

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



ЖАС ҒАЛЫМДАР КЕҢЕСІ



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2016» атты
XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2016»

PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«SCIENCE AND EDUCATION - 2016»

2016 жыл 14 сәуір
Астана

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2016»
атты XI Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XI Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2016»**

**PROCEEDINGS
of the XI International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2016»**

2016 жыл 14 сәуір

Астана

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

Ғ 96

Ғ96 «Ғылым және білім – 2016» атты студенттер мен жас ғалымдардың XI Халық. ғыл. конф. = XI Межд. науч. конф. студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2016» = The XI International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2016» . – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2016. – б. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-764-4

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.

ӘӨЖ 001:37(063)

КБЖ 72:74

ISBN 978-9965-31-764-4

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2016

Осы сәттерді ескеріп, алғашында негізгі қаражат пен күшті жұмсап мемлекетте табысты бренд құрғаннан кейін, болашақта алғашқыдай қиындықтар туындамайды. Осылайша, сәтті басталған жұмыс мемлекетке ұзақ уақытқа созылатын бренд пен имидж қалыптастыра алады. [1, 100-б]

Жоғарыда аталған кейбір проблемаларға байланысты Қазақстанда қазіргі уақытта ірі коммерциялық брендтер қалыптаспаған. Бұл жағдайларды шешу жолдарына тоқталсақ:

-Қазақстанда шетелдердегі Фридрих Эберт, Халықаралық Гете институты, Британдық Кеңес сияқты қоғамдық дипломатия арқылы брендті қалыптастырумен айналысатын мемлекеттік мекемені қалыптастыру қажет [2, 67-б];

- Брендті қалыптастыру саласындағы толықтай қаржыландырудың болуы, және оны іске асыруда отандық компанияларды тарту;

-Еліміздің брендін қалыптастыру Қазақстан халқының ұлттық нақышында жүзеге асуы керек. Сонда, ол үшін халықтың қолөнер мен көшпенділер мәдениетін жандандыруға жүйелі жұмыс жүргізу қажеттігі туындайды;

-Елімізді әлемдік аренада жарнамалауға жеткілікті капитал бөлу.

Осы негізгі мәселелерді шешу жолдары табылса, еліміздің брендінің дамуы әлдеқайда жоғарылайтынына күмән жоқ.

Қазіргі уақытта Қазақстанда этникалық қолөнер мен сәндік-қолданбалы өнермен айналысатын 286 өкіл бар. Олардың жұмыстары қай кезде болса да шетел туристерінің қызығушылықтарына ие болып жатады. Сонымен қатар, бұл туындылар Қазақстанның шетелдегі жақсы жарнамалық құралы болып табылады.

Осылайша, Қазақстанның брендингін қалыптастырудың болашағы өте зор. Оны қалыптастыруда елімізді сипаттайтын тарихи бірегейлігі мен Қазақстан халқының бейбітсүйгіштігінің ерекше рөл атқаратынын атап өткен жөн.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Кунева С. Kazakhstan. Original // Советник.- 2010.- № 3-4.- С.97-101.
2. Букешева Д.К. Особенности странового брендинга Казахстана// Материалы междунар. студ. конф. «Основные приоритеты развития экономики Казахстана в условиях глобализации».- Астана: ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, 2010.- С. 67-68.

УДК 338.22

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Каирбаева Жулдыз Асылбековна

kairbayevazhuldyz@gmail.com

студентка специальности «Туризм» Евразийского национального университета

имени Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – В.Т.Балгабаева

В мировой практике существует множество определений государственно-частного партнерства (ГЧП). В Республике Казахстан под государственно-частным партнерством понимается форма сотрудничества между государственным партнером и частным партнером. [1].

ГЧП, получив большое распространение в мире, зарекомендовало себя как один из возможных и эффективных механизмов по привлечению субъектов частного предпринимательства к реализации общественно значимых проектов.

Применение механизмов такого взаимодействия дает ряд преимуществ, как для государства, так и для развития бизнеса. Для частного сектора открываются новые инвестиционные возможности и, соответственно, новые источники доходов, возможность

участия в крупных проектах. ГЧП предполагает использование ресурсного и интеллектуального потенциала частного сектора в сферах традиционной ответственности государства.

Несмотря на то, что Казахстан имеет огромный туристско-рекреационный потенциал, на котором расположены потенциально привлекательные туристские зоны, туристская отрасль страны характеризуется недостаточным уровнем развития.

Актуальность реализации ГЧП в туристском бизнесе определяется, с одной стороны, частной собственностью на основные факторы предпринимательской деятельности, а с другой, – государственной собственностью на используемые объекты инфраструктуры, рекреационные объекты, а также объекты исторического и культурного наследия, определяющие привлекательность туристских маршрутов. Именно в сфере туризма смешиваются интересы коммерческого и некоммерческого секторов экономики.

В настоящее время складываются благоприятные предпосылки для формирования ГЧП в сфере туризма. Это, прежде всего:

- создание особых экономических зон туристско-рекреационного типа, реконструкция существующей туристско-рекреационной инфраструктуры в соответствии с требованиями мировых стандартов;

- создание системы научного и кадрового сопровождения развития индустрии туризма в Казахстане;

- создание системы малого и среднего бизнеса, обеспечивающего всестороннее развитие индустрии туризма;

- намечающаяся переориентация в условиях финансово-экономического кризиса выездных туристских потоков на внутренние.

Эффективное развитие принципов ГЧП в сфере туризма предполагает «распределение обязательств» между государственным и частным партнерами. Основной целью ГЧП является развитие инфраструктуры в интересах общества путем объединения ресурсов и опыта государства и бизнеса, реализация общественно значимых проектов с наименьшими затратами и риском при условии предоставления экономическим субъектам высококачественных услуг.

Кроме того, в рамках нового закона «О государственно-частном партнерстве» возможна частная инициатива, в рамках которой частный партнер может инициировать реализацию проекта по механизму ГЧП в отношении объекта, находящегося у него на правах собственности или долгосрочной аренды. Согласно статистике туризма Казахстана за 2015 год 97% туристских организаций находятся в частной собственности, в государственной всего лишь 3% туристских организаций.

Мировая практика применения механизма ГЧП в сфере туризма отвечает основным задачам развития отрасли:

- 1) формирование положительного имиджа Казахстана для роста популярности страны в международном туристском сообществе;

- 2) повышение культурно-образовательного уровня казахстанцев, а также приобщение иностранных граждан к знаниям истории, культуры и быту народа нашей страны;

- 3) привлечение иностранного капитала в страну.

В 88 странах механизм ГЧП применяется как инструмент привлечения частных инвестиций в выполнение государственных задач, в частности, в предоставлении туристских услуг, и вот несколько ярких примеров положительного мирового опыта применения механизма ГЧП в развитии туризма:

Турция: создание курортных комплексов в Белеке и Южной Анталии.

ЮАР: строительство и эксплуатация туристской инфраструктуры в национальных парках по концессиям.

Парижский Диснейленд: строительство уникального парка развлечений и сопутствующей инфраструктуры.

Актуальность развития национального туристского бренда заключается в том, что туризм в Казахстане является одной из приоритетных отраслей развития несырьевого сектора экономики.

Так, в ходе 27-го заседания Совета иностранных инвесторов при Президенте Республики Казахстан глава государства объявил об одностороннем установлении безвизового режима для граждан 10 государств, показавших наиболее высокую инвестиционную активность в Казахстане. В этом списке США, Нидерланды, Великобритания, Франция, Германия, Италия, Малайзия, ОАЭ, Республика Корея и Япония.

Также следует отметить, что наша страна активно участвует в реализации мероприятий, посвященных году туризма в СНГ, что играет немаловажную роль в повышении имиджа нашей страны.

Принимая во внимание действия, предпринимаемые в рамках реализации Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года, а также потенциал ряда мероприятий международного масштаба (ЕХРО-2017 и др.), можно говорить об открытии широких возможностей для повышения степени узнаваемости Казахстана на мировом рынке туризма и привлечения в страну иностранных гостей.[2].

Для обеспечения эффективного сотрудничества между органами государственной власти и бизнесом в сфере туризма необходимо привлечение к участию деловых кругов, общественных организаций, определение направлений устойчивого развития сферы туризма. Для достижения данной цели необходимо решение следующих задач:

- уточнение и обобщение теоретических определений туризма;
- адекватная оценка перспективных направлений развития туристского потенциала Казахстана;
- определение основных принципов, регулирующих процесс управления;
- выявление рациональной организационной структуры управления туризмом в Казахстане;
- определение роли, основных направлений и границ ГЧП в регулировании и поддержке туризма;
- формулировка экономических функций туризма, выявление роли и места туризма в системе отраслей народного хозяйства, определение его социально-экономического воздействия на общество и окружающую среду.

Государственно-частное партнерство в управлении развитием туризма целесообразно проводить на основе взаимосвязи с планированием регионального развития туризма. Инструментами организационно-экономического механизма управления туризмом на территории выступают:

- а) программно-целевые инструменты;
- б) инвестиционные программы, проекты и бизнес-планы (бизнес-план развития рекреационной зоны, инвестиционный план развития инфраструктуры туризма);
- в) механизмы создания инвестиционного благоприятствования, снижения налогового бремени, стимулирования реинвестирования и т.д.

Управление развитием туризма в регионе на основе ГЧП целесообразно реализовывать посредством:

- а) региональной экономической концепции, которая предполагает косвенное воздействие на туризм как на один из секторов экономики региона, учитывая при этом все отрасли экономики;
- б) региональной туристской политики (в масштабах регионального управления), которая направлена исключительно на комплексное развитие туризма во всех его проявлениях;
- в) специальной политики развития эффективных экономических отношений органов управления и бизнеса на рынке туристских услуг региона, реализуемой в рамках комплексной региональной программы развития.

Прогноз развития туристского потенциала на основе ГЧП следует проводить по следующему кругу показателей:

- географическое положение и природно-климатические условия;
- демографические характеристики населения;
- уровень урбанизации территории, средний возраст населения;
- наличие и состояние объектов исторического и культурного наследия, являющихся основой для развития культурно-образовательного (познавательного) туризма;
- наличие рекреационных зон, заповедников, национальных парков, охотничьих угодий, лечебно-оздоровительных, туристических баз и домов отдыха, способствующих формированию систем лечебно-оздоровительного, рекреационного, активного (спортивного) туризма;
- наличие оборудованных торгово-выставочных, бизнес-комплексов, гостиничных комплексов для проведения ярмарок, конгрессов, являющихся основой для развития делового туризма;
- уровень развития технологического производственного комплекса;
- условия месторасположения объектов размещения туристов (удаленность от культурных и природных объектов);
- уровень развития инфраструктуры культурных и образовательных учреждений, которые могут выполнять функции подготовки кадров в сфере туризма и обеспечивать наполнение и обслуживание туристских образовательных и экскурсионных программ;
- общий уровень развития коммунальной инфраструктуры;
- уровень развития рекламно-полиграфического производства, Интернет-центров, обеспечивающих поддержку информационно-презентационного туризма;
- уровень поддержки и продвижения идеи развития туризма со стороны региональных администраций (наличие разработанных концепций и программ развития туризма с учетом вопросов их материально-технического обеспечения, законов о туризме и т.п.).[3].

Таким образом, для комплексного развития сферы туризма на основе ГЧП необходимы меры управления и стимулирования развития туризма, включающие планирование развития туристской отрасли, кадровое обеспечение, обеспечение научных исследований в сфере туризма, поддержку туристских предприятий, обеспечение охраны окружающей среды и исторических памятников, создание благоприятного имиджа страны и региона, контроль и надзор за туристской деятельностью, создание единого информационного пространства и сети взаимодействующих информационных туристских центров.

Социальная направленность сферы туризма и ее участие в формировании условий жизнедеятельности населения региона, а значит и в решении задачи регионального развития, обуславливает необходимость взаимодействия органов регионального регулирования и туристских организаций, функционирующих в регионе. Рассматривая процесс взаимодействия как необходимое условие выполнения основных функций субъектами, имеющими различные интересы, необходимо отметить, что оно развивается по следующей схеме:

- организации, действующие в регионе, осуществляют взаимодействие с органами регулирования, выстроенными по двухзвенной иерархии (региональные и республиканские органы регулирования, объединенные в системе государственного регулирования);
- органы регионального регулирования осуществляют взаимодействие непосредственно с организациями, функционирующими на территории региона, минуя промежуточные звенья.[4].

Для того чтобы механизм ГЧП реализовывался в полном объеме, необходима реализация системы мероприятий как со стороны государственных органов власти, так и со стороны частного бизнеса, включающая в себя:

1. Выявление общего числа потенциально интересных для туризма и инвестора объектов туристской сферы. Данный этап может быть реализован посредством составления

реестра туристских ресурсов региона, на основе которого можно классифицировать наиболее привлекательные туристические объекты.

2. Разработка методики анализа потенциально привлекательных объектов туризма с целью инвестирования. Целью данной методики является выделение объектов, представляющих наибольшую туристскую ценность, а также характеристика объектов с точки зрения перспектив и проблем их включения в объекты инвестирования. Методика должна основываться на описании наиболее значимых туристских объектов.

3. Определение макрообъектов туризма.

4. Выявление из макрообъектов туризма наиболее привлекательных. На данном этапе следует выделить наиболее привлекательные объекты с точки зрения инвестиций: историко-культурные комплексы, объекты туристской инфраструктуры, природные комплексы, которые могут быть отнесены к объектам концессионного соглашения.

5. Выявление наиболее привлекательных объектов для инвестирования. Здесь наиболее целесообразным представляется отбор объектов туризма, которые потенциально более доходны.

6. Разработка региональных нормативных актов в рамках государственно-частного взаимодействия. Данный этап необходим как способ нормативного регулирования отношений между региональными государственными органами власти и бизнесом в рамках взаимодействия при инвестировании финансовых ресурсов в определенные туристские объекты.

Предложенная система мероприятий позволит решить следующие задачи использования ГЧП в области туризма в регионах:

- 1) провести работу по созданию реестра туристских ресурсов на территории региона;
- 2) выявить наиболее привлекательные с инвестиционной точки зрения туристские объекты;
- 3) выйти на более высокий уровень частных инвестиций;
- 4) сформировать перспективные направления взаимодействия в рамках ГЧП в туризме;
- 5) более полно использовать имеющийся туристский потенциал региона.

Дальнейшее развитие взаимодействия в рамках ГЧП должно вестись в рамках поиска совместных инвестиционно-привлекательных объектов туризма, т.е. не только государство должно предлагать объекты туризма, но и частный бизнес, со своей стороны, также должен начать поиск эффективного вложения финансовых ресурсов, что позволит повысить эффективность туристской сферы региона.

Таким образом, процесс взаимодействия государственных органов власти и частного бизнеса в регионах в сфере туризма можно представить в следующем виде:

- 1) региональные органы государственной власти проводят оценку потенциально привлекательных туристских объектов;
- 2) региональные органы государственной власти осуществляют конкурс на проведение работ по объекту (или объектам) туризма;
- 3) инвесторы предлагают проекты по модернизации и другим работам по объекту (объектам) туризма;
- 4) проводится регулярный мониторинг проведения работ на туристском объекте;
- 5) объект сдается в эксплуатацию.

Список использованных источников:

1. Закон Республики Казахстан от 31 октября 2015 года № 379-V «О государственно-частном партнерстве».
2. Есембекова Д. Сфера туризма - возможности для инвестора //kapital.kz
3. Ходос Д.В., Степанова Л.В. Государственно-частное партнерство в России: проблемы развития. //Российское предпринимательство. - 2012. - №11. - С.10-15.
4. Суранов С. Инвестиционное партнерство // Экономика и жизнь. - 2006. - № 4.- С.56.