

С.К. Ержанова<sup>1</sup>, Ж. Хустыи<sup>2</sup>, Н.А. Урузбаева<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Карагандинский государственный университет им. Е.А. Букетова;

<sup>2</sup>Печский университет, Венгрия;

<sup>3</sup>Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана  
(E-mail: nazym\_aten@mail.ru)

## Опыт международного туризма и его применение в Казахстане

В статье рассмотрен международный туризм, который является одной из ведущих и динамично развивающихся отраслей мировой экономики. Отмечено, что туристский рынок имеет свои специфические особенности, которые необходимо учитывать при организации туристского бизнеса. Выполнение стратегической программы потребует дальнейшего совершенствования сервиса, транспорта и инфраструктуры, маркетинга и образования. Подчеркнуто, что все эти процессы должны осуществляться при поддержке государства. Инвестиции в туристскую отрасль должны быть адресными, и это будет происходить путём выдачи лицензий инвестиционным и консалтинговым фирмам. Определено, что улучшение качества услуг будет происходить путём внедрения системы менеджмента качества.

*Ключевые слова:* международный туризм, консалтинг, сервис, субрегион, инфраструктура, туристское пространство, валовый продукт, рекреационный район, турпродукт, информационная технология.

Развитие международного туризма в мире характеризуется устойчивой тенденцией к росту. Актуальность рассматриваемой проблемы международного туризма обусловлена тем, что он является одной из ведущих и наиболее динамично развивающихся отраслей мировой экономики. За быстрые темпы роста туризм признан экономическим феноменом минувшего столетия и ему прочат блестящее будущее. Согласно прогнозу Всемирной туристской организации (ВТО) рост туристской индустрии будет необратимым в XXI в.

В Казахстане наблюдаются сильные диспропорции развития туризма. Значительно преобладает выездной туризм, который приводит к невидимому импорту капитала — деньги, потраченные отечественными туристами в зарубежных поездках, оплата транспортных расходов и других услуг в стране временного пребывания. Большинство туристских фирм в Казахстане ориентировано на выездной туризм. Таким образом, они являются агентами зарубежных туроператоров. Поэтому главным направлением развития туристского предпринимательства на сегодня является развитие въездного туризма [1].

Согласно Барометру международного туризма ЮНВТО в течение 2015 г. число международных туристских прибытий по всему миру увеличилось на 5 %. Несмотря на геополитические проблемы и медленный темп восстановления экономики, туристский спрос в течение высокого сезона в Северном полушарии (с июня по август) был значительным. Количество международных туристов (ночующих посетителей), путешествовавших по миру в 2015 г., достигло 820 миллионов, что на 41 миллион больше, чем за тот же период 2014 г. Увеличение составило 5 %. Таким образом, международный туризм продолжает расти, заметно превысив долгосрочный прогноз ЮНВТО на период 2010–2020 гг. (+3,8 %). В пиковые месяцы — июнь, июль и август, на которые приходится порядка трети годовых показателей, рост составил 4 % по сравнению с соответствующими месяцами 2014 г. [2].

Следует отметить, что в 2014 г. имелись значительные сдерживающие факторы развития международного туризма. Это вирус Эбола, экономические санкции против России, гражданская война на Украине, региональные конфликты. Однако, несмотря на значительные сдерживающие факторы, продолжается рост показателей международного туризма.

Если говорить о регионах, наибольший рост был отмечен на Американском континенте (+8 %), за которым следуют Азиатско-Тихоокеанский регион (+5 %) и Европа (+4 %). Что касается субрегионов, то среди них лидировали Северная Америка (+9 %) и Южная Азия (+8 %) наряду с Южной и средиземноморской Европой, Северной Европой, Северо-Восточной Азией и Южной Америкой (+7 % во всех перечисленных субрегионах). Американский континент (+8 %) возглавил тенденцию к росту в течение первых восьми месяцев 2014 г., отталкиваясь от невысоких результатов предыдущего года. Все четыре субрегиона — Северная Америка, Карибский регион, Центральная Америка и Южная Америка — удвоили показатели роста, зарегистрированные в 2013 г. Международные прибытия в Азиатско-Тихоокеанском регионе выросли на 5 %, что говорит о консолидации роста, наблю-

дающегося в последние годы. Лидируют в этом процессе Южная Азия (+8 %) и Северо-Восточная Азия (+7 %), за которыми следует Океания (+6 %).

С другой стороны, рост прибытий в Юго-Восточной Азии (+2 %) снизился по сравнению с выдающимися результатами, отмеченными в 2012 и 2013 гг. В Европе, наиболее посещаемом регионе мира, был отмечен 4 %-ный рост международных туристских прибытий в течение августа месяца, с выдающимися результатами в Северной Европе и Южной средиземноморской Европе (+7 % по каждому субрегиону).

Однако в Западной Европе рост шел более скромными темпами (+3 %), тогда как в Центральной и Восточной Европе наблюдалась стагнация (-1 %). В Африке число международных туристов выросло на 3 %, при этом Северная Африка подтвердила тенденцию к восстановлению (+4 %). В странах Африки южнее Сахары рост прибытий составил 3 %. Рост международных туристских прибытий на Ближнем Востоке оценивается в 3 %, хотя к этой цифре следует подходить с определенной осторожностью, так как она основана на ограниченном количестве доступных данных в отношении этого региона. Китай укрепляет свои позиции как лидирующий рынок выездного туризма.

Данные о расходах за 2014 г. указывают на то, что среди десяти ведущих рынков выездного туризма в мире самый высокий рост наблюдался в Китае (+16 %). Значительное увеличение было отмечено также во Франции (+10 %), Италии (+8 %), Соединенных Штатах Америки (+6 %), Бразилии (+5 %) и Российской Федерации (+4 %). Среди 25 ведущих рынков выездного туризма с точки зрения расходов в двузначных числах достиг рост в Индии (+31 %), Норвегии (+22 %), Швеции (+12 %), Тайване (провинция Китая) (+11 %) и Республике Корея (+10 %) [2].

Китай постепенно выдвигается в лидеры международного туристского рынка [3]. За десять лет Китай вышел с седьмого на четвертое место по количеству прибытий. Китай, занимающий четвертое место по количеству прибытий, находится только на шестой линии по доходам от туризма, отдав четвертое и пятое места Италии и Великобритании соответственно. Также нужно отметить, что лидерами посещаемых мест в поездках являются Гонконг, по Китаю, Сингапур и Тайвань, где проживает значительное количество этнических китайцев, и большинство приезжающих туристов — это родственники местных жителей.

Китай активно использует преимущества взаимодействия с международными организациями, которые способствуют развитию международного туризма: Всемирная туристская организация, Фонд охраны природы, ГАТТ, ЮНЕСКО, Всемирный фонд дикой природы [4]. Благодаря данным организациям были определены территории для развития международного туризма. Путём активного сотрудничества с местными организациями была сформирована эффективная и современная индустрия туризма.

Влияние международных организаций способствовало вливанию местных инвестиций в туристский бизнес, активизации местного населения в развитии туризма. Была выбрана туристская политика, ориентированная на устойчивое развитие туризма, осуществлялось применение принципов сбалансированности потребления природных ресурсов и экологичности. Туристская индустрия получила значительную поддержку со стороны правительства, коммерческих и некоммерческих организаций.

К 2020 г. количество международных туристских посещений составит 1,6 млрд единиц в год. Один только Китай будет принимать 1,67 млн иностранных туристов [5; 240].

Мировая организация по развитию туризма (1997 г.) предсказала, что Китай станет лидером в мире по количеству приезжающих туристов и четвертой страной по источникам туристов. Данные показывают, что Китай уже к 2003 г. совершил исторический переход от «страны с большим туристским ресурсом» до «сильной туристской страны в Азии». По доходам от въездного туризма Китай уже занял 5-е место в мире (3,8 % мирового рынка) после США, Испании, Франции и Италии [6].

Одним из мировых лидеров в сфере туризма является Турция. Для туристской отрасли в Турции разработана стратегическая программа развития до 2023 г. В стратегической программе указано, что дальнейшее развитие туристской отрасли будет происходить путём взаимодействия государственного и частного сектора на основе управления. Так как основу развития того или иного рекреационного района составляют, в первую очередь, дороги, то развитие туризма в районах Турции будет происходить в соответствии с планом «дорожной карты». Развитие туризма в Турции будет осуществляться не на отельных участках земли, а на уровне регионов, причём развиваться туризм в регионах будет на основе мастер-планов.

Турция имеет уникальные рекреационные условия для развития различных видов туризма: пляжного, горного, приключенческого, конгрессного, экотуризма, зимних видов спорта, круизного,

яхттуризма и других. Развитие туризма в Турции будет происходить с учётом природных, культурных, исторических и географических особенностей страны, на основе бережного отношения к рекреационным ресурсам и окружающей среде, чему будет способствовать экологический туризм и полная утилизация отходов отрасли. Инвестированию должны подлежать не только пляжный туризм, но и зимние виды отдыха, горный, религиозный туризм и экотуризм.

Выполнение стратегической программы потребует дальнейшего совершенствования сервиса, улучшения транспорта и инфраструктуры, маркетинга и образования. Все эти процессы должны осуществляться при поддержке государства. Инвестиции в туристскую отрасль должны быть адресными. Это будет осуществляться путём выдачи лицензий инвестиционным и консалтинговым фирмам. Улучшение качества услуг будет происходить путём внедрения системы менеджмента качества, имеющей, однако, специфику в зависимости от региона и вида туризма.

Развитие туризма в стране будет происходить локально: в девяти туристских зонах, семи тематических коридорах, десяти туристских городах и пяти зонах экологического туризма. Реализация стратегической программы развития отрасли туризма в Турции приведёт к увеличению ежегодного потока туристов до 63 млн человек [7].

Как говорится в докладе Международной туристской организации, в 2014 г. в Таиланде прогнозируется рост доли ВВП от туризма на 0,1 %, в сравнении с 2013 г., по результатам которого ВВП составил 2,4 трлн бат [8]. Рассматривая вопрос о влиянии туристской отрасли на экономику Таиланда в 2014 г., Международная туристская организация (WTTC) сообщает, что доля туризма в ВВП Таиланда на 2013 г. составила 20,2 %. Совет подсчитал долю ВВП от туризма, как напрямую от сектора путешествий и туризма, так и как косвенное воздействие, охватывающее вложения как в бизнес, так и в развлечения местных и иностранных туристов, государственные расходы, капитальные вложения и периодические поставки.

Согласно прогнозу общий вклад в ВВП вырастет в среднем на 6,4 % годовых в течение следующих 10 лет, и к 2024 г. составит в общей сложности 4,47 трлн бат, или 22,7 % от ВВП. В 2013 г. туристский сектор создал 15,4 % рабочих мест, включая косвенную поддержку, что в общем составило 6,01 млн бат. В 2014 г. ожидается падение на 5,1 %, до 5,7 млн. Если же говорить о долгосрочной перспективе, то в течение следующего десятилетия прогнозируется рост в среднем на 4,4 %, чтобы создать к 2024 г. в общей сложности 8,74 млн рабочих мест. В 2013 г. объём инвестиций в туристскую отрасль составил 229,5 млрд бат, или 7,0 % от общего объёма инвестиций. Согласно прогнозам WTTC в 2014 г. показатель вырастет на 6,7 % [9].

В 2007 г. Управление национального развития Венгрии приняло программу по развитию туристской отрасли. Основная цель программы — развитие туристского бизнеса. Также были предложены программы по развитию гостиничного бизнеса. Главные задачи программ гостиничного бизнеса:

- повышение качества гостиничного сервиса;
- расширение сети гостиниц;
- развитие средств размещения (мотелей, хостелов, пансионатов, кемпингов);
- развитие пользующихся спросом у туристов услуг: фитнес, спорт, лечебные услуги, сельский туризм.

Средства на развитие данных целей в туризме Венгрии были выделены из фондов ЕС.

Наличие программ развития туризма позволило венгерским туристским компаниям планомерно развивать туристский бизнес, улучшить качество предоставляемых услуг, построить новую инфраструктуру туризма. Целенаправленная политика государства в сфере туризма позволила увеличить количество туристских организаций в Венгрии, несмотря на мировой экономический кризис.

Туристская отрасль Венгрии находится в ведении Министерства промышленности, торговли и туризма. Но важнейшие решения о развитии отрасли принимает Национальный комитет по туризму, в который входят двенадцать представителей различных предприятий туристской отрасли — ассоциаций турфирм, ресторанов, гостиниц и других организаций. Эти двенадцать человек распределяют средства фонда туризма, объявляют инвестиционные проекты, предоставляют на льготных условиях кредиты на строительство туристских объектов. Их постановления рассматривает министр промышленности, торговли и туризма, и если в течение 8 дней он не накладывает свое вето, решения комитета вступают в силу. В составе министерства работает Департамент по туризму, который занимается подготовкой законов о туризме для парламента, лицензированием и сертификацией турфирм, открытием представительств Венгрии по туризму за рубежом. Сейчас такие представительства работают в 15 странах мира. Маркетингом и продвижением Венгрии на зарубежные рынки занимается Нацио-

нальная корпорация «Венгрия-туризм», которая приглашает в страну иностранных журналистов, выпускает профессиональный еженедельник по туризму. Корпорации принадлежит сеть информационных бюро по туризму «Tourinform», разбросанных по всей стране, в которых туристы могут найти информационные и рекламные материалы на 5–6 языках об интересных маршрутах, выставках и фестивалях, возможностях размещения и т.д. [10].

В год страну посещают примерно 39 миллионов иностранцев (население Венгрии составляет 10 млн человек). Из них примерно половина — настоящие туристы, остальная часть — транзитные путешественники и экскурсанты. По въезду из-за рубежа Венгрия находится на 5 месте в Европе. Все турфирмы, гостиницы, рестораны, казино и другие предприятия платят специальный налог, составляющий 1 % чистой прибыли в фонд туризма. Каждый месяц правительство объявляет о запланированной девальвации в размере 1,5 % в месяц для поддержки экспорта, в том числе туристских услуг.

Регулирование развития туристского предпринимательства происходит также и законодательно:

- Гражданский кодекс (3-й том) — о регулировании деятельности юридических лиц и предпринимательства;
- Закон о госбюджете (ежегодном);
- Закон о регулировании развития и территориальном развитии туризма;
- Закон о туризме;
- Закон об охране окружающей среды;
- Закон об охране природы;
- Закон об охране памятников искусства;
- Закон об охране памятников человеческой деятельности;
- Закон о защите культурных памятников, о музеях, о библиотечных услугах и массовом просвещении;
- Закон о торговле.

Также в Венгрии действуют международные туристские соглашения:

- Договор о партнерстве между Евросоюзом и Венгрией;
- Договор между Венгрией и Казахстаном о дружеских отношениях и основах сотрудничества.

Имеется еще одно специфичное направление туризма в Венгрии. В Лондоне посещение стоматолога стоит довольно дорого, поэтому пациенты совершают поездку в Венгрию для посещения стоматолога. Имеются ежедневные рейсы Лондон-Будапешт. При приезде в Будапешт, помимо посещения стоматолога, граждане Англии пользуются туристскими услугами, посещают SPA салоны и т.д.

Чешская Республика — это современное и динамичное туристское направление с богатой историей и уникальными природными красотами. Успешное представление страны на отечественном и зарубежном рынках обеспечивают агентство CzechTourism и его зарубежные представительства. Национальное туристское управление Чешской Республики — CzechTourism — это агентство при Министерстве регионального развития, основанное в 1993 г. Важнейшими партнерами агентства являются отечественные туристские регионы, города и муниципалитеты, а также субъекты предпринимательской деятельности. Национальное туристское управление Чешской Республики CzechTourism занимается развитием туризма, используя для этого целый ряд ключевых видов деятельности, пропагандирующих туризм на отечественном рынке и за рубежом. Основная миссия агентства CzechTourism — формирование нового восприятия Чешской Республики с точки зрения, прежде всего, ее превращения из посткоммунистической страны в привлекательное туристское направление. Кроме столицы страны Праги, имеющей в мире отличную репутацию, агентство стремится, прежде всего, к раскрытию потенциала неизвестных мест в регионах. Среди других целей агентства CzechTourism — увеличение количества повторных визитов и удовлетворенность туристов. Институт туризма — это новый отдел агентства CzechTourism. Его миссией является оказание аналитических и информационных услуг другим организационным компонентам агентства, а также профессиональной и широкой общественности. Институт также предоставляет регулярную информацию о текущем состоянии и ожидаемом развитии туристского рынка Чешской Республики, обеспечивает регулярную информацию о текущем состоянии и ожидаемом развитии рынка международного туризма посредством сотрудничества с общественным и частным сектором, использует полученные знания на практике, тем самым способствуя развитию и достижению долгосрочной конкурентоспособности Чешской Республики в области туризма [11].

В Чешской Республике развивают следующие виды туризма:

- познавательный туризм. Большое внимание уделяют истории;
- научный туризм. Прага является одним из мировых центров высшего образования, пользующегося популярностью среди студентов и магистрантов всех стран мира;
- спортивный туризм. Акцент делается на развитие активных видов отдыха, как зимних так и летних;
- оздоровительный туризм. Делается акцент на местные оздоровительные курорты: Карловы Вары; Марианские Лазне, Теплице и др.;
- конгрессный туризм. Большое значение имеет реконструированный конгрессный центр «Прага», являющийся крупнейшим в Европе.

Франция является ведущей туристской державой мира. На протяжении нескольких лет она удерживает лидерство по числу туристских прибытий. Ставка делается не на увеличение туристских прибытий, а на увеличение доходов от туризма за счет улучшения качества туристских услуг.

В области туристской деятельности Франции система государственного регулирования имеет сложную организационную структуру, во главе которой стоит министр туризма, наделенный контрольными и аудиторскими полномочиями. Ему непосредственно подчиняется Генеральная инспекция по туризму. Инспекция по туризму наделена представительскими функциями и контролирует работу всех иностранных туристских офисов во Франции и французских за пределами Франции.

Также она осуществляет надзор за деятельностью различных туристских организаций и отслеживает ситуацию на французском и зарубежных рынках. При министре туризма образован Национальный совет по туризму, в состав которого входят двести человек. Этот консультативный орган объединяет представителей туристской отрасли, играя важную организационную роль. Совет выполняет совещательную, согласительную и наблюдательную функции. Он принимает непосредственное участие в разработке государственной политики, обсуждении проектов, законодательных документов и других вопросов, относящихся к деятельности туристского бизнеса. Проводимые управленческие реформы во Франции привели к разделению функций контроля и исполнения в области туристской деятельности. Для претворения в жизнь комплекса мероприятий, направленных на развитие туристской деятельности во Франции, была создана национальная туристская администрация — Управление туризма, которое имеет свои подразделения непосредственно на местах. Управление разрабатывает и проводит государственную политику в области туристской деятельности.

В первую очередь управление регламентирует туристскую деятельность, опираясь на специальные нормативные документы. Также оно осуществляет сбор, систематизацию и распространение статистической информации о туристской деятельности, занимается реализацией социальных программ по обеспечению отдыха населения, занятости в сфере туризма. В его обязанности входит подготовка кадров для туристского бизнеса, и, кроме того, оно координирует деятельность различных туристских организаций. Среди организаций, которые вносят свой вклад в развитие национального туризма, особое место занимает «Дом Франции». Эта организация была создана в 1987 г. по инициативе министра туризма. Главный девиз этой организации — объединение с экономической целью. Второй организацией является ОДИТ Франс, которая образована при министерстве туризма. Эта организация занимается проведением различных исследований в области туристской деятельности. Также она проводит мониторинг туристского рынка, предоставляет консалтинговые услуги и проводит экспертизу различных туристских проектов [12].

Следует отметить, что во Франции большое внимание уделяется развитию туризма в малоизвестных для международных туристов местах, тем самым происходит сглаживание региональных диспропорций в развитии экономики и туризма. В связи с этим значительное внимание уделяется развитию деревенского туризма.

Деятельность некоторых туристских организаций во Франции носит социальный характер, отражая одну из главных особенностей национальной модели экономики — ярко выраженную социальную ориентацию. По инициативе министра туризма в 1999 г. была образована общественная организация «Фонд солидарности с отпускниками». Эта организация оказывала адресную помощь отдельным категориям граждан Франции, которые испытывают финансовые затруднения и не могут позволить себе отдых в отпускной период.

В состав этой организации вошли министерство по социальным вопросам, министерство по делам молодежи и спорта, туристские ассоциации, местные сообщества, заводские комитеты, предприятия гостиничного хозяйства, транспортные компании, национальный авиаперевозчик «Эр Франс», а

также Национальное агентство отпускных чеков. Эти организации аккумулируют свободные денежные средства и расходуют их целевым образом, обеспечивая отдых малоимущих семей. Малоимущие семьи и нуждающиеся через гуманитарные организации, органы социальной защиты, комитеты по делам безработных могут на местах получить соответствующие пакеты услуг по специальным низким расценкам.

Таким образом, часть малоимущего населения страны получает возможность реализовать свое гражданское право на отдых.

В системе социального туризма Франции центральное место занимает Национальное агентство отпускных чеков, контакт с которым доступен каждому гражданину. Это государственное учреждение обладает правом ведения коммерческой деятельности. Оно было создано в 1982 г. Эта организация имеет двойное подчинение — министру экономики и финансов и министру туризма. Руководство Национальным агентством отпускных чеков осуществляет административный совет, в состав которого входят представители профсоюзных комитетов, общественных организаций, трудовых коллективов, работодателей, поставщиков туристских услуг и др. Национальное агентство выпускает отпускные чеки, которые являются платежно-расчетным средством, и служат для оказания адресной помощи туристам и обеспечения доступности отдыха всем гражданам государства [12].

В 90-е годы XX в. французский туристский продукт достиг определенного прогресса на иностранном рынке туристских услуг. Согласно оценкам экспертов, при вложении капитала каждый франк принес 100 франков дохода. Ассоциация «Дом Франции» через министерство иностранных дел распределяет брошюры, путеводители и другую информацию обо всех французских туристских товарах, проводит консультации и обновляет базу данных об исследовании рынка, проводит рекламные кампании и PR-мероприятия (выставки-продажи, конференции, деловые встречи для журналистов и экспертов по туризму и т.д.). Ключ к успеху «Дома Франции» — постоянное исследование рынка туристских услуг и на основе полученной информации применение политики развития на различных рынках. В девяностые годы приоритетными рынками для Франции по объему и потенциалу туристских услуг были Япония, Великобритания, США, Германия. Поступления от данных стран составили половину всех поступлений от международного туризма.

Деятельность ассоциации «Дома Франции» показывает, как могут быть эффективными государственные инвестиции, если их правильно дополнять частными инвестициями.

В стране Восходящего солнца (Японии) имеются факторы, сдерживающие развитие туризма. Одна из них — дороговизна услуг, и в первую очередь размещения. Большинство гостиниц в Японии сделаны по национальным традициям размещения «рёканы». Обладая высокой стоимостью проживания, они, по мнению западных туристов, предлагают спартанские условия проживания. Следует отметить, что быт большинства населения Японии сдержан и непривлекателен, что отражается и на условиях, предоставляемых местными гостиницами.

Гостиницы Японии в основном рассчитаны на внутренний туризм. Построенные для западных туристов отели отличаются ещё большей дороговизной. Скромность в условиях проживания распространяется и на предлагаемую пищу. Небольшой ассортимент блюд редко обновляется. Зарубежные туристы отмечают довольно холодное отношение местных жителей к зарубежным туристам. Нет привычного, встречаемого в других странах искреннего гостеприимства и радушия. Японское правительство делает всё возможное, чтобы, несмотря на имеющиеся сдерживающие факторы, максимально развить въездной туризм. Для этих целей правительство ассигнует значительные средства на развитие японской туристской инфраструктуры.

Особенностью развития туризма в Германии можно назвать отсутствие отдельного министерства туризма, так как въездной туризм значительно уступает выездному, и потоки въездного туризма значительно уступают таким странам, как Франция, США [13].

Особенностью туризма в Германии являются однодневные поездки, значительное количество поездок «туров выходного дня». Пользуясь положением в центре Европы, наличием высокоскоростных дорог, немецкие граждане активно путешествуют как в пределах Германии, так и по странам Европы. Отдых внутри страны является самым дешевым путешествием в стране. Для этих целей активно развиваются деревенский туризм, отдых в кемпингах и передвижных трейлерах.

Опыт развития туризма зарубежных стран, который может использовать Казахстан:

1. Применение концепции устойчивого развития туризма, основанной на рациональном использовании природных ресурсов, их возобновимости и благодаря этому возможности длительного использования, в том числе последующими поколениями.

2. Регулирующая роль государства. Только государство может наиболее рационально, с пользой для граждан страны выбирать и поддерживать направления развития туризма, выделять необходимые финансовые ресурсы. Для этих целей необходимо создание специальных государственных органов, отвечающих за те или иные направления развития туризма.

3. Разработка государственных программ развития туризма, общей концепции развития туризма. Имея четкий согласованный план действий, можно наиболее эффективно и с наименьшей затратой достичь намеченной цели.

4. Нацеленность на развитие въездного туризма, обеспечивающего поступление доходов в бюджет и создание рабочих мест.

5. Использование крупных международных мероприятий (выставка ЭКСПО, спортивные мероприятия — Азиада) для развития международного туризма в последующие после окончания данных мероприятий годы.

6. Развитие социального туризма. Создание условий для путешествий малоимущего класса и инвалидов.

7. Развитие внутреннего туризма, обеспечивающего восстановление сил и здоровья граждан страны.

8. Развитие инфраструктуры туризма, являющейся базисом развития как внутреннего, так и международного туризма.

9. Привлечение в туризм наряду с государственными частными инвестициями, в том числе и зарубежных.

10. Повышение качества услуг. Применение системы менеджмента качества.

11. Совершенствование законодательства в сфере предпринимательства и туризма.

Международная выставка, проводимая в г.Астане, ЭКСПО-2017 призвана повысить узнаваемость и туристскую привлекательность Казахстана на мировой арене, показать гостеприимство нашего народа. Проведение выставки станет также дополнительным стимулом для экономического и инфраструктурного развития как столицы, так и страны в целом. Объекты, возводимые на месте проведения ЭКСПО, позволят в будущем рассматривать Казахстан и его столицу как крупную международную выставочную и информационно-презентационную площадку [14].

После проведения международной выставки ЭКСПО-2017 можно ожидать увеличения количества въезжающих туристов в нашу страну.

#### Список литературы

- 1 Ержанова С.К., Ержанов А.М. Перспективы развития кластерной модели туризма в Республике Казахстан // Вестн. Караганд. ун-та. Сер. Экономика. — 2015. — № 2 (78). — С. 37–44.
- 2 [ЭР]. Режим доступа: [http://www2.unwto.org/ru-официальный сайт Всемирной туристской организации \(ЮНВТО\)](http://www2.unwto.org/ru-официальный сайт Всемирной туристской организации (ЮНВТО)).
- 3 Китай XXI века. — Минск: БелНИИДАД, 2004.
- 4 Нечай А.А., Ян Чэнь. Тенденции развития международного туристского рынка и особенности въездного туризма в Китае // Беларусь и мировые экономические процессы: сб. науч. ст. — 2011. — Вып. 8. — С. 88–95.
- 5 Ежегодник туризма Китая. — Пекин, 2008.
- 6 Чжу Бинсы. Принципы формирования планировочной и функциональной структуры туристской системы Пекина и его пригородов: автореф. дис. ... канд. архитектуры. — СПб., 2009.
- 7 Tourism strategy of Turkey – 2023. — [ЭР]. Режим доступа: <http://www.kulturturizm.gov.tr/genel/text/eng/TST2023.pdf>, свободный.
- 8 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.thailandomania.com/> Официальный сайт. «Туризм в Тайланде».
- 9 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.wttc.org/> Официальный сайт международной туристской организации.
- 10 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.ice-nut.ru/hungary/hungary006.htm>. Официальный сайт «Айс Нат».
- 11 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.czechtourism.com/ru/home/> Официальный сайт Czech Republic. Land of Stories
- 12 [ЭР]. Режим доступа: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/13.shtml> Официальный сайт. Интернет-проект «Корпоративный менеджмент»
- 13 [ЭР]. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. Официальный сайт. Википедия. Туризм в Германии.
- 14 Шакина Ж.М., Мамраева Д.Г., Ташенова Л.В. Развитие событийного туризма в Казахстане сквозь призму «ЭКСПО-2017» // Вестн. Караганд. ун-та. Сер. Экономика. — 2014. — № 4 (76). — С. 18–25.

С.К. Ержанова, Ж. Хусты, Н.А. Урузбаева

### Халықаралық туризм тәжірибесі және оның Қазақстанда қолданылуы

Мақалада әлемдік экономиканың жетекші және серпінді дамушы салаларының бірі болып табылатын халықаралық туризм қарастырылған. Туристік нарық туристік бизнесті ұйымдастыруда ескерілуі тиіс айрықша белгілерімен сипатталатыны көрсетілген. Стратегиялық бағдарламаны орындау сервисті, көлікті, инфрақұрылымды, маркетингті және білім беру ісін одан әрі жақсартуды талап етеді. Осындай барлық процестер мемлекеттің қолдауымен жүзеге асырылуы тиіс. Туристік салаға инвестиция салу атаулы болуы тиіс, сондай-ақ бұл инвестициялық және консалтингтік фирмаларға лицензия беру арқылы жүзеге асырылады. Қызмет көрсету сапасы сапа менеджмент жүйесін енгізу арқылы жүргізілетіндігі көрсетілген.

S.K. Yerzhanova, Z. Huszti, N.A. Uruzbayeva

### Experience of international tourism and its application in Kazakhstan

The article deals with international tourism, which is one of the leading and fastest growing sectors of the global economy. The travel market has its own specific features, you must take into account that the organization of tourist business. Implementation of the strategic program would require further improvement of the service, to transportation and infrastructure, marketing and education. All these processes must be carried out with the support of the state. Investments in the tourism sector should be targeted this will be done through licensing and investment consulting firms. Improving the quality of services will take place by the quality management system.

#### References

- 1 Yerzhanova S.K., Yerzhanova A.M. *Bulletin of Karaganda University, Ser. Economy*, 2015, 2 (78), p. 37–44.
- 2 [ER]. Access mode: <http://www2.unwto.org/ru/>- the official website of the World Tourism Organization (UNWTO).
- 3 *China XXI century*, Minsk: BelNIIDAD, 2004.
- 4 Nechay A.A., Yang Chen. *Belarus and the world economic processes*: coll. scientific. Art, 2011, 8, p. 88–95.
- 5 *Yearbook of China Tourism*, Beijing, 2008.
- 6 Zhu Bins. *The principles of planning and functional structure of the Beijing tourism system and its suburbs*: Author. Dis. ... cand. Architecture. Saint Petersburg, 2009.
- 7 *Tourizm strategy of Turcey – 2023*, [ER]. Access mode: <http://www.kulturturizm.gov.tr/genel/text/eng/TST2023.pdf>, свободный.
- 8 [ER]. Access mode: <http://www.thailandomania.com/> Official site. «Tourism in Thailand».
- 9 [ER]. Access mode: <http://www.wttc.org/> Official site International Tourism Organization.
- 10 [ER]. Access mode: <http://www.ice-nut.ru/hungary/hungary006.htm>. Official site. «Ays Nath».
- 11 [ER]. Access mode: <http://www.czechtourism.com/ru/home/>. Official site. Czech Republic. Land of Stories
- 12 [ER]. Access mode: <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-4/13.shtml>. Official site. Internet project «Corporate Management»
- 13 [ER]. Access mode: <https://ru.wikipedia.org/wiki/>. Official site. Wikipedia. Tourism in Germany.
- 14 Shayekina Zh.M., Mamrayeva D.G., Tashenova L.V. *Bulletin of Karaganda University, Ser. Economy*, 2014, 4 (76), p. 18–25.