Автобусный парк республики находится в запущенном состоянии, к тому же практически не имеет современных комфортабельных автобусов, что не позволяет поддерживать высокий уровень обслуживания туристов.

Основной железнодорожный перевозчик Республиканское государственное предприятие "Казакстантеміржолы" совершает пассажироперевозки по 14 маршрутам. По железным дорогам Казахстана транзитом курсируют пассажирские поезда Кыргызстана, Узбекистана, России, Таджикистана и Туркменистана. Необходимо увеличить железнодорожные перевозки с Китаем. В целях дальнейшего совершенствования развития железнодорожной системы вводятся новые высокоскоростные железнодорожные линии Астана-Алматы, обслуживаемые испанским экспрессом. В будущем необходимо обратить внимание на развитие общественного экологически чистого туристского транспорта.

Определенные перспективы Казахстан имеет в сегменте бизнес-туризма. Это, прежде всего, города Алматы, Астана, Атырау. Геополитическое положение и природно-сырьевые ресурсы позволяют рассчитывать на увеличение количества бизнес-туристов, приезжающих в Казахстан по вопросам бизнеса и участия в международных конвенциях. Инфраструктура вышеуказанных центров в основном соответствует международным стандартам. Город Алматы является стратегическими (воздушными, автомобильными, железнодорожными) воротами для республики и основная миграция происходит именно через этот город. Помимо удобных для проведения различных форумов зданий и гостиниц, город имеет все необходимое для отдыха и развлечений. Кроме того на территории близлежащей к городу в радиусе 500 км расположены замечательные

рекреационные зоны. Город Астана становится такой же стратегической зоной. Всевозрастающий интерес к городу, как к молодой столице нашего государства, имеющей современный облик и инфраструктуру, послужит стремительному развитию в городе международного и внутреннего туризма. Необходимо модернизировать и вводить новые воздушные терминалы, которые увеличат туристический поток. Это касается в первую очередь таких городов как Алматы, Астана и Атырау.

Учитывая обширность территории республики, большое значение имеет надежное автобусное сообщение и железнодорожный транспорт, так как туристы-индивидуалы, которые составляют большую часть указанных сегментов рынка, предпочитают самостоятельное передвижение на автобусах и поездах. Развитие средств передвижения и строительство новых современных автодорог и железных дорог позволит сделать туризм мобильным и комфортабельным.

Сейчас зачастую низкая посещаемость туристических достопримечательностей в Казахстане объясняется низким качеством средств передвижения и плохими дорогами до них. Необходимо обновлять автопарк транспорта, строить новые дороги и автомагистрали.

Важным фактором, способствующим туристической привлекательности служит развитие отрасли развлечения. Для этого необходимо проводить различные общественные, спортивные, культурные мероприятия, выставки, фестивали, различные праздники, а также развивать сувенирную продукцию.

Поскольку продвижение туристических услуг напрямую зависит от маркетинговой и рекламной стратегий, необходимо использовать агрессивную маркетинговую и рекламную кампании, включающие в себя различные маркетинговые инструменты, формирующие привлекательный имидж казахстанского туристического продукта. Существует необходимость в разработке стратегии маркетинга, которая должна строиться в соответствии с национальным туристским продуктом и потенциалом его развития [6-10].

В целях реализации стратегии маркетинга необходимо решить следующие задачи:

- формирование в основных направляющих странах представления о Казахстане как о туристском центре, предлагающем качественные туристские услуги;
- разработка и осуществление маркетинговых мероприятий, основанных на отличительных характеристиках и преимуществах Казахстана;
- привлечение туристов с высоким уровнем платежеспособности, предоставляя для них дополнительные возможности;
- оказание поддержки частному сектору в его маркетинговой работе;
- продвижение на мировой рынок всего диапазона туристских достопримечательностей и объектов, имеющих на территории стран;
- обеспечение сбалансированного распределения туристских потоков по регионам республики с учетом научно обоснованного пропускного потенциала;
- усиление сезонного продвижения туризма посредством применения маркетинговых и ценовых приемов, нацеленных на обеспечение равномерной загрузки туристской инфраструктуры в течение года;
- использование новых информационных технологий в продвижении национального туристского продукта.

Создание привлекательного туристского имиджа Казахстана требует проведения соответствующего широкомасштабного комплекса мер. Основными имиджевыми мероприятиями должны стать участие туристских фирм и агентств Казахстана в международных туристских выставках, ярмарках и конференциях, в том числе проводимых по линии ВТО, а также организация подобных мероприятий на территории Республики Казахстан. Важно развивать конгрессный туризм, который будет способствовать превращению Казахстана в центр общественных и культурных событий Евразии.

Немаловажную роль в формировании туристского имиджа страны играет организация туристских информационных центров как в регионах республики, так и за рубежом. Должное внимание следует уделить использованию практики взаимодействия туристских организаций с дипломатическими представительствами Республики Казахстан за рубежом. Действенную помощь в рекламе туристского потенциала страны могут оказать национальный авиаперевозчик и другие транспортные предприятия.

Необходимо издание и активное распространение за рубежом высококачественных полиграфических и аудио-визуальных рекламных материалов о Казахстане. Привлечению туристов в Казахстан будут способствовать краеведческие публикации, рекламно-издательская деятельность, в том числе туристских фирм и гостиниц. Особое внимание следует уделить использованию новейших информационных технологий, в том числе создание WEB-сайтов туристских фирм Казахстана в сети Интернет.

Наибольшую эффективность может принести организация ознакомительных поездок по Казахстану для туристских агентов и представителей средств массовой информации из стран, генерирующих туристские потоки.

Созданию благоприятного туристского имиджа будет способствовать проведение в Казахстане различных культурных, спортивных и туристских мероприятий на международном уровне.

Большое значение для формирования туристского имиджа Казахстана будет иметь упрощение порядка въезда, выезда и пребывания на территории республики иностранных граждан, визовых и таможенных процедур с введением в действие единой компьютеризированной системы учета.

Созданию имиджа гостеприимной республики будут также способствовать изготовление и установка в местах, наиболее часто посещаемых туристами, информационных табло и надписей, дублирующих русский, казахский текст латинской транскрипцией.

Стимулирование дальнейшего развития международного туризма в стране, усиление работы по презентации туристского потенциала государства на мировом туристском рынке включает в себя реализацию Плана мероприятий по формированию туристского имиджа Казахстана на 2012-2020 годы.

Для проведения данных мероприятий, на наш взгляд, потребуются значительные финансовые вложения в туристическую отрасль. Источником финансовых вложений может быть создание Туристического Инвестиционного Фонда (ТИФ).

Туристический Инвестиционный Фонд необходимо создавать на коммерческих началах. Его источниками могут служить государственные средства, вложения отечественных предпринимателей и вложения иностранных инвесторов.

Для управления Туристическим Инвестиционным Фондом необходимо избрать попечительский совет, который бы инвестировал данные финансовые ресурсы с учетом потребностей туристической индустрии.

Задачами ТИФ будет являться: участие в разработке долгосрочной программы развития туристической отрасли Казахстана; участие в финансировании крупных проектов в туристической отрасли; установление и дальнейшее тесное сотрудничество с международными туристическими организациями; спонсирование проведения различных международных культурно-социальных мероприятий.

Совершенствование системы государственного регулирования в туризме требует новых подходов, более полно отвечающих изменившимся социально-экономическим условиям, целям, принципам и задача осуществления туристской деятельности. Сегодня необходимо усилить роль государства в регулировании взаимодействий между органами исполнительной власти и организациями, действующими в сфере туризма. Централизованное управление отраслью возлагается на Агентство Республики Казахстан по туризму и спорту.

Характеризуя функционирование международного туризма в Казахстане, необходимо отметить, что выезд туристов превышает въезд и поэтому следует приложить усилия для совершенствования и развития материально-технической базы, отвечающей международным стандартам.

Таким образом, международный туризм в Казахстане характеризуется следующими особенностями:

- данный вид деятельности функционирует в Казахстане сравнительно недавно;
- в Казахстане имеются большие потенциальные возможности для развития международного туризма;
- международный туризм характеризуется преобладанием выездного туристского потока;
- в перспективе необходимо создать современную инфраструктуру и предложить отечественные качественные туристские продукты.

В заключение хотелось отметить, что развитие въездного международного туризма в Казахстане создаст новые рабочие места и обеспечит приток валютных поступлений в бюджет страны.

#### ЛИТЕРАТУРА

- [1] Усенбаева Г.Д., Бельгибаев А.К. Международный туризм: организация и управление - Алматы, 2012. - с.136-145  
 [2] Тасмаганбетов А.Б. Региональный аспект развития международного туризма // Транзитная экономика. -2011. -№1-2 (82-83). -С.10-19.  
 [3] Каленова С.А. К вопросу дальнейшего развития туризма в Казахстане // Вестник университета «Туран». -2015. -№2 (66). -С.159-165.  
 [4] Волков С.К., Дряблова Е.А. Цена как основной инструмент маркетинговой стратегии туристского предприятия в борьбе за потребительское предпочтение туристов // Маркетинг в России и за рубежом. -2011. -№3 (83). -С.21-25.  
 [5] Шакина Ж.М., Тлеубердинова А.Т. Формирование конкурентоспособности туристских услуг // Маркетинг в России и за рубежом. -2011. -№6(86). -С.115-121.  
 [6] Садуов А.Ж. Анализ современного состояния туризма в Казахстане // Вестник Карагандинского университета. -2014. -№2(74). Серия «Экономика». -С.46-54.  
 [7] Кайтанова А.Ж., Аяганова М.П. Анализ современного состояния туристского потенциала Республики Казахстан // Вестник Карагандинского университета. -2014. -№2 (74). -С.156-166.  
 [8] Ефремова М.В., Коротин Д.В. Проблемы и перспективы интернет- продаж в туристском гостиничном секторе экономики // Менеджмент в России и за рубежом. -2012. -№5. -С.75-79.  
 [9] Баумгартен Л.В. Сущность, специфика, принципы, функции, цели и задачи маркетинга гостиничных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. -2013. -№5. -С.81-90.  
 [10] Смыкова М.Р., Рахимбекова Ж.С. Онлайн- исследования гостиничного сектора города Алматы // Вестник университета «Туран». -2015. -№1 (65). -С.143-149.

#### REFERENCES

- [1] Usenbaeva G.D., Belgibaev A.K. Mezhdunarodnyy turizm: organizatsiya i upravlenie - Almaty, 2012. -s.136-145  
 [2] Tasmaganbetov A.B. Regional'nyy aspekt razvitiya mezhdunarodnogo turizma // Tranzitnaya ekonomika. -2011. -№1-2 (82-83). -S.10-19.  
 [3] Kalenova S.A. K voprosu dal'nayshego razvitiya turizma v Kazahstane // Vestnik universiteta «Turan». -2015. -№2 (66). -S.159-165.  
 [4] Volkov S.K., Drjablova E.A. Cenakakosnoynoj instrument marketingovoy strategii turistkogopredpriyatija v bor'bezapotrebitel'skoepredpochtenieturistov // Marketing v Rossii i za rubezhom. -2011. -№3 (83). -S.21-25.  
 [5] Shaekina Zh.M., Tleuberdinova A.T. Formirovaniye konkurentosposobnostituristikihslug // Marketing v Rossii i za rubezhom. -2011. -№6(86). -S.115-121.  
 [6] Saduov A.Zh. Analizsovremennogosostojaniyaturizma v Kazahstane // VestnikKaragandinskogo universiteta. -2014. -№2(74). Seriya «Jekonomika». -S.46-54.  
 [7] Kajtanova A.Zh., Ajaganova M.P. Analizsovremennogosostojaniyaturistikogopotenciala RespublikiKazahstan // VestnikKaragandinskogo universiteta. -2014. -№2 (74). -S.156-166.  
 [8] Efremova M.V., Korotin D.V. Problemy i perspektivy internet- prodazh v turistkom i gostinichnomsektorahjekonomiki // Menedzhment v Rossii i za rubezhom. -2012. -№5. -S.75-79.  
 [9] Baumgarten L.V. Sushhnost', specifika, principy, funkcii, celi i zadachimarketingagostinichnyhslug // Marketing v Rossii i za rubezhom. -2013. -№5. -S.81-90.  
 [10] Smykova M.R., Rahimbekova Zh.S. Onlajn- issledovaniyagostinichnogosektoragoroda Almaty // Vestnikuniversiteta «Turan». -2015. -№1 (65). -S.143-149

#### ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ХАЛЫҚЫРАЛЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУ ТҮРЛІ ЖӘНЕ БАҒЫТТАРЫ

У.С.Есайдар, А.К.Бельгибаев, Г.У.Мырзагулова

Алматы технологиялық университеті, Алматы, Қазақстан

**Тірек көздер:** туризм, инфрақұрылымы, нәтиже, модель, сервис, имидж, терминал

**Аннотация.** Зерттеулердің мақсаты халықаралық туризмде қазіргі тенденцияларды, Қазақстандағы туристік салаға сыртқы тәуекелдердің және қауіптердің әсер етуін зерттеу.

Зерттеулерді жүргізгенде келесі әдістер пайдаланған: ғылыми абстракция, индукция және дедукция, нормативтік, экономика-статистикалық, монографиялық зерттеу.

Зерттеу нәтижелері мыналар: біріншіден, халықаралық туризмнің шетелге кету моделін анықтау; екіншіден, туристік сервисің төмен тиімділігінің себептерін анықтау; үшіншіден, халықаралық стандарттарды есепке алып туризм инфрақұрылымын жетілдіру бойынша шаралардың кешені ұсынылды.

Зерттеу нәтижелерін пайдалану саласы өте кең. Ұсынылған шараларды еңгізу халықаралық туризмге ғана емес, экономиканың басқа салаларында мультипликативтік нәтижені құрайды, халықаралық деңгейде Қазақстанның абройын жоғарлатады.

Поступила 13.04.2016 г.