

Сафаров Шохрух Сайвалиевич
магистрант, Казахский национальный университет им. аль-Фараби,
г.Алматы, Республика Казахстан
**МИРОВОЙ ОПЫТ И МОДЕЛИ ДИВЕРСИФИКАЦИИ
ТУРИЗМА**
E-mail: safarovshohrukh1997@mail.ru

Аннотация.

В статье дана характеристика основных моделей государственного управления туризмом на примере стран мира с наибольшим количеством прибытий. Проанализирован международный опыт в сфере управления и развития туризма и рассмотрено место Казахстана в мировой туринастии

Ключевые слова: туризм, модели управленческих структур, туристические ресурсы, мировой туристический рынок

Введение

Международный туризм считается одной из оживленно развивающихся секторов мировой экономики. С каждым годом растет количество международных туристических прибытий, а совместно с ними прибыли от промышленности туризма. Туризм обеспечивает население рабочими местами, правительство налоговыми поступлениями в казну, а еще увеличивает благосостояние всех государств, участвующих в процессе сотворения, продвижении и реализации туристических услуг.

Следует отметить, что муниципальная туристическая политика создает и определяет главные направленности становления, как самого туризма, как и иных секторов экономики, именно связанных с туринастрией. Статус и возможности органов, осуществляющих политическому деятелю в сфере туристических услуг и их продвижение на международный рынок, в разных государствах не схожи. Степень становление туризма в разных государствах впрямую находится в зависимости от проводимой государством политические деятели в сфере туризма.

Экспериментальная часть (материалы и методы)

В данной связи тест международного навыка управления в сфере продвижения и становление туристических предложений ведется актуальным. В реальное время различают 3 главные модели муниципального управления туристической сферой.

1-ая модель подразумевает, что в стране отсутствует центральный орган муниципального регулировки туризма. Ведущее условие для предоставленной модели заключается в том, что государство обязана быть презентабельна для зарубежных туристов и не нуждаться в особенной рекламе ее туристического продукта на международном рынке. Первоочередное смысл при данном имеют

развитая инфраструктура, возвышенной степень предложения банковских, страховых предложения и мед сервиса, система обеспечивание защищенности туристов. Эта модель предусматривает решение вопросов становление туризма на местах, в том числе разными ассоциациями. Предоставленная модель управления туриндустрией функционирует в USA.

2-ая модель основывается на том, что вопросами туризма увлекается отраслевое министерство, наделенное важными возможностями и экономическими ресурсами. Этот расклад эффективен в случае, когда интересы въездного туризма просят значимых средств на создание и помочь на высочайшем уровне государственного туристического продукта и туристической инфраструктуры, вербования прямых зарубежных вложений, помощи маленького и среднего бизнеса, обеспечения защищенности зарубежных туристов. Предписанная модель действует в этих государствах таких как Малайзия, Болгария, Малайзия, Турция, Египет.

3-ая модель учитывает, что функции по развитию и муниципальному регулировке туризма возложены на многоотраслевое министерство. В министерстве формируется спец, которое увлекается разработкой и совершенствованием нормативно-правовой базы; регулирует связи с другими государствами и международными организациями по задачам становление туризма; воплотит координацию министерств, ведомств и региональных властей по задачам становление международного туризма; увлекается продвижением государственного туристического продукта за рубежом, участвуя в международных туристических выставках и ярмарках. Эта модель более все распространена в государствах Европы, таких как Нидерланды, Испания, Англия.

Следует отметить, что каждый год увеличивается численность людей перемещающихся по миру. Так, если в 1951 году общее количество туристов равняется 24 млн. человек., в 1981 - 277 млн. человек, в 1994 -527 млн. человек., то в 2012 - выше 1,036 миллиардов человек. Чем более правительство уделяет интереса задачам продвижения туризма, что более возможность наращивания количества туристических прибытий в страну. В данной связи определенный внимание, с позиции управления сферой туристических услуг, предполагают страны, входящие в 10 государств стран, лидирующих по туристическим прибытиям. Тест демонстрирует, что за этап с 2001 по 2013 годы имеется позитивная динамика подъема числа прибывших туристов во всех государствах. Постоянными фаворитами по прибытиям остаются Франция, США, Китай и Испания. За анализируемый этап в Турции численность туристов возросло в 4,6 раз, а в Малайзии - в 3,3 раза. В РФ численность прибытий возросло на 22,2%.

Следует отметить, что механизмы взаимодействия уполномоченных органов, ответственных за продвижения и становление туризма всякой государстве отличны. К примеру, организация управления туризмом во Франции дает собой систему, связывающую правительство, регионы, департаменты, коммуны и личный раздел. За сферу туризма на муниципальном уровне отвечает Министерство обустройства и

автотранспорта. В зону ответственности предоставленного ведомства входят вопросы проф. изучения, составление отношений с региональными комитетами, прогнозирование и статистика туризма. В его руководстве располагается муниципальный секретариат по туризму, исполняющий функции государственный туристической администрации. На международном рынке продвижением вида Франции, как туристического центра увлекается группа Atout France (Агентство туристского становления Франции), которая сформирована в итоге слияния «Maison de la France» (Государственного дома Франции) и агентства ODIT. В совместной трудности в Atout France работают в пределах 1350 чел. К главным направлениям работы Агентства туристического становления Франции относится: рекламные изучения и продвижение Франции на крупном туристическом рынке, разработка стратегических основ работы в сфере туризма и планирование вложений в этот раздел экономики, продвижение инноваторских технологий и разработка событий по увеличению значения свойства туристического обслуживания. С 2 февраля 2011 года агентство ведет муниципальный реестр туроператоров и арендодателей автомашин в согласовании с установленными суммами комиссии по регистрации. Реализацией перечисленных выше функций Atout France промышляют 36 представительств фирмы за рубежом. Этим образом, система управления туризма формировалась долговременное время и по настоящий этап функционирует очень действенно.

В USA туристическая политического деятеля разрабатывается и реализуется наикрупнейшей Ассоциацией по путешествиям и туризму (U.S. Travel Association) в рамках Федерального министерства торговли США. В любом штате наличествует своя служба, серьезная за становлением и продвижение туризма. Как правило, это Агентство по торговле, коммерции и туризму. В городках есть особые Бюро по туризму, ведущей функцией которых считается вербование туристов. В эту компанию входят адепты властей, транспортных фирм, гостиничного и ресторанных бизнеса, увеселительных и других учреждений. Следует отметить, что бюджет Бюро по туризму складывается из средств, собираемых мегаполисом в облике налога, взимаемого с жителей гостиниц за размещение, а еще за счет прибылей от рекламы и членских взносов.

В Китае становление туризма носит централизованный нрав. Управление в сфере туризма осуществляется Национальное управление по делам туризма Китайской Народной Республики (ГУТ КНР), подчиненное именно Госсовету КНР. Ведущими функциями ГУТ КНР считаются: разработка руководящих основ, стратегии и намерений для становление туризма; подготовка положений, правил и отраслевых стереотипов, контроль над их осуществление; сотрудничество с другими государствами в сфере туризма, а еще организация наружной рекламы и создание стиля Китая как фаворита на международном туристическом рынке. ГУТ КНР содержит 15 иностранных представительств (Китайские национальные бюро по туризму - China National Tourism Offices), ведущей задачей которых считается

популяризация китайского туризма и вербование зарубежных туристов. На региональном уровне есть отдельные программы становление туризма с учетом специфики регионов. Эту деятельность осуществляют Управления по туризму провинций, автономных районов и иных административных единиц Китая.

Ключевым координирующим звеном в сфере туризма в Испании считается Муниципальный секретариат по задачам торговли, туризма и мелкого бизнеса, который подчинен Министерству экономики. Еще Министерству подчиняются: Центральная дирекция по туризму, гостиничная сеть «Paradores», Испанский ВУЗ туризма «Turespaca». Эти основные функции, как сертификация предложений, лицензирование, разработка стратегии туриндустрии считаются прерогативой районной власти. За работа по вербованию зарубежных туристов и продвижение испанских курортов за рубежом серьезным считается Испанский ВУЗ туризма «Turespaca». Следует отметить, что в начале 2010 года приступило к работе Каталонское агентство по туризму. Ключевой задачей агентства считается увеличение производительности управления туристической секторам экономики самостоятельного общества.

В Италии уполномоченным органом, осуществляющим работа в туристической сфере на муниципальном уровне, считается Департамент по туризму, который подчиняется Министерству производственной работы. Главные функции Департамента по туризму сводятся к разработке нормативно-правовых актов, координации работы региональных администраций по туризму, обработке и изучению статистических данных, а еще разработке и подписанию межправительственных соглашений в области туризма. Районная власть ведает вопросами лицензирования туристической работы, осуществляет систематизацию гостиниц. Представление Италии на международном туристическом рынке осуществляется Государственное Агентство Италии по Туризму (Е№Т), область работы которого разделяется на 2 ведущих направленности, а как раз, продвижение всех видов государственного предложения в сфере туризма и их коммерциализация. Е№Т подчиняется Департаменту по туризму и финансируется из госбюджета.

Туризм считается одной из самых прибыльных секторов экономики Турции. В следствие этого разработкой политические деятели в сфере туризма и контролем над ее осуществлением увлекается ключевой орган исполнительной власти - Совет министров Турции. Правительство Турции уделяет особенное забота экономической помощи туризма, которую осуществляет с поддержкой целой системы денежных рычагов. К ним относятся: передача налоговых льгот фирмам занятых в туризме; финансирование более важных планов в туриндустрии; выделение экономных средств на маркетинг, рекламу и т.д. Профильным учреждением считаются Министерство культуры и туризма, которое было сформировано в 1966 году и в то время называвшиеся Министерство туризма. При предоставленном министерстве действует туристическая среднее учебное

заведение для подготовки сотрудников в сфере туризма. Весомую роль в развитии Германии как туристического направления на международном и на внутреннем рынках туризма играет особая рекламная организация – Государственный комитет Германии по туризму (DZT). DZT был реализован основан в 1949 году во Франкфурте-на-Майне и с тех времен безустанно содействует увеличению туристического потока в Германию. Сейчас у организации 31 представительств по всему миру. Работа комитета финансируется и контролируется Федеральным министерством экономики и технологий. DZT сотрудничает с региональными туристическими агентствами туроператорами, предоставляя им важную информацию о туристическом рынке государства. Комитет содержит вебсайт на 29 зарубежных языках, дающий нужную и обновляемую информацию о Германии. Организация разрабатывает стратегии и планы для формирования позитивного туристического стиля Германии за рубежом и вербование туристов в страну.

В Казахстане федеральные органы исполнительной власти, осуществляющие государственное управление и межрегиональную координацию, а также реализацию государственной политики в сфере туризма, постоянно менялись. За период рыночных преобразований в России изменились органы исполнительной власти, ответственные за развитие туризма. Если в 1992 году существовало Министерство культуры и туризма РФ, в 1994 году - Комитет РФ по делам молодежи, физической культуре и туризму, то в 1999 году было организовано Министерство РК по физической культуре, спорту и туризму. В 2000 году сферу туризма курировал 30 мая 2013 года начал работу национальный туристский портал созданный усилиями специалистов РИА Новости и Ростуризма, Министерства культуры РФ и сотрудников туристских информационных центров российских регионов. Создание единой информационной площадки позволит получить оперативную и полную информацию о важных достопримечательностях страны, маршрутах, предстоящих событиях. Целью создания национального туристского портала является объединение туристских ресурсов всех субъектов Казахстана и создание дополнительных возможностей для продвижения туристского продукта. В скором времени планируется открытие версии портала на английском и на китайском языках. Продвижение и развитие туризма в России осуществляется и на региональном уровне. В каждом субъекте РК имеется уполномоченный орган отвечающий за поддержание туризма на надлежащем уровне.

Заключение

Таким образом, по способу организации управления в сфере туризма Казахстан следует отнести к третьей модели, так как государственное регулирование туристского сектора возложено на Министерство культуры, курирующее одновременно несколько направлений.

Следует отметить, что каждая из трех перечисленных моделей управления в области туризма не имеет жестких рамок. Она может варьировать и изменяться в зависимости от поставленных целей и задач.

Неизменным остаётся взаимодействие принципов моделей управления туристской сферой с механизмами устойчивого развития и эффективностью функционирования мировой туриндустрии.

Список литературы:

1. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. М.: КноРус,2013. 400 с.
2. European Commission. A European Strategy for More Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism; European Union: Brussels, Belgium, 2014. URL: https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/publications/european-strategy-more-growth-and-jobs-coastal-and-maritime-tourism_en
3. European Commission. Directorate-General for Enterprise and Industry—Guide on EU Funding for the Tourism Sector; European Commission: Brussels, Belgium, 2015. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e0707433-aa5f-11e6-aab7-01aa75ed71a1>
2. Савин Д.А., Т.Озл и становление индустрии туризма в Турции // Вестник ЯрГУ. Серия Гуманитарные науки. 2010. №3. С. 16-20.
3. Сайт Всемирной Туристской Организации. Электронный ресурс - Режим доступа: <http://www2.unwto.org/>
4. Сайт Ассоциации Туроператоров России. Электронный ресурс - Режим доступа: <http://www.atoms.ru/tourofice>
5. Сайт РОСТУРИЗМ. Электронный ресурс - Режим доступа: <http://www.mssiatourism.ru/>
6. Сайт Национального комитета Германии по туризму. Электронный ресурс - Режим доступа: <http://www.germany.travel/ru/germany/about-us/>