



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

Туркменистан–6812 чел., Узбекистан–7998 чел.

○ 2013 год: Казахстан – 30307 чел., Кыргызстан – 1237 чел., Таджикистан – 776 чел., Туркменистан–9699 чел., Узбекистан–8679 чел.

○ 2014: Казахстан – 32496 чел., Кыргызстан – 91 чел., Таджикистан – 179 чел., Туркменистан–1757 чел., Узбекистан–5168 чел.

Анализ статистических данных показывает, что постепенно количество туристов, выехавших на территорию стран Средней Азии увеличивалось. Это связано с развитием экономики стран рассматриваемого региона, увеличением заинтересованности туристов, а также с изменениями уровня безработицы в Украине. В 2009 году уровень безработицы составил 9,6%, в 2010 г. – 8,8%, в 2011 г. – 8,6%, в 2012 г. – 8,1%, в 2013 г. – 7,7%, в 2014 г. – 9,5% [2]. Худшие показатели по туристической активности украинских туристов приходятся на 2014 год. Это было обусловлено экономическим кризисом в Украине, политической ситуацией, а также увеличением уровня безработицы. Таблица 1

№п/п	Страна	Кол-во туристов (чел./год)	Кол-во туристов из Украины, (чел./год)
	Казахстан	6 163000	32496
2	Кыргызстан	2 406000	91
3	Таджикистан	244000	179
4	Туркменистан	10000	1757
5	Узбекистан	2 000000	5168

\*разработано автором на основе[3]

Данные всемирной туристической организации UNWTO свидетельствуют что на 2014 год (таб.1), в среднем процент украинских туристов среди общего количества туристов, посетивших страны Средней Азии составляет около 0,005%.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что в сфере международного туризма страны Средней Азии за последние годы закрепили свои позиции в мире, в частности, в Украине. Особое место занимают Казахстан и Узбекистан. В ходе анализа была обнаружена и проанализирована связь между туристической активностью украинцев и социально-экономическими показателями страны. В то же время, несмотря на проведенный анализ, открытыми остаются еще ряд вопросов. В частности, влияние политической обстановки в странах, влияние некоторых аспектов социально-экономического состояния (ВВП на душу населения, демографические показатели и т.п.).

#### **Список использованных источников**

1. Официальный сайт Государственной службы статистики Украины / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Официальный сайт Всемирного банка / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://data.worldbank.org>.

3. Официальный сайт Всемирной Туристской организации UNWTO [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.unwto.org>.

УДК 379.8:005(075.8)

### **СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ**

**Каирбаева Айдана Мансуровна**  
aidoka94@mail.ru

студентка кафедры «Туризм» экономического факультета ЕНУ им. Л.Н.Гумилева,  
Астана, Казахстан  
Научный руководитель – Сабатаева Б.О.

Туризм – динамично развивающаяся отрасль мирового хозяйства. Деловые путешествия составляют 1/5 часть из всех видов туризма. Благодаря деловым мероприятиям увеличивается спрос на элитные услуги размещения, питания и транспорта. Расходы бизнес туристов, как правило, в несколько раз превышают затраты отдыхающих. А отсутствие сезонности позволяет принимать туристов круглый год. Все больше стран понимают значимость делового туризма и считают его одним из главных факторов успешного развития страны. Кроме того социальный эффект от туризма выражается в то, что свободное время населения тратится рационально, расширяются духовные и физические способности местного населения и туристов, также организация досуга граждан и населения, предупреждение конфликтов в обществе и сглаживание межличностных столкновений, образование и повышение культурного просвещения населения, распространение и развитие культурных ценностей. Именно поэтому деловой туризм несет в себе социально-экономическое значение.

В современных условиях развития мировой экономики туризм становится одной из ведущих и динамично развивающихся отраслей. По данным ЮНВТО туризм занимает четвертое место в мировом экспорте товаров и услуг (7.4%), уступая только экспорту автомобилей, продуктов химии и топлива. По доходности данная отрасль занимает третье место в мире после нефтедобывающей промышленности и автомобилестроения.

Всемирная Туристская Организация (UNWTO) дает следующее определение термину туризм:

Туризм – временный выезд людей с постоянного места жительства в целях оздоровительных, познавательных или профессионально-деловых без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания [1].

Туризм в настоящее время признан в качестве крупнейшей и наиболее устойчивой отраслью в мире. В настоящее время, туризм играет важную роль в мировой экономике. В туризме создание одного рабочего места обходится в 10 раз дешевле, чем в промышленности. В 2013 году число международных туристских прибытий выросло на 5 %, достигнув рекордной отметки в 1 млрд. 087 млн. на 52 млн. больше, чем в 2012 году. Кроме того в 2020 году, ЮНВТО прогнозирует до 1,6 млрд. международных туристских прибытий. Туризм является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей, также основным источником новых рабочих мест и привлечения иностранной валюты. На протяжении многих лет, туризм оказался наиболее устойчивым к экономическим спадам и терроризму, чем другие отрасли, и характеризовался быстрым восстановлением.

Туризм приобретает все большее значение для регионального развития. Создание туристских предприятий в удаленных, малонаселенных и индустриально слабо развитых регионах способствует выравниванию экономического развития отдельных районов страны, сокращению оттока местного населения в крупные города, созданию дополнительных рабочих мест, возрождению местных культурных ценностей, охране и восстановлению памятников истории и культуры, повышению спроса на товары местного производства.

В наше время каждый четвертый из десятков миллионов человек, ежедневно покидающих свой дом, чтобы отправиться в поездки - ближние и дальние, краткосрочные и длительные, - делает это по служебной надобности. И весь огромный сектор поездок, совершаемых с самыми разнообразными деловыми целями, именуется деловым туризмом.

Понятия «деловой туризм» за рубежом не существует. Повсеместно используется понятие «business travel» – путешествие с деловой и профессиональной целями в рабочее время без получения дохода по месту пребывания. То есть, под «business travel» понимается совокупность организационно-экономических отношений, возникающих в ходе поездки и функционировании людей в определённой дестинации в рабочее время с целью

осуществления профессиональной деятельности или решения служебных задач без получения дохода по месту пребывания. [2].

Деловой туризм сопровождал человечество на протяжении всей его истории. Купцы, торговля, Великий шелковый путь и географические открытия все часть делового туризма. В 60-х гг. XX в. появился сектор делового туризма, который стал важным в индустрии сферы услуг.

Социальный, политический и экономический прогресс за последние два десятка лет сделал туризм доступным для широкого слоя населения. Увеличение количества туристов дало толчок на развитие инфраструктуры туризма.

В 90-х гг. появилась аббревиатура MICE, которая наиболее полно охарактеризовала деловой туризм.

MICE – Meetings-Incentive-Conferences-Events.

M – встречи, переговоры, презентации – мероприятия, на котором основной целью участников является участие в заседании, дискуссии, общении.

I – инсентив, поощрительные поездки - награда сотрудникам в виде путешествия, выдаваемая компанией, тем самым стимулируя производительность. Часть мотивационной программы.

C – конференция, форумы - представляют собой совокупность лиц, цель которых достижение общей цели часто проводятся ежегодно.

E – выставки – мероприятия, проводимые в течение короткого времени, при котором большое количество организаций демонстрируют свои товары и услуги, с целью их реализации на рынке. другие возможности предоставляемые выставкой поиск зарубежных агентов и создание совместных предприятий [3].

Сегмент рынка делового туризма имеет очень весомое значение. Шестидесят процентов мирового туроборота приходится на деловой туризм. От 55% до 60% мест в отелях по всему миру заполняется как раз за счет деловых поездок. Этот динамичный рынок обеспечивает ежегодно 720 млн. деловых поездок и почти \$819 млрд. финансового оборота. В структуре мирового бизнес- туризма преобладают индивидуальные деловые поездки (70,8%). Примерно в равных долях - поездки на конференции и семинары (12,6%) и посещение выставок (10,9%). Конгрессные туры и инсентив-туризм занимают приблизительно по 3% (рис. 1). В мировом туристическом потоке доля бизнес- туристов составляет примерно 20-25% [4].

К важнейшему фактору, определяющему развитие туристской отрасли экономики, следует отнести экономическую эффективность реализации продукции (работ и услуг) в сфере туризма.

Экономическая эффективность - это процесс хозяйствования, результат которого выражается определенной выгодой, достигнутой при определенных затратах денежных, материальных, информационных ресурсов и рабочей силы.

Экономическая эффективность туризма означает получение выигрыша (экономического эффекта) от:

- организации туризма в масштабах государства;
- туристского обслуживания населения региона;
- производственно-обслуживающего процесса туристской фирмы.

Также деловой туризм характеризуется большим количеством людей разной национальности и культуры. Деловой туризм имеет свою социальную сущность, в нее входят:

- организация досуга граждан и населения;
- предупреждение конфликтов в обществе и сглаживание межличностных столкновений;
- образование и повышение культурного просвещения населения;
- распространение и развитие культурных ценностей.

Социальный эффект также выражается в том, что свободное время населения тратится

рационально, расширяются духовные и физические способности местного населения и туристов.

Социальная значимость туризма обусловлена возможностью удовлетворения одной из важнейших потребностей человека — восстановления и пополнения его физических, духовных, эмоциональных сил

Интенсивный обмен информацией и взаимодействие между участниками процесса потребления услуг способствует саморазвитию и самоидентификации членов общества. В этом состоит социальное значение делового туризма.

Рынок делового туризма требует высокого уровня квалификации и знаний, что способствует появлению образовательных программ обучения молодежи. Формирование новых видов деятельности, стимулирование процесса продвижения новейших достижений и разработок науки и техники в практику обуславливают инновационное значение делового туризма. Инвесторы и предприниматели видят в деловом туризме высокодоходный вид бизнеса. Туристская индустрия имеет быстрый период окупаемости, не требует больших первоначальных затрат, во многих странах государство поддерживает бизнес путем упрощенной документации, отсутствия налогообложения в первоначальный срок

Таким образом, деловой туризм по праву можно расценивать в качестве комплексного фактора развития территорий, как на глобальном, так и локальном уровнях.

Особенности характера труда и структуры занятости в деловом туризме заключаются в следующем:

- неполная занятость;
- сезонные колебания объема занятости и трудовой нагрузки;

Сезонность и неполная занятость являются в ряде случаев положительными факторами, позволяющими включить в сферу труда и обеспечить дополнительными источниками дохода отдельные категории населения (например, студентов).

Наряду с позитивными последствиями развития туризма в отдаленных и слабых в структурном отношении регионах необходимо учитывать и отрицательные аспекты:

- поляризацию и коммерциализацию интересов различных групп населения;
- возрастание роли неквалифицированного труда;
- рост числа отклонений от принятых в обществе норм поведения (хулиганство, алкоголизм, проституция);
- коммерциализацию культуры;
- потерю самобытности того или иного региона;
- конфликты между местным населением и туристами.

Характер взаимоотношений между местным населением и туристами в значительной степени определяется тем, что и те, и другие, как правило, являются носителями разных культур, а контакт между ними происходит в момент, когда туристы отдыхают, а местные жители работают. Недовольство последних может быть вызвано также разницей в материальном положении, ощущением социального неравенства и так называемой социальной дискриминацией.

Анализ рынка делового туризма показывает, что отдельные его сегменты в меньшей степени ощущают на себе влияние мирового экономического кризиса, чем сегменты традиционных видов туризма. В первую очередь это относится к проведению выставок и семинаров.

Участие в выставках – эффективный способ поиска покупателя производимого товара или оказываемой услуги, нахождения партнеров по бизнесу, осуществления полезных знакомств, проведения результативных мероприятий по продвижению компаний и производимых ими товаров. Выставки привлекают огромное число участников, приносят доходы как организаторам, так и субъектам инфраструктуры, способствуют созданию новых и обеспечению функционирования имеющихся рабочих мест. Наконец, международные выставки и семинары – это способ организации международного сотрудничества и совместного поиска путей решения насущных проблем. Всё это делает участие в выставках

отличным антикризисным средством [5].

Таким образом, туризм развивает местную инфраструктуру, создает новые рабочие места, инициирует приток валюты в страну, обеспечивает поступления в государственный и местный бюджеты, оказывает стимулирующее воздействие на обслуживающие отрасли, осуществляющие вспомогательные и сопутствующие по отношению к туризму виды деятельности.

#### **Список использованных источников**

1. [www2.unwto.org/ru](http://www2.unwto.org/ru) – Официальный сайт Всемирной Туристской Организации
2. Александрова А.Ю. Международный туризм. - М.: Кнорус, 2010.
3. Смирнова О. А. «Особенности развития делового туризма в Европейском регионе: Туризм и культурное наследие» / Межвузовский сборник научных трудов. – Саратов, 2006.
4. Чудновский А.Д. Туризм как форма привлечения инвестиций. - М.: Экономика, 2009
5. Сарапкин Ю. Пришло время MICE // Сайт: [www.conference.ru](http://www.conference.ru)

ӘОЖ: [338.46:64.024.32]:553.1(574)

#### **БАЯНАУЫЛ – ТУРИСТІК БРЕНД РЕТІНДЕ**

**Кабышова Г., Оралов А.**

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Экономикалық факультеті, «Туризм» мамандығының студенттері, Астана, Қазақстан  
Ғылыми жетекшісі – Турысбекова Г.К

Қазақстанда кейінгі жылдары туризм көпшілікті қамтитын ең дамыған демалыс түріне айналып келеді. Туған өлкеде туристік саяхат жасау - дене шынықтырумен бірге адамның дүние танымын да өсіреді, мәдени және рухани жағынан көтереді, сол сияқты адамның денсаулығын жақсартып, табиғатқа деген сүйіспеншілігін арттырады. Бүгінгі таңдағы өзекті мәселенің бірі - Қазақстанның экономикасын көтеріп, халықтың әл-ауқатын жақсарту болса, оның бір жолы - туризм.

Баянауыл өлкесінің сұлу табиғатының ортасы – Баянауыл тауларының жоталар аймағы жасыл орманға бөленген биік тау қиялары, күмістей мөлдір көлдері, жұпар иісі аңқыған гүл жамылған алаңдары, жидекті – жемісті табиғи баққа толы сай – салалары, сарқырап аққан бұлақтары, таңғажайып жаратылған жартастары мен тау шырғандары, самал ауасы жанға сая болған бұл таулы алқапты халық ежелден Сарыарқаның «Жер ұйығы» атаса, қазірде Қазақстанның «Швейцариясы» атайды.

Баянауыл Павлодар қаласынан 222 км және индустриясы дамыған Екібастұз қаласынан жүз километр жерде орналасқан (1-сурет) . Баянауыл таулы елінің территориясында тұщы сулы 3 ірі көл: Сабындыкөл, Жасыбай және Торайғыр көлдері орналасқан. Олардан басқа шағын көлдер көп, кейбіреуі құрғақшылық кезде тартылып қалады [1].