



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2014» атты
IX халықаралық ғылыми конференциясы

IX Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2014»

The IX International Scientific Conference for
students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION-2014»

2014 жыл 11 сәуір
11 апреля 2014 года
April 11, 2014



**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2014»
атты IX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
IX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2014»**

**PROCEEDINGS
of the IX International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2014»**

2014 жыл 11 сәуір

Астана

УДК 001(063)
ББК 72
Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2014» атты студенттер мен жас ғалымдардың IX Халықаралық ғылыми конференциясы = IX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2014» = The IX International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2014».
– Астана: <http://www.eni.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2014. – 5831 стр.
(қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-610-4

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001(063)
ББК 72

ISBN 978-9965-31-610-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық
университеті, 2014

«КАЗАХСТАН – СТРАНА С ОБЕСПЕЧЕННЫМИ ПРИРОДНЫМИ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА»

Сабырова Зулхумор Шарабиддиновна

Zulhumor_z@mail.ru

Студент 3 курса, ЭФ по специальности «Туризм» ЕНУ им. Л.Н. Гумилева,
Астана, Казахстан

Научный руководитель – Д.Байсалбаева

Необходимости принятия мер для развития индустрии туризма со стороны нашего государства является: создание благоприятных условий для инвесторов, снижение бюрократических барьеров, выработка методологии учета статистической информации. Организации данной сферы должны ориентироваться на средний класс и способствовать развитию «культуры отдыха»

По подсчетам экспертов, 18 октября 2012 года родился семимиллиардный житель земли. К 2045 году ожидается, что число жителей на планете достигнет 9 млрд. человек. Естественно, что число жителей земли неразрывно связано с количеством туристов, путешествующих по планете.

Несмотря на последствия экономического кризиса, в отдельных регионах мира, и в частности, в Азии, наблюдается устойчивая тенденция роста числа туристов. Эксперты прогнозируют динамику роста до 2020 года. Поэтому у Казахстана также появились реальные перспективы увеличения объема международных прибытий и развития туристского бизнеса, а значит, и спроса на подготовку туристских кадров.

По мнению экспертов, Казахстан считается страной, хорошо обеспеченной предпосылками для развития туризма, как природными, так и социально-экономическими. Каждая область Казахстана обладает своими неповторимыми особенностями, которые делают их привлекательными с точки зрения туризма. Но освоены они, по данным специалистов на 10%.

В Казахстане разработана концепция развития туризма, в рамках которой предусматривается создание конкурентоспособной туристской индустрии для обеспечения занятости населения, стабильного роста доходов страны за счет увеличения объемов въездного и внутреннего туризма, а также превращения Казахстана в центр туризма Центрально азиатского региона. В то же время, Казахстан всё ещё недостаточно известен на мировой арене туризма как туристское направление, несмотря на то, что через его земли на протяжении столетий пролегал Великий Шелковый путь, связывающий Китай и Европу.

На сегодняшний день в среднем в мире только 42% опрошенных респондентов имеют представление об имидже Казахстана. Более высокая узнаваемость Казахстана в Азии. Так из стран дальнего зарубежья в Азии лучше всех знают Казахстан японцы – 75% опрошенных респондентов. Лучший результат узнаваемости Казахстана показали англичане – 41%.

В то же время, в последние годы наметились определённые положительные тенденции. Так, в 2013 году в области въездного и выездного туризма в Казахстане сложилась следующая ситуация:

Въездной туризм составил 4 млн.219 600 человек;

Выездной туризм составил 6 млн.732 700 человек.

Эти данные свидетельствуют о том, что при определённом увеличении численности туристов, необходимы кардинальные изменения в этой сфере.

Многие западные эксперты, в частности, лектор по ресторанному и отельному менеджменту университета Северной Аризоны (США) Армандо Трухье, считают, что природные ландшафты Казахстана очень похожи на ландшафты других регионов планеты. А вот культура казахского народа, национальные обряды и традиции уникальны.

Задача отечественных специалистов - обеспечить продвижение национального туристского продукта в международном сообществе, объяснять всему миру, что такое Казахстан и почему туристам стоит посетить эту страну.



Рисунок 1. Статистика въездного и выездного туризма в Республике Казахстан 2009-2013гг.

В целях формирования привлекательного туристского имиджа Казахстана на мировом туристском рынке разработана целенаправленная Программа по продвижению туристского потенциала Казахстана. Она предусматривает участие в международных туристских форумах, проведение инфотуров для представителей зарубежных СМИ и выпуск рекламно-информационной продукции, размещение и трансляцию рекламных видеороликов на ведущих телеканалах мира, проведение выставок, ярмарок.

Следует особо подчеркнуть, что в ходе проведения туристических выставок и слетов представляется не только казахстанский турпродукт, но и местные туристские организации знакомятся с иностранными коллегами и начинают свое сотрудничество с иностранными партнерами. При этом, правительство Казахстана способствует проведению подобных мероприятий, еще и предпринимаются меры по продвижению национального турпродукта на международных туристских ярмарках и выставках таких как: Международная туристская выставка TOPRESA(г.Париж), Международная ярмарка путешествий JATA (г.Токио), Всемирная туристская биржа WTM (г.Лондон). Международная туристская ярмарка FITUR. Казахстан обладает большой инвестиционной привлекательностью для иностранных фирм. Рекреационный потенциал страны позволяет развивать ряд перспективных направлений. В этом плане большое содействие в формировании позитивного туристского имиджа Казахстана и привлечении инвестиций в туристскую индустрию оказывает ассоциация «Совет иностранных инвесторов» (СИИ) при Президенте РК.

Создание имиджа Казахстана как туристского центра с уникальным потенциалом, открытого всему миру, безопасного для туристов является одним из главных факторов их привлечения в страну.

Несмотря на то, что индустрии туризма уделяется все большее внимание как со стороны правительства на областном и региональном уровнях, так и со стороны бизнеса, потенциальных инвесторов и все большего количества казахстанцев, показатели внутреннего туризма относительно низкие.

По данным за период с 2005 по 2013 гг. более половины населения страны, а именно 52–58% во время своего отпуска оставались дома и никуда не выезжали [1].

Слабую активность населения в сфере организованного внутреннего туризма подтверждает и структура продаж турагентства в Астане: 85% — заграничные туры и 15% — казахстанские [2].

Причиной тому служат существующие проблемы в данной отрасли в отношении средств размещения, транспортной сфере, кадров и маркетинговой составляющей, а также государственного регулирования.

Развитие туризма в Казахстане является одной из наиболее распространенных тем научных статей и трудов, посвященных индустрии туризма в Казахстане.

Несмотря на это, считаем необходимым подвести итог и обозначить основные проблемы развития индустрии туризма делая акцент на внутренний туризм Казахстана, отметив существующие тенденции и пути их решения:

1. Проблема средств размещения. В данном разделе следует указать отсутствие достаточного количества средств размещения особенно ориентированных на массового туриста, а также высокую стоимость действующих средств размещения.

Проблема заключается в том, что строительство новых гостиниц, особенно среднего класса, требует значительных затрат и длительных сроков окупаемости. Инвесторы охотнее вкладывают деньги в строительство жилых комплексов, учитывая, что сроки окупаемости подобных проектов значительно ниже.

В то же время следует отметить, что некоторые регионы активно работают над устранением данной проблемы. В частности это регионы, в которых действует режим особых экономических зон туристско-рекреационного типа (Боровое, Баянаул, Туркестан и др.), а также Астана, на территории которого пройдет ЭКСПО в 2017 году и другие территории, обладающие значительными природными ресурсами.

В отношении высокой стоимости, предоставляемых средств размещения можно отметить, что данная проблема способствует популяризации отдыха российских граждан в Турции, Египте, Тунисе и других странах, отдых в которых зачастую значительно дешевле, чем на Боровом.

Высокие цены приводят к распространению «теневых» гостиниц, владельцы которых ведут свой бизнес нелегально. Данный факт негативно влияет на имидж страны и существенно уменьшает доход регионов от налогообложения.

2. Транспортная проблема. Высокие цены на авиаперелёты внутри страны. В данном сегменте рынка отсутствуют предложения чартерных рейсов. Казахстанский рынок практически закрыт для иностранных перевозчиков, что мешает развитию конкуренции и, следовательно, не дает возможности естественному регулированию цен. По этой причине многие казахстанские туристы предпочитают путешествиям в другой уголок Казахстана европейское направление или приобретение полного турпакета, включающего перелет на чартере, в такие страны как Египет или Тунис.

Вместе с тем, следует отметить, что некоторая система скидок в летние сезоны предоставляется. Так, «ЭйрАстана» предлагает скидки пассажирам, не достигшим 23-летнего возраста, и пассажирам пенсионного возраста, а также скидки на дальние маршруты в летний сезон. Кроме того, действует система скидок при предварительной покупке билетов.

Развитие придорожной инфраструктуры туристской направленности (например, гостиницы, кемпинги, стоянки) позволит привлечь дополнительно более 4 млн туристов [3].

Несмотря на высокую стоимость авиабилетов, воздушный транспорт остается лидером по пассажирообороту и темпам роста.

3. Проблема отсутствия комплексного сбора и анализа статистической информации в индустрии внутреннего туризма Казахстана. Следует отметить, что с одной стороны классификация отелей способствует повышению качества гостиничной индустрии Казахстана, даёт определенные гарантии туристам при выборе средств размещения, но с

другой стороны создаёт дополнительные бюрократические барьеры для владельцев объектов туристической индустрии и дополнительные издержки, что может сказаться на уровне цен на услуги размещения.

4. Слабый интерес инвесторов к индустрии туризма, обусловленный, в том числе, низкой окупаемостью инвестиций в сфере туризма. Инвесторам выгоднее вложить средства в строительство жилого комплекса, чем гостиницы, окупив затраты значительно быстрее. Особенно это касается строительства в крупных городах, где стоимость земельного участка под застройку довольно высокая.

Для решения данной проблемы Правительство на областном и региональном уровнях использует механизм государственно-частного партнерства, на котором основаны целевые программы данной отрасли и принцип создания Особых экономических зон туристско-рекреационного типа, а также реализуется поддержка отдельных инвестиционных проектов в туристической сфере.

5. Низкий уровень «культуры отдыха». «Культура отдыха» («культура туризма») — это качественное состояние сферы туризма, которое характеризуется высоким уровнем развития общественных отношений в данной сфере, индивидуального и общественного сознания у путешественников, должностных лиц, представителей власти, работников предприятий туристической индустрии, населения принимающих туристов регионов (субъекты туризма). Культура отдыха предполагает осознание всеми субъектами туризма роли и места туризма в современном мире, необходимости формирования в обществе модели поведения, связанной с рациональным использованием свободного времени в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и других туристских целях [4].

Данный аспект касается готовности местного населения принять, встретить или просто помочь туристам, приезжающим на отдых. Не во всех регионах Казахстана местное население адекватно реагирует на приезд отдыхающих, в некоторых случаях открыто выражая свое недовольство. Зачастую причиной тому служит поведение туристов и ущерб, который они наносят окружающей среде, а также недопустимая манера поведения отдыхающих.

6. Низкий уровень сервиса. Ситуация с качеством сервиса связана с историей развития гостиничного и туристического дела в советское время. Командный строй экономики не предусматривал заинтересованность в доходности экономических отраслей, необходимым условием было выполнение плана и обеспечение нужд государства в той или иной сфере.

Вместе с тем, следует отметить, что проблема низкого уровня сервиса связана также с недостатком квалифицированных кадров.

Назовем несколько причин данной проблемы:

- низкая заработная плата в сфере внутреннего туризма, что вызывает отток кадров в другие отрасли.
- несоответствие навыков, получаемых специалистами в учебных заведениях требованиям, предъявляемым работодателями.

Разделяя точку зрения Т.В. Рассохиной, отметим, что один из путей решения данной проблемы — это подготовка квалифицированного управленческого персонала путем повышения участия работодателей в развитии профессионального туристского образования, в том числе с помощью увеличения объемов подготовки кадров в образовательных учреждениях по договорам с предприятиями различных форм собственности, малого и среднего туристского бизнеса [5].

7. Слабое продвижение туристского продукта внутри страны. Недостаточное использование современных технологий. В настоящее время еще сохранилось восприятие казахстанцами отдыха внутри страны как непрестижного, во многих случаях данное мнение связано с отсутствием информации о возможностях отдыха в Казахстане, существующих предложениях на внутреннем рынке.

Кроме того, помимо основных проблем развития внутреннего туризма можно выделить ряд внешних факторов, также оказывающих существенное влияние на данный вид туризма. К ним относятся:

- ❖ экономическая обстановка и политическая стабильность (народные волнения, забастовки и т.д.);
- ❖ природные явления (оползни, сели, наводнения, цунами и т.д.) и техногенные катастрофы;
- ❖ уровень распространения инфекционных болезней (сибирская язва, лихорадка Западного Нила, атипичная пневмония и др.).

Вместе с тем, анализируя проблемы внутреннего туризма в целом, следует указать также и проблемы участников данной сферы — туристских факторов, а именно внутренние проблемы организаций сферы туризма.

Так, С.С. Скобкин в своей статье «Формирование конкурентного потенциала предприятий индустрии гостеприимства и туризма» («Туризм: право и экономика», 2011, № 4) называет следующие проблемы характерные для большинства гостиничных, ресторанных и туристских предприятий на российском туристском рынке, выявленные по результатам исследования, проведенного Российским экономическим университетом:

- ✓ планирование деятельности объектов туристской индустрии чаще всего повторяет сценарий развития предыдущего года, в результате чего отсутствуют кардинальные действия по укреплению своего положения при возрастающей конкуренции на рынке;
- ✓ отсутствие возможности расширенного воспроизводства ресурсов предприятий приводит к обесценению их активов и падению их рыночной стоимости и ценности;
- ✓ несоответствие цены и качества предоставляемых услуг приводит к низкой конкурентоспособности предоставляемого обслуживания и потере позиций на рынке;
- ✓ неэффективное и нерациональное использование туристских ресурсов;
- ✓ низкая производительность труда вызывает недопустимо высокие издержки, отражающиеся на результатах финансово-хозяйственной деятельности, снижении рентабельности и ликвидности.

Предлагаем создать собственный брэнд Казахстана, отпирить должным образом, работать с имиджем и репутацией и в первую очередь делать большой акцент на внутренний туризм, и все это контролировать на государственном уровне.

Подводя итоги, можно сделать вывод, что развитие индустрии туризма в Казахстане зависит от внутреннего туризма, а внутренний туризм в свою очередь — сложное многогранное явление, развитие которого зависит от совокупности множества факторов, начиная от стабильности в мире и заканчивая самосознанием отдельного гражданина Казахстана.

Список использованных источников

1. Указ Президента Республики Казахстан от 29 декабря 2006 года N 231,
2. О Государственной программе развития туризма в Республике Казахстан на 2007-2011 годы, «Казахстанская правда» от 1 января 2007 года N 1 (25246) – с.3-6
3. Туризм Казахстана / Статистический сборник / на казахском и русском языках: Агентство Республики Казахстан по статистике, Астана, 2011 - 152 стр.
4. www.stat.kz
5. Туризм и гостиничное хозяйство под редакцией Л.П.Шматько, Москва, 2007.
6. Сергей Ромашкин: «Мы считаем именно внутренний рынок самым перспективным в туризме» // Ежедневная электронная газета Российского союза туристской индустрии. URL:http://www.ratanews.ru/news/news_23042012_4.stm (дата обращения: 15.08.2012).