СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

**1.** РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ТУРИЗМА В МИРЕ

1.1 Место и роль международного туризма в мировой экономике

1.2 Тенденции развития международного туризма в отдельных регионах мира

2. РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

2.1 Развитие международного туризма в Казахстане

2.2 Правила оформления туристов в РК

2.3 Процедура таможенного оформления в международных пунктах пропуска Республики Казахстан

3.ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

3.1 Прогнозы развития международного туризма

3.2 Оценка потенциала роста мирового рынка туризма

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ВВЕДЕНИЕ

«Международный туризм в настоящее время является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей внешнеэкономической деятельности. Неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов является одной из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, которая сопутствует формированию и развитию мирового хозяйства. Становится очевидным превращение туризма в крупную самостоятельную отрасль национальной экономики, деятельность которой направлена на удовлетворение специфических потребностей населения. Многообразие этих потребностей удовлетворяется не только туристскими предприятиями, но и предприятиями других отраслей, что обусловливает значение туризма как одного из факторов мультипликативного воздействия на развитие экономики. Туризм является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес становится сейчас значимым сектором экономики» [1].

«Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа, имеет огромный нереализованный потенциал для развития туризма на международном и региональном рынках.

Туристический потенциал рекреационных ресурсов и историко-культурного наследия позволяет Казахстану гармонично интегрироваться в международный рынок туризма и достичь интенсивного развития туризма в стране. Это обеспечит устойчивый рост занятости и доходов населения, стимулирование развития смежных с туризмом отраслей и увеличение притока инвестиций в национальную экономику.

Индустрия туризма в Казахстане на государственном уровне признана одной из приоритетных отраслей экономики. Анализ статистических и эмпирических данных свидетельствует о возрастающем интересе к Казахстанскому туристическому продукту и благоприятных тенденциях роста количества туристов и расширения рынков сбыта.

Туризм – это феномен. Термин «туризм» нельзя было найти ни в одном языке мира до середины XIX века. Слово «tour» чаще всего ассоциировалось с поездкой, затем с фактом временного отсутствия человека в своем доме по делу или во имя приятного времяпрепровождения, то есть постепенно вырабатывалась современная интерпретация слова «tourism».

Республика становится более привлекательной для бизнесменов, спортсменов, ученых, любителей экстремального отдыха, а также для людей, интересующихся историей и сегодняшним днем стран, расположенных на Великом Шелковом пути.

Поскольку большую часть территории Казахстана занимают горы, то именно они являются наиболее привлекательным ресурсом для туристов дальнего зарубежья. Приключенческий туризм пользуется высоким спросом на мировом туристическом рынке.

Кроме природных достопримечательностей, Казахстан богат историко-культурными памятниками, расположенными на Великом Шелковом пути, имеющими всемирное значение. Организация транзитных туров на Великом Шелковом пути особенно актуальна, так как это даст Казахстану возможность вхождения в зону интереса таких стран, как Япония, Малайзия, КНР, Корея, а также европейских государств.

Туристская терминология претерпевает существенные изменения сообразно стремительному темпу развития и формирования, как общественных отношений, так и туризма, его отраслей и видов. Толкование туристских терминов – предмет ожесточенных дискуссий разработчиков теории туризма.

Изучение туризма с научной точки зрения с недавних пор привлекло внимание ученых многих областей знаний. В связи с этим возникла необходимость в разработке точных и согласованных определений и терминов. Этой проблемой ежегодно занимаются различные организации, включая Организацию Объединенных Наций, Всемирную Туристскую Организацию, Организацию Экономического Сотрудничества и Развития» [2].

«Рассмотрим основные понятия и категории с точки зрения норм. В законе РК «О туризме», дается следующее определение. Туризм - временные выезды (путешествия) граждан РК, иностранных граждан и лиц без гражданства за пределы постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых, спортивных, религиозных и других целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [3].

Всё выше сказанное подчеркивает актуальность дипломной работы.

Целью дипломной работы является исследование современного состояния международного туризма в РК, его влияния на экономику страны

Достижение этой цели потребовало постановки и решения следующего комплекса задач:

* исследовать основные теоретические аспекты международного туризма;
* раскрыть значение международного туризма в экономике РК;
* исследовать структуру туристической отрасли и потенциал туристических ресурсов страны;
* провести анализ факторов оказывающих влияние на развитие;
* выявить основные направления и перспективы развития международного туризма в РК.

Исследование выполнено на основе данных Национального статистического комитета РК о состоянии и развитии туризма в Казахстане в целом и по регионам в динамике с 1998 г. по 2003 г. Источником информации также послужили материалы исследований организаций, занимающихся туристской деятельностью.

Методологической и теоретической основой работы послужили труды отечественных и зарубежных ученых, положения экономической теории рыночной экономики, материалы научных семинаров и конференций.

Структура дипломной работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Первая глава работы «Теоретические основы развития международного туризма» посвящена раскрытию теоретических аспектов международного туризма, его роли в мировой экономике. В данной главе рассматриваются основные направления и тенденции развития международного туризма в мире, а также в отдельных регионах мира, на основе статистических данных Всемирной Туристской Организации, Всемирного совета по туризму и путешествиям и других организаций.

Во второй главе «Потенциальные возможности развития международного туризма в Казахстане» рассматривается современное состояние международного туризма в РК, проводится анализ структуры туристической отрасли в целом, а также отдельных элементов отрасли. В данной главе проводится исследование потенциала туристических ресурсов. Проводится анализ туристических ресурсов Казахстана в целом и по отдельным областям республики.

Третья глава «Перспективы развития международного туризма в Казахстане» посвящена изучению основных направлений и перспектив развития международного туризма в РК. Также в данной главе рассматриваются вопросы государственной политики развития международного туризма. Особое внимание уделяется исследованию концепции развития туризма в РК до 2010 года.

**1** РАЗВИТИЕ ИНСТИТУТА ТУРИЗМА В МИРЕ

1.1 Место и роль международного туризма в мировой экономике

«Международный туризм является одной из наиболее динамично-развивающихся сфер внешнеэкономической деятельности и занимает важное место в современной мировой экономике, причем его роль постоянно возрастает.

По данным Всемирной туристской организации, годовой доход от международного туризма в 2006 г. составил 474,2 млрд. долл. при 702,6 млн. совершенных международных путешествий.

Кроме того, среди различных видов услуг туризм занимает одно из ведущих мест, уже сегодня представляя собой одну из крупнейших отраслей, которая дает свыше 12% от мирового экспорта товаров и услуг, что составляет 1,289,8 млрд. долларов. Международный туризм входит в число трех крупнейших экспортных отраслей, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению.

Международный туризм оказывает значительное влияние на мировой ВВП. Так, согласно оценкам Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), в 2007 году доля туризма составит 10,4% мирового ВВП, а в последующие 10 лет, согласно прогнозам, доля туризма возрастет до 10,9%. Туризм числится в первых пяти позициях общего экспорта 80% стран мира, особенно Европы, Среднего Востока и США» [4].

«Туризм – это феномен. Термин «туризм» нельзя было найти ни в одном языке мира до середины XIX века. Слово «tour» чаще всего ассоциировалось с поездкой, затем с фактом временного отсутствия человека в своем доме по делу или во имя приятного времяпрепровождения, то есть постепенно вырабатывалась современная интерпретация слова «tourism».

Словарь Вебстера поясняет слово «турист» как «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».

Одно из первоначальных и наиболее точных определений туризма дано профессорами Бернского университета Гунзикером и Крапфом, которое позже было принято Международной ассоциацией научных экспертов туризма. Первоначально эти ученые были того мнения, что туризм можно определить как ряд явлений и взаимоотношений, возникающих как результат путешествий людей, до тех пор, пока это приводит к постоянному пребыванию вне места постоянного проживания и не связано с получением какой-либо выгоды (прибыли). Это определение не касается экскурсий, деловых путешествий, связанных с получением прибыли, даже когда прибыль не получена в стране пребывания. Необходимо заметить, что трудно установить различия между деловыми путешествиями и теми, которые предпринимаются с целью развлечения, так как большинство путешествий являются комбинацией этих двух видов путешествий.

Со временем базовая концепция туризма расширилась и стала включать различные виды деловых путешествий, которые не приводят к постоянному пребыванию в стране и не подразумевают получение прибыли.

Для того чтобы выявить особенности современного этапа развития туризма, необходимо рассмотреть историю его возникновения.

Современный туризм – явление, с одной стороны, молодое, так как массовым он стал всего лишь после Второй мировой войны, с другой стороны, туризм имеет глубокие исторические корни, ибо путешествия известны человечеству с древнейших времен» [5].

«Периодизация развития туризма в Западной Европе очень подробно освещена В.Б. Сапруновой. В ее основу положены следующие критерии: технико-экономические предпосылки; социальные предпосылки; целевые функции туризма на разных этапах развития. Согласно этой периодизации, в истории развития туризма различается 4 этапа:

1. до начала XIX века – предыстория туризма;
2. начало XIX века – начало XX века – элитарный туризм; зарождение специализированных предприятий по производству туристских услуг;
3. начало XX века – до Второй мировой войны – начало становления социального туризма;
4. после Второй мировой войны – современный этап – массовый туризм, формирование туристской индустрии как межотраслевого комплекса по производству товаров и услуг для туризма. Именно в этот период туризм приобретает действительно массовый характер: из предмета роскоши он становится потребностью для большинства населения высокоразвитых индустриальных стран. В определенной степени, этому способствовало сокращение рабочего времени, и, соответственно, рост свободного времени. Формируется мощная индустрия отдыха со своими институтами, продуктом, производственным циклом, методами организации и управления производством.

Итак, на определенном этапе развития экономики, когда потребность в путешествиях резко возросла, появились и производители услуг для путешествий. Это привело к формированию товара особого вида - туризма. Таким образом, туризм возник как товар, который можно купить и продать на потребительском рынке и который реализуется в форме материальных и нематериальных услуг. Своеобразным достоинством туристских услуг как товара является то, что значительная часть этих услуг производится с минимальными затратами на месте и, как правило, без использования иностранной валюты» [6, с.33].

«Туризм не является товаром первой жизненной необходимости, поэтому он становится насущной потребностью человека только при определенном уровне его дохода и определенном уровне богатства общества.

Существенное значение для развития международного туризма имело также стремление отдельных стран к увеличению валютных поступлений от туризма и создание с этой целью целой отрасли хозяйства — туристской индустрии. Под туристской индустрией понимается совокупность производственных, транспортных и торговых предприятий, производящих и реализующих туристские услуги и товары туристского спроса. Сюда относятся гостиницы и другие средства размещения, средства транспорта, предприятия общественного питания, предприятия, выпускающие сувениры и другие товары туристского спроса. В туристской индустрии во всем мире занято более 214 млн. человек.

Туристская терминология претерпевает существенные изменения сообразно стремительному темпу развития и формирования, как общественных отношений, так и туризма, его отраслей и видов. Толкование туристских терминов – предмет ожесточенных дискуссий разработчиков теории туризма. Для того чтобы определить значение туризма и полнее описать сферу его деятельности, необходимо, в первую очередь, выделить различные группы субъектов, которые взаимодействуют в туризме:

1. Туристы. Это люди, которые испытывают различные психические и физические потребности, природа которых определяет направление и виды участия этих людей в туристской деятельности в качестве потребителей.

2. Организации, предоставляющие туристам товары и услуги. Это предприниматели, которые видят в туризме возможность получать прибыль посредством предоставления товаров и услуг с учетом спроса на туристском рынке.

3. Местные органы власти. Рассматривают туризм как важнейший фактор экономики, связанный с доходами, которые местные граждане могут получать от этого бизнеса в виде налогов, поступающих в местный бюджет.

4. Принимающая сторона. Местное население, воспринимающее туризм, в первую очередь, как фактор занятости населения. Для этой группы важным является результат взаимодействия с туристами, в том числе и с иностранными.

Таким образом, туризм может быть определен как совокупность явлений и взаимоотношений, возникающих при взаимодействии туристов, поставщиков, местных органов власти и местного населения в процессе туристской деятельности» [7, с.7].

«Путешествия, туризм – это комплекс родственных сфер бизнеса. Наиболее близкой к туризму профессией является распространение туров, то есть работа туристских агентств. Непосредственно привлечены к туризму транспортные организации, предприятия общественного питания и учреждения размещения. К сопряженным видам бизнеса также можно отнести финансовые структуры, которые финансируют развитие сферы обслуживания.

Изучение туризма с научной точки зрения с недавних пор привлекло внимание ученых многих областей знаний. В связи с этим возникла необходимость в разработке точных и согласованных определений и терминов. Этой проблемой ежегодно занимаются различные организации, включая Организацию Объединенных Наций, Всемирную Туристскую Организацию, Организацию Экономического Сотрудничества и Развития» [8].

«Международные организации постоянно обращаются к теме туристской терминологии, в основном с целью согласования принципов международной статистики. Так, в 1937 году определение «международный турист» было дано на Конференции экспертов по статистике Лиги Наций. В 1950 году International Union of Official Travel Organization(IUOTO) – Международный союз официальных туристских организаций (МСОТО), преобразованный в 1975 году во Всемирную Туристскую Организацию (ВТО), уточнил определение «турист», введя новые понятия: «экскурсант» и «транзитный путешественник». При этом было дано четкое разграничение этих категорий от категории «турист».

Приведем 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».

Рассмотрим основные понятия и категории с точки зрения норм. В законе РК «О туризме», дается следующее определение. Туризм - временные выезды (путешествия) граждан РК, иностранных граждан и лиц без гражданства за пределы постоянного места жительства в оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых, спортивных, религиозных и других целях без занятия оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания.

Изучение туризма осуществляется с помощью различных подходов и методов, в выборе которых нет единодушия среди специалистов. Например, авторитетные американские профессора Р. Макинтош, Ч. Голднер и Б. Ритчи рекомендуют следующие подходы:

1. Институциональный подход к изучению туризма подразумевает изучение разных туристских институтов и посредников, таких, как отели, рестораны, туроператоры, турагенты и др. Этот метод требует исследования организационного процесса, операционных методов, экономической среды бизнеса и др.

2. Подход, основанный на изучении продукта, исследует различные туристские продукты во взаимосвязи с их производством, продвижением на рынке и реализацией. Однако этот подход требует много времени для изучения и не позволяет исследователям быстро определить основы туризма.

3. Исторический подход включает в себя анализ деятельности туристских институтов в историческом ракурсе и влияние инноваций на их развитие. Такой эволюционный подход не получил широкого развития, поскольку туризм приобрел массовый характер сравнительно недавно.

4. Управленческий подход, по мнению специалистов, является самым важным и перспективным, так как ориентирован на отдельные туристские фирмы, то есть имеет микроэкономический характер. Этот подход сфокусирован на такие виды управленческой деятельности, необходимые для функционирования туристской организации, как планирование, контроль, ценообразование, реклама и др. Важность и перспективность данного подхода обусловлены тем, что институциональные изменения, изменения продукта и даже общества подразумевают, что именно управленческие цели и процедуры должны запустить механизм изменений с учетом перемен, происходящим в туристской среде.

5. Экономический подход из-за важности туризма, как для внутренней, так и для мировой экономики, активно изучается экономистами с точки зрения формирования спроса и предложения, его влияния на платежный баланс u1080 и обменный курс, занятость, экономическое развитие и другие экономические факторы. С помощью этого подхода можно разработать схему анализа туризма и его экономического воздействия на экономику страны. Однако он не уделяет должного внимания экологическому, социально-культурному, психологическому и антропологическому воздействию.

6. Социологический подход обусловлен тем, что туризм представляет собой социальную деятельность, поэтому внимание социологов направлено на изучение индивидуального и группового поведения туристов и влияния туризма на общество. При таком подходе рассматривают социальные группы, привычки и обычаи, как гостей, так и жителей принимающей стороны. Социальные аспекты туризма и отдыха пока недостаточно изучены, и это предсказывает более широкое применение социологического подхода.

7. Географический подход специализируется на изучении местности туристской зоны (потоки туристов в эти местности), ландшафта, климата, а также экономических и социально-культурных аспектов. Особую важность здесь приобретает курс рекреационной географии, так как туризм и рекреация тесно взаимосвязаны.

8. Междисциплинарный подход обусловлен, прежде всего, тем, что туризм охватывает практически все аспекты жизни общества. Поскольку путешественники имеют самые различные цели, необходимо использовать психологический подход при выполнении маркетинга и продвижении туристского продукта. При изучении культурного туризма, помимо прочего, целесообразно применять антропологический подход. 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. Для того чтобы индустрия туризма функционировала, необходимо, чтобы законодательные органы обеспечивали u1089 соответствующую правовую базу в виде законов о туризме и других нормативных актов.

9. Системный подход к изучению туризма интегрирует другие подходы в единый комплексный подход, с помощью которого на микроуровне можно исследовать деятельность туристских фирм в конкурентной среде, их рынки, а также их взаимоотношения с другими системами, такими, как политическая, правовая, экономическая и социальная» [9, с.44].

«Международный туризм бывает выездной и въездной. Выездной туризм - это путешествия лиц, постоянно проживающих на данной территории, в другую страну. Въездной туризм - это путешествия в пределах данной страны лиц, не проживающих постоянно на территории этой страны.

В соответствии со спецификой отражения финансовых результатов в бюджете страны выделяют два вида туризма: активный и пассивный.

Приезд иностранных туристов в данную страну является активным туризмом. Активный туризм служит фактором ввоза денег (валюты) в данную страну.

Выезд туристов из одной страны в другие государства является пассивным туризмом. Пассивный туризм является фактором вывоза денег (валюты) из данной страны.

В зависимости от главной цели путешествия выделяют следующие разновидности туризма: рекреационный, познавательный, научный, деловой.

Рекреационный туризм - это туризм с целью отдыха, оздоровления и лечения. При этом следует иметь в виду, что пребывание граждан в специальных санаториях (как при наличии больничного листа, так и при его отсутствии) не относится к туризму, так как в данном случае санаторий - это разновидность больницы.

Познавательный, или культурный, туризм - это путешествие в целях ознакомления с историко-культурными достопримечательностями и уникальными природными объектами по определенной программе.

В научном туризме преобладает посещение конгрессов, симпозиумов и т.п., причем обычно с последующими экскурсионными поездками.

Деловой туризм (поездки бизнесменов с деловыми целями) представляет собой наиболее динамичный и доходный вид туризма.

По характеру организации путешествия выделяют индивидуальный, групповой, организованный и самодеятельный (неорганизованный), стационарный и передвижной туризм.

По интенсивности туристских путевок различают постоянный и сезонный туризм. Круглогодичное и относительно равномерное посещение туристских регионов называется постоянным туризмом. Это характерно, прежде всего, для наиболее известных центров цивилизации, культуры, оздоровления: известных городов мира, курортов, мест, располагающих уникальными минеральными водами и грязями.

Некоторые регионы привлекают туристов преимущественно в определенное время года. Такой туризм является сезонным. Туристские регионы, посещаемые только в определенное время года (например, летом или зимой), характеризуются как односезонные туристские регионы. Регионы, посещаемые в любое время года (и летом, и зимой), называются двухсезонными. Сезоны в зависимости от степени интенсивности посещения туристами данного туристского региона делятся на: пиковый (т.е. наиболее загруженный), тихий (со средней степенью загрузки) и мертвый (незагруженный, почти не посещаемый туристами) сезоны.

По продолжительности пребывания туристов в путешествии выделяют кратковременный и продолжительный туризм. Кратковременный туризм - это туризм, когда продолжительность путешествия не превышает трех суток. Продолжительный туризм - это туризм, при котором срок путешествия более трех суток. Исходя из используемых транспортных средств для передвижения туристов различают туризм с использованием личного транспорта туриста и общественного транспорта, т.е. транспорта, принадлежащего или арендованного туристским хозяйствующим субъектом. К этим разновидностям туризма относятся автотуризм, караванный круиз, морской и речной круизы и т.п.

Кроме того, туристу могут быть предоставлены либо определенные виды услуг по его выбору, либо полный комплекс услуг. Полный комплекс услуг может предоставляться путем продажи так называемых инклюзив-туров (inclusive tour) или пэкидж-туров (package tour)» [10, с.77].

«Инклюзив-тур применяется чаще всего при авиационных перевозках, причем стоимость перевозки туриста к месту назначения и обратно определяется на основе специально разрабатываемых инклюзив-тарифов, которые иногда наполовину ниже обычных. Он включает также стоимость размещения туриста в гостинице, питание (полное или частичное) и другие услуги, предоставляемые на определенное число дней пребывания туриста в стране назначения. Общий уровень цены инклюзив-тура должен быть не ниже обычного тарифа (т.е. стоимости транспортировки) до данной страны. Клиенту сообщается полная цена инклюзив-тура без разбивки ее на отдельные виды услуг. Инклюзив-туры предполагается использовать как при групповых, так и при индивидуальных туристских поездках. Пэкидж-тур также предполагает предоставление клиенту полного комплекса услуг, который, однако, может и не включать транспортные расходы. Обычно пэкидж-туры организуются по определенной, заранее рекламируемой программе.

Принципиального различия между этими понятиями нет. В западноевропейских странах более распространен термин «инклюзив-тур», в США — «пэкидж-тур».

Структура этих туров в значительной степени варьируется в зависимости от страны, состава туристов, их покупательной способности, характера, ассортимента и качества предлагаемых услуг.

Международный туризм, для многих стран превратился в существенный источник увеличения доходов и роста национальной экономики. Такие высокоразвитые страны, как Швейцария, Австрия, Франция, значительную долю своего благосостояния построили на доходах от туризма. Международный туризм стал важным источником валютных поступлений для многих развитых и развивающихся стран. Например, удельный вес доходов от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг составляет: в Испании – 18,3%, Австрии — 11,8%, Греции — 33,6%, Португалии — 14,9%, на Кипре — 53%. В большинстве развивающихся стран на долю иностранного туризма приходится 10-15% доходов от экспорта товаров и услуг (Индия, Египет, Перу, Парагвай, Коста-Рика). В классификации Всемирной туристской организации выделяются страны, являющиеся в первую очередь странами — поставщиками туристов, и страны, являющиеся в первую очередь принимающими. К странам — поставщикам туристов относятся: США, Бельгия, Дания, Германия, Голландия, Новая Зеландия, Швеция, Канада, Англия. К принимающим туристов странам относятся: Австралия, Италия, Швейцария, Франция, Кипр, Греция, Мексика, Португалия, Испания, Турция» [11, с.50].

«По количеству прибытий и доходам от международного туризма Всемирная туристская организация ежегодно составляет рейтинг десяти лидирующих стран (Таблица 1.1.1).

Таблица 1.1.1 - Первые десять стран мира по числу туристов в 2006г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Позиция | Страна | Число туристов, млн. человек | Соотношение численности туристов, %  2006/2005 | 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 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | Сентябрь 2006г. | |

Франция и Испания лидируют по международным туристским прибытиям, составляя вместе более 18% всех международных прибытий. США занимает третье место, несмотря на сокращение в 6,7% по сравнению с предыдущим годом. Несмотря на то, что Китай занимает пятое место, он подтверждает важность данной отрасли, ростом в 11%» [12].

«По доходам от международного туризма лидируют США, для которых этот показатель составляет 67 миллиардов долларов, несмотря на спад в 20% по сравнению с 2006 годом. Доходы Испании, Франции и Италии колеблются от 34 до 27 миллиардов долларов. Наиболее прогрессивными по сравнению с предыдущим годом являются Гонконг (Китай), Китай и Австрия (Таблица 1.1.2).

С 60-x годов ХХ века международный туризм начал бурно развиваться. В это время феномен туризма приобретает широкий размах, с числом международных туристических посещений, превышающих 50 млн., а после 60-70-х годов, для которых характерен массовый туризм на мировом уровне, рост международного туризма приобретает захватывающие темпы (Таблица 1.1.2)» [13].

Таблица 1.1.2 - Первые десять стран мира по доходам от туризма (международные туристские поступления) в 2006г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Позиция | Страна | Доход от туризма, млрд. долл. | Соотношение доходов (%)  2006/2005 | 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 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | |  | |

«Таким образом, число прибытий с 1966 по 2006 увеличилось почти в 10 раз (Рисунок 1.1.1.). Среднегодовые темпы роста числа прибытий иностранных туристов, составившие с 1996 года по 2006 год 4,3%, отражают жизнестойкость и устойчивость международного туризма перед экономическими колебаниями.

Таблица 1.1.3 - Динамика числа прибытий туристов и поступлений от туризма во всем мире за 1966-2006гг.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Число прибытий, млн. человек | Изменения, % | Поступления,  млрд. долл. | Изменения, % |
| 1966 | 69,2 | - | 6,86 | - |
| 1976 | 159,6 | 130,4 | 17,9 | 163,2 |
| 1986 | 284,8 | 78,3 | 102,3 | 471,9 |
| 1996 | 459,2 | 61,2 | 264,7 | 158,5 |
| 2006 | 687,3 | 49,6 | 473,4 | 78,8 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | |  | |

Доходы стран от продажи услуг туризма выросли в этот период более чем в 69 раз, с 6,8 млрд. долл. до 473,4 млрд. долл. (Рисунок . 1.1.2)» [14].

Рисунок 1.1.1.

Рисунок 1.1.2

«Возрастающее значение туризма в экономическом развитии все большего числа стран подтверждает предположение, что доля поступления от международного туризма в ближайшее десятилетие будет расти.

Международный туризм оказывает значительное влияние на решение проблемы занятости населения, обеспечения рабочих мест на временной и постоянной основе. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям(WTTC), в 2007 году в мировом туризме будет занято 8,1% всех работающих, то есть в сфере туризма будет занят каждый двенадцатый работающий. Прогнозы показывают, что в 2014 году число работающих в туризме составит 8,6% всего занятого населения в мире. В США, согласно национальной статистике, туристская индустрия обеспечивает более 16,7 млн. рабочих мест, что составляет 11,9 % от общего количества рабочих мест в стране [15]. «Вклад туризма в занятость населения и открытие новых рабочих мест определяют социально-экономическое значение данного сектора.

Развитие туризма оказывает стимулирующее воздействие на такие ключевые секторы экономики, как транспорт, связь, торговля, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и, с учетом мультипликативного эффекта, составляет одно из наиболее перспективных направлений структурной перестройки экономики.

Увеличение объемов капитальных инвестиций в туризм также свидетельствует об экономическом значении этой области на мировом уровне. Так, до конца 2007 года ожидается, что доля туризма в общем объеме инвестиций в мире составит 9,4% или 802,3 млрд. долларов.

В общем числе туристических поездок в мире, 60% составляют поездки в связи с отдыхом, 30% - деловые поездки» [16, c.4].

«Согласно прогнозам ВТО, развитие международного туризма будет постоянно возрастать. Так, средние темпы роста международных туристских посещений 4,2% до 2010 года и 4,5% в период с 2010 по 2020 год. Международный туризм способствует экономическому и социальному развитию в мировом масштабе. Приведенные данные еще раз подтверждают, что международный туризм занимает важное и значимое место в мировой экономике» [17].

1.2 Тенденции развития международного туризма в отдельных регионах мира

«Для изучения развития международного туризма и его воздействие на мировую экономику необходимо рассмотреть отдельные регионы мира. Всемирная туристская организация (ВТО), выделяет пять основных регионов мира:

- Америка

- Африка

- Азиатско-Тихоокеанский регион

- Ближний Восток

- Европа

Международный туризм в мире крайне неравномерен, что объясняется в первую очередь разными уровнями социально-экономического развития стран и регионов. Наибольшее развитие международный туризм получил в западноевропейских странах. На долю этого региона приходится около 60% мирового туристического рынка и около 50% валютных поступлений. Свыше 18% мирового туристического рынка и 20% валютных поступлений приходится на Азиатско-Тихоокеанский регион, менее 17% рынка и 24% валютных поступлений - на Америку, и около 8% рынка и 5% валютных поступлений на Африку и Ближний Восток, вместе взятых.

Каждый регион мира делится на более мелкие регионы, которые в свою очередь представлены составляющими их странами (Таблица 1.2.1).» [18, с.4]

«Географическое сосредоточение международных туристских обменов соответствует географической концентрации торговли, однако имеет два важных отличия".

Во-первых, страны с положительным балансом по поступлениям от туризма, например США, Испания, Португалия, Греция, часто имеют отрицательный баланс в торговле. Страны с отрицательным балансом по туристским обменам имеют положительный торговый баланс, например Германия, Япония» [19, с.88].

Таблица 1.2.1 - Состав регионов мира

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Регион | Субрегион | Страны региона |
| Америка | Северная Америка  Страны Карибского бассейна  Центральная Америка  Южная Америка | 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 |

«Во-вторых, обмен туристскими услугами между индустриальными странами с аналогичными образцами спроса не обязательно является обменом продуктами подобных типов, как в торговле товарами.

Действительно, обмен товарами между индустриальными странами является, прежде всего, обменом продуктами одной и той же категории, например торговля автомобилями между США и Японией или продуктами питания между европейскими странами. Это так называемая внутриотраслевая торговля. В туризме обмен подобными продуктами также существует, например, в секторе культурного туризма, но в меньших размерах. Как правило, происходят обмены традиционными видами туризма. Например, жители северных стран Европы в основном проводят отпуск на курортах стран Средиземноморья, а жители южных теплых стран отдают предпочтение отдыху на горнолыжных курортах» [20, с.70].

«Европа прочно удерживает первое место среди других регионов мира по числу принятых иностранных туристов. В 2002 году, несмотря на незначительный рост в 2%, международные туристские прибытия составили 400 миллионов человек. Доходы от международного туризма возросли до 240 миллиардов долларов, что составляет цифру в 600 долларов за одно туристическое прибытие. Наиболее яркими лидерами в этом регионе являются Франция и Испания, которые показывают наилучшие результаты по числу принятых международных туристов и по доходам от международного туризма. Турция лидирует в этом регионе по объемам роста международного туризма, составляя 19%. Российская Федерация, Украина и страны СНГ развиваются довольно стабильно. Великобритания последние три года имеет отрицательный тренд развития (Таблица 1.2.2)» [22].

«За относительной потерей доминирующего положения Европы стоят следующие факторы:

• некоторые западноевропейские страны, в частности на юге Европы, такие, как Италия и Греция, в меньшей степени Испания и Португалия, терпят падение конкурентоспособности вследствие старения их туристского продукта;

• некоторые североевропейские страны, например Великобритания, Дания, Норвегия и Швеция, очень дорогие для туристов. Это неизбежно влияет на их конкурентоспособность;

• растет популярность стран Юго-Восточной Азии, которые с недавнего времени успешно развивают свою туристскую индустрию.

Тем не менее, снижение доли европейского рынка в международном туризме происходит на фоне увеличения прибытий в регион и поступлений от туризма. Туристские потоки в основном направлены в центры отдыха Западной и Южной Европы. Эти зоны насчитывают 64,5% всех прибытий в Европу. Такая туристская концентрация - результат привычки проводить летние каникулы на пляжах» [23, с.301].

Таблица 1.2.2 - Международные прибытия и доходы от туризма в Европе

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна | Международные туристские прибытия | | | | Доходы от международного туризма | | | |
| 1000 | Изменение, % | | Доля, % | Млн. долл. | Изменение, % | | Доля, % |
| 2006 | 01/04 | 02/05 | 2006 |  | 01/04 | 02/05 | 2006 |
| Европа | 399,759 | -0,5 | 2,3 | 100 | 240,490 | -1,7 | 6,5 | 100 |
| Австрия | 18,611 | 1.1 | 2.4 | 4.7 | 11,237 | 1.9 | 11.1 | 4.7 |
| Бельгия | 6,724 | -0.1 | 4.2 | 1.7 | 6,892 | 4.7 | -0.2 | 2.9 |
| Хорватия | 6,944 | 12.2 | 6.1 | 1.7 | 3,811 | 20.9 | 14.3 | 1.6 |
| Франция | 77,012 | -2.6 | 2.4 | 19.3 | 32,329 | -2.5 | 7.8 | 13.4 |
| Германия | 17,969 | -5.9 | 0.6 | 4.5 | 19,158 | -0.3 | 4.0 | 8.0 |
| Греция | 14,180 | 7.3 | 0.9 | 3.5 | 9,741 | 2.4 | 3.1 | 4.1 |
| Венгрия | 15,870 | -1.5 | 3.5 | 4.0 | 3,273 | 9.4 | -13.2 | 1.4 |
| Ирландия | 6,476 | -4.4 | 1.9 | 1.6 | 3,089 | 7.0 | 10.7 | 1.3 |
| Италия | 39,799 | -3.9 | 0.6 | 10.0 | 26,915 | -6.2 | 4.3 | 11.2 |
| Нидерланды | 9,595 | -5.0 | 1.0 | 2.4 | 7,706 | -6.8 | 14.6 | 3.2 |
| Польша | 13,980 | -13.8 | -6.8 | 3.5 | 4,500 | -21.1 | -6.5 | 1.9 |
| Португалия | 11,666 | 0.6 | -4.1 | 2.9 | 5,919 | 4.2 | 7.5 | 2.5 |
| Россия | 7,943 | 5.3 | 7.3 | 2.0 | 4,188 | 3.8 | 17.6 | 1.7 |
| Испания | 51,748 | 4.6 | 3.3 | 12.9 | 33,609 | 4.5 | 2.2 | 14.0 |
| Швейцария | 10,000 | -1.8 | -7.4 | 2.5 | 7,628 | -3.5 | 4.4 | 3.2 |
| Турция | 12,782 | 12.5 | 18.5 | 3.2 | 9,010 | -3.3 | 22.0 | 3.7 |
| Украина | 6,326 | 31.4 | 9.2 | 1.6 | 2,992 | 23.5 | 9.8 | 1.2 |
| Великобритания | 24,180 | -9.4 | 5.9 | 6.0 | 17,591 | -16.7 | 8.0 | 7.3 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | | |  | | | |

«В Южной и Западной Европе Франция, Испания и Италия больше других стран выигрывают от туристских потоков в этот регион и являются главными туристскими центрами. Великобритания традиционно славится образовательным туризмом. Северные страны Европы, в частности Скандинавские страны и Ирландия, специализируются на экотуризме.

Азиатско-Тихоокеанский регион продолжает развиваться быстрыми темпами. Он сместил Американский регион на третье место и занимает почти 19% туристского рынка мира. Из-за неожиданной вспышки атипичной пневмонии устойчивый экономический рост в данном регионе на время застопорился, вследствие чего прибытия во многие турцентры этого региона сократились более чем вдвое от обычного уровня. Если прежние рекордсмены в лице Северо-Восточной Азии (-9%) и Юго-Восточной Азии (-16%) понесли значительные потери, то Южная Азия (+17%) после двух трудных лет убедительно восстановила свои позиции на гребне экономического подъема и политики либерализации торговли.

Ведущими странами в этом регионе являются Китай, Гонконг(Китай), Корея, Тайвань и Сингапур(Таблица 1.2.3).

Таблица 1.2.3 - Международные прибытия и доходы от туризма в Азиатско-Тихоокеанском регионе

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна | Международные туристские прибытия | | | | Доходы от международного туризма | | | |
| 1000 | Изменение, % | | Доля, % | Млн. долл. | Изменение, % | | Доля, % |
| 2006 | 01/04 | 02/05 | 2006 |  | 01/04 | 02/05 | 2006 |
| Азиатско-Тихоокеанский регион | 131,295 | 5,1 | 8,4 | 100 | 94,697 | 1,2 | 7,7 | 100 |
| Австралия | 4,841 | -1.5 | -0.3 | 3.7 | 8,087 | -9.8 | 6.1 | 8.5 |
| Китай | 36,803 | 6.2 | 11.0 | 28.0 | 20,385 | 9.7 | 14.6 | 21.5 |
| Гонконг (Китай) | 16,566 | 5.1 | 20.7 | 12.6 | 10,117 | 5.0 | 22.2 | 10.7 |
| Индия | 2,370 | -4.2 | -6.6 | 1.8 | 2,923 | -4.0 | -3.9 | 3.1 |
| Индонезия | 5,033 | 1.8 | -2.3 | 3.8 | – | -5.9 | – | – |
| Япония | 5,239 | 0.3 | 9.8 | 4.0 | 3,499 | -2.1 | 6.0 | 3.7 |
| Корея | 5,347 | -3.3 | 3.9 | 4.1 | 5,277 | -6.4 | -17.2 | 5.6 |
| Макао (Китай) | 6,565 | 12.4 | 12.4 | 5.0 | 4,415 | 16.8 | 17.9 | 4.7 |
| Малайзия | 13,292 | 25.0 | 4.0 | 10.1 | 6,785 | 39.7 | 6.4 | 7.2 |
| Новая Зеландия | 2,045 | 6.9 | 7.1 | 1.6 | 2,918 | 4.2 | 25.0 | 3.1 |
| Филиппины | 1,933 | -9.8 | 7.6 | 1.5 | 1,741 | -19.3 | 1.0 | 1.8 |
| Сингапур | 6,996 | -2.8 | 4.0 | 5.3 | 4,932 | -15.6 | -2.9 | 5.2 |
| Тайвань | 2,726 | -0.3 | 4.2 | 2.1 | 4,197 | 6.7 | 5.2 | 4.4 |
| Таиланд | 10,873 | 5.8 | 7.3 | 8.3 | 7,902 | -5.5 | 11.7 | 8.3 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | | |  | | | |

В этих странах Азиатско-Тихоокеанского региона экспорт товаров и экспорт услуг взаимно дополняют друг друга. Развитие этих секторов базируется на стремительном подъеме телекоммуникаций, международного транспорта, в частности воздушного транспорта, и банковской сферы. Так, экспорт товаров приводит к увеличению деловых путешествий в эти страны, которые, в свою очередь, стимулируют развитие гостиничного бизнеса и индустрии развлечений, одним словом - въездного туризма. Последний увеличивает резервы иностранной валюты и стимулирует рост экономики» [24].

«Восточная Азия и Тихоокеанский регион привлекают иностранных туристов, прежде всего своей уникальной природой, но и не только этим. Например, новые индустриальные страны притягательны для деловых путешествий. Развлекательный туризм хорошо развит в Японии, Южной Корее и Тайване, причем японская индустрия развлечений занимает второе место в мире после США. Гонконг и Сингапур предлагают отличный шоппинг-туризм. Одной из важных туристских стран в регионе стал Таиланд, особенно после того, как начал осваивать новые пляжи на южном побережье страны и организовывать культурно-познавательные поездки на север страны.

В Американском регионе также было зарегистрировано сокращение (-1%), причем Северная Америка явилась единственным субрегионом, в котором сокращение (-5%) происходило третий год подряд, главным образом по причине слабой экономической конъюнктуры в сочетании с беспокойством по поводу безопасности после событий 11 сентября. В Карибском субрегионе (+8%) и Южной Америке (+12%) произошел энергичный подъем на фоне отрицательных показателей двух прежних лет, который был вызван улучшением экономической ситуации в таких крупных странах, как Аргентина и Бразилия, что способствовало росту внутрирегиональных путешествий» [25].

«Из стран Северной Америки наиболее посещаемы США, Канада и Мексика, которые являются главными туристскими центрами региона и где, помимо международного туризма, развит внутренний туризм (Таблица 2.2.4).

Первой страной в регионе по туристским прибытиям и поступлениям (44 и 64% соответственно) являются США. Это следствие огромного внутреннего рынка и высокоразвитой инфраструктуры страны. США располагают самой обширной в мире гостиничной и транспортной индустрией» [26, с.66].

Таблица 1.2.4 - Международные прибытия и доходы от туризма в Америке

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна | Международные туристские прибытия | | | | Доходы от международного туризма | | | |
| 1000 | Изменение, % | | Доля, % | Млн. долл. | Изменение, % | | Доля, % |
| 2006 | 01/04 | 02/05 | 2006 |  | 01/04 | 02/05 | 2006 |
| Америка | 114,855 | -6.1 | -4.4 | 100 | 114,255 | -8.4 | -6.5 | 100 |
| Аргентина | 2,820 | -9.9 | 7.6 | 2.5 | – | -10 | – | – |
| Бразилия | 3,783 | -10.2 | -20.7 | 3.3 | 3,120 | -12 | -16 | 2.7 |
| Канада | 20,057 | 0.3 | 1.9 | 17.5 | 9,700 | -0.6 | -10.0 | 8.5 |
| Чили | 1,412 | -1.1 | -18.0 | 1.2 | 733 | -2.6 | -8.2 | 0.6 |
| Коста-Рика | 1,113 | 4.0 | -1.6 | 1.0 | 1,078 | -10.9 | -1.6 | 0.9 |
| Куба | 1,656 | -0.3 | -4.6 | 1.4 | 1,633 | -2.6 | -3.5 | 1.4 |
| Доминиканская Республика | 2,811 | -3.0 | -2.5 | 2.4 | 2,736 | -2.2 | -2.2 | 2.4 |
| Ямайка | 1,266 | -3.5 | -0.8 | 1.1 | 1,209 | -7.5 | -1.9 | 1.1 |
| Мексика | 19,667 | -4.0 | -0.7 | 17.1 | 8,858 | 1.3 | 5.4 | 7.8 |
| Порто Рико | 3,087 | 6.3 | -13.1 | 2.7 | 2,486 | 14.2 | -8.9 | 2.2 |
| США | 41,892 | -11.9 | -6.7 | 36.5 | 66,547 | -12.8 | -7.4 | 58.2 |
| Уругвай | 1,258 | -3.9 | -33.5 | 1.1 | 318 | -14.0 | -43.3 | 0.3 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | | |  | | | |

«Африканский регион стабильно развивается с ростом в 5%. Таким образом, рост числа международных туристских прибытий в 2006 году увеличился почти в два раза по сравнению с предыдущим годом и составил 9 миллионов человек. Доходы от международного туризма составили 12 миллиардов долларов или в среднем 405 долларов за туристическое прибытие.

Ведущим звеном остается Южная Африка с ростом международных туристских прибытий в 11 %.

Правительства стран данного региона стали значительно активнее поддерживать развитие туризма.

Туристские потоки между африканскими странами все еще остаются очень слабыми и существенно сдерживают развитие туризма в регионе. Главный туристообразующий регион – Европа. Основными туристообразующими странами для региона являются: Франция, Германия, Великобритания, из которых прибывают в Африку почти 20% числа всех иностранных туристов. Такое положение можно объяснить тем, что до недавнего времени эти страны были метрополиями для многих африканских колоний [27, с.98].

Таблица 1.2.5 - Международные прибытия и доходы от туризма в Африке

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна | Международные туристские прибытия | | | | Доходы от международного туризма | | | |
| 1000 | Изменение, % | | Доля, % | Млн. долл. | Изменение, % | | Доля, % |
| 2006 | 01/04 | 02/05 | 2006 |  | 01/04 | 02/05 | 2006 |
| Африка | 29,136 | 3,2 | 2,8 | 100 | 11,785 | 7,8 | 1,0 | 100 |
| Алжир | 998 | 4.1 | 10.7 | 3.4 | 133 | 4.2 | 33.0 | 1.1 |
| Ботсвана | 1,037 | -5.0 | -1.1 | 3.6 | 309 | -4.2 | 3.0 | 2.6 |
| Гана | 483 | 10.0 | 10.1 | 1.7 | 520 | 16.1 | 16.1 | 4.4 |
| Кения | 838 | -6.5 | -0.4 | 2.9 | 297 | 11.6 | -3.6 | 2.5 |
| Мавритания | 682 | 0.6 | 3.2 | 2.3 | 612 | 15.1 | -1.9 | 5.2 |
| Марокко | 4,193 | 2.7 | -0.7 | 14.4 | 2,152 | 23.8 | -14.8 | 18.3 |
| ЮАР | 6,550 | -1.5 | 10.9 | 22.5 | 2,719 | -0.5 | 8.7 | 23.1 |
| Танзания | 550 | 9.2 | 9.8 | 1.9 | 730 | -1.9 | 0.7 | 6.2 |
| Тунис | 5,064 | 6.5 | -6.0 | 17.4 | 1,422 | 7.3 | -11.4 | 12.1 |
| Замбия | 565 | 7.6 | 14.8 | 1.9 | – | 5.4 | – | – |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | | |  | | | |

«Больше половины общего количества гостей в регион принимают страны Северной Африки, такие, как Марокко и Тунис. Доля прибытий в эти страны достигает 35% прибытий в Африку. В Восточной Африке лидируют Кения, Мавритания, Танзания, Сейшельские острова и Зимбабве, которые успешно используют свои природные ресурсы. Некоторые из них, например Мавритания, Сейшельские острова, специализируются на превосходном пляжном туризме и развивают высококлассную гостиничную индустрию.

Ближний Восток не пострадал из-за неблагоприятной ситуации в мире и показал наилучшие результаты из всех регионов, добившись роста, который составил, по оценкам Всемирной туристской организации 10%. Число международных туристских прибытий составило 28 миллионов человек. Ведущие страны данного региона увеличили показали почти в два раза, так рост туристских прибытий в Иордании составил 10%, Объединенных Арабских Эмиратов 32%. Саудовская Аравия стала одной из ключевых стран ближневосточного региона, не только по прибытиям, но и по доходам от международного туризма (Таблица 1.2.6).

В целом регион в 2006 году получил 13 миллиардов долларов от международного туризма, что составляет примерно 470 долларов за одно прибытие» [28].

Таблица 1.2.7 - Международные прибытия и доходы от туризма на Ближнем Востоке

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Страна | Международные туристские прибытия | | | | Доходы от международного туризма | | | |
| 1000 | Изменение, % | | Доля, % | Млн. долл. | Изменение, % | | Доля, % |
| 2006 | 01/04 | 02/05 | 2006 |  | 01/04 | 02/05 | 2006 |
| Ближний Восток | 27,594 | -1,3 | 16,7 | 100 | 12,963 | -5,2 | 10,0 | 100 |
| Бахрейн | 3,167 | 15.2 | 13.6 | 11.5 | – | 9.9 | – | – |
| Египет | 4,906 | -14.8 | 12.6 | 17.8 | 3,764 | -12.5 | -0.9 | 29.0 |
| Иордания | 1,622 | 3.6 | 9.8 | 5.9 | 786 | -3.0 | 12.3 | 6.1 |
| Ливан | 956 | 12.9 | 14.2 | 3.5 | 956 | 12.8 | 14.2 | 7.4 |
| Саудовская Аравия | 7,511 | 2.1 | 11.7 | 27.2 | – | – | – | – |
| Сирия | 2,809 | -6.9 | – | 10.2 | 1,366 | – | – | 10.5 |
| ОАЭ | 5,445 | 5.8 | 31.7 | 19.7 | 1,328 | 5.1 | 24.8 | 10.2 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | | |  | | | |

«Основные туристские потоки направляются из Великобритании, Германии, Франции и США, однако в последние годы они сократились.

Постоянные колебания в развитии туризма региона можно объяснить политической нестабильностью, а общее сокращение притока туристов в этот регион за последние годы явилось следствием войны в Персидском заливе, от которой пострадали не только Ирак, но и некоторые соседние страны.

Основными туристскими центрами региона являются Египет, Саудовская Аравия, Иордания, Сирия, Кувейт. Самый крупный туристский центр региона - Египет предлагает познавательный туристский продукт, а туризм в Саудовской Аравии имеет религиозный характер, так как там находятся мусульманские святыни. Эти две страны обеспечивают почти 70% поступлений от туризма и общие доходы Ближнего Востока от туризма.

Рассматривая страны с переходной экономикой можно отметить, что в настоящее время туристская индустрия в этих странах переживает период своего становления как самостоятельного сектора хозяйствования.

Страны с переходной экономикой (страны бывшего СССР) занимают огромную территорию, шестую часть суши земного шара. Естественно, регион обладает огромнейшими природными и рекреационными ресурсами для развития индустрии туризма. Богатейшая природа, памятники культуры различных народов, населяющих огромную территорию и исповедующих разные религии, исторические места и монументы, созданные народами, жившими в древности, создают благоприятные условия для развития данной отрасли экономики» [29, с.11].

«В историческом плане, развитие туризма в бывшем СССР берет свое начало со дня основания государства, когда идеологические догмы отделили его жителей от остального мира. В результате такой политики очень мало людей выезжало из страны, это были в основном дипломаты, люди, уезжающие по частным приглашениям к своим родственникам и друзьям, оставшимся за рубежом по разным причинам, и ограниченное число людей, выезжающих в составе туристских групп, как правило, в социалистические страны. В СССР прибывало также ограниченное число зарубежных туристов (по некоторым оценкам, 80%) в составе организованных туристских групп. Однако необходимо заметить, что в СССР развивался внутренний, социальный туризм по линии профсоюзов, стоимость которого составляла почти одну десятую часть цены, предлагаемой иностранным туристам.

Туризм в СССР не считался приоритетной сферой экономики, и ему была предназначена роль непроизводственной индустрии. Поэтому капиталовложения в инфраструктуру международного туризма были очень низкими, хотя государство субсидировало развитие внутреннего туризма, как части всей социальной политики. Следствием такой политики было ограниченное число иностранных туристов, прибывавших в страну.

Вместе с тем ухудшение взаимодействия в области туризма вследствие общих дезинтеграционных процессов стало определенным стимулятором для возобновления и дальнейшего развития сотрудничества в данной сфере. У него появились определенные перспективы» [31,с.601].

«В 2004 году прибытие туристов из-за границы в страны с переходной экономикой составило 76,8 млн. человек, причем в государства СНГ составило более 21 млн. человек. Этот показатель заметно вырос с 1990 г., когда он составлял 43,8 млн. человек (в 1,7 раза) в странах с переходной экономикой и 5,9 млн. (в 3,4 раза) в странах СНГ соответственно (Таблица 1.2.8).

Таблица 1.2.8 - Международные туристские прибытия

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Международные туристские прибытия  (миллионов человек) | | | | | Рост  (%) | | | Среднегодовой рост  (%) |
|  | 1994 | 1999 | 2004 | 2005 | 2006 | 00/03 | 01/04 | 02/05 | 90-05 |
| В мире | 456,8 | 551,7 | 696,1 | 692,9 | 702,6 | 6,8 | -0,5 | 3,1 | 4,3 |
| Страны с переходной экономикой | 43,8 | 67,1 | 76,8 | 78,0 | 81,1 | 4,1 | 1,6 | 3,9 | 5,8 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | | | | Данные по состоянию на январь 2006г. | | | |

Международные туристские прибытия по странам с переходной экономикой, в период с 1994 года по 2006 год, характеризуют значительный рост в индустрии туризма. Среднегодовой рост туризма в этих странах, в период с 1996 года по 2004 год составляет 5,8%, что превышает среднегодовые темпы роста в мире» [32, с.5].

2 РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

2.1 Развитие международного туризма в Казахстане

«По данным Агентства Республики Казахстан по статистике туристской деятельностью в 2006 году занималось 691 туристских организаций, которыми обслужено 177тыс.091 туристов (в 2005 году 126тыс.871). Рост числа туристов в истекшем периоде обусловлен, прежде всего, увеличением, по сравнению с соответствующим периодом прошлого года, численности въезжающих (в 11,9 раза) за счет оформления и продления виз, экскурсионных и дополнительных услуг и выезжающих (в 2 раза), а также роста числа обслуженных по внутреннему туризму. В 2006 году за счет роста деловой активности структурных подразделений местных исполнительных органов, ведающих вопросами туризма, и руководителей туристских организаций получено увеличение количества обслуженных туристов в Акмолинской (13630чел., или 18,7%), Восточно-Казахстанской (14399 чел., или 72,5%), Жамбылской (2240 чел., или 34,1%), Павлодарской (3641 чел., или 22,2%) областях и г.Алматы (27,2%) и Астаны (19,6%), и в особенности Кызылординской области (2006г.-1069 чел.,.) почти в 2 раза больше, чем в 2002г.- 457человек. В тоже время на 28,6% сократилось количество обслуженных туристов в Костанайской области. В общем объеме оказанных услуг достигнуто значительное увеличение доли въездного, выездного и внутреннего туризма. В то же время увеличилось число посещений из стран вне СНГ. В 2006 году оно составило 51,3 % от общего числа прибывших (в 2005 году-95,5%, в 2001 году 68,45%). Основная масса туристов прибыла в республику из Германии (19213 чел.), США (2106 чел.), Китая (2190 чел.), Великобритания (1337 чел.) Продолжается тенденция роста выездного туризма. На 18,6% или на 10189 человек увеличился его объем по сравнению с 2005 годом, т.е. за 9мес. 2003 количество выехавших составило 64764, а в 2005 году 54575. Выездной туризм присущ деятельности туристских организаций всех областей. Среднее количество дней проживания в странах вне СНГ в 2006 году составило 3-4 дня. Наиболее посещаемыми казахстанскими туристами, по-прежнему, являются Турция (16952 чел. или 25,6%), Китай (16778 чел. или 58,2%), Германия (9360 чел. или 70 %), ОАЭ (2991 чел. или 4,9%). Численность туристов внутреннего направления увеличилась на 1,8 раза и составила 75тыс.849 человек (в 20052 году 48692 чел.). В большинстве областей произошло увеличение количества туристов по внутреннему туризму. Снижение этого показателя допущено в Атырауской, Жамбылской и Карагандинской областях. Особенно резкое снижение доли внутреннего туризма произошло в Алматинской области. Если в 2005 году по внутренним маршрутам этой области было обслужено 1422 туристов, то в 2006 году только 317. За 9 мес. 2006 года доход от эксплуатации гостиниц в целом по Республике составил 10491982,5 тыс. тенге. По сравнению с 2005 годом за январь-сентябрь (8087170,6 тыс.г.) в соответствующем периоде 2006 года наблюдается увеличение дохода от эксплуатации гостиниц и других мест проживания на 2,9 % или на 2404811,9 тыс.г. Наибольшая прибыль от гостиниц в 2006 г. получена в Атырауской 1702783,2 тыс.г., Мангистауской 415078,3 тыс.г., Карагандинской 311933 тыс.тг., Восточно-Казахстанской 275301,4 тыс.тг. и Актюбинской 254586,1 тыс.тг. областях, г. Алматы - 5186368,9 тыс.тг. и г. Астаны -1552185,3 тыс.тг. Доход туристских организаций от их деятельности обусловлен, прежде всего, ростом въездного туризма, доля которого составила 54,5%, что на 44% больше, чем в 2006 году. Внутренний туризм составил 55,7% или на 54,9% больше предыдущего года, а выездной туризм составил 18,6%, что на 10% больше предыдущего года. Наибольший доход получен туристскими организациями гг.Астаны и Алматы, Восточно-Казахстанской, Карагандинской, Мангыстауской, Алматинской, Атырауской и Павлодарской областей. Доход от реализации работ и услуг по сравнению с данным периодом прошлого года уменьшился на 9,8% (4690,4 тыс. тенге). Доход Республики Казахстан от деятельности туристских организаций за январь-сентябрь 2006 года по видам туризма составил 274095,0 тыс. тенге» [33].

«Информация о развитии международного туризма

Казахстан с его обширной и разнообразной территорией, богатейшим природным и историческим наследием, интересной культурой и традициями является привлекательным туристским объектом. Туристский потенциал Казахстана имеет хорошие позиции для развития почти всех видов туризма: культурного, познавательного, приключенческого, спортивного, экологического, в том числе специализированных туров по интересам (например: научный, религиозный, орнитологический).

До обретения независимости в Казахстане туризм финансировался по остаточному принципу и не имел существенной экономической значимости.

Однако сегодня в Казахстане уделяется огромное внимание туризму, как доходной отрасли экономики и со стороны государства предпринимаются все необходимые меры для ее развития. Обновляется законодательная и нормативная правовая база туризма. В этом году принят Закон Республики Казахстан "О туристской деятельности в Республике Казахстан". Для развития международного и внутреннего туризма в Казахстане разрабатывается Государственная Программа развития туризма в Республике Казахстан на пятилетний период, которая предусматривает комплекс мер по развитию инфраструктуры, обеспечения безопасности туристов, формирования туристского имиджа Казахстана, совершенствования статистики в туризме и другие меры.

Создаются условия для привлечения иностранных туристов в республику. Одним из шагов предпринятых в данном направлении является упрощение визовых процедур для граждан политически и экономически стабильных стран. Сегодня в консульских пунктах аэропортов гг. Астаны и Алматы могут оформить визы представители 24 стран мира. Следует отметить также, что вместе с отменой выездных виз в июле текущего года значительно упростился выезд казахстанских туристов за рубеж» [34].

«В области туризма было заключено 19 международных соглашений о сотрудничестве с такими странами, как Венгрия, Египет, КНР, Израиль, Турция, Болгария, Иран, Россия, Узбекистан, Кыргызстан и другие. Планируется подписание Соглашения с Украиной, Малайзией, Катаром. Необходимо отметить, что в основном подписание соглашений инициируются иностранными государствами, которые видят в Казахстане партнера, располагающего богатым туристским потенциалом.

Казахстан с 1993 года является Действительным членом Всемирной Туристской Организации (ВТО). Признавая, приоритетность развития отрасли, в рамках официального визита в октябре 2000 года в Королевство Испания Президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев посетил штаб-квартиру ВТО в г. Мадриде. При встрече с Генеральным секретарем ВТО г-ном Франческо Франжиалли Президент Казахстана выразил заинтересованность в сотрудничестве по развитию туризма в Казахстане, в том числе по проекту ЮНЕСКО и ВТО "Шелковый путь".

Ведется работа по продвижению туристского продукта Казахстана и связи с этим разработан План мероприятий по формированию туристского имиджа Казахстана на 2005-2008 годы.

С 17 по 21 октября текущего года в г. Алматы состоялся первый Международный фестиваль "Шелковый путь - Казахстан" в рамках которого состоялся международный семинар под эгидой Всемирной Туристкой Организации "Экотуризм – инструмент устойчивого развития в 21-ом веке для переходных экономик стран СНГ, Китая и Монголии " и первая Казахстанская Международная Выставка "Туризм и Путешествия" (KITT). В работе семинара, который несомненно, внес большой вклад в дело развития экотуризма в Казахстане и соседних странах, приняли участие более 200 представителей из Великобритании, Турции, Монголии, Азербайджана, Кыргызстана, Туркменистана, России, Украины, городов и областей Казахстана. На выставке были представлены стенды туристских организаций Чехии, Таиланда, Польши, Турции, Малайзии и всех регионов Казахстана. Данная выставка будет проводиться ежегодно» [35, с.7].

«В целях формирования и укрепления туристского имиджа за рубежом Казахстан принимает участие в крупнейших мировых туристских выставках в г. Берлине (Международная туристская биржа ITB), в г. Лондоне (Всемирная туристская биржа World Travel Market), в г. Москве (Международная выставка "Туризм и Путешествия"), в г. Ташкенте (Международная Туристическая Ярмарка).

Одной из основных задач является стимулирование среднего и малого предпринимательства, в том числе в сфере туризма. Сегодня на туристском рынке Казахстана работают более 600 туристских организаций. Местным органам власти путем передачи в долгосрочную аренду неиспользуемых домов отдыха, пансионатов, детских лагерей и других объектов поручено оказывать поддержку предпринимателям осуществляющим туристскую деятельность по приему и обслуживанию иностранных туристов. Следует отметить, что услуги туристских организаций работающих на прием туристов из-за рубежа не облагаются налогом на добавленную стоимость» [36, с.7]. «Для развития туристской инфраструктуры ведутся переговоры с Всемирном Банком Реконструкции и Развития о выделении грантовой помощи в размере 450 тысяч долларов США на восстановление и регенерацию памятников историко-культурного наследия на территории Казахстана. Казахстан обладает всеми возможностями для создания конкурентоспособной и рентабельной индустрии туризма: выгодное геополитическое положение страны, политическая стабильность, уникальность зороастрийских, буддийских, христианских, мусульманских памятников, наличие исторических архитектурно-градостроительных комплексов и дорог, наличие сети музейных, культурно-зрелищных развлекательных учреждений, а также фольклорно-этнографических, народных и самодеятельных ансамблей, отражающих многонациональную культуру Казахстана, многообразие туристско-рекреационных зон, природных ландшафтов, флоры и фауны.

Туристский потенциал Казахстана может удовлетворить спрос любого туриста, тем более, что основным туристским продуктом является гостеприимство и доброжелательность казахского народа» [37, с.205].

2.2 Правила оформления туристов в РК

«Правила въезда, выезда и пребывания иностранных граждан на территории Республики Казахстан регламентируются Правилами въезда и пребывания иностранных граждан в Республике Казахстан, а также их выезда из Республики Казахстан. Иностранным гражданам и лицам без гражданства для того, чтобы въехать на территорию Республики Казахстан, необходима виза, если иной порядок не установлен соглашением РК с соответствующей стороной. Информация о порядке оформления казахстанских виз, их видах и стоимости подробно изложена в интернет-сайте МИД РК <http://www.mfa.kz/russian/karta.htm#spr>/справочная информация/ правила получения казахстанских виз. Иностранные граждане, временно въезжающие в Республику Казахстан, проживают в гостиницах или в других местах по своему выбору, с уведомлением принимающих организаций, а в необходимых случаях - органов внутренних дел. Временно прибывшие в Республику Казахстан иностранные граждане обязаны зарегистрироваться по прибытии в пункт назначения в течение трех суток, исключая праздничные и выходные дни. Регистрация заграничных паспортов во всех случаях производится на срок, указанный в обращениях, турах, заявках, а лицам, прибывшим по визам - на срок, не превышающий срок действия визы» [38]. «Продление действия регистрации производится в органах внутренних дел после продления органами внутренних дел срока действия визы. Нарушение данных Правил иностранными гражданами и лицами, их пригласившими и оказывающим им услуги, влечет ответственность в соответствии с действующим законодательством Республики Казахстан» [39, с.15]. «Транзитный проезд иностранцев через территорию Республики Казахстан разрешается при наличии у них документов, действительных для въезда в страну следования и соответствующих проездных документов, с подтверждением в них даты выезда из пункта пересадки на территории Республики Казахстан не позднее 72 часов с момента прибытия в порт, станцию, расположенные на территории Республики Казахстан. Иностранцы, проезжающие через территорию Республики Казахстан транзитом на автотранспортных средствах, в том числе осуществляющие международные автомобильные перевозки, следуют только по дорогам, открытым для международного автомобильного сообщения» [40, с.66].

«Визовые поддержки МИД РК

Для внебюджетных организаций

Информация о порядке направления в загранучреждения РК визовой поддержки МИД РК на приглашения иностранных граждан в Республику Казахстан

Для оформления визовой поддержки МИД РК иностранным гражданам, следующим в Республику Казахстан, приглашающая организация предоставляет в Департамент консульской службы МИД РК следующие документы:

1.Письмо-приглашение установленного образца, заверенное УВДУМП (форму №1).

2.Платежное поручение или квитанцию об уплате консульского сбора и фактических расходов.

3.Организация, обратившаяся в ДКС МИД РК впервые, - нотариально заверенные копии устава, свидетельства о регистрации в Минюсте РК, статистической карточки, справку об уплате налогов, (лицензии на туристскую деятельность в случае приглашения туристов), иногородние организаций отправляют указанные выше документы по почте по адресу: 473000, г.Астана, ул. Бейбитшилик.10, Департамент консульской службы МИД РК, Паспортно-визовой отдел, сектор визовой поддержки.

Письмо-приглашение готовится в 3-х экземплярах, один из которых сдается в ДКС МИД РК, второй отправляется приглашаемым лицам (письмом, факсом, эл. почтой и т.д.), третий экземпляр хранится у приглашающей организации.

ДКС в течение 3-5 суток обрабатывает поступившие заявки и после направления указания в загранучреждения МИД РК о выдаче виз сообщает номер визовой поддержки, которую приглашающая организация должна передать иностранцу для обращения в консульское учреждение за казахстанской визой.

Дни и часы приема по визовым вопросам: понедельник, вторник, четверг, пятница с 09.00ч. до 12.00ч. /каб. №118А, тел.:(3172)327145, факс.:(3172)32-44-17, 327592

Оплата (за каждого приглашаемого иностранного гражданина) для возмещения фактических расходов (на однократную визу -792 тенге, на двух, трех и многократную визу-1266 тенге) производится на следующий счет:

Получатель: РГП на праве хозяйственного ведения "ХОЗУ МИД РК"

Банк получателя: р/с 000609733

РНН 620300004058

ОАО КАЗКОММЕРЦБАНК

МФО 195301716 КБЕ 16, Код назначения платежа 890

Консульский сбор за каждого приглашаемого иностранного гражданина (визовая поддержка на однократную визу -755 тенге, визовая поддержка на двух, трех и многократную визу- 388 тенге) производится на следующий счет:

Получатель: Министерство государственных доходов РК

р/с 000080900

код дохода 108101

РНН 032200000017 (консульский сбор МИД РК)

Банк получателя: Комитет Казначейства Министерства финансов РК г.Астаны

МФО 195301070 КБЕ 11,

Код назначения платежа 900

Примечание: В соответствии с положениями Тарифа консульских сборов до произведения оплаты консульских услуг заявки рассматриваться не будут. При подаче письма-приглашения менее, чем за 5 рабочих дней до предполагаемого въезда иностранных граждан, оформление будет производиться по срочному (двойному) тарифу» [41].

«Информация о порядке оформления визовой поддержки МИД РК для получения виз РК иностранными гражданами в аэропортах г. Астаны и Алматы

В случае отсутствия консульского учреждения МИД РК в стране проживания иностранца и по пути его следования, а также в экстренных случаях, визы РК оформляются в консульских пунктах международного сектора аэропортов гг. Астана и Алматы.

Для получения визы иностранными гражданами по прибытию в аэропорт г. Астаны (Алматы) приглашающая организация предоставляет в Департамент консульской службы МИД РК следующие документы:

1.Письмо-приглашение установленного образца.

2.Платежное поручение или квитанцию об уплате фактических расходов и консульского сбора (примечание: госучреждения оплачивают только фактические расходы).

3.Организация, обратившаяся в ДКС МИД РК впервые, - нотариально заверенные копии устава, свидетельства о регистрации в Минюсте РК, статистической карточки, справку об уплате налогов (лицензии на туристскую деятельность в случае приглашения туристов), иногородние организаций отправляют указанные выше документы по почте по адресу: 473000, г. Астана, ул. Бейбитшилик,10, Департамент консульской службы МИД РК, Паспортно-визовой отдел, сектор визовой поддержки.

Письмо-приглашение готовится в 3-х экземплярах, один из которых сдается в ДКС МИД РК, второй отправляется приглашаемым лицам (письмом, факсом, эл. почтой и т.д.), третий экземпляр хранится у приглашающей организации.

Дни и часы приема по визовым вопросам: понедельник, вторник, четверг, пятница с 09.00ч. до 12.00ч. /каб. .№118А, тел.:(3172)327145, факс.:(3172)324417, 327592

Оплата (за каждого приглашаемого иностранного гражданина) для возмещения фактических расходов (1109 тенге) производится на следующий счет:

Получатель: РГП на праве хозяйственного ведения "ХОЗУ МИД РК"

Банк получателя: р/с 000609733

РНН 620300004058

ОАО КАЗКОММЕРЦБАНК

МФО 195301716 КБЕ 16, Код назначения платежа 890

Консульский сбор за каждого приглашаемого иностранного гражданина (310 тенге) производится на следующий счет:

Получатель: Министерство государственных доходов РК

р/с 000080900

код дохода 108101

РНН 032200000017 (консульский сбор МИД РК)

Банк получателя: Комитет Казначейства Министерства финансов РК г.Астаны

МФО 195301070 КБЕ 11,

Код назначения платежа 900

Примечания: В соответствии с положениями Тарифа консульских сборов до произведения оплаты консульских услуг заявки рассматриваться не будут. При подаче письма-приглашения менее, чем за 5 рабочих дней до предполагаемого въезда иностранных граждан, оформление будет производиться по срочному (двойному) тарифу» [42].

2.3 Процедура таможенного оформления в международных пунктах пропуска Республики Казахстан

«Что необходимо знать каждому пассажиру при прохождении таможенного контроля.

При перемещении через таможенную границу Республики Казахстан товаров и валюты, физические лица обязаны:

1. Произвести декларирование в соответствии с указанным ниже порядком;

2. По требованию таможенного органа предъявить декларируемые товары и валюту;

3. Предоставить таможенному органу документы и дополнительные сведения, необходимые для таможенных целей;

4. При необходимости уплатить таможенные платежи;

5. Оказывать таможенным органам содействие в производстве таможенного оформления.

Порядок декларирования товаров перемещаемых физическими лицами через таможенную границу Республики Казахстан

Декларирование перемещаемых через таможенную границу Республики Казахстан товаров, производится пассажирами, достигшими 16-летнего возраста. При этом нормы провоза товаров и валюты распространяются и на несовершеннолетних детей при условии декларирования перемещаемых ими товаров сопровождающими лицами, имеющими соответствующие полномочия (наличие документов подтверждающих непосредственное родство, либо нотариально заверенная доверенность от родителей).

Декларирование о товарах (за исключением товаров подлежащих обязательному письменному декларированию) может производиться в устной форме. Товары не подлежащие обязательному письменному декларированию освобождаются от уплаты таможенных платежей и налогов, мер нетарифного регулирования и сертификации.

Обязательному декларированию в письменной форме подлежат следующие товары:

1. Оружие, боеприпасы и взрывчатые вещества

2. Наркотические и психотропные вещества;

3. Предметы старины и искусства, представляющие историческую, художественную, научную или культурную ценность для государства;

4. Ядовитые и сильнодействующие вещества;

5. Радиационные материалы;

6. Высокочастотные радиоэлектронные устройства и средства связи (радиостанции, радиотелефоны дальнего радиуса действия; средства спутниковой связи и кабельного телевидения, системы радионавигации), за исключением технических средств, в том числе мобильных телефонов сотовой связи, использование которых на территории РК не подлежит контролю со стороны государственных органов;

7. Драгоценные металлы и камни (за исключением ювелирных изделий);

8. Редкие коллекции и образцы флоры и фауны, их части и полученная из них продукция;

9. Печатная продукция и другие носители информации, содержащие сведения, направленные на подрыв государственного и общественного строя, пропагандирующие войну, терроризм, насилие, расизм, а также материалы порнографического содержания;

10. Подакцизные товары, ввозимые свыше следующих норм:

- осетровая и лососевая рыбы, икра осетровых и лососевых рыб, деликатесы, приготовленные из них - 1 кг (нетто);

- пиво - 5 литров;

- вина, вино материалы, шампанские вина, коньяки, все виды спирта, крепленые напитки, крепленые соки и бальзамы, водка, ликероводочные изделия - 2 литра;

- табачные изделия - 1000 штук;

- бензин (за исключением авиационного) - 100 литров;

- дизельное топливо - 150 литров

11. Товары предназначенные для производственной или иной коммерческой деятельности:

- Транспортные средства и их части подлежащие учету в органах дорожной полиции;

- Профессиональное оборудование;

- Станки;

- Полуфабрикаты;

- Сельскохозяйственная техника;

- Строительные материалы;

- Комплектующие изделия;

- одежда - более 2 (двух) предметов одного наименования, размера и фасона на человека (за исключением бывших в употреблении);

- головные уборы - более 2 (двух) предметов одного наименования, размера и фасона на человека (за исключением бывших в употреблении);

- обувь - более 2 (двух) предметов одного наименования, размера и фасона на человека (за исключением бывших в употреблении);

- продукты питания - более 10 (десяти) кг на человека;

- туалетные принадлежности и парфюмерно-косметические изделия - более 3 (трех) предметов одного наименования на человека (за исключением бывших в употреблении);

- мебель -более 1 (одного) комплекта или гарнитура на человека;)

- кухонная бытовая посуда и приборы - более 2 (двух) комплектов или сервизов одного вида на человека;)

- постельные принадлежности - более 2 (двух) комплектов одного вида на человека;)

- фото-, аудио-, видео-, оргтехника, бытовая техника и электрические приборы - более 1 (одного) предмета каждого наименования на человека;)

- ювелирные изделия - более 6 (шести) предметов на человека;

- музыкальные инструменты - более 1 (одного) предмета на человека;

- спортивный инвентарь - более I (одного) комплекта на человека;

- лекарственные средства - более 500 грамм на человека;

- печатные издания, видео-, аудиокассеты, компакт диски, фотопленки - более 10 (десяти) шт. каждого наименования на человека;)

- велосипеды - более 2 (двух) шт. на человека;

- детские игрушки - более 2 (двух) комплектов и моделей на человека;)

- детские коляски - более 1 шт. на человека;

- другие, не перечисленные выше предметы, используемые в домашнем хозяйстве или быту - более 2 (двух) предметов каждого наименования на человека.

12. Товары, не предназначенные для производственной или иной коммерческой деятельности, происходящие из стран не входящих в Таможенный союз, либо вывозимые в эти страны, а также перемещаемые лицами не имеющими документов подтверждающих факт постоянного проживания в одной из стран Таможенного союза, вес или стоимость которых превышает 50 кг. и 1000 $ соответственно;

13. Товары, перемещаемые несопровождаемым или отдельно следующим багажом.

Примечания:

Комплект - это полный набор, состав чего-либо. Состав (комплектность) товара должен быть представлен в информации для потребителя (этикетки, ярлыки, вкладыши, паспорт, формуляр, руководство по применению) в виде перечня с наименованием "Состав" или "Комплектность".

\*) Показатели не применяются в отношении товаров, бывших в употреблении при их перемещении физическими лицами, переселяющимися на постоянное место жительства в/из Республики Казахстан.

Не декларирование физическим лицом сведений о наличии вышеуказанных товаров по установленной письменной форме, рассматривается как устное заявление об отсутствии таких товаров в ручной клади и багаже пассажира. При этом последующее обнаружение данных товаров при проведении таможенного досмотра, будет расценено таможенным органом как нарушение таможенных правил» [43, с.78].

«Письменное декларирование вышеперечисленных товаров производится в упрощенной форме (с заполнением пассажирской таможенной декларации) если общий вес товаров не превышает 250 кг., а их общая стоимость не более 5000 долларов США. Упрощенная форма декларирования не освобождает от необходимости уплаты таможенных платежей и налогов, мер нетарифного регулирования, а также выполнения других требований необходимых для проведения таможенного оформления.

При превышение данных норм общеустановленный порядок таможенного оформления (с оформлением грузовой таможенной декларации) применяется в отношении всей партии груза за исключением товаров, перемещение которых допускается в льготном порядке с применением устного декларирования.

Документами необходимыми для таможенных целей являются:

- документы, удостоверяющие личность лица перемещающего товары (удостоверение личности, паспорт);

- документы, подтверждающие право собственности на подлежащие таможенному оформлению товары, а также подтверждающие их таможенную стоимость (накладные, счета, товарные чеки и другие платежные документы в которых указаны данные покупателя, сведения о товаре и его стоимости);

- документы, подтверждающие происхождение товаров (этикетки, ярлыки, бирки, паспорта или сертификаты качества, а также другие документы, в которых указана страна, где данный товар был полностью произведен или подвергнут достаточной переработке);

- документы, подтверждающие факт постоянного проживания лица на территории одного из государств участников Таможенного союза (удостоверение личности гражданина РК, паспорт гражданина другой республики входящей в Таможенный союз с отметкой либо справкой о наличии постоянной прописки на территории данного государства). \*Предоставляются в случае использования льгот, предусмотренных для таких граждан;

- разрешения других государственных органов, если перемещение товаров через таможенную границу РК подлежит контролю с их стороны (сертификаты, лицензии, разрешения).

Порядок ввоза валюты в Республику Казахстан

Физическим лицам, независимо от страны их постоянного проживания разрешается ввоз наличной иностранной и национальной валют на территорию Республики Казахстан, а также вывоз национальной валюты из Республики Казахстан без ограничений, письменного декларирования и таможенного оформления. Письменное декларирование и таможенное оформление наличной иностранной валюты ввозимой на территорию Республики Казахстан, осуществляется по собственному желанию физического лица (для целей последующего вывоза валюты из Республики Казахстан). Нежелание физического лица произвести письменное декларирование и таможенное оформление ввозимой наличной иностранной валюты, не освобождает его от необходимости предоставления документов, подтверждающих легальность происхождения данной валюты в случае последующего ее вывоза с территории Республики Казахстан.

Порядок вывоза валюты из Республики Казахстан лицами, постоянно проживающими в одной из стран Таможенного союза (Республика Казахстан, Российская Федерация, Республика Беларусь, Кыргызская Республика, Республика Таджикистан)

Вывоз наличной иностранной валюты, в государства-участники Таможенного союза осуществляется без декларирования в письменной форме. Вывоз наличной иностранной валюты в сумме, не превышающей эквивалент 1500 долларов США включительно, в третьи страны осуществляется без декларирования в письменной форме. Иностранная валюта, вывозимая из Республики Казахстан в третьи страны свыше суммы эквивалентной 1500 долларов США, подлежит письменному декларированию. Письменное декларирование вывоза иностранной валюты осуществляется с представлением документов, подтверждающих легальность их происхождения, которыми могут быть:

справки-сертификаты о покупке наличной иностранной валюты, выданные в установленном порядке обменными пунктами уполномоченных банков и уполномоченных организаций государств-участников таможенного союза;

документы, подтверждающие снятие средств с валютного счета, в том числе изъятие денег с карт - счета или получение валюты по разовому переводу, выданные уполномоченными банками государств-участников таможенного союза;

таможенная декларация о сумме валюты, ввезенной ранее в одно из государств-участников таможенного союза из третьих стран;

Данные документы должны быть представлены на сумму превышающую эквивалент 1500 долларов США. Для лиц постоянно проживающих в Республике Казахстан представление вышеуказанных документов необходимо при вывозе иностранной валюты в эквиваленте свыше 10000 долларов США, на сумму, превышающую данный эквивалент.

Порядок вывоза валюты из Республики Казахстан лицами не проживающими в одной из стран Таможенного союза

Иностранная валюта, вывозимая из Республики Казахстан, подлежит письменному декларированию. Письменное декларирование вывоза иностранной валюты осуществляется с представлением документов, подтверждающих легальность их происхождения, которыми могут быть:

таможенная декларация о сумме валюты, ввезенной ранее в РК;

справки-сертификаты о покупке наличной иностранной валюты, выданные в установленном порядке обменными пунктами уполномоченных банков и уполномоченных организаций РК;

документы, подтверждающие снятие средств с валютного счета, в том числе изъятие денег с карт-счета или получение валюты по разовому переводу, выданные уполномоченными банками РК;

Данные документы должны быть представлены на всю вывозимую сумму.

Документы, предъявляемые для подтверждения легальности происхождения вывозимой валюты, прилагаются к экземпляру пассажирской декларации, оставляемому в таможенном органе, где было произведено таможенное оформление. Перемещение иностранной валюты с использованием платежных пластиковых карт производится без декларирования в письменной форме. В случае письменного декларирования вывоза иностранной валюты из Республики Казахстан и невозможности подтверждения легальности ее происхождения (в случаях, когда это необходимо), валюта может передаваться на хранение в таможенные органы для последующего возврата владельцу при его въезде на территорию Республики Казахстан.

При возникновении конфликтных ситуаций:

В случае необоснованных на Ваш взгляд требований сотрудников таможенных органов, Вы имеете право обжаловать действия должностных лиц таможенных органов с указанием Ф.И.О., номера нагрудного знака сотрудника таможни, вышестоящим должностным лицам данного таможенного органа, а также представителям вышестоящих таможенных органов. При возникновении спорных или конфликтных ситуаций Вы можете обратиться к руководству Таможенного управления» [45].

3 ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА

3.1 Прогнозы развития международного туризма

«Осознание человеком, что он является гражданином не только своей страны, но и мира, ведет к расширению рынка туристских поездок, особенно целевых. На конференции ВТО в Лиссабоне по результатам исследования «Tourism: 2020 Vision» провозглашены пять перспективных туристских направлений XXI века:

1. Приключенческий туризм. В мире остается все меньше не исследованных туристами регионов. Настоящих романтиков манят самые дальние точки Земли, горные вершины и морские глубины. Новые туристские потребности вызывают необходимость разработки соответствующего им туристского продукта» [46].

«Будет продолжена организация походов на самые высокие горные вершины мира.

С 1985 г. в целях туризма начата эксплуатация 46 подводных лодок. В 1996 г. в путешествиях на подводных лодках участвовало более 2 млн. туристов, что принесло туроператорам доход в 147 млрд. долл. США. В мире начато производство субмарин с прозрачным корпусом, что дает прекрасный обзор подводных глубин. В августе 1998 г. такая субмарина проложила свой курс в Северной Атлантике к месту крушения «Титаника».

Самая привлекательная точка края Земли - Антарктида. 10 тыс. туристов уже посетили этот ледовый континент. Стоимость тура в Антарктиду - от 10 до 16 тыс. долл. США. Вопрос о превращении трех своих исследовательских баз в Антарктиде в туристские центры решает Австралия. Великобритания, Новая Зеландия и РК открыли в Антарктиде базы для путешественников, прибывающих туда водным транспортом.

2. Круизы. Этот сектор туризма развивается феноменально быстрыми темпами. В 2000 г. на круизных судах по морским и речным маршрутам путешествовало около 7 млн. человек, в 2004г. число туристов предположительно составит 9 млн. В мире строится 42 восьмипалубных круизных судна водоизмещением 250 тыс. тонн и вместимостью до 6200 пассажиров каждое.

З. Экотуризм. Главная цель экотуризма - сохранение окружающей среды. Можно организовывать как тематические ознакомительные туры для любителей экотуризма, так и туры для отдыхающих на курортах, с посещением национальных заповедников. Часть доходов от экотуризма направляется на финансирование проектов по охране природы.

4. Культурно-познавательный туризм. Наибольшие потоки туристов, путешествующих с познавательными целями, наблюдаются в Европу, Азию и на Ближний Восток. Для небольших групп туристов можно организовывать познавательные туры в виде однодневных экскурсий с посещением памятников культуры.

В связи с повышением интереса к познавательному туризму возрастает значение охраны памятников культуры. Требуется применение эффективных мер по сохранению памятников культуры и управлению туристскими потоками.

5. Тематический туризм. Этот вид туризма предусматривает повышенный интерес к конкретному явлению, например, к климату местности, превалирующему над остальными туристскими мотивами. Популярность тематических парков как мест отдыха (в мире строится несколько таких парков) будет возрастать с каждым годом» [47].

«По прогнозу ВТО, в XXI веке ожидается туристский бум: число путешествующих в мире к 2020 г. приблизится к 1,6 млрд. (в 1997 г. путешествовало 612 млн. человек).

Крупнейшее британское туристское издательство «Travel & Tourism Intelligence» (ТТI), входившее в «Economist Intelligence Unit», опубликовало исследования, содержащие долгосрочные, вплоть до 2010 г., прогнозы развития международного туризма. Был проведен анализ данных 30 крупнейших выездных рынков, представляющих 90 % объема мирового туризма, и сделан прогноз относительно числа поездок туристов за границу, количества ночевок и денежных средств на зарубежные поездки. Согласно прогнозу темпы роста международного туризма будут снижаться.

Согласно прогнозам, темпы роста международного туризма в мире составят 4,4 % к 2008 г. и 4,3%-к 2010 г.. Для оценки перспектив роста туристских потоков принято использовать следующие показатели: низкий, ниже среднего, средний, высокий и выше среднего» [48].

«Европа как источник и потребитель туристских потоков имеет в перспективе средний показатель, что выявляет возможные варианты развития регионального туризма. Например, перспективы выездного туризма из Европы в Америку, Восточную и Южную Азию, страны Тихоокеанского бассейна оцениваются показателем выше среднего, а в Ближневосточный регион - показателем ниже среднего, что связано с экономическими трудностями и малопривлекательностью расположенных в нем стран.

Согласно прогнозу «Travel & Tourism Intelligence» (TТI) Европа как регион выездного туризма имеет хорошую базу роста по всем направлениям, за исключением Южной Азии. Однако рост выездного туризма из Европы и Средиземноморья заметно замедлится, тогда как темпы увеличения числа поездок за границу в странах Юго-Восточной Азии останутся довольно высокими, несмотря на недавние экономические трудности в регионе. В 1989 г. туризм из Европы составлял 69% всего рынка выездного туризма, к 1995 г. его объем упал до 58%, а прогноз на 2010 г. дает цифру 49%. На состояние европейского рынка туризма оказывает влияние тенденция к предпочтению европейцами путешествий по Европе.

Америка имеет показатель ниже среднего как по перспективам роста внутрирегионального туризма, так и по туристским потокам в Южную Азию и страны Ближнего Востока. Доминирующая роль Северной Америки на континенте и высокая доля учтенных туристских потоков в рамках приграничного обмена между США и Канадой дают низкую оценку перспективам развития внутрирегионального туризма.

Южная Азия испытывала политическую нестабильность в 90-е годы, что вызвало спад выездного и въездного туризма. Новая индустриальная политика Индии, снижение практики лицензирования и контроля над валютным обменом создают благоприятные условия для инвестиций и экономического развития, что, в свою очередь, обеспечивает финансовые возможности не только для деловых поездок, но и с целями отдыха. Перспективы выездного туризма из Индии можно оценивать средним показателем. Основными регионами по приему выездного туризма из Южной Азии станут Восточная Азия и страны Тихоокеанского бассейна. Перспективы въездного туризма в Южную Азию оцениваются показателем выше среднего, несмотря на небезопасную для туристов политическую нестабильность в регионе, сбои в авиадоставках из основных стран-поставщиков туристских потоков, а также недостаток средств для развития туристского продукта и продажи его за рубеж» [49].

«Ближний Восток имеет в перспективе впечатляющий экономический рост, что создает условия для роста выездного туризма и позволяет оценивать его показателем выше среднего. Оценка перспектив въездного туризма проблематична: с одной стороны, стабильность в регионе могла бы усилить рост въездного туризма, с другой стороны, привлекательность региона выражена неясно, идет процесс изучения и исследования этой ситуации. Рост показателей въездного туризма на Ближний Восток будет осуществляться в основном в рамках развития внутрирегионального туризма, но не за счет Европы и Америки.

Африка как регион состоит из множества субрегионов со сложившимися для каждого из них тенденциями развития туризма. Проблемы, присущие этому континенту, ограничивают потенциальный рост регионального туризма, поэтому оценки касаются возможностей средних темпов роста перспектив как выездного, так и въездного туризма. Средний показатель роста въездного туризма в Африку будет характерен для поездок из Европы, Америки и Ближнего Востока.

Страны Восточной Азии и Тихоокеанского бассейна могут быть оценены в перспективе показателем выше среднего как по выездному, так и по въездному туризму. Наиболее принимаемыми регионами выездного туризма из стран Восточной Азии и Тихоокеанского бассейна будут субрегионы Латиноамериканского континента, а также страны - партнеры Восточной Азии, Тихоокеанского бассейна (внутрирегиональный туризм) и Южной Азии. Эта тенденция сохранится в связи с высоким ростом населения в таких странах, как Южная Корея, Тайвань, Индонезия, Малайзия, Таиланд, а также за счет того, что Китай расширит поездки в соседние страны. Согласно прогнозу ВТО Китай к 2020 г. станет ведущим туристским направлением в мире, обогнав лидирующую пятерку - Францию, США, Испанию, Италию и Великобританию. Пока Китай занимает шестое место (22 млн. прибытий). Предполагается, что при ежегодном приросте 8 % число туристских прибытий в Китай достигнет к 2020 г. 137,1 млн. (табл. 3.1.1)» [50].

Таблица 3.1.1 - Прогноз самых популярных туристских направлений к 2020 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Страна | Количество туристских прибытий, млн. | Доля на мировом туристском рынке, % | Динамика роста 1995-2020 гг., % |
| США | 102,4 | 6,4 | 3,5 |
| Франция | 93,3 | 5,8 | 1,8 |
| Испания | 71,0 | 4,4 | 2,4 |
| Гонконг | 59,3 | 3,7 | 7,3 |
| Италия | 52,9 | 3,3 | 2,2 |
| Великобритания | 52,8 | 3,3 | 3,0 |
| Мексика | 48,9 | 3,1 | 3,6 |
| Казахстан | 47,1 | 2,9 | 6,7 |
| Чешская Республика | 44,0 | 2,7 | 4,0 |
| Всего | 708,8 | 44,2 |  |

«Вторым по популярности туристским направлением станут США (102,4 млн. прибытий), затем - Франция (93,3 млн.), Испания (71,0 млн.) и Гонконг (59,3 млн.). Великобритания окажется на седьмом месте (52,8 млн. прибытий).

Всего к 2020 г. количество международных прибытий составит 1,6 млрд., что в 3 раза превысит показатели 1995 г.

Ежедневные расходы туристов, за исключением средств на авиаперевозки, увеличатся до 5 млрд. долл. в день.

По прогнозу ВТО, ожидается бурное развитие выездного туризма. Крупнейшими странами-поставщиками туристских потоков станут Германия, Япония, США, Китай, Великобритания. РК, население которой получило возможность массовых выездов за рубеж только в 1990 г., поставит на международный рынок 30 млн. туристов к 2020 г.

Большие изменения на крупнейших рынках ожидаются в структуре выездного туризма. Доля межрегиональных поездок на дальние расстояния увеличится с 15% в 1995 г. до 25% в 2010 г. Тенденция роста объясняется тем, что люди будут больше путешествовать, их перестанут устраивать традиционные направления, они будут отдавать предпочтение «новому». Кроме того, намечается тенденция к дальнейшему и довольно быстрому снижению стоимости поездок на дальние расстояния, особенно с появлением нового скоростного транспорта.

Согласно прогнозу ВТО число зарубежных туристских поездок к 2010 г. достигнет 964 млн. (в 1995г.-535 млн.), но будет расти значительно меньшими темпами. Ожидаются крупные изменения в спросе на многих ведущих рынках - поставщиках туристов» [51].

«Экономическая слабость новых политических структур в Восточной Европе является реальным препятствием для вовлечения населения этих стран в зарубежный туризм. Объем туризма между странами Западной и Восточной Европы будет расти в основном в направлении с Востока на Запад. Расширению международного рынка туризма будут способствовать усилия стран ЕС, направленные на развитие такого еще недостаточно освоенного его сектора, как авиаперевозки. Предстоит преодолеть барьеры сопротивления со стороны национальных перевозчиков ряда стран ЕС. Проводимая ЕС политика «открытого неба» направлена на незначительную корректировку возможностей сектора авиаперевозок с целью предоставления пассажирам существенного снижения цен и большего выбора надежных авиакомпаний.

Для развивающихся стран международный туризм станет источником не только поступления иностранной валюты, но и организации новых рабочих мест. В то же время он привносит изменения в традиционные системы и природную среду. Проходившие в 90-е годы дебаты о целесообразности поддержки международного туризма завершились тем, что международный туризм признан инструментом экономики, применение которого не только приносит стране доходы, но и проблемы. Почти все развивающиеся страны понимают целесообразность развития международного туризма. Правительства этих стран при планировании мер по развитию туризма должны принимать во внимание экономические, социальные и культурные потребности населения. Особое внимание должно уделяться сохранению окружающей среды, которая является базой туризма и требует индустриального развития.

Таким образом, тенденции развития международного туризма носят позитивный характер. Возрастающий интерес туристов к другой культуре, обилие рекламы, доступность информации способствуют увеличению возможностей общения между народами, что позволяет людям лучше понимать друг друга.

Влияние социодемографических изменений на развитие мирового рынка туризма

Изменения демографической структуры и социальной модели народонаселения в развитых и новых индустриальных странах вызывают у все большего числа людей потребность использовать свободное время и доход на путешествие.

Люди старшей возрастной группы (от 55 до 59 лет) начинают играть все более важную роль в международном туризме. В 1997 г. зарегистрировано более 100 млн. прибытий, совершенных людьми старшего возраста, и эта цифра продолжает увеличиваться. Основными поставщиками этой категории туристов являются США, Канада, Япония и другие страны ЕС, население которых, несмотря на быстрые темпы старения, остается физически активным и, что не менее важно, более обеспеченным. Подсчитано, что ежегодно люди старшей возрастной группы совершают 2,4 поездки в пределах своей страны и 0,8 поездки за рубеж. Есть прогноз, что 55-59-летние жители Великобритании, США и Японии до 2008 г. совершат дополнительно 18,8 млн. поездок по территории своих стран и 6,3 млн. (возможно, больше) путешествий» [52].

«Население в возрасте 15-25 лет как важный элемент туристского бизнеса составляет 1/5 всего международного и внутреннего рынка туризма. Каждый молодой человек в среднем имеет в перспективе 50 лет для занятия туризмом.

Увеличение численности работающих женщин, тенденция к поздним бракам и обеспечение более высокого дохода на каждого члена семьи расширяют такие сегменты туристского рынка, как «деловые леди», поездки с целью отдыха и в период каникул. Примером служит Япония, где сегмент «деловые леди» составляет 1/6 рынка выездного туризма. Средний возраст японских женщин, вступающих в брак впервые, вырос до 26 лет. Швеция установила рекорд более позднего среднего возраста вступления в брак. Будущие супруги, вступая в поздний брак, имеют высокий уровень дохода, большая часть которого расходуется на свадьбу и, соответственно, медовый месяц. В Японии зарубежные поездки молодоженов составляют особый сегмент рынка, достигающий 7 % общего показателя выездного туризма.

Увеличение доли одиноких людей и бездетных семей и соответственно дохода, приходящегося на семью, обеспечит рост таких сегментов рынка, как поездки для «одиночек» и путешествия в каникулярное время.

Ослабление миграционных ограничений со стороны индустриальных стран будет способствовать увеличению числа поездок рабочих-мигрантов между страной проживания и центрами занятости за рубежом, а также появлению на туристском рынке турпродукта, рассчитанного на специфические этнические группы.

Повышение продолжительности оплачиваемого отпуска и гибкость рабочего времени вызовут потребность в новом туристском продукте, включающем максимум удовольствия за минимальный отрезок времени. Сокращение пятидневной рабочей недели с восьмичасовым рабочим днем до четырехдневной рабочей недели с девятичасовым рабочим днем высвободит три выходных дня для отдыха, путешествий и культурных мероприятий.

Станет популярным посещать тематические парки, совершать круизные путешествия, маршруты выходного дня, каникулярные поездки с краткосрочным пребыванием, поездки целевого назначения, а также деловые поездки в «средний» и «низкий» сезоны. Возрастет популярность курортов, работающих по системе «АН Inclusive», обеспечивающих отдых людям, которым требуется полное отключение от каждодневных забот и тревог.

Рост уровня образования увеличит стремление человека к знаниям. Интерес к другой культуре вызовет желание путешествовать и получать новые впечатления. Потребитель ощутит необходимость в новом многовариантном турпродукте.

Таким образом, демографические и социальные изменения будут оказывать положительное влияние на развитие мирового рынка туризма.

Новые технологии в транспортной инфраструктуре сделают возможными постоянные контакты почти со всеми регионами мира. Сокращение времени на проезд к месту туристского назначения и снижение цен на поездку позволят чаще путешествовать на дальние расстояния.

Государственный контроль над транспортом отменит необходимость оформления визы при въезде в страну посещения.

Ожидаемый рост иностранного туризма будет способствовать увеличению доходов населения принимающих стран. Расширение туристской отрасли повысит спрос на обслуживающий персонал во всех сферах туристской индустрии, включая средства транспорта, предприятия размещения и т. д.

Получат распространение новые формы продажи турпродукта, в том числе «киоски путешествия» непосредственно на промышленных и других предприятиях. Киоски будут предоставлять информацию о туристских регионах, круизах, ценах. Туристские бюро на промышленных предприятиях станут обычным явлением.

Увеличение среднего возраста трудоспособного населения вызовет необходимость создания турпродукта для зрелого потребителя, который является опытным путешественником и предпочитает комфорт.

Возрастающий интерес школьников к мировой культуре, изучение иностранных языков в начальных классах повысят желание больше путешествовать как по родной стране, так и за рубежом.

Студенты смогут реализовывать возможности для путешествия путем использования льгот и скидок. Возрастет популярность программ по студенческому обмену, в том числе и для получения языковой практики в стране изучаемого языка.

По прогнозу ВТО, демографические изменения отразятся и на выборе места туристского назначения: люди будут больше путешествовать с юга на север, а основными целями поездок чаще станут посещение друзей и родственников.

Политическая стабильность в мире создаст условия, при которых развитые индустриальные страны будут помогать развивающимся странам повышать уровень жизни, между ними возникнет техническое и технологическое сотрудничество во всех областях деятельности.

Включившись в программу развития туризма, любая страна сможет обращаться в ООН за помощью и получать значительные средства на развитие национального хозяйства, включая туризм» [53].

@Материальное благосостояние и отдых

Существует четкая связь между тенденцией развития туризма, общим экономическим развитием и личными доходами граждан. Туристский рынок очень чувствителен к изменениям в экономике. При стабильности цен рост полного реального личного потребления на 1 % ведет к остановке расходов на туризм; при росте личного потребления на 2,5 % затраты на туризм увеличиваются на 4 %, а рост личного потребления на 5 % увеличивает расходы на туризм на 10 %. При полном реальном личном потреблении ниже 1 % в туризме наблюдается спад. Но в каждой конкретной стране как источнике туризма реакция на изменения в экономике проявляется по-своему и может существенно отличаться от среднего показателя.

Спад в экономике в конце 80-х годов не был преодолен к 1994 г., что привело к падению показателей туристской деятельности. Но рост валового внутреннего продукта (ВВП) в течение 90-х годов составлял 3 % в год (или более), хотя для за ладных индустриальных стран показатель темпов роста был на 1 пункт ниже среднего, а для Азии, Латинской Америки и Ближнего Востока достигал более высоких оценок.

Ожидаемое в мире увеличение личного дохода граждан как в индустриально развитых, так и в развивающихся странах приведет:

• к более интенсивной туристской деятельности и, в частности, к увеличению числа потребителей турпродукта с высокими доходами;

• увеличению средств, выделяемых обществом на развитие туризма.

В будущем население всех индустриальных странах будет характеризоваться как имеющее повышенное «качество жизни». Отдых, путешествия, хобби и искусство станут основными элементами, заполняющими свободное время человека.

Изменение цен на туристский продукт будет определяться не только уровнем и ростом дохода, используемого в целях туризма, но и факторами ценообразования на турпродукт. Во второй половине XX в. рост цен в туризме отставал от инфляции, что явилось результатом развития конкуренции на туристском рынке. Законодательные ограничения на операции на авиалиниях и продолжающееся производство более вместительных и комфортабельных самолетов сохранят свое влияние на тенденции в туристском ценообразовании.

Изменения в валютных курсах также будут оказывать влияние на стоимость зарубежных поездок, что отразится на развитии туризма.

Таким образом, увеличение действительного располагаемого дохода прямо пропорционально отразится на расходах на туризм: они станут важной статьей социальных фондов. Расходы на занятия любимым делом, развлечения, спорт, культуру и т. д. будут возрастать [54].

«Вклад туризма в сохранение мира

Перспективы развития туризма во многом зависят от политической стабильности в мире. Туризм может развиваться только в мирных условиях. Войны, депрессии, спады в экономике и гражданские разногласия препятствуют развитию туризма. Страх туриста за свою безопасность - серьезный сдерживающий фактор при выборе путешествия. Турист должен быть уверен в своей безопасности во время поездки.

В октябре 1988г. в Ванкувере (Канада) состоялась Международная конференция, рассмотревшая роль и место туризма в сохранении мира. В Конференции приняли участие около 500 делегатов из 65 стран. Были рассмотрены пути влияния туризма на развитие взаимопонимания и уважения между народами, укрепление возрастающего интереса друг к другу и добрых взаимоотношений. Участники международного форума проанализировали объем и силу воздействия туризма на окружающий мир, внесли ясность в понимание того, что туризм, затрагивая все области деятельности (культуру, экономику, традиции, религию и др.), является мощным движением в защиту мира, создает контакты, обеспечивающие взаимопонимание между народами. Конференция продемонстрировала, что туризм может изменить мир, в котором мы живем, сделать его лучше, безопаснее.

Конференция приняла и распространила «Кредо миролюбивого путешественника», содержащее следующие положения:

• путешествовать с открытой душой и добрым сердцем;

• с благосклонностью и признательностью принимать разнообразие мира, с которым встречаюсь;

• уважать и защищать природную среду, которая поддерживает все живое на Земле;

• уважать все культуры, которые узнаю;

• уважать и благодарить хозяев за гостеприимство;

• предлагать руку дружбы всем, кого я встречу;

• поддерживать туристское обслуживание, которое разделяет эти взгляды и действует в соответствии с ними, всей душой, словами и поступками;

• побуждать других путешествовать по миру в мире. Понимание и уважение образа жизни местного населения, его культуры, языка как шаги к созданию дружественных связей между народами возможны лишь в условиях социальных контактов. Руководителям стран, понимающим важность туризма (особенно, иностранного), следует предпринимать усилия по улучшению отношений между народами и тем самым содействовать не только развитию экономического сотрудничества, но и укреплению социальных отношений.

Путешествие и общение приносят знания о другом народе, его образе жизни, культуре. Международный туризм дает возможности знакомства с самыми отдаленными странами.

Тенденции социальной и экономической политики развитых стран создают предпосылки для роста спроса как на внутренний, так и на международный туризм» [55].

3.2 Оценка потенциала роста мирового рынка туризма

«С начала 90-х годов туризм в РК приобрел массовый характер. В связи с этим были приняты законы, защищающие права и интересы потребителей и способствующие повышению качества туристского продукта. Казахстанские туристы стали более информированы и осведомлены в вопросах туристского законодательства. Поэтому турфирмам необходимо организовывать свою деятельность таким образом, чтобы она соответствовала требованиям потребителей. В противном случае турфирмам не избежать жалоб и нареканий в свой адрес и относительно выпускаемого турпродукта. Регулирование туристской деятельности должно сочетать в себе саморегулирование, основанное на законах свободного рынка, и государственное регулирование в особо важных вопросах, в частности в вопросах законодательства.

Эволюция рыночных технологий

Рост уровня жизни, личного располагаемого дохода, уровня образования повышает интерес человека к путешествию и возможности совершать его как внутри своей страны, так и за ее пределами, а более высокое качество туристского продукта делает туризм для многих привлекательным.

Новые информационные технологии и эффективные коммуникации обеспечат стремительное развитие рынка международного туризма. Крупные капиталовложения в новые технологии и рынок телекоммуникаций приведут к вертикальной, горизонтальной и диагональной интеграции. Большое значение в туризме приобретут глобальные компьютерные сети. Повысится эффективность маркетинга в туризме. Потребитель сможет получать необходимую информацию о турпродукте из специальных телевизионных программ, спонсируемых турфирмами. Набрав код на пульте дистанционного управления телевизором, соединенного с телефонной сетью, потребитель сможет познакомиться с перечнем национальных и зарубежных туристских центров, туров, круизов, автопутешествий, получит инструкцию, как забронировать поездку. Турфирма продемонстрирует цветной фильм по стране или региону, даст пояснительную информацию о выбранном маршруте, поможет сделать бронирование как для туриста-индивидуала, так и для туристской группы, независимо от расстояния, а также снимет со счета клиента предоплату или полную стоимость поездки.

В некоторых странах уже есть автоматические киоски бронирования. Упрощение процесса бронирования будет способствовать росту рынка туризма.

Все секторы индустрии туризма испытывают влияние новых технологий.

Торговля. Характер международной торговли становится более либеральным, хотя и продолжает испытывать влияние сдерживающих факторов, вызванных переговорами (с 1986 по 1994 г.) ГАТТ в Уругвае. Международная торговля сохраняет практику существенного развития в условиях, когда все большее число стран активно участвует как в экспорте, так и в импорте турпродукта.

Устанавливается и заключается больше региональных соглашений, аналогичных соглашению о свободе торговли в Северной Америке (NAFTA), что, в свою очередь, поддерживает международный туризм. Расширяются международные сети туроператоров.

Транспортная инфраструктура

Ожидаемый рост развития туризма создаст проблемы в транспортной инфраструктуре. Например, увеличение количества туристских поездок может стать причиной перегрузок авиатранспорта, что явится основным препятствием для полного осуществления потенциальных возможностей взлетно-посадочных средств. Ожидается реконструкция транспортной инфраструктуры во всех регионах мира, что потребует новых инвестиций в больших объемах.

Совершенствование транспортной инфраструктуры и системы электронных данных обеспечит быстрое и прямое сообщение между регионами, сделает туристские маршруты более разнообразными и менее дорогостоящими.

Безопасность поездок. С развитием туризма особую значимость приобретает его безопасность. Главным эффективным средством обеспечения безопасности туристов должна стать скоординированная работа правительств всех стран и туристских организаторов в этом направлении» [56, с.88].

«Ресурсы рынка. Возрастет потребность в дискреционном туризме (туризме по собственному выбору). Предполагаемое увеличение количества поездок по тарифам, приближенным к реальным, обусловят две важные тенденции:

рост доли каникулярных поездок, в частности за рубеж;

рост повторяемости каникулярного периода. Эти тенденции вызовут потребность в новом, более разнообразном и привлекательном туристском продукте. Традиционный турпродукт (например, отдых на пляже, обзорная экскурсия по городу) останется на туристском рынке основным выбором, сопровождаемым медленным ростом цен.

Сегмент рынка. Развитие международных отношений приведет к увеличению числа сегментов рынка туризма, ориентированных на определенные потребности с учетом демографических и социальных изменений, образа жизни и интересов разных групп населения. Предвидится расширение таких сегментов туристского рынка, как:

• внутрирегиональный туризм в странах Азии, Европы, Ближнего Востока и в других регионах;

• поездки на дальние расстояния;

• поездки в каникулярное время и с целью отдыха;

• привлекательный (т.е. удовлетворяющий двум или более элементам, связанным с окружающей средой) туризм;

• кратковременный отдых, организуемый с использованием средств расслабления и отдыха вне дома.

3.3 Окружающая среда и ее влияние на развитие туристского рынка

Повышается значимость окружающей среды как базы для туризма. По прогнозу ВТО, интерес общества к вопросам охраны окружающей среды к 2020 г возрастет. Население планеты встревожено нарушением экологии. Это пожары и смог в Юго-Восточной Азии, увеличение мировых запасов не пригодной для употребления воды (с 1/4 до 2/3) и др. Для успешного развития туризма важно сохранять и умножать природные ресурсы. Состояние окружающей среды играет важную роль в развитии туриндустрии.

Ожидаемое повышение спроса на путешествия уже повлияло на предприимчивость туристских центров в индустриально развитых странах, которые поняли необходимость создания национальных парков, заповедников, озеленения территорий отелей. Недопустимо, как раньше, использовать для туризма земли, не пригодные для других целей, размещать туристские объекты рядом с опасными производствами, например, химическим.

Рекреационное планирование материальной базы должно стать частью общего плана по обустройству территории. Перед началом строительства нового туристского комплекса следует тщательно и полно изучить его влияние на экономику и природу региона. Это должно стать частью общественной политики местных органов власти. Важное условие реализации нового туристского проекта - получение санитарного разрешения на утилизацию отходов и т. д. Негативное влияние нового проекта на окружающую среду - серьезная причина, по которой он может быть отклонен местной администрацией.

Воздух, грунтовые и наземные воды, пляжи и леса должны оставаться в своем первозданном состоянии, чистыми и защищенными. В защите нуждается природа - флора и фауна.

Разумное использование местных ландшафтов и памятников архитектуры в туристских целях следует поощрять.

Таким образом, новый туристский проект должен планироваться так, чтобы сохранять и по возможности улучшать состояние окружающей среды.

Перспективы развития видов международной туристской деятельности

Эволюция туристского рынка предполагает преобразование всех видов туристской деятельности.

Шопинг. Магазины в курортных зонах должны стать более привлекательными для туристов и предлагать больше высококачественной продукции местного производства. По возможности магазины следует открывать рядом с заводами и фабриками, где туристы смогут наблюдать процесс производства. Это будет способствовать повышению спроса на местную сувенирную продукцию. Продавцам следует обладать определенным словарным запасом на нескольких иностранных языках, чтобы объяснять туристам технологические особенности производства товара, его историю. Желательно обеспечивать доставку товара в любую точку мира.

Отдых. Тенденция к здоровому образу жизни поставит отели перед необходимостью иметь спортивные тренажеры, разрабатывать специальные оздоровительные туристские программы, включающие обучение определенным видам спорта. Популярными станут поездки в национальные парки, заповедники, на сафари, лыжные курорты. Страны, ожидающие приток туристов, должны изыскивать средства на строительство новых и реконструкцию старых туристских объектов. Развитие туризма окупит вложенные в него средства» [57, с.40].

«Посещение достопримечательностей. Число посещений культурных, исторических и природных достопримечательностей в мире ежегодно растет. Хорошее транспортное сообщение сделает доступным любой регион. Возрастет популярность всемирно известных достопримечательностей как результат повышения интереса к мировой культуре. Перечень предлагаемых для посещения достопримечательностей должен стать более широким и включать объекты туристского показа, интересные для путешественников, достаточно посмотревших свою страну и побывавших во многих других странах [58, с.9].

«Бизнес, торговля, конгрессный туризм. Новые технологии в электронике, спутниковой связи и космическом машиностроении окажут значительное влияние на рост рынка туризма. Станет возможным проведение конференций без присутствия ее участников в условленном месте. Находясь в своем офисе, потребитель сможет с помощью компьютера и других средств связи получить повестку дня конференции, следить за ходом выступлений, знакомиться с их текстами, участвовать в обсуждении, голосовать. Новая технология проведения конференций, организацией которых будут заниматься профессионалы, поддержит рост конгрессного туризма.

Обучение. Ожидается рост популярности образовательных туров, международных студенческих обменов, в т.ч. с целью изучения иностранных языков, обучающих программ для взрослых. В колледжах, институтах, университетах будут открыты международные образовательные центры. Университетские кампусы, привлекательные своими спортивными и культурными событиями, развлечениями, конференциями и краткосрочными курсами, станут особенно популярны. Человек, руководствуясь личными интересами, будет стремиться использовать любую возможность для повышения уровня своего образования» [59, с.3].

«Спорт. Спортивные мероприятия, в том числе зимние и летние Олимпийские игры, способствуют повышению интереса к путешествию. Частота проведения соревнований по различным видам спорта будет увеличиваться, что повысит спрос на туристские поездки.

Поставщики в туризме: тенденции и прогнозы

Рост международного туристского рынка выдвигает повышенные требования к поставщикам в туризме.

Средства размещения. Исследования гостиничной индустрии «TTG World Hotel Report», проведенные «Miller Freeman Group», показали, что:

• отели будут продолжать отставать от авиатранспорта и других секторов туриндустрии по уровню компьютеризации и использования современных технологий в бронировании туров;

• налоговое бремя отелей будет увеличиваться, и доля туризма в общем объеме налогов повысится с 10,4 (1996 г.) до II % (2006 г.);

• возрастут расходы правительств на пропаганду туризма;

• гостиничная индустрия меняет способ подсчета своих прибылей: с дохода на один номер - на доход с одного клиента;

• только 30 % всех отелей Европы относятся к гостиничным цепям;

• в гостиничной индустрии ускоряется процесс слияния компаний, отмечается увеличение количества договоров франшизы и внешних инвестиций.

• становится выгодным и прибыльным быть «зеленой» гостиницей, т. е. заботиться об охране окружающей среды. Известно, что большинство организаторов конгрессного и инсентивтуризма, выбирая отель, придают большое значение экологии.

Важным условием привлечения туристов в регион является повышение комфортности отелей и качества обслуживания. Желательно в каждом номере устанавливать видеотелефон и компьютер, подключенный к глобальной сети, для отправки любой информации.

Возрастает популярность отелей-музеев, т.е. старых частных отелей, соответствующих мировым стандартам, но сохраняющим неповторимое очарование старины. Эти отели привлекают туристов домашней обстановкой, уютом, гостеприимством хозяев и умеренными ценами. Одна из особенностей отелей-музеев - неповторимая кухня» [60].

«По прогнозу ВТО, долгосрочные проекты уже к 2020 г. позволят совершать туристские поездки в космос. Перспектива разработки космических туров стала реальной после того, как на Луне была найдена вода. Международная цепь отелей «Хилтон» планирует возвести на Луне отель. Проект обойдется корпорации в 6-12 млрд. долл. США. Согласно проекту отель будет представлять собой стальную конструкцию, покрытую материалами, которые используются при создании космических «челноков». Его клиентам будет предоставлен сервис на уровне пятизвездочного отеля. Оплата за номер с видом на Землю превысит стоимость других номеров. При отеле планируется пляж. Весь комплекс будет располагаться под огромным герметичным куполом. В рамках реализации проекта корпорация «Хилтон» уже израсходовала 200 тыс. долл. США на консультации с НАСА, чьи «Шатл», как предполагается, будут доставлять на Луну стройматериалы.

Средства транспорта. Использование авиатранспорта как самого скоростного средства доставки туристов к месту назначения возрастет. Перелет из Москвы в Нью-Йорк займет всего 2,5 часа. Место авиапассажира будет оборудовано индивидуальным телеэкраном, что даст возможность туристу получать необходимую информацию о стране прибытия (экскурсии, полезные советы, телефоны туристских бюро, консульства) на борту самолета.

Использование более совершенных самолетов сделает возможным снижение стоимости международных поездок. Однако это может оказать негативное влияние на транзитный туризм в страны Ближнего Востока: мощным авиалайнерам не понадобятся остановки при перелетах из Европы в Азию, поэтому число поездок в этот регион сократится. Несмотря на это, доля Ближнего Востока в международном туризме будет расти.

Большие изменения произойдут в наземном и водном транспорте. Повысится комфортабельность автобусов, места пассажиров, как и в самолете, будут оснащены индивидуальными телеэкранами. Пассажирам круизных судов будет предоставляться исчерпывающая информация о порте захода (береговые экскурсии, население, род занятий, традиции, обычаи и пр.). Таким образом, можно сделать ряд важных выводов относительно потенциала роста мирового рынка туризма. Новые технологии во всех областях деятельности обеспечат стремительный рывок в развитии рынка международного туризма. Недаром XXI век уже объявлен веком сферы обслуживания. Политическая, социальная и финансовая интеграция в мире будет способствовать развитию и совершенствованию торговли, гостиничной и транспортной инфраструктуры и других ресурсов туристского рынка, бережному использованию окружающей среды в целях туризма, гарантировать безопасность туристов как в индустриально развитых, так и в развивающихся странах. Все это позволяет утверждать, что мировой туризм имеет огромный потенциал и, следовательно, можно составлять перспективы его развития на первые десятилетия XXI века» [61].

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Республика Казахстан обладает объективными предпосылками для более активного выхода на мировые туристические рынки. Основным туристическим продуктом Казахстана являются разнообразные природные ресурсы, историческое и культурное наследие. Анализ статистических и эмпирических данных свидетельствует о возрастающем интересе к туристическим продуктам Казахстана и позитивных тенденциях развития туризма.

Главной целью развития туризма в Казахстане является формирование экологически и социально ориентированной, высокорентабельной и конкурентоспособной туристской индустрии, способной обеспечивать потребности туристов в разнообразных туристических услугах, приносящие доходы стране и новые рабочие места, в том числе и в смежных с туризмом отраслях экономики. Роль международного туризма в экономике РК определяется степенью достижения этой цели.

Реализация Концепции развития туризма в РК до 2010 года, разработанная в рамках Комплексной основы развития РК (КОР) и Национальной стратегии сокращения бедности (НССБ), способствует созданию современной конкурентоспособной туристической индустрии.

Для достижения целей Концепции развития туристической индустрии необходимо обеспечить:

- согласованность политики в области туризма на национальном и региональном уровнях и четкое разграничение функций, полномочий и ответственности всех заинтересованных в развитии туризма сторон: государства, частного сектора, профессиональных неправительственных организаций и местного сообщества;

- объединение и координацию усилий и инициатив государства, международных организаций, оказывающих техническую помощь Казахстану в развитии туризма, представителей частного сектора и их профессиональных объединений;

- внедрение горизонтально и вертикально интегрированного института социального партнерства: государство - частный сектор и их профессиональные ассоциации и объединения - местные сообщества как механизма обеспечения равноправного диалога.

Решение задач эффективного развития туризма позволит значительно увеличить поток туристов в Казахстан и приток денежных поступлений в экономику страны, а также обеспечить, с одной стороны, рост налоговых отчислений в бюджеты различных уровней и повышение занятости, а с другой развитие регионов и смежных отраслей экономики. Все это будет способствовать увеличению роли международного туризма в экономике Казахстана.

В ходе исследования было выяснено, что туристическая индустрия Казахстана способна максимально реализовать свои конкурентные преимущества при концентрации рыночных усилий на определенных видах туризма и целевых рынках. Наиболее конкурентоспособными и привлекательными видами являются:

- курортно-рекреационный туризм;

- горно-приключенческий туризм;

- туризм на Великом Шелковом пути;

- деловой туризм.

Эти виды туризма являются наиболее перспективными до 2010 года, так как привлекательны для туристов и имеют высокую экономическую отдачу от вложенных средств за короткий промежуток времени.

В настоящее время доходы туристической отрасли составляют около 90 миллионов долларов США, к 2010 году они могут составить около 160 миллионов долларов США, что может стать существенным вкладом в ВВП страны, а также в формирование платежного баланса.

В последние годы идет заметное увеличение въезда в Казахстан граждан стран дальнего зарубежья. Если эта тенденция роста сохранится, то можно ожидать увеличения потока посетителей из стран дальнего зарубежья к 2010 году до 200 тыс. человек (в 2005 г. - 30 тыс., в 2006 г. - 59 тыс.)

Таким образом, вышеприведенные данные свидетельствуют о растущей роли международного туризма в экономике Казахстана в настоящее время, а также о перспективах развития туризма в ближайшем будущем.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента РК от 22 декабря 2000 года УП №346 "Об объявлении 2001 года - Годом поддержки и развития туризма в РК"
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм СПб: "Изд. дом "Герда", 2006 г.

Закон РК «О туризме» N 34 от 25 марта 1999 года

1. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме.– М.: Финансы и статистика, 2006 г.
2. Квартальнов В.А., Зорин И.В. Экономика туризма. М.: Финансы и статистика, 2005 г.
3. В.Б. Сапруновой «Туризм» М.: 2006 г.
4. http://www.airport.kz
5. Сенин В.С. Организация международного туризма - М: Финансы и статистика , 2003 г.
6. Лэссер Кристиан, Вера Магистр Стратегия Туризма для Казахстана, отчет Б.: ноябрь 2002г.
7. Маринин М. Впервые в России принят закон, регулирующий сферу туризма: Комментарий к закону//Экономика и жизнь. – 2006 г.
8. Индустрия туризма/ Она ровесница независимости страны//Известия 20003 г.
9. http://www.toktom.kz

Всемирная Туристская Организация (ВТО)

1. http://www.who.int
2. http://www.kabar.kz
3. Особенности развития туризма в горном регионе, материалы конференции посвященного международному году гор, Алматы, 2006 г.
4. http://www.akipress.kz
5. Доклад о развитии человека за 2001 год. Нью-Йорк; Оксфорд: Оксфорд юниверсити пресс, 2006 г.

Рустамбек Ибрагим Стране необходим качественный прорыв в экономике, Аргументы и факты Казахстан (13) 31 марта 2004 год

1. Ослунд Андерс, РК: Необходимость улучшения государственного управления и расширения экспорта, Вашингтон, Округ Колумбия, 8 мая 2003 года.
2. Отчет по проекту Рыночные исследования туристов СНГ в Казахстане, Маркетинг сервис бюро, 2002 год.
3. Севал Халил, Октай Кутай, Курманалиева Жылдыз Проблемы маркетинга туристического сектора РК и пути их решения, Алматы, 2003 год.
4. Янковский А. Маркетинговая деятельность на рынке турпродукта //Маркетинг 2004г.
5. Комисаров В. Проблемы туристической отрасли РК, Реформа №3/2003, ст 18-20
6. http://topkyrgyz.vov.ru/turagent.htm
7. Алмакучуков О.М. Обзор ситуации в туристической отрасли Казахстана Б.: 2006 г.
8. Камчыбеков Т.К. Туризм в Казахстане: проблемы, пути решения, перспективы развития. – Б.: БГИЭК, 2007 г.
9. http://rus.gateway.kz/travel\_ag##
10. Койчуманов Т. Отчет о функциональном анализе в Государственном комитете РК по туризму, спорту и молодежной политике, Б.: январь 2003г.
11. Александрова А.Ю. Международный туризм: Учеб/ пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2001 г.
12. Балабанов И.Т. Экономика туризма. М.: "Финансы и статистика", 2006 г.
13. Кириллов А.Т., Волкова Л.А. Маркетинг в туризме. - СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996 г.
14. ww.stat.kz
15. http://www.president.kz
16. Новые тенденции в развитии международного туризма//Коринф 2007 №1
17. Сенин B.C. Введение в туризм. - М., 2006 г.
18. Сапрунова В.Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: «Ось-89», 2001 г.
19. www.mid.kz
20. Котлер Ф., Боуэн Д., Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для вузов; пер. с англ, под ред. Р.Б. Ноздревой. - М.: Юнити, 2007 г
21. Исмаев Д.К. Основы стратегии планирования и маркетинга в иностранном туризме. - М.: ТОО «Луч», 1993 г.
22. http://www.helvetas.kz
23. Азар В.И. Экономика и организация туризма. -М: Профиздат, 1993 г.
24. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000 г

http://www.mitf.ru

1. http://www.kyrgyzinfo.kz
2. Статистический сборник. Туризм в Казахстане, Б.: Нацстатком РК, 2001г.
3. Концепция развития туристической отрасли РК до 2010 года Правительство РК, Алматы, 2000 год.

Постановление Правительства РК от 17 февраля 2003 года №71 "О неотложных мерах по улучшению экономических индикаторов туристического сезона 2003 года"

1. Постановление Правительства РК от 9 февраля 2001 года № 43 о реализации Указа Президента РК «Об объявлении 2001 года – Годом поддержки и развития туризма в РК»;
2. Статистический сборник. Туризм в Казахстане, Б.: Нацстатком РК, 2006г.

Указ Президента РК от 4 сентября 2000 года УП №255 "О концепции развития туристической отрасли в РК до 2010 года"

1. Максименко С.В. Туризм в Казахстане. – Б., 2006 г.
2. http://www.president.kz/press/appearance/526/
3. Туризм Казахстана, информация, официальные документы, статистика, анализ, Государственное агентство по туризму и спорту при Правительстве РК, 2007 год.
4. http://www.cbtkyrgyzstan.kz/
5. Адамс Гордон Туризм в РК. Стратегия развития, Б.: Прагма май 2006г.
6. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития. - М.:2000
7. Пирожник И.И. Международный туризм в мировом хозяйстве: Учеб. пособие. Мн.: Белгосуниверситет, 2006 г.
8. Зорин И.В., Зорин А.И., Ирисова Т.А. Туризм и отраслевые системы. Учебник для вузов туристического профиля М. 2005 г.
9. http://wwwextremekz.host.net.kz/raid/18.html
10. Программа мероприятий по развитию туризма в РК до 2010 года, Правительство РК, Алматы, 2001 год.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Первые десять стран мира по числу туристов в 2006г.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Позиция | Страна | Число туристов, млн. человек | Соотношение численности туристов, %  2006/2005 | 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 |
| Источник: Всемирная Туристская Организация (ВТО) | | | Сентябрь 2006г. | |

Приложение 2

Прогноз самых популярных туристских направлений к 2020 г.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Страна | Количество туристских прибытий, млн. | Доля на мировом туристском  рынке, % | Динамика роста 1995-2020 гг., % |
| США | 102,4 | 6,4 | 3,5 |
| Франция | 93,3 | 5,8 | 1,8 |
| Испания | 71,0 | 4,4 | 2,4 |
| Гонконг | 59,3 | 3,7 | 7,3 |
| Италия | 52,9 | 3,3 | 2,2 |
| Великобритания | 52,8 | 3,3 | 3,0 |
| Мексика | 48,9 | 3,1 | 3,6 |
| Казахстан | 47,1 | 2,9 | 6,7 |
| Чешская Республика | 44,0 | 2,7 | 4,0 |
| Всего | 708,8 | 44,2 |  |