



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

ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯ ДАМУЫНДАҒЫ ТУРИЗМ МЕНЕДЖМЕНТІ МЕН ИНФРАҚҰРЫЛЫМНЫҢ РӨЛІ

Мукатова Р.А.

askar_rabiga@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ-нің магистранты, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – э.ғ.к., доцент Сабатаева Б.О.

Қазіргі таңда туризм саласы қызмет көрсетудің, экономиканың қарқынды дамып келе жатқан маңызды саласы болып табылады. Туризм менеджментінде ұйым алдында екі міндет тұрады: бір жағынан, қол астындағы қызметкерлерге бұйрық беріп, шешім шығару, мәселелерді шешу мен жоспарлау арқылы өз кәсіпорынды басқару болса, екінші жағынан, туристік қызмет көрсету бойынша аймақтың беделін көтеру, экономикасын жақсарту, туристердің көп санына қызмет көрсету арқылы халықтың әл-ауқатын арттыру, елдің бәсекеге қабілеттілігін көтеру. Бұл уақытта туристік менеджмент туризм индустриясымен тікелей байланыста болады. Осыған байланысты, туризм менеджментінің тиімділігі туристік индустрияның даму жағдайына тәуелді болады.

Туристік инфрақұрылым туризм индустриясының бір бөлігі болып табылады [1]. Келесі суретте туризм индустриясының құрылымы берілген (сурет1).

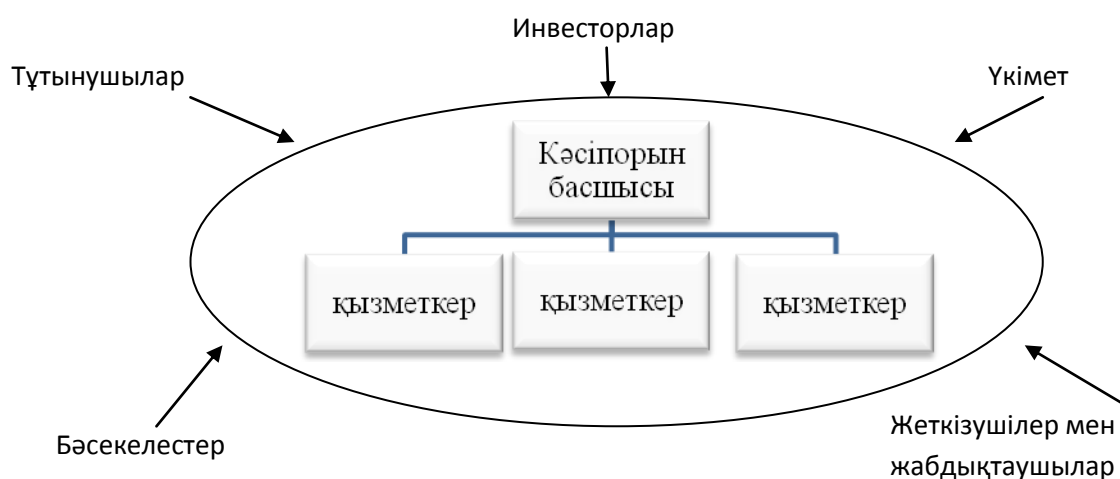


Сурет1. Туризм индустриясының құрылымы

Жоғарыда берілген суреттен туризм индустриясының басты құрылымын анықтауға болады. Осы құрылым әр қилы, әрі бірқатар түрлі салаларға жататын кәсіпорындарды қосады. Осындағы бірінші реттік туристік кәсіпорындар туризм инфрақұрылымының негізін құрып, туристік қызметсіз жағдай жасай алмайтын кәсіпорындарды сипаттайды [2]. Осы кәсіпорындардың жұмысы тікелей туристік іс-әрекетпен байланысты болып табылады. Елдегі туризмнің дамуы, халықтың экономикалық жағдайы мен туристік талғамы осы кәсіпорындардың дамуына тікелей әсер етеді.

Егер, туристік кәсіпорын Майкл Портердің бәсекеқабілеттілік ромбы арқылы қарастырылса, туристік жүйенің бірқатар бөлшектерден құралғанын көруге болады [3].

Бұл жүйеге туристік кәсіпорынның қызметкерлері, жеткізушілері мен жабдықтаушылары, үкімет, бәсекелестер, инвесторлар, потенциалды және тұрақты тұтынушылары кіреді. Осы элементтер бірігіп, үлкен туристік жүйені құрайды (сурет 2).



Сурет 2. Туристік жүйе және оның элементтері

Жоғарыда берілген суреттен туристік кәсіпорынның ірі жүйеге кіретіні байқалады. Бұл жердегі туристік кәсіпорынның қызметкерлері осы ұйымның жұмысына өз тарапынан салым қосады. Олардың жұмысы, идеялары, жұмысқа ұқыпты қараулары арқылы туристік кәсіпорын туристік нарықта өзіндік орынға ие болады.

Жеткізушілер мен жабдықтаушылармен келісім арқылы туристік кәсіпорын өзінің нарықтағы позициясын нығайтып, жаңа нарықтарды жаулап алады, пайдалы, тиімді әрі табысты келісімдерге қол қояды.

Үкімет тарапынан туристік кәсіпорынға жанама түрде ықпал түседі. Үкіметтің саясаты мен заңдары шеңберінде туристік кәсіпорынның жағдайы өзгереді. Мысалы, егер үкімет тарапынан туристік кәсіпорындарға жеңілдік берілсе, олар қосылған құн салығын төлеуден босатылса, осы кәсіпорындардың дамуына жағдай жасалады.

Бәсекелестердің де туристік кәсіпорынға тигізетін әсерін ұмытпау керек. Егер, туристік нарықта адал және жетілген бәсеке орнаса, өзінің стратегиясы мен тактикасы қалыптасқан туристік ұйым бәсекелестерге төтеп бере алады. Себебі, бәсеке әсерінен туристік кәсіпорын жаңа идеяларды шығарып, оларды жүзеге асыруға мәжбүр болады. Сонымен қатар, бұрын қамтылмаған шағын және орта сегменттер қамтылады, тұтынушылар үшін жақсы жағдай жасалынады.

Инвесторлардың ықпалымен туристік кәсіпорын өзінің идеяларын нақты түрде жүзеге асыра алады, уақытша экономикалық мәселелерін шешіп, нарықта өзінің позициясын нығайтып қана қоймай, дағдарыс пен банкроттықтан алыстайды.

Жалпы, туристік қызметті тұтынушылар туристік кәсіпорынның пайдасының қайнар көзі болып табылады. Кәсіпорынның өмірі мен болашағы – тұтынушылардың қолында. Егер, кәсіпорын тұтынушылардың көп санын өзіне тарта алса, ол пайдаға кеңеледі. Осыған

байланысты, тұтынушыларға тартымды болып көріну үшін елімізде туризм инфрақұрылымын дамыту қажет.

Туристік инфрақұрылымның бірінші реттік қызмет көрсету кәсіпорындарына жататын туристік фирмалардың сандық көрсеткіштерін талдауға болады [4] (сурет 3).

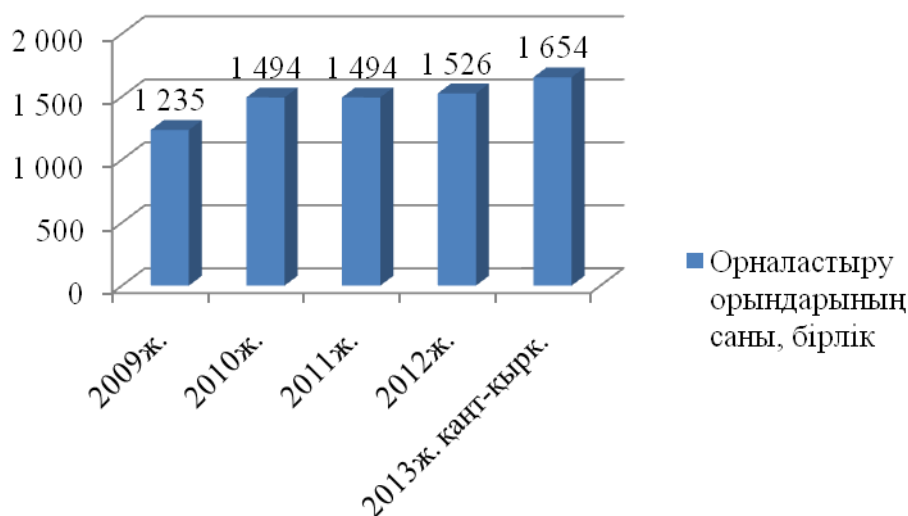


Сурет 3. Қазақстан Республикасындағы 2009-2013жж. туристік фирмалар саны, бірлік

Жоғарыда берілген суретте көрсетілгендей, елдегі туристік фирмалар санының өсімі оң динамикада. Бұл жердегі 2013 жылғы мәліметтер толық жылға емес, қаңтар мен қыркүйек арасындағы аралыққа берілген. Егер, 2013ж. 3-тоқсаны мен 2009ж. көрсеткіштерді салыстырсақ, туристік фирмалар санының 33,6% өскенін байқауға болады.

Сонымен қатар, статистика агенттігінің мәліметтері бойынша, жұмыс істеп тұрған туристік фирмалардың басым көпшілігі Алматы (661) және Астана қалаларында (267), сонымен қатар Қарағанды (189), Оңтүстік Қазақстан (101), Шығыс Қазақстан (64), Қостанай (62), және Павлодар (57) облыстарына келеді.

Енді, туристік инфрақұрылымның маңызды бөлігі – орналастыру орындарының санын талдайтын болсақ [4] (сурет 4).



Сурет 4. Қазақстандағы 2009-2013ж. қаңтар-қыркүйегінде орналастыру орындарының саны

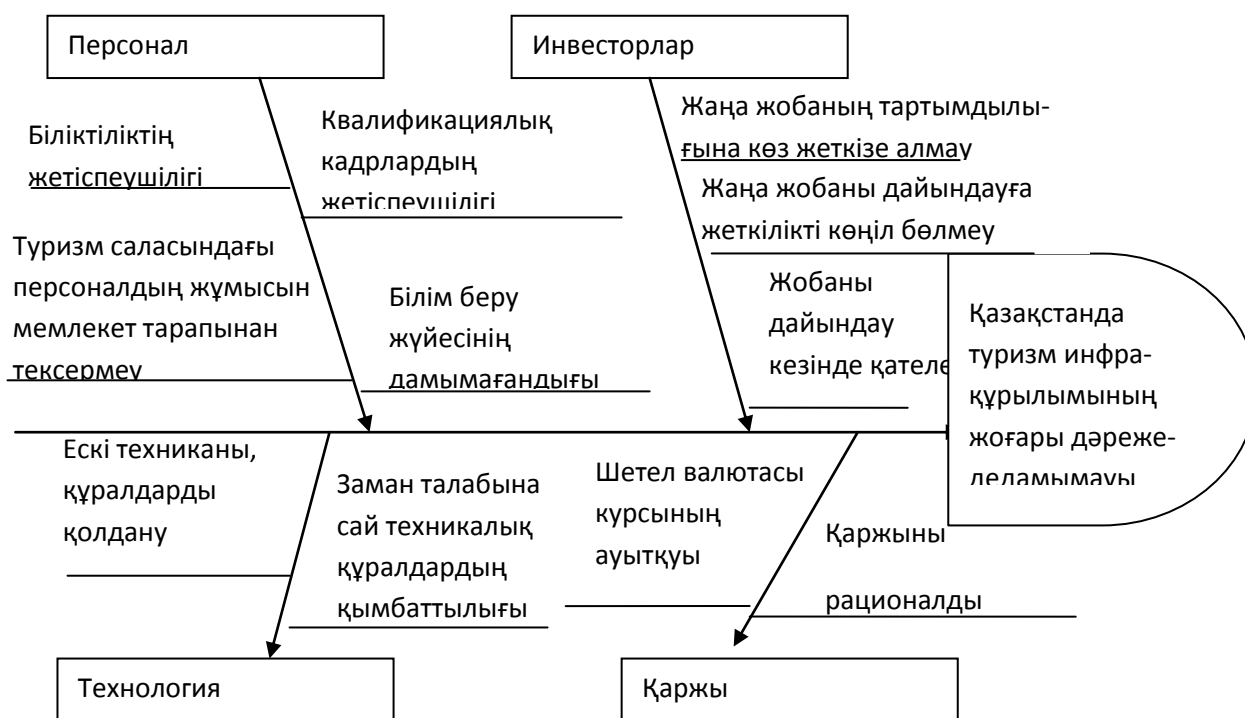
Жоғарыда берілген суреттен орналастыру орындарының оң динамикасын байқауға болады. Егер, 2013ж. мен 2009ж. көрсеткіштерін салыстырсақ, өсім 33,9% құраса, 2013ж. мен 2012ж. салыстырғанда 8,39% құрады.

Статистика агенттігінің мәліметтеріне қарағанда, елімізде келушілерге қызмет көрсететін 1 654 орналастыру орындары 39 804 нөмірге есептелген, олардың біржолғы сыйымдылығы 89 464 төсек-орынды құрайды. Олармен 2 482,6 мың адамға қызмет ұсынылған және 44 433,5 млн.теңгеге қызмет көрсетілген.

Қазіргі таңда отандық туризмнің басты мәселелерінің бірі – Қазақстанда туризм инфрақұрылымының жоғары дәрежеде дамымауы болып табылады. Бұл мәселені зерттеп, шешу үшін Каору Исикаваның себеп - салдар диаграммасын, «балық қаңқасы» деп аталатын әдісті қолдануға болады.

Жоғарыда берілген мәселені шешу үшін оның нақты себептерін анықтау қажет. Осы мәселені құрушы бірнеше факторларды атап көрсетуге болады:

- Персонал – ішкі ортада адами факторға байланысты мәселелер;
- Серіктестер – сыртқы орта факторларының мәселелері;
- Технология – жұмыс технологиясымен байланысты мәселелер;
- Қаржы – ақша қаражаттарымен байланысты мәселелер. Осы аталған мәселелік факторлардың пайда болуының себептері бар. Бұл мәселелерді шешу үшін құрастырылған «балық қаңқасын» келесі суретте көрсетілген (сурет 5).



Сурет 5. Қазақстанда туризм инфрақұрылымының жоғары дәрежеде дамымау мәселесін шешудегі «балық қаңқасы» әдісі

Жоғарыда берілген әдіс бойынша мәселелік факторлар мен мәселенің пайда болу себептері анықталды. Бұл жердегі мәселенің туындауына персонал тарапынан болған әсер бойынша кәсіпорында кейбір персоналдың біліктілік деңгейі жетіспейді, осы мәселені персоналды біліктілігін арттыруға жіберу арқылы шешуге болады. Тағы бірқатар себептерге туризм саласындағы персоналдың жұмысын мемлекет тарапынан тексермеу және квалификациялық кадрлардың жетіспеушілігі кіреді. Осы мәселелерді шешу үшін аталмыш салада арнайы оқыту мен тексерістерді өткізу агенттігін құрастыру керек. Бұл жердегі оқыту арнайы мамандарды даярлаумен, оларға тәжірибелік дайындық берумен айналысуы керек.

Мысалы, қазіргі таңда тәжірибелі экскурсоводтар жетіспеушілігі байқалады. Осыған байланысты, экскурсоводтарды арнайы оқытып, оларды психология, тарих, этнология, экскурсиятану пәндерімен таныстыру керек. Сонымен қатар, арнайы лицензия бойынша ғана жұмыс жасауға рұқсат етіп, осы лицензияның мерзімін шектеп, мерзімі аяқталған сәтте персоналды тексеруге болады. Кадрлар мәселесі жалпы инфрақұрылым деңгейінде құрылысшыларға, жол салушыларға, архитекторлар мен өзге де салаларда жұмыс жасайтын қызметкерлерге де жат емес. Туризм менеджментінде тағы бір маңызды мәселе – білім беру жүйесінің дамымағандығы. Қазіргі таңда жоғары оқу орындарында тек теориялық білім беру ғана емес, тәжірибелік білім, студенттердің өндірістік тәжірибеден өтуі, тәжірибелік дайындығы, жұмыс жасай алуы маңызды. Осыған байланысты, өндірістік тәжірибе мерзімін ұзартып, оқыту барысында тәжірибелік дағдыларды үйретуді енгізуге болады.

Әлемдік тәжірибеге қарағанда, қазіргі уақытта Үндістанда ЮНЕСКО тізіміне енген тарихи, мәдени және өзге де танымдық жерлерге арнайы билет арқылы кіруге болады. Осы билет арқылы туристер бүкіл мемлекеттің аумағында бірқатар көрікті орындарға, ескерткіштерге сапар шеге алады.

Отандық туризм инфрақұрылымын дамыту мақсатында елімізде осындай тәжірибені қолдануға болады. Қазақстанның ірі қалаларында және тарихи, мәдени орталықтарында арнайы билеттерді енгізуге болады. Осы билеттер еліміздің шегінде немесе бірқатар облыс аумағында орналасқан жерлерге саяхаттауға мүмкіндік береді. Оларды еліміздің тұрғындары мен шетелдіктер сатып алуы мүмкін. Бұл жерде түсі арқылы ажыратылатын бірнеше билет түрлерін қолдануға болады. Ең қою түс қызметтер мен орындардың көптүрлілігін бейнелейді.

Ең қымбат – қызыл түс, мерзімі 1 жылға дейін. Еліміздің аумағында орналасқан 100-ге жуық көрікті орындарға сапар шегуге болады. Мүмкіндігінше, темір жол мен қалалық тасымал қызметтерін кіргізуге болады.

Қызғылт- бағасы орташадан жоғары. Мерзімі 6 айға дейін. 60-қа дейін танымал тарихи, мәдени орындарды көруге болады.

Алқызыл – бағасы орташа. Мерзімі 3 айға дейін. 40 көрікті орынға саяхаттауға болады.

Ақ – бағасы төмен. Мерзімі 1 айға дейін. 20 туристік орталыққа сапар шегуге болады.

Сонымен қатар, 1 апталық, 1 күндік билеттерді енгізуге де болады. Отандық және шетелдік туристер үшін осындай билеттер тартымды болып көрінеді. Себебі, қазіргі уақытта еуропалық саяхатшылар елімізге экзотикалық мақсатпен, қайталанбас тарих пен ерекше салт-дәстүрмен, тұрмыстық ерекшеліктермен танысу үшін барады. Туристерге көрікті орындарға ұтымды түрде билетпен бару өте қызықты болып көрінуі мүмкін. Осындай билеттерді енгізу арқылы туризмдегі менеджмент тиімділігін жоғарылатып, халықтың отандық туризмге деген оң көзқарасын қалыптастырып, еліміздің ішкі туризмін дамытуға болады. Осы билеттерден түскен ақы арқылы еліміздің ЖІӨ өседі, туристік инфрақұрылым дамиды, туризм менеджментінің тиімділігі жетілдіріледі. Инфрақұрылым мен туризм менеджментінің дамуы туристік индустрияның дамуына оң жағдай жасайды.

Қолданылған әдебиет:

- 1 Сұрағанова С. К. Туризм инфрақұрылымы: Оқулық / С. К. Сұрағанова, Б. О. Сабатаева. – Астана: Л. Н. Гумилев атындағы ЕҰУ, 2010. – 266 б.
- 2 Квартальнов В. А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320с.
- 3 Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей конкурентов. – М.: Альпина Пабlishер, 2011. – 453 с.
- 4 Қазақстан Республикасы Статистика агенттігінің ресми Интернет-ресурсы [Электрондық ресурс]. – Кіру тәртібі: [http:// www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)