

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ БІЛІМ ЖӘНЕ ҒЫЛЫМ МИНИСТРЛІГІ
MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ
L.N. GUMILYOV EURASIAN NATIONAL UNIVERSITY



Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті мен экономикалық факультеттің 20-жылдығына орай ұйымдастырылған
«Қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелер»
атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
ЕҢБЕКТЕР ЖИНАҒЫ
7 сәуір 2016ж.

СБОРНИК ТРУДОВ
международной научно-практической конференции
«Современные экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма»,
посвященной 20-летию Евразийского национального университета имени Л.Н. Гумилева и экономического факультета
7 апреля 2016г.

PROCEEDINGS
of the international scientific-practical conference
“Modern economic problems in the field of finance, accounting, management and tourism”
dedicated to the 20-th anniversary of the L.N. Gumilyov Eurasian National University and the Economic Faculty
7 April, 2016

Астана, Қазақстан
Astana, Kazakhstan

УДК 336: 338.48 (063)

ББК 65.261

Қ 41

Редакционная коллегия:

Декан экономического факультета, д.э.н., профессор Макыш С.Б.,

Заместитель декана по научной работе, к.э.н., и.о. доцента Бакирбекова А.М.

Профессор кафедры «Туризм», д.э.н. Сыздыкбаева Б.У.

Заведующий кафедрой «Туризм», к.э.н., доцент Дуйсембаев А.А.

Заведующий кафедрой «Менеджмент», д.э.н., профессор Толысбаев Б.С.

Заведующий кафедрой «Учет, аудит и анализ», к.э.н., доцент Алибекова Б.А.

Заведующий кафедрой «Финансы», д.э.н., профессор Садвокасова К.Ж.

Заведующий кафедрой «Экономика», к.э.н., асс. профессор Рахметулина Ж.Б.

Заведующий кафедрой «Экономическая теория и антимонопольное регулирование», к.э.н., доцент Бабланов Т.К.

Қ41 Қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелер: Халық. ғыл.-тәжіриб. конф. еңбектер жинағы _ **Современные экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма:** Сб. материалов межд. науч.-практ. конф. _ Proceedings of the international scientific-practical conference **“Modern economic problems in the field of finance, accounting, management and tourism”**. – Астана: Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 2016 _ Астана: Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2016 _ Astana, L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2016.

ISBN 978 – 601 -301 – 677 - 1

Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының еңбек жинағында қаржы, есеп, басқару және туризм салаларындағы заманауи экономикалық мәселелері қарастырылған.

В сборнике материалов международной научно-практической конференции рассмотрены экономические проблемы в области финансов, учета, управления и туризма.

Economic issues in the fields of finance, accounting, management and tourism are covered in the international scientific-practical conference collection of materials.

УДК 336: 338.48 (063)

ББК 65.261

ISBN 978 – 601 -301 – 677 – 1

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

© Евразийский Национальный университет им. Л.Н. Гумилева, 2016

© L.N. Gumilyov Eurasian National University, 2016

2 Воронцова С. Дороги – гарант экономической стабильности. – М., 2007. - С. 57-62.

3 Қазақстан Республикасының 2012 – 2015 жылдар аралығында көлік қызметін пайдалауы. Ақпарат көзі: [http:// www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz)

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА КАЗАХСТАНА

Аетов С.

Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева, PhD-докторант
г. Астана, Республика Казахстан

e-mail: sayataa@mail.ru

Научный руководитель: д.э.н., профессор Сураганова С.К.

Экономика Казахстана в последние годы росла быстрыми темпами. Этому способствовал рост цен на нефть. После обвала цены на нефть бюджет Казахстана потерял миллиарды тенге. Неоднократно корректировалась стоимость черного золота в доходной части республиканской казны. Учитывая то, что в консолидированном бюджете Казахстана доля нефтяных поступлений составляли около 50%, не тяжело понять, что именно снижение доходов от продажи нефти наносит чувствительный удар по экономике страны, и по уровню благосостояния ее граждан. Между тем мировой нефтяной рынок все еще остается перенасыщенным. На фоне сложившихся обстоятельств возникает вопрос: располагает ли Казахстан другими видами товаров и услуг, который мог бы дать импульс развитию? Может, пришло время задуматься о развитии несырьевых секторах экономики.

По данным Всемирной туристической организацией (ЮНВТО) туризм занимает четвертое место в мировом экспорте товаров и услуг, после экспорта нефти, нефтепродуктов и автомобилей. Опыт стран показывает, что туристическая отрасль влияет на развитие тридцати двух отраслей, в том числе транспорта, связи, строительства, сельского хозяйства, торговли и других. По оценкам специалистов, туризм должен выйти на первое место, а в этом секторе экономики будет занят каждый восьмой трудоспособный человек в мире [1].

Ожидается, что такая позитивная тенденция сохранится и в начале нового тысячелетия. Рост туризма должен произойти преимущественно за счет появления новых посещаемых территорий. В связи с этим Казахстан с его самобытной природой, историей, культурой, этнографией, благоприятной политической ситуацией, отсутствием межнациональных конфликтов имеет уникальную возможность занять свою нишу на мировом туристическом рынке. Для Казахстана возникает острая необходимость формирования привлекательного туристского имиджа страны, создания максимальных удобств для отдыха туристов, посещающих Казахстан. Кроме того, необходимо активно привлекать зарубежные инвестиции в отечественный туристический сектор.

Международный туризм стал важнейшим источником валютных поступлений для многих промышленно развитых и развивающихся государств. Нередко туризм оказывался в разных странах тем рычагом, использование которого позволяло оздоровить всю национальную экономику страны. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании внутреннего валового продукта (ВВП), создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Так, например, удельный вес доходов от иностранного туризма в общей сумме поступлений от экспорта товаров и услуг в Испании составляет 35 %, Греции — 36 %, на Кипре — 52 %. В большинстве развивающихся стран на долю иностранного туризма приходится 10-15 % доходов от экспорта товаров и услуг [2].

Однако анализ въездного туризма в Казахстане показывает, что республика остается недостаточно привлекательной для зарубежных туристов. Казахстан мало известен в мире как туристское направление, хотя его земли издавна обеспечивали связь между Китаем и Европой, будучи на протяжении столетий свидетелями многих исторических событий на участке Великого Шелкового пути [3]. Согласно приведенным данным Комитета статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан, динамика обслуженных посетителей в 2010-2014 г., следующая (рис.1).

Из данных, приведенных на рисунке 1, видно, что количество въехавших иностранных туристов на территорию нашей страны растет, в 2014 году по сравнению с 2010 годом рост составил 154,6%, либо больше на 2,2 млн. человек, однако необходимо отметить, что Казахстан все-таки остается донором для мирового туристического рынка.



Рисунок 1. Динамика посетителей по въездному и выездному туризму, тыс. чел.

Данный факт свидетельствует о превышении количества выездных туристов по сравнению с въездными туристами, в 2014 году этот показатель составил 4,1 млн. человек.

В Казахстане в целях реализации Послания Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 27 января 2012 года «Социально-экономическая модернизация - главный вектор развития Казахстана» принята Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года (далее - Концепция). В рамках данной Концепции, туризм признан приоритетной отраслью развития экономики страны. Особую роль в данном процессе играет въездной туризм, который обеспечивает приток капитала в страну.

В настоящее время существует целый комплекс проблем, тормозящих развитие въездного туризма в Казахстане. Среди них слабая информационная поддержка, а также отсутствие эффективных каналов коммуникации между предприятиями, предлагающими туристские услуги, и иностранными туристами. По таким каналам с одной стороны должна передаваться информация о туристских возможностях страны, а с другой - поступать информация о потребностях туристов и степени соответствия предлагаемых туристских услуг этим потребностям. Многочисленные, проведенные как отечественными, так и зарубежными учеными исследования показывают, что иностранные туристы практически не знают о Казахстане.



Рисунок 2. Динамика количества посетителей из стран СНГ и вне СНГ, тыс. чел.

Вместе с тем для формирования программ развития въездного туризма необходимо изучить мотивы поведения иностранных туристов, их отношение к нашим объектам. Такую информацию можно получить, регулярно проводя социологические опросы иностранных граждан, используя возможности современных Интернет-технологий. Сегодня в этой связи появилось такое новое понятие как Интернет-мониторинг, который представляет собой комплексный анализ информационной среды сети Интернет.

На первой стадии подготовки Интернет-мониторинга необходимо определить основные цели его проведения:

- выявление позитивных и негативных отзывов потребителей, их структуры и динамики, характера репутации предприятия или дестинации;
- установление контакта с иностранными туристами;

- анализ упоминаний конкурентов, выявление их сильных и слабых сторон, оценка конкурентного положения;
- исследование предпочтений и особенностей поведения целевой аудитории, выявление потребностей потенциальных посетителей, на основе которых можно скорректировать предложение и др.;
- анализ причин и последствий произошедших событий (например, влияние политических, экологических и других происшествий на туристскую активность).

На втором этапе определяется перечень Интернет-ресурсов, по которым будет проводиться сбор данных. Это может быть ограниченный список сайтов либо поиск всех упоминаний о предприятии сферы туризма и гостеприимства или дестинации. Ресурсы, в которых пользователи размещают информацию о потребительском опыте, можно разделить на несколько групп:

- гостевые книги сайтов туристских фирм и предприятий сферы туризма и гостеприимства;
- неспециализированные социальные сети (Facebook, Twitter и т.п.);
- специализированные сайты туристских отзывов и форумы.

Таким образом, работа с отзывами потребителей в сети Интернет становится одним из наиболее важных этапов при разработке маркетинговой стратегии. Вместе с тем, несмотря на то, что и рекомендации знакомых и родственников и отзывы в сети Интернет основаны на личном опыте туристов, между ними существуют существенные отличия. С одной стороны, руководствуясь отзывами из сети Интернет, туристы полагаются на рекомендации незнакомых людей. С другой стороны, большой объем отзывов разных пользователей позволяет сформировать комплексную оценку туристских услуг. В отличие от личных рекомендаций отзывы в сети доступны широкому кругу пользователей, как туристов, так и других субъектов туристского рынка, что дает возможность формировать информационную базу для системной аналитической деятельности.

С точки зрения развития въездного туризма наиболее интересным и полезным является анализ данных сайтов туристских отзывов. Среди наиболее популярных международных ресурсов такого типа можно назвать такие сайты как www.tripadvisor.com, www.virtualtourist.com. и другие.

На данных сайтах представлена общая информация по странам и городам, описание предприятий сферы туризма и гостеприимства, отдельных достопримечательностей. Зарегистрированным посетителям предоставляется возможность написать отзыв о том или ином предприятии или отчет о путешествии в целом. При этом некоторые сайты предлагают оценить предприятие по бальной системе комплексно или по отдельным критериям (например, для гостиниц это может быть питание, размещение, дополнительный сервис).

Все чаще туристы, планируя свое путешествие, обращаются за необходимой информацией к ресурсам сети Интернет. Появление подобных социальных сетей открыло новые возможности для интерактивного взаимодействия между участниками туристского рынка. Интернет-мониторинг

является эффективным инструментом получения информации, необходимой для развития въездного туризма. Исследование мнений иностранных туристов о качестве туристских услуг в Казахстане, о проблемах, возникающих в ходе путешествия, мнения и пожелания туристов, несомненно, станет первым шагом к совершенствованию и развитию информационной поддержки въездного туризма.

Литература

- 1 Зима А.Г. Экономика розвитку. - 2011. - №4 (60). - С.19-22.
- 2 Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М.: Юнити-Дана, 2006. – 153с.
- 3 Соколова М.В. История туризма. - М.: Мастерство, 2002. - 301 с.
- 4 Данные Комитета статистики Министерства национальной экономики Республики Казахстан: www.stat.gov.kz

ІСКЕРЛІК ТУРИЗМ – ҚАРҚЫНДЫ ДАМУШЫ ЭКОНОМИКАЛЫҚ СЕКТОР РЕТІНДЕ

Трушева Ш.А.

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, PhD-докторант

Астана қ., Қазақстан Республикасы

E-mail: sharafat.trusheva.80@mail.ru

Ғылыми жетекші - э.ғ.д., профессор Сыздықбаева Б.Ұ.

Қазақстан Республикасында туристік саланы дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасында әрбір туристік кластер бірнеше туристік өнімдерді әзірлеуді ұйымдастыруға тиіс, бірақ туристік өнімдерді таңдау және басымдықтар беру әр кластердегі әрбір өнімнің даму әлеуеттеріне байланысты делінген. Сондай - ақ, тұжырымдамада Қазақстан Республикасында туризмнің басты алты өнімін: «МІСЕ-туризм», «Мәдени туризм және турне», «Белсенді және қызық оқиғалы демалыс», «Таулар мен көлдердегі демалыс», «Жағажай туризмі» және «Қысқа мерзімді демалыс» дамыту қажет екендігі айтылады.

МІСЕ-туризмге – іскерлік кездесулер, көтермелеу турлары, конференциялар, көрмелер, іс-шаралар, жұмыс топтарының отырыстары, семинарлар және іскерлік сапарлар кезіндегі бос уақыт бизнес-уәждеріне байланысты ұйымдастырылған сапарлар жатады. Аталған турөнім бойынша Еуропа, Қазақстан, Қытай және Ресей Қазақстанға туристік келуді генерациялайтын негізгі елдер болып табылады.

Мәдени туризм және турне – ол мәдени ескерткіштер және тарихи мұра орындары бойынша ұйымдастырылған турлар және гид алып жүрмейтін турлар. Осы турөнім бойынша Қазақстанға туристік келуді генерациялайтын негізгі елдерге Қазақстан, Еуропа, Қытай, Ресей, Таяу Шығыс, Үндістан елдері жатады.