



Студенттер мен жас ғалымдардың
«ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ БІЛІМ - 2018»
XIII Халықаралық ғылыми конференциясы

СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ

XIII Международная научная конференция
студентов и молодых ученых
«НАУКА И ОБРАЗОВАНИЕ - 2018»

The XIII International Scientific Conference
for Students and Young Scientists
«SCIENCE AND EDUCATION - 2018»



12th April 2018, Astana

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

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«Ғылым және білім - 2018»
атты XIII Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIII Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«Наука и образование - 2018»**

**PROCEEDINGS
of the XIII International Scientific Conference
for students and young scholars
«Science and education - 2018»**

2018 жыл 12 сәуір

Астана

УДК 378

ББК 74.58

Ғ 96

Ғ 96

«Ғылым және білім – 2018» атты студенттер мен жас ғалымдардың XIII Халықаралық ғылыми конференциясы = XIII Международная научная конференция студентов и молодых ученых «Наука и образование - 2018» = The XIII International Scientific Conference for students and young scholars «Science and education - 2018». – Астана: <http://www.enu.kz/ru/nauka/nauka-i-obrazovanie/>, 2018. – 7513 стр. (қазақша, орысша, ағылшынша).

ISBN 978-9965-31-997-6

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 378

ББК 74.58

ISBN 978-9965-31-997-6

©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2018

ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ НЕМІС ТӘЖІРИБЕСІ ЖӘНЕ ОНЫ ОТАНДЫҚ ТУРИЗМДЕ ПАЙДАЛАНУ

Исабаева Айдана Нұрдәулетқызы

issabayevaaa@gmail.com

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ «Туризм» мамандығының

4 курс студенті, Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекшісі – А.Б. Баймбетова

Туризм көптеген елдердің ұлттық экономикаларының құрылымында маңызды роль атқарады. Германия үшін туризм ұлттық және аймақтық (жергілікті) даму тұрғысынан да маңызды рөл атқарады. Елге жыл сайын миллиондаған саяхатшы тартатын көптеген және сараланған туристік ресурстар бар.

Барлық еуропалық елдердің ішінде Германия шетелдік туристер саны бойынша төртінші орынды иеленді, әлемнің барлық елдерінің арасында жетінші орынды иеленді. Осындай айтарлықтай нәтижелер туристік ресурстардың әртүрлілігінің арқасында ғана емес, сондай-ақ оны жүзеге асырудың барлық деңгейлерінде үйлестірілген саясаттың арқасында мүмкін болды.

Осы зерттеудің мақсаты - туризмді дамытудағы неміс тәжірибесін зерттеу және саланың жұмыс істеуінің ұлттық ерекшеліктерін ескере отырып, қазақстандық өңірлер үшін практикалық ұсыныстарды әзірлеу болып табылады.

Германия аумағында бірегей табиғи және рекреациялық ресурстар, ұлттық және әлемдік мәдени-тарихи мұралар объектілері бар. Мұнда үнемі түрлі халықаралық экономикалық, мәдени және спорттық іс-шаралар өткізіледі. Көптеген аймақтарда шетелдік туристермен танымал ықтимал тартымды нысандар мен кешендер бар.

Германияның 16 федералдық жерінің аумағында 6,500 мұражай, 390 жеке және мемлекеттік театр, 55 мыңнан астам тарихи және мәдени ескерткіш, 40-қа жуық ұлттық парктер мен қорықтар бар. ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұра тізіміне 32 объект кіреді. Мұнда жыл сайын әлемге танымал іс-шаралар өткізіледі. Мысалы, Oktoberfest Сыра фестивалі және Рождество рыногы. Осының барлығы туризмді неміс экономикасының тиімді саласына айналдыруға ықпал етеді [1].

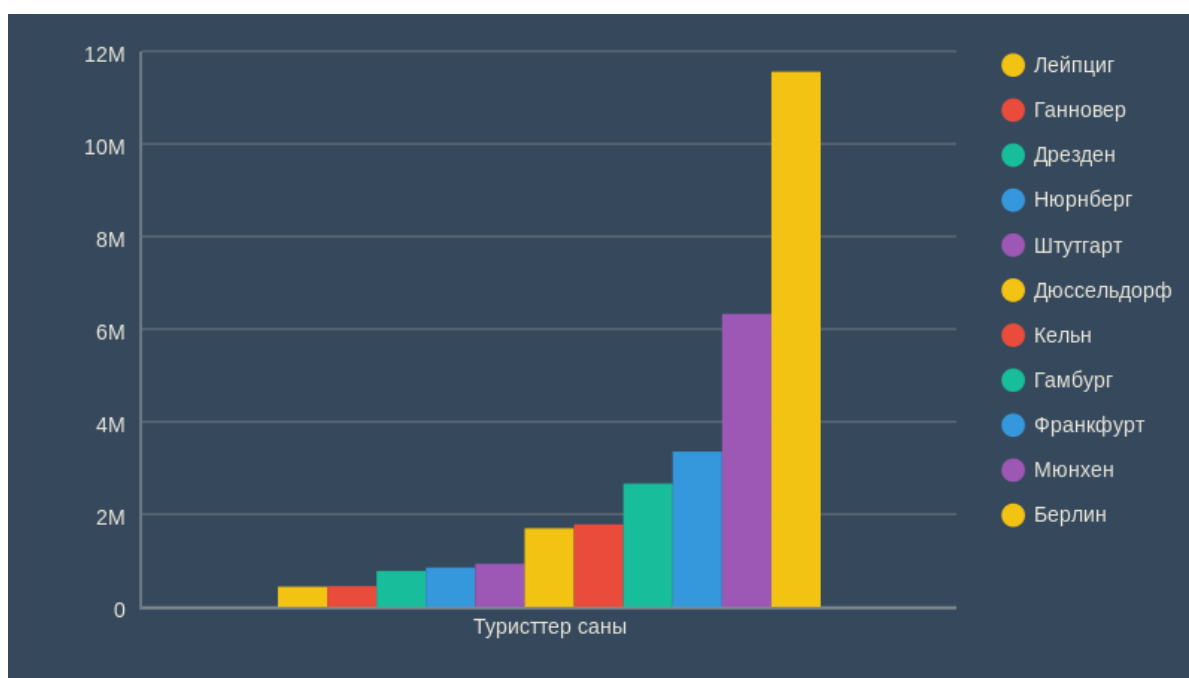
Германияның туристік ағымы тұрақтылықпен сипатталады. Орташа жылдық өсім 5,5% деңгейінде бағаланады. Осылайша, шетелдік туристер саны 2010 жылы 26,9 миллионнан 2016 жылы 31,5 миллион адамға дейін өсті. 2016 жылы жалпы туристік шығыстар 278,3 миллиард еуро құрады, оның 241,7 миллиард еурасы (87%) отандық (ұлттық) туристерден және шетелдік туристерден 36,6 миллиард еуро (13%) ғана түседі.

2016 жылы әр түрлі ұжымдық тұру құралдарында 411 779 мың түнеу жүзеге асырылды (олардың 339 860-ы отандық туристерге, 71,919 мыңы шетелдік туристерге тиесілі). Германияда туристердің тұрақтанудың орташа ұзақтығы 6,2 күн болды (немесе еуропалық статистика бойынша - түн). Германияға барудың барлық кезеңінде бір келушінің орташа құны 518 евро болды, яғни тәулігіне 84 евро.

Германияда ұжымдық тұру саласы жақсы дамыған. Ұлттық туризм кеңесі мәліметтері бойынша, 2016 жылғы шілдеде елде 52 463 түрлі орналастыру орны бар (кесте 1). Германиядағы 3 жұлдызды қонақ үйдің орташа құны 94 евро, ал Берлинде 88 евро. Салыстыру үшін ЕО-ға мүше басқа елдердегі бірдей кластағы қонақ үйлердің орташа құны шамамен 101 евро (Париж - 243 еуро, Лондон - 162 евро, Рим - 146 евро, Амстердам - 132 евро). Осылайша, Германия барлық туристерді тарту үшін күрестегі талассыз бәсекелестік артықшылығы болып табылатын барлық ЕО елдерінде тұру қызметтеріне бағалардың ең қолайлы деңгейімен сипатталады [2].

Ұжымдық орналастыру түрі	Осы типтегі ұжымдық орналастыру объектілерінің саны, дана	Осы типтегі ұжымдық орналастыру объектілерінің пайыздық көрсеткіші, пайыз
Қонақ үйлер (Hotels)	13307	25,4
Түнеу орны/таңғы ас жүйедегі қонақ үйлер (Bedandbreakfasthotels)	7581	14,4
Қонақ үй кешендері (Inns)	7864	15,0
Қонақ қабылдаушы үйлер (Guesthouses)	5251	10,0
Демалыс үйлері (Holiday home or apartments)	10067	19,2
Басқа	8403	16,0
Жалпы саны	52473	100
Ескерту - [2]әдебиет негізінде автормен құрастырылған		

Өткізілген түндердің санына қарай Германиядағы ең көп көрнекті қалалардың ішінде «11 сиқырлы қаланы» атап көрсетуге болады.



Сурет 1. Шетелдік туристер арасында Германияның ең тартымды қалалары
Ескерту -[2]әдебиет негізінде автормен құрастырылған

Туристердің көп бөлігін қамтамасыз ететін негізгі донор-елдерге көршілес еуропалық елдер мен Америка Құрама Штаттары.

Германия еуропалық көшбасшы болып табылады және бизнес туризмін ұйымдастыру бойынша АҚШ-тан кейін әлемдегі екінші орын алады. Жыл сайын елде шамамен 700-ге жуық кәсіптік және іскерлік іс-шаралар, мысалы, өнеркәсіптік көрмелер, форумдар, конференциялар, конгресстер, сауда жәрмеңкелері және т.б. Жалпы, 2016 жылдың қорытындысы бойынша 12 миллионнан астам адам елге іссапармен барып қайтты. Демалыс және демалыстан кейін Германияға барудың екінші ең көп тараған себептері болып табылады (кесте 2).

Кесте 2 -Германияның туристік бағыт ретінде келу мақсаты, 2016 жыл

Германияға барудың мақсаты	Келушілердің саны, млн адам	Жалпы саннан пайыздық көрсеткіш
Демалыс және рекреация:	26,0	54,4
- Қысқа сапарлар (1-3түн)	12,2	25,5
- Ұзақ сапарлар (4 түннен аса)	13,8	28,9
Достар мен туыстарына бару	5,1	10,7
Бизнес сапарлар	12,6	26,4
Басқа себептер	4,1	8,6
Жалпы саны	47,8	100
Ескерту - [2]әдебиет негізінде автормен құрастырылған		

Жоғарыда келтірілген статистика, туризмді және тұтынушылық сұранысты ескере отырып, Германиядағы туризм индустриясының жоғары деңгейін көрсетеді. Неміс туристік нарығының дамыған инфрақұрылымы үкіметтің барлық деңгейлерінде жақсы жоспарланған және келісілген туристік саясаттың нәтижесі болып табылады.

Зерттеушілердің пікірінше, неміс туризмі өте ұйымдасқан, бұл ғылыми қоғамда да, практиктер арасында да талқылаудың тұрақты тақырыбы болып табылады. Қазіргі уақытта Германияда шамамен 280 жартылай үкіметтік туристік ұйым (paragovernmental tourism organizations) және 6000-нан астам қалалық және қалалық туристік кеңестер бар, олардың көпшілігі федералды жерлердің немесе муниципалитеттердің бюджеттерінен қаржыландырылады., неміс туризмінің ұйымдық құрылымы келесі түрде ұсынылуы мүмкін (кесте 3).

Кесте 3 -Неміс туризмінің ұйымдық құрылымы

Ұлттық деңгей			
Туризм саясат	саласындағы	Туризмді басқаруды ұйымдастыру	Жартылай үкіметтік және қоғамдық ұйымдар
Федералды жерлер деңгейі			
Туризм саясат	саласындағы	Туризмді басқаруды ұйымдастыру	Жартылай үкіметтік және қоғамдық ұйымдар
Аймақтық деңгей			
Туризм саясат	саласындағы	Туризмді басқаруды ұйымдастыру	Жартылай үкіметтік және қоғамдық ұйымдар
Жергілікті деңгей			
Туризм саясат	саласындағы	Туризмді басқаруды ұйымдастыру	Жартылай үкіметтік және қоғамдық ұйымдар
Ескерту - [3]әдебиет негізінде автормен құрастырылған			

Ұлттық деңгейде Германияның туризм саясаты «төменнен жоғары» қағидаға сәйкес жүзеге асырылады. Аймақтық және әсіресе жергілікті (муниципалдық) деңгейлер туризмді аумақтық экономиканың ең перспективалы секторы ретінде дамытуға үлкен қызығушылықпен байланысты, туристік саясатты жоспарлау және жүзеге асыру үшін заңнамалық бастамаларды дамытуда белсенді роль атқарады. Туризм саласындағы саясатты дамытуға жауапты Федералды экономика және технологиялар министрі елдің және оның жеке аумақтарын туризмді дамыту саясатының үйлестірушісі мен орындаушысының рөлін көп дәрежеде орындайды.

Аймақтық туристік өнімдерді әзірлеу және насихаттау және туристік бағыт ретінде Германияны бірыңғай орналастыруды екі ұйым – Германияның туризм жөніндегі ұлттық комитеті (Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT)) және Неміс туризм ассоциациясы (Deutscher Tourismusverband (DTV)) жүргізеді. Германияның 16 федералдық жері, туристерді ішкі нарыққа тартуға тырысатын бөлек туристік бағыттар болып табылатынына қарамастан, сыртқы туризм нарығында әртараптандырылған ұсыныспен елдің бірыңғайлығын насихаттайды, бұл синергетикалық және мультипликативтік әсерді арттыруға мүмкіндік береді.

Германияның Туризм жөніндегі ұлттық комитеті - бұл Германиядағы және одан тыс жерде туристік мүмкіндіктерді дамытуға арналған коммерциялық емес маркетингтік ұйым. Бұл бастама алты негізгі бағыт бойынша жүзеге асырылады: Солтүстік-Батыс Еуропа; Солтүстік-Шығыс Еуропа; Оңтүстік-Батыс Еуропа; Оңтүстік-Шығыс Еуропа; Америка / Израиль; Азия / Австралия. Комитет федералды қорлардан және жеке жарналардан қаржыландырылады. Ұйымның бюджеті 2009 жылы 25,5 млн. еуроны құрады. Олардың көпшілігі елдің маркетингтік мақсаттарына қол жеткізуге бағытталған.

Бүгінгі күні Германияның Туризм жөніндегі Ұлттық Комитеті неміс туризм индустриясы үшін негізгі нарықтар болып табылатын 28 мемлекетте кеңселерге ие. Екі негізгі мақсатты көздейді: Германияның оң туристік имиджін қалыптастыру және елге туристік ағынын арттыру.

Германияның ұлттық туризм комитеті жыл сайын туристік агенттіктер мен маркетингтік ұйымдарға туристік туризм тақырыбы бойынша Германияға кәсіби көрмені Germany Travel Market ұйымдастырады. Бұдан басқа, туризм индустриясының шетелдік өкілдері үшін жарнамалық және баспасөз турлар ұйымдастырылып, өткізіледі.

Германияның Туризм жөніндегі ұлттық комитеті - мемлекеттік-жеке меншік серіктестіктің классикалық үлгісі. Ұйымға аумақтық туристік және қоғамдық ұйымдардың әртүрлі түрлерінен басталып, туристік іскерлік қоғамдастық өкілдерімен аяқталатын туристік бизнестің түрлі қатысушыларынан 63 өкіл кіреді.

Неміс Туризм Ассоциациясы ұлттық туристік индустрияның консультативтік және үйлестіруші орталығы ретінде әрекет ететін қоғамдық ұйым болып табылады. Ол ұлттық, аймақтық және муниципалдық деңгейдегі ұйымдарды біріктіреді, олардың қызметін туризмнің сапалы дамуы бойынша үйлестіреді. Атап айтқанда, Қауымдастық туристік ағынды барлық облыстық курорттарға біркелкі тарату мақсатында жазғы демалыстарды ұйымдастыруды қайта қарауды қолдайды. Қауымдастық нарықтық проблемаларды және аймақтық туристік салаларды дамыту мүмкіндіктерін анықтау үшін үнемі ғылыми жобаларды жүзеге асырады. Бұдан басқа, Қауымдастық аумақтық туризмді басқару органдарына консультациялық қызметтер көрсетеді [3].

Туризмді жоспарлау мен басқарудың аймақтық және жергілікті деңгейлерін, ең алдымен туризмді басқару органдары және жоғарыда айтылғандай туристерді тартудың тиісті саясатын жоспарлау мен жүзеге асырумен айналысатын көптеген жартылай үкіметтік және қоғамдық туристік ұйымдар ұсынды. Әдетте, Германиядағы әр муниципалитет және аймақ туризмді дамытудың өз стратегиясын жүзеге асырады, ол тек елдің жалпы заңнамасымен реттеледі және шектеледі. Стратегияның барлық басқа аспектілері (қаржыландыру, ұйымдық құрылым, маркетинг, іске асыру тетігі және т.б.) тек жергілікті деңгейде әзірленеді және бәсекеге қабілетті туристік өнімді қалыптастыруға мүмкіндік беретін туризмнің аумақтық ерекшеліктерін көрсетеді.

Туризмді дамытудағы неміс тәжірибесі туризммен айналысатын адамдарға және ұйымдарға, оның ішінде қазақстандық өңірлерге бірқатар практикалық ұсыныстар жасауға мүмкіндік береді. Олар:

– өңірлердің экономикалық даму жоспарларына тиісті тармақты қосу. Туризмнің дамуы «төменнен жоғары» болған жөн, кәсіпкерлер бұл мәселеге қызығушылық танытуы керек. Осы мақсатта мемлекеттік қолдау элементтері (жылжыту, жартылай қаржыландыру, жерді пайдалануды жеңілдету және т.б.) заңды түрде бекітілуге тиіс;

– аймақтық туризм, бірінші кезекте, туризм және кәсіпкерлікті дамытуға жауапты ведомстволық ұйымдардың интернет-сайттары, сондай-ақ аймақтық және федералдық БАҚ арқылы хабардар ету;

– ең алдымен, туризмді дамытудың ішкі бағыты, туристерге отандық курорттар мен көрікті жерлерге бару үшін тұрақты артықшылықтарды қалыптастыру;

– инфрақұрылымды туристік, сонымен қатар әлеуметтік-инженерлік тұрғыда жүйелі дамыту;

– барлық өңірлік суб-брендтерді үйлесімді біріктіретін елдің бірегей қолшатыр туристік брендин қалыптастыру.

Қолданылған әдебиеттер тізімі:

1. Волков С.К. Европейский туризм как эффективная отрасль экономики / С.К. Волков // *Современная Европа*. 2011 № 2. Б.141-145
2. European tourism planning and organization systems: the EU member states (2014) / edited by Costa C., Panyik E. and Buhalis D. – Channel View Publications, 2014. – 84 б.
3. Incoming – Tourism Germany. Facts and Figures 2016. – Frankfurt/Main: German National Tourist Board (GNTB),2017. – 11 б.

УДК 338.48

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

Конакбаева Аружан Сериковна

aruana-13@mail.ru

студент 3 курса, группы Э-32, экономического факультета

ЕНУ им. Л.Н.Гумилева, Астана, Казахстан

Научный руководитель – к.э.н., и.о. профессор Рыспекова М.О.

Экологический туризм как один из видов на сегодняшний день стал довольно популярным, в связи с чем, многие туристы отдают предпочтение именно ему. Так например, согласно статистическим данным, предоставленным сайтом TripAdvisor, ежегодно 30% от общего числа туристов в мире являются экотуристами. Также 71% респондентов заявили, что будут рассматривать более экологически безопасный выбор в течение следующего года, тогда как 65% осуществили экопоездки в прошлом году [1].

Экологический туризм получил наибольшее развитие в США, ряде стран Латинской Америки (Эквадор, Бразилия, Перу), странах Южной и Восточной Азии (Индия, Непал, Япония), а также в Австралии и Новой Зеландии. Помимо данных стран, высокий уровень развития экологического туризма также наблюдается в странах Европы, в особенности в странах северной Европы (Исландия, Норвегия) и странах Центральной Европы, где наиболее популярен вид экотуризма – туры в природные резерваты и заповедники [2].

Таблица 2.

Особенности экологического туризма в зарубежных странах

Страна	Особенности экологического туризма
США	Популярностью пользуются ООПТ: национальные парки, природные памятники, морские резерваты, заповедники, национальные леса, заказники.
Коста-Рика	Экотуризм развивается на территории джунглей, населенных множеством видов животных и птиц, включенных в Красную Книгу.
Бразилия	Знаменита многочисленными национальными парками, бассейном реки