



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE
OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN



Л. Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ
ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
ЕВРАЗИЙСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМ. Л. Н. ГУМИЛЕВА
GUMILYOV EURASIAN
NATIONAL UNIVERSITY



Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2015»
атты X Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
X Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2015»

PROCEEDINGS
of the X International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2015»

УДК 001:37.0
ББК72+74.04
Ғ 96

Ғ96

«Ғылым және білім – 2015» атты студенттер мен жас ғалымдардың X Халық. ғыл. конф. = X Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2015» = The X International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2015». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie-2015/>, 2015. – 7419 стр. қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-9965-31-695-1

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 001:37.0
ББК 72+74.04

ISBN 978-9965-31-695-1

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2015

Қазығұрт тауының Ұлы Жібек Жолы бойында орналасуы	Маркетингтік жүйенің дұрыс дамымағандығы. Телекоммуникация торын, байланыс қызметтерінің әлсіз дамығандығы.
Келу туризмін кеңейту арқылы шетел валютасының Қазақстанға (Қазығұртқа) келуіне қол жеткізу;	Жоғары салықтық салымдар. Тұрақты сұраныстың болмауы.
Туризм нарығындағы бәсекеге қабілеттіліктің артуы. Жеткізілім көлемінің және табыстың артуы.	Кадрмен қамтудағы әлсіздік. Туризм саласында Қазақстан мамандарының тәжірибесінің аздығы.
«Батыс Еуропа – Батыс Қытай» күре жолының өтуі	Шетел азаматтары үшін визаның қымбаттылығы және келу визаларын тіркеу процедурасы, кедендік процедуралардың күрделілігі
Саяси тұрақтылық пен экономикалық даму;	Тауар-транспорттық операцияларда маманданған басшылықтың болмауы.

Қазығұртта қазіргі кезге дейін спелеотуризмнің толық жүйесі жоқ, сондықтан да, туристерді барлық керекті жабдықтармен, жарнамамен, сауда қызметімен, көлікпен, қонақ үйлерге орналастырумен, тамақтандырумен қамтамасыз етумен байланысты сұрақтар өз шешімін таппай отыр. Спелеотуризмнің дамуының жеткіліксіздігінің тағы бір себебі – туризмді дамытуға қажетті факторлардың ғылыми негіздемелерінің жоқтығы. Біліктілігі жоғары мамандарсыз спелеотуризм саласын дамыту мүмкін емес.

Спелеотуризм туристерді қызықтырып, елге ұлттық табыс ретінде валюталық ресурстарды тартатын болғандықтан, оларға белгілі бір жеңілдіктер қарастырылуы тиіс.

Спелеотуризмді дамыту арқылы табиғи объектілеріміз (үңгірлерімізді) зерттеп, ондағы ландшафты қорғауға мүмкіндік аламыз. Сондай-ақ, Қазығұрт туралы жоғарғы тиімділікті жарнама жасап, географиялық карталар, жақсы орындардың фотосуреттері, аңыз-әңгіме, шежіреге байланысты видеофильмдер түсіру, буклеттер мен брошюралар жасап, шоулар ұйымдастырып, Қазығұрттағы спелеотуризмді дамытуға және бәсекелестіктің күшеюіне мүмкіндік аламыз. Сонымен қатар, көшпелілер дәуірі, мәдениеті қайта жаңғырып, салт – дәстүр, әдет- ғұрпымыз сабақтасып жатса шетел туристерінің қызығушылығын арттырады сөзсіз.

Әдебиеттер:

1. ҚР-ның Президенті Н. Ә. Назарбаевтың Қазақстан халқына Жолдауы, 27.01.2012ж.
2. www.stat.kz.
3. Денисенко В.В. Современное состояние и перспективы развития агротуризма в крыму // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. 2011 жыл - №1

УДК 338.48

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ТУРИЗМЕ

Загопарова Зарина Талгатовна

Студент ЕНУ имени Л.Н. Гумилева, г.Астана, Казахстан

Научный руководитель: Шаимова А.Н.

Инновация представляет собой комплекс действий и его практический результат по использованию достижений научной и научно-технической деятельности в конкретной области науки, техники, технологии, организации в целях совершенствования характеристик объекта управления. Таким образом, инновации отражают процессы получения, накопления

и использования новых знаний и новой информации. Содержанием инновационных преобразований являются кризисные состояния в производственной организации, а целью управления нововведениями - обеспечение жизнедеятельности в предкризисных, кризисных и посткризисных ситуациях. Инновация как процесс или как продукт может стать одной из главных статей дохода предприятия, оказывая существенное влияние на увеличение прибыли. В рыночной экономике инновации представляют собой метод конкуренции, так как их внедрение ведет к снижению себестоимости, цен и росту прибыли, к созданию новых потребностей, к притоку денег, к повышению имиджа (рейтинга) производителя новых продуктов, к открытию и захвату новых рынков, в том числе и внешних.[1, с. 12]

Туризм является одной из важнейших отраслей сервиса, и это требует современных форм и механизмов обслуживания клиентов. Индустрия туризма настолько многолика и многогранна, что требует применения самых разнообразных технологий, в том числе, информационных, начиная от разработки специализированных программных средств, обеспечивающих автоматизацию работы отдельной туристской фирмы или отеля, до использования глобальных компьютерных сетей.

На сегодняшний день в туризме используется достаточно много новейших компьютерных технологий, например, глобальные компьютерные системы резервирования, интегрированные коммуникационные сети, системы мультимедиа, SmartCards, информационные системы менеджмента и др. Современный уровень развития турбизнеса и жесткая конкуренция в этой области придают особую важность информационным системам туристских агентств. Функциональные возможности этих систем должны обеспечивать ввод, редактирование и хранение информации о турах, гостиницах, клиентах, о состоянии заявок, предусматривать вывод информации в форме различных документов: анкет, ваучеров, списков туристов, описаний туров, гостиниц; рассчитывать стоимость туров с учетом курса валют, скидок, контролировать оплату туров, формирование финансовой отчетности, перевод экспорт-импорт данных в другие программные продукты (Word, Excel, бухгалтерские программы) и прочие возможности. Эти системы не только ускоряют процесс расчетов и формирование документов, но и могут уменьшать стоимость услуг (турпакета), выбрав оптимальный по цене вариант доставки клиентов, размещения и т.п. Заказ на разработку уникальной информационной системы автоматизации туристского офиса стоит достаточно дорого, да и в настоящее время в этом нет особой необходимости, так как существует ряд хорошо зарекомендовавших себя программных продуктов. Современные компьютерные информационные технологии способны кардинально изменять методическую, информационную и технологическую составляющие управленческих процессов и осуществлять их на качественно новом, более эффективном уровне. Однако не все компании охотно применяют инновации на практике. Ведь инновация – это прежде всего риск и немалый. Любая инновация, особенно если она затрагивает организацию в целом, вызывает сопротивление, так как принятие и осуществление инновации связано с ломкой стереотипов восприятия, поведения и установок. Страх менять что-то в постоянной и привычной работе мешает фирмам обращаться к новым механизмам. Чаще всего в основе отрицания инновации лежит социально-психологический аспект: оценивая свои возможности, достаточное количество сотрудников организации склонны считать, что они не имеют необходимых при внедрении инноваций умений и навыков. Это вызывает опасение оказаться лишним и как следствие – сопротивление изменениям. Но существует и другая точка зрения на значение инновации. Фирмы, использовавшие в своей деятельности инновационные аспекты, утверждают, что создание и продвижение нового туристского продукта. Использование современных технологий в менеджменте – не только желательная деятельность организации, но и необходимая. Жесткая конкуренция на современном российском рынке обязывает турфирмы разрабатывать и предлагать новые и обновленные товары, повышать качество обслуживания клиентов [2].

Существует два вида инновации: кризисная инновация и инновация развития. При грамотном подходе к созданию и реализации инновации она может принести немалый доход

и немалую пользу. Кризисная инновация – это скорое быстрое решение о нововведении для того, чтобы спасти существующий товар от исчезновения с рынка. Она выводится на рынок в рекордно сжатые сроки и при правильном позиционировании на рынке товар выживает. Инновация развития – несколько отличный от предыдущего вид. Она внедряется медленно и продуманно, выводится на рынок не спонтанно, а постепенно, является поддерживающей инновацией, способной предупредить старение существующего товара[3].

Для туристского бизнеса необходимо использование двух этих видов инновации, так как туристский рынок – рынок нестабильный, поддающийся влиянию различных событий в окружающих и смежных областях. В данных условиях турфирмы должны не только создавать новый продукт, но уметь своевременно реагировать на новые изменения в различных областях деятельности, смежных с туризмом, обладать способностью к созданию новых методов работы и улучшению результатов деятельности. Возможность использования новых доступных ресурсов способствует возникновению стремления к переменам, которое усиливается при сопоставлении существующей системы и возможных усовершенствований. Поиск новых путей развития туризма способствует получению новой полезной информации и является причиной видения вещей в новом образе. В туристической среде можно выделить особенности стимулирования инноваций. Туризм обычно способствует накоплению опыта и впечатлений, что может служить источником идей для новых открытий. Расширение кругозора, духовное обогащение происходит благодаря двум другим компонентам, типичным для туризма: обстановки и межличностному общению. Инновации стимулируют открытие новых видов деятельности, идей и возможностей развития туризма. Разработка программы тура может быть улучшена и усовершенствована, если тщательно продумать доступ туристов к различным сферам и областям развлечений, причем идеи могут подавать сами туристы. Багаж знаний, опыт и индивидуальные представления туристов об отдыхе иногда являются основой для открытия новых возможностей того или иного тура. Развитие и подготовка специализированного персонала, высококвалифицированных кадров – необходимое условие инноваций. Новый потенциал для подготовки специалистов данной области формируется на первой стадии, но активация персонала – это достаточно длительный процесс. Для эффективности инноваций необходимо не только находить новые открытия, но и углублять знания о существующих ресурсах. Согласно категориям инноваций, которые выделил Йозеф Шумпетер, новый вклад в инновации возможен при наличии продукта (необходимых ресурсов) и инновационного процесса, систематизации достижений, новых ресурсов и расширении рынка.

А это означает, что туризм имеет все условия для необходимых инновационных процессов. Таким образом, инновация – необходимый пункт в программе развития и реализации туристского продукта на рынке. Главная цель турфирмы – выжить в условиях конкуренции, заинтересовать и привлечь максимальное количество потребителей. Именно с помощью инновационных аспектов в текущей деятельности фирмы есть возможность обеспечить туристскому продукту вполне стабильное существование на рынке.

Список использованных источников

1. Инновационный менеджмент. Концепции, многоуровневые стратегии и механизмы инновационного развития. Изд-во: Дело, 2007.
2. Михно М.А. Туризм и культурное наследие. Межвузовский сборник научных трудов. Выпуск 2, 2009, www.tourlib.net/statti_tourism/mihno.htm
3. Осеевский М.Э. Модернизация экономики Санкт-Петербурга инновационное развитие и структурные преобразования.// Журнал Инновации №5 (139) 2010г., Специальный выпуск.

УДК 379 (656)

ОПЫТ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ТРАНСФЕРА ТУРИСТАМ,