

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

**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/](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

жұлдызды қонақ үйлер ғана емес, қарапайым туристтерге арналған хостелдер, жол бойында мотельдер салу тиімдірек. Салыстырмалы түрде шығын азырақ, ал ақталу мерзімі де көп уақыт кетпейді. Сондықтан да тек мемлекет тарапынан үлкен жобалардың басталуын күтіп отырмай, шағын және ірі кәсіпкерлер осындай шағын құрылыс бастамаларын қолға алуға негіз бар.

Қорытындылай келе, қонақ үй шаруашылығы өте маңызды шаруашылық түрі болып саналады, және ол жоғарыда айтып өткендей туристік саламен тығыз байланысты. Ал туризм бұл ешқандай шикізатты қажет етпейтін, экологияға зиян көп келтірмейтін экономика саласы. Қонақүй бизнесі экономиканың ерекше бағыты деп мойындасақ, мемлекет қонақ үй қызметінің өркендеуіне қолдау көрсетіп, оның ерекше бағыттарын анықтайды және қолдайды, жалпы туризм индустриясының дамуы үшін жағымды жағдай жасайды. Қазіргі кездегі Қазақстан Республикасындағы қонақ үй бизнесінің даму деңгейі жоғары деңгейде емес, бірақ ол әлі өзінің шарықтау шегіне жеткен жоқ, яғни болашағы алда. Оның дамуы туризмнің дамуымен тығыз байланыста. Ал туризм біздің болжауымызша 2017 жылдан бастап, яғни EXPO-2017 кезінде қарқынды түрде дамиды.

Қолданылған әдебиет:

- 1.<http://forbes.kz>
- 2.http://www.stat.gov.kz/faces/wcnav_externalId
- 3.<https://expo2017astana.com>
- 4.Н. А. «Новый этап развития Казахстана» .2014. Б.78-79

ӘОК 33.338.24

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ ТУРИЗМ САЛАСЫН РЕТТЕУ ЖОЛДАРЫ ЖӘНЕ МҮМКІНДІКТЕРІ

Мұханов Заңғар Ерғазыұлы
nurmuhammedovzz@gmail.com

Л.Н.Гумилев атындағы ЕҰУ Туризм мамандығының 4 курс студенті,
Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – Г.А.Гиззатжанова

Туризм халықаралық дәрежеде аса маңызды әлеуметтік - экономикалық құбылыс болып табылады. Саяси, экономикалық және мәдени байланыстардың қуаттылығы туризм саласының дамуына үлкен тірек, жеке мемлекеттерде туризмнің дамуы мемлекеттің тікелей туризм саласына араласуымен сипатталады. Көптеген мемлекеттерде туризм саласы мемлекеттік бюджетке негізгі кіріс түрі ретінде алынады [1]. Халықаралық сарапшылардың пікірінше, қазіргі туризм әлемдік экономикадағы қарқынды төмендемейтін саланың бірі, соның ішінде, туризм көп елдерде жалпы ішкі өнімнің қалыптасуына, қосымша жұмыс орнын құруға және сыртқы сауда балансының белсенділігіне ықпал етеді. Осы саланың маңызы жылдан-жылға өсуде, басқа салаларға тигізетін әсері мол, оның 32 салаға жанама ықпалы бар (турфирмалар, көлік түрлері, мейманхана кешендері, демалыс үйлері, санаторийлер, ұлттық парктер, тамақтану сферасы және т.б.).

Туристік сала экономикаға шетел ресурстарын тартуға көмек беретін бірден-бір жол болып табылады. Туризм саласын дамыту еліміздегі туристік ресурстарды рационалды түрде қолдануға, халықтың әл-ауқатын көтеруге және экономиканы түрлендіруге әкеледі. Қазіргі уақытта мемлекеттегі экономикалық саясат -«девирсификация» болып табылады және оны дамытудың жолы индустрияны жетілдіру болса, оның ішінде туризм индустриясына көп көңіл бөлінуде.

Қазақстан Республикасындағы туризм саласының дамуы біздің экономикамыз үшін аса маңызды, Республиканың «Қазақстан – 2050» стратегиялық жобасында туризм саласы мемлекетіміздің экономикасын дамытудың 7 басым кластерінің бірі, экономиканың шикізатсыз секторының ең маңыздысы. Бүгінгі таңда Үкімет тарапынан осы саланы дамытуға барлық күш жігер жұмсалса да, туризм дамуы баяу деңгейде.

Әлемде өзінің туризм саласын тез арада қолға алып, дамытудың негізгі қадамдарын іске асырған елдер (Қытай, АҚШ, Франция, Италия) бар, соның бірі ретінде Францияны алуға болады. Францияның туристік әлеуеті жоғары, 2000 жылдардың басынан Франция әлемдік кіру туризм рейтингі бойынша бірінші бестікте, 2010 жылдан бері тұрақты бірінші орынды иеленуде. Себебі, Францияның табиғи пейзажы алуан түрлі және де мұхит, теңіз жағажайы ұзақ, қызмет көрсету және туристік инфрақұрылымының жоғарғы деңгейде дамуы, мемлекеттің туризмді реттеудегі дұрыс саясаты да үлкен фактор болып отыр. Франция 2015 жылы кіру туризмі статистика мәліметтері бойынша бірінші орынға иеленді (кесте 1).

Кесте 1 – Кіру туризмі бойынша көшбасшы мемлекеттер (2015ж.)

№	Мемлекет	Географиялық аймақ	Туристер саны
1	Франция	Еуропа	84.7 млн.
2	АҚШ	Солтүстік Америка	69.8 млн.
3	Испания	Еуропа	60.7 млн.
4	ҚХР	Азия	55.7 млн.
5	Италия	Еуропа	47.7 млн.
Ақпарат көзі: [1] әдебиетінен алынды			

Францияның осындай дәрежеге жетуі, ол туризм саласының жақсы дамығанының айғағы. Осыған байланысты Франциядағы туризм саласын саралауға болады (кесте 2).

Қазіргі уақытта Франция мемлекетінің туризм саласында қатерлі тұрақтылық қалыптасты. Туристер саны не өспейді, не кемімейді, осыған орай Франция қазіргі уақытта туризм саласындағы күрделі мәселелерді шешу, жаңа арзан туристік өнім өндіру жұмыстарымен айналысуда. Осы мәселелердің барлығымен Францияның арнаулы туризмді реттейтін мемлекеттік субъекті айналысады.

Кесте 2 - Франциядағы туристік салаға SWOT талдау

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
- бай рекреациялық және тарихи, мәдени ресурстарының болуы; - маусымды ұлттық туризм өніміндегі мәселенің жоқтығы; - көптеген фестивальдар мен көрмелердің ұйымдастырылуы; - дамыған туристік инфрақұрылымның болуы; - ұлттық туристік өнімнің танымалдығы мен престижі; - маусым емес уақытта қолжетімді ұсыныстар; - көптеген туристік объектілерді (музей, шіркеу, қамалдар) ақысыз көріп қайту мүмкіндігі.	- жоғарғы бағаның тұрақтылығы; - виза алудағы қиындықтардың болуы; - қонақ қабылдаудағы қиындықтардың (үлкен номерлі қонақ үйлердің аздығы) кездесуі; - курорттар мен қалалардың лық толы болуы.
Мүмкіндіктері	Қауіптер
- шетелде өзінің туристік депортаменттерін ашу; - басқа да туризм салаларын дамыту; - бағаны азайту; - рекреацияны толық пайдалану; - жаңа арзан турөнім ұсыну.	- жағажай, курорттардағы экологияның жағдайы күрт төмендеуі; - ішкі туризмнің азаюы; - туристтердің қауіпсіздігі, терроризм және де шағын көтерілістер

Франция Республикасында туризм саласын мемлекеттік реттеу мәселесі бойынша «Көлік және әлеуметтік жұмыстар» министрлігі айналысады. Министрліктің құзырында: туризм саласын басқару және реттеу, салаға инвестиция тарту, туризм арқылы халықаралық қатынастарды реттеу жатады.

Ал жалпы туризм саласы Франция Конституциясының №92-645 «Туризм туралы заңы» аясында жұмыс жасайды [3].

Франция мемлекеті «капиталисттік» мемлекет болып саналады және барлық капиталистік мемлекеттерге тиесілі жеке кәсіпкерлік өте жақсы дамыған. Соған орай, туризм саласы да жеке меншік қолымен реттеледі. Францияның туристік брендин қалыптастыру бойынша Еуропада және халықаралық дәрежеде «Maison de la France» Ассоциациясы айналысады. Бұл Ассоциация 1987 жылы аймақтық мемлекеттік туристік органдармен, туристік фирмалар мен қонақ үйлердің бірігуі нәтижесінде пайда болды, бұл Ассоциацияда 800 жуық адам жұмыс істейді, әлемнің 26 мемлекетінде 33 штаб-пәтерлері бар. Басқару органы – директорлар кеңесі. Директорлар саны 27 (1/3- мемлекеттік шенеуніктер, 2/3- бизнес өкілдері). 60% қаражатты мемлекет қазынасынан алынады. Осы Ассоциацияның жұмысының нәтижесінде Францияда кіру туризмі артты, 1990 жылдары елге 17 млн. турист келсе, 2015 жылы елге 84 млн. турист келген [4].

Біздің еліміздің Франция мемлекетімен тек ағайындас Конституциялық ұқсастық емес, географиялық және де экономикалық жағынан да ұқсас қырлары бар. Қазақстан Республикасының тарихы Францияға қарағанда әлде қайда жас, бірақ оған қарамастан біздің мемлекеттік туризм саласына келесідей талдау жасауға болады (Кесте 3).

Францияның туризм саласының кемшіліктері, Қазақстан туризмінің мүмкіндігі болып саналады. Осыған орай Қазақстан Республикасына Франциялық Ассоциация моделін құрса, Қазақстан әлемдік туризм орталығына айналуы әбден ықтимал, және де Қазақстанның қазіргі уақыттағы әлемдік беделі мен экономикалық жағдайы туризм саласын аз уақыт ішінде түрлендіре алады.

Кесте 3 – Қазақстан туристік саласына SWOT талдау

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
- бай рекреациялық және тарихи, мәдени ресурстар; - жағажай мен курорт, туристік мекендердің лық толмауы; - туристердің қауіпсіздік кепілі.	- жоғарғы бағаның болуы; - виза алу қиындығы; - ұлттық туристік өнім мәселесі; - әлсіз туристік инфрақұрылым; - ұлттық туристік өнімді білмеу, дамытпау; - негізгі туристік орталықтардан алшақтық
Мүмкіндіктері	Қауіптер
- жаңа жұмыс орындарының ашылуы, әсіресе ауылды аймақтарда; - халықаралық туристік нарықта Қазақстанның танымал болуы, ұлттық брендтің қалыптасуы; - ұлттық турөнімнің пайда болуы; - кіру туризмінің дамуы; - экономиканың өрлеуі.	- үлкен қалалардағы экологиялық жағдайының төмендеуі; - басқа салаларда инвестицияның төмендеуі; - инфляциялық үрдістердің болуы. - экспортқа шығатын тауарлардың азаюы; - импорттық тауарлардың бағасының төмендеуі
Ақпарат көзі: [2] әдебиетінен алынды	

Қазақстанның туристік әлеуеті жоғары болғанымен қазіргі уақытта кіру туризмі бойынша көрсеткіші қуантпайды. Қазақстан Азия мемлекеттерінің кіру туризмі бойынша ТОП-20 мемлекет арасында көрінбейді, ал 2015 жылы ТМД елдері арасында туристерге қызығушылығы жағынан алғашқы бестікке кіреді (Кесте 4).

Кесте 4 – ТМД елдері арасында туристерге қызығушылық көрсеткіші

№	Мемлекет	Туристер үлесі (%)
1	Ресей	50%
2	Беларусь	37%
3	Украина	22%
4	Қазақстан	16%
5	Әзербайжан	9%
Ақпарат көзі: [1] әдебиетінен алынды		

Қазақстанда туризм саласы бір қалыпты дамуда, кейбір әлеуметтік және экономикалық көрсеткіш бойынша біз әлде қайда артта қалды немесе бір орында тұрмыз деуге болады. Қазақстанның ең басты кемшілігі ол «туризм инфрақұрылымы» мен «сервис» болып табылады, бірақ біреуі екіншісіз жұмыс істей алмайды. Қазіргі нарықтық экономика заманында кенді ресурстардың бағасының тұрақсыздығы мен теңгенің девальвациясы кезінде Қазақстан тез арада өзінің туристік нарығын оптимизациялау керек. Ол дегеніміз туризм саласындағы көрнекі аймақтарды терең модернизациядан өткізіп, бизнес қолына берген дұрыс.

Қазіргі дағдарыс уақытында мемлекет алдында қиын түйіндерді шешу мақсаты тұр, мемлекет туризм саласын жүргізбеу керек, оны реттеу керек. Осыған орай келесідей реттеу жолдарын ұсынуға болады (Кесте 5).

Кесте бойынша: ұсынылған реттеу жолдарын келесідей 3 кезеңде жүзеге асыруға болады.

1 кезең – 2016 жыл қыркүйектен 2017 жылдың маусым айлары, тиесілі бірігу құжаттарын тағайындау, туристік компанияны, яғни Ассоциация құру жұмысы.

2 кезең – 2017-2018 жыл, мемлекеттік дәрежеде біріккен объектердің инфрақұрылымын қалпына келтіру, инвестиция тарту, маркетингтік жобаларды жүзеге асыру.

3 кезең – 2019 – 2020 жылдар, ауқымды жұмыстарды аяқтап, апробация жасау және Ассоциация ретінде құрылған тур компанияның бірінші туристерді тарту бойынша нақты іс-шараларына көшу.

Кесте 5 – Қазақстан Республикасының туризм саласын реттеу жолдары және мүмкіндіктері

Реттеу жолдары	Мүмкіндіктер
- көрнекі (Бурабай, Алакөл, Алтай, Алматы, Каспий бассейні) туризм инфрақұрылымын модернизациядан өткізу қажет; - көрнекі жерлерде еліміздің жасөспірімдерін жазғы демалыс, тәжірибе өтуге жол ашу; - Қазақстанның туризм нарығын реттейтін «Ұлттық компаниялар» (ЭКСПО 2017, ҚазМұнайГаз, ҚазЦинк және т.с.с) құру; - Қазақстандағы көрнекі демалыс орындарымен, бес кластерді сол компаниялардың юрисдикциясына өткізу. - компанияларға шетел капиталын тарту.	- мемлекеттің мойнынан индустрияны дамыту ісін алады; - мемлекеттің макроэкономикалық көрсеткіштерінің динамикалық өсуіне әкеп соғады; - Қазақстанның халқы үшін демалыс орындарын жаңартады; - әлемдік инвесторларды тарта отыра, Қазақстандық туризм индустриясын шетелге ашады; - Қазақстандық брендты қалыптастыруға мүмкіндік береді; - Қазақстанды шикізат экономикасы деген атақтан ажыратып, инновациялы экономикалы мемлекеттер қатарына қосылуна мүмкіншіліктерге жол ашады.
Ақпарат көзі: автормен құрастырылған.	

Қорыта келе, 2016 – 2020 жылдар арасында жоғарыда айтылған іс-шараларды жүзеге асыра отырып, Қазақстан Республикасының туристік кластерлері мен туризм саласындағы кәсіптерді оптимизациялау арқылы толықтай автономды туристік нарық жұмыс істеу механизмін қалыптастырамыз. Осы қойылған жобаларды жүзеге асыру 2013 жылы қабылданған «2020 - даму стратегиясы» бойынша туризмды дамыту жобасына толықтай жауап бере алады, және де ТМД елдері арасында туристерге қызығушылығы бойынша Ресейден кейінгі екінші орынға көтерілуіміз әбден дұрыс.

Қолданылған әдебиет:

1. www.forbes.kz - Топ-10 популярных туристических направлений мира и СНГ.
2. www.group-global.kz - Пути совершенствование системы государственного регулирования туризма в Республике Казахстан
3. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. – М. : Академия, 2014. – 312
4. Вуколов В.Н. История и теория международного туризма. – Алматы, 2013. – 250 б.

ӘОЖ 331.423

ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫ: МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ

Мұқан Айымгүл

aiym-95@bk.ru

Л. Н. Гумилев атындағы ЕҰУ «Туризм» мамандығының

4 курс студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – А.Баймбетова

Баршамыздың киелі мекеніміз Қазақстан мемлекетінің әлемге танымалдығы күн сайын артып келеді.

Қазақстан Республикасы Президенті-Елбасымыз Н.Ә.Назарбаевтың Қазақстан халқына жолдауы «Қазақстан-2050» стратегиясында-қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты, еліміздің келешектігі дамуының айқын бағдары жарияланды.

«Қазақстан 2050 жылға қарай әлемнің дамыған отыз елінің қатарында болуға тиіс.» деген болатын Елбасымыз өз жолдауында. Осы орайда ел экономикасында өсіп-өркендеуіне айтарлықтай үлес қосатын бір сала туризм екеніне бүгінде көз жеткендей [1]. Жиһангерлік және саяхатшылық-адамның танымдық көкжиегін кеңейтетін, қазіргі замандағы ғаламат мүмкіншілігі бар, пайдасы шаш етектен келетін, біз әлі толық игере алмаған саланың бірі екендігі баршамызға белгілі. Бүгінгі туризм, яғни жиһангерлік және саяхатшылық-бұл мемлекет пен қоғамның экономикалық әлеуметтік дамуының, тұлғаның жан-жақты қалыптасуының маңызды факторы.

Туризмнің қазіргі индустриясы табысы жоғары және серпінді дамып келе жатқан қызмет көрсетулердің халықаралық сауда сегменттерінің бірі болып табылады. Әлемдік туристік рыноктың дәстүрлі аудандары өзінің рекреациялық сыйымдылығының шегіне іс жүзінде жеткендіктен, туризмнің өсуі туристер баратын жаңа аумақтар есебінен басым дамиды болады. Осыған байланысты, Қазақстанның әлемдік туристік рынокта өзінің лайықты орнын табуға бірегей мүмкіндігі бар.

Туризм - жеке тұлғалардың уақытша болатын елде (жерде) жиырма төрт сағаттан бір жылға дейін не жиырма төрт сағаттан аз уақытқа созылатын, бірақ түнейтін, ақылы қызметпен байланысты емес мақсаттағы саяхаты [2];

Экскурсия - жеке тұлғаның уақытша болатын елдегі (жердегі) туристік ресурстарды танымдық мақсатта жиырма төрт сағаттан аспайтын уақытқа барып, көруі;