

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«GYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «GYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «GYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

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

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

саясатына назар аудару қажеттілігін түсіну маңызды.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Қонақүй шаруашылығы. Ө.Ж. Үстенова, Г.К. Иляшова. 2016.-223б.
2. Баумгартен, Л. В. Маркетинг гостиничного предприятия : учебник для вузов / Л. В. Баумгартен. – Москва : Издательство Юрайт, 2021. – 338 с.
3. Электронный ресурс :<https://www.booking.com/hotel/kz/>
4. Электронный ресурс : <https://www.instagram.com/>

УДК:338.23

РЫНОЧНЫЕ МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ВНУТРЕННИХ ТЕРРИТОРИЙ

Левковицкая Екатерина Сергеевна

levkovitska.9305m@mail.ru

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

Научные руководители – К.П. Мусина, Н.В. Биттер

Сегодня многие регионы России активно позиционируют себя как туристски привлекательные территории для населения. С каждым годом увеличивается количество объектов туристкой инфраструктуры, развиваются отдельные виды туризма. Вся эта работа непосредственно связана с постоянным изучением имеющихся туристско-рекреационных ресурсов и потенциала того или иного региона, их развитием и продвижением.

Алтайский край является привлекательным регионом для туристов, имеющим большой пласт туристских и рекреационных ресурсов. Сегодня Алтайский край выступает одним из лидеров-регионов, являющимся привлекательным с точки зрения внутреннего туризма. В связи с чем, существует необходимость поддержки и развития имеющегося потенциала.

Туристско-рекреационный потенциал рассматривается как «совокупность приуроченных к данной территории природных и рукотворных тел и явлений, а также условий, возможностей и средств, пригодных для формирования туристского продукта и осуществления соответствующих туров, экскурсий и программ» [3, с. 2].

Туристско-рекреационный потенциал определяет возможность определенной территории оказывать определенный набор туристических услуг, а также возможные пути развития.

Туристско-рекреационный потенциал можно разделить на три составляющие: природные туристско-рекреационные ресурсы, историко-культурные ресурсы и социально-экономические условия [1, с. 270]. Все ресурсы имеют свое значение и в комплексе создают условия перспективного роста территории как туристического объекта.

Туристско-рекреационные ресурсы определяют специфику развития туризма в определенном регионе, формирование приоритетных направлений инвестиционной политики и являются главной составной частью туристско-рекреационного потенциала. Любое увеличение каждого ресурса ведет к росту потенциала.

В первую очередь стоит отметить, что перспективы развития внутреннего туризма в регионе связаны со следующими направлениями:

— Реализация кластерного подхода в осуществлении и развитии внутреннего туризма;

— Привлечение разного рода инвестиций (как частных, так и государственных), создание и продвижение инвестиционных площадок и объектов;

— Совершенствование системы управления сферой внутреннего туризма, в том числе за счет развития отдельных форм и механизмов поддержки, а также контроля за качеством предоставления услуг;

— Грамотная система продвижения внутреннего туризма в регионе.

Так, развитие внутреннего туризма в целом и как отрасли (а соответственно группы субъектов и объектов) во многом связано с применением и реализацией на практике кластерного подхода. Кластер представляет собой группу территориально соседствующих организаций и субъектов, взаимодействующих и работающих в одной сфере или смежных отраслях. Применение кластерного подхода предполагает объединение различного рода предприятий и организаций из разных сфер экономики для достижения определенного результата. Цели преследуются как индивидуальные (например, получение прибыли, закрепление на определенном сегменте или рыночной нише), так и общие – развитие сфер экономики регионов и региона в целом в рамках страны.

Одна из главных особенностей состоит в том, что индустрия туризма тесно взаимосвязана с другими отраслями экономики: промышленность и сельское хозяйство, строительство и торговля участвуют в удовлетворении многообразного и комплексного туристского спроса. Именно поэтому кластерный подход позволяет объединить усилия и возможности разных субъектов рынка для достижения более качественного результата. В общем виде туристско-рекреационные кластеры представляют собой комплекс взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой. Совместная работа предприятий разной направленности позволяет развиваться им самим и сфере в целом: объединение ресурсов, усилий, возможностей.

Кластер предполагает создание определенных связей между компаниями и организациями, входящими в него, а также органами власти, образовательными учреждениями, предприятиями общественного питания и т.д. Все они являются субъектами той или иной сферы.

В крае уже функционирует несколько туркластеров: «Золотые Ворота», «Белокуриха», «Барнаул – горнозаводской город», действует особая экономическая зона «Бирюзовая Катунь». Более тысячи мест размещения для путешественников будет создано в 2024 году в Алтайском крае по нацпроекту «Туризм и индустрия гостеприимства» за счет возведения глэмпингов, кемпингов и других объектов.

Все это свидетельствует о дальнейшей необходимости применения кластерного подхода для развития и продвижения региона.

Важность и ценность кластера как такового заключается в его возможности реагировать на негативные изменения внешней среды. Находясь во взаимодействии и взаимосвязи компаниям проще реагировать на вызовы внешней среды и адаптироваться к изменениям.

Как итог реализации кластерной политики является повышение эффективности экономики и отдельных сфер: развитие не только туристских территорий, но и соседних, повышение конкурентоспособности региона в целом, создание инновационной инфраструктуры, создание новых предприятий и рабочих мест.

Тесным образом с реализацией кластерной политики связана активная работа в плане привлечения инвестиций в сферу туризма, в том числе посредством создания инвестиционно-привлекательных площадок, туристско-рекреационных кластеров как объектов инвестирования, создания благоприятного инвестиционного климата и т.д.

В 2024 году регион с привлечением средств федерального бюджета выделил гранты девяти субъектам туристического бизнеса, поддержав проекты по созданию и развитию пляжей на берегах озер Большое Яровое, Малиновое, Кучукское, Колыванское, Ая, у водоема на территории особой экономической зоны туристско-рекреационного типа «Бирюзовая Катунь», а также проект по развитию национального туристского маршрута «Здравствуй,

Алтай!».

Как возможность перспективного развития внутреннего туризма инвестиционная политика и деятельность является одним из инструментов масштабной трансформации индустрии гостеприимства и туризма: строительство и модернизация инфраструктурных объектов, создание новых инвестиционных площадок, продвижение туробъектов и территорий и т.д.

Развитие внутреннего туризма посредством и во взаимосвязи с развитием инвестиционной деятельности предполагает также комплексный подход, который заключается в реализации целого ряда мероприятий в этом плане: развитие регионального законодательства, развитие механизмов государственно-частного партнерства, проведение презентаций о туристическом потенциале регионов, издание сувенирной и картографической продукции с использованием символики регионов, реализация запланированных инвестпроектов.

Так, законодательная и нормативно-правовая сторона вопроса позволит закрепить документально процесс реализации инвестиционной деятельности, предоставить гарантии как собственникам бизнеса, так и инвесторам. Тем самым создать условия для инвестирования сферы туризма, а значит ее развития. Например, в период с 2024 по 2030 годы Алтайский край планирует направить для развития туризма 1,3 млрд руб., из которых 34% – это средства федерального бюджета.

Инвестиции позволят привлечь средства на модернизацию имеющейся инфраструктуры и устранить одну из основных проблем развития внутреннего туризма. Инвестиции в туристской отрасли призваны обеспечить как восстановление имеющейся инфраструктуры, так и создание новой, в том числе ориентирующейся на объекты незавершенного строительства.

Взаимосвязанным перспективным направлением служит эффективная рекламно-маркетинговая стратегия развития внутреннего туризма в регионе. В этом плане важны не только имиджевые и выставочные мероприятия, создание брендов, но и эффективная система представления региона и продвижения. Причем такого продвижения, которое охватит все целевые группы потребителей, привлечет их внимание и будет постоянно побуждать к покупке. В этом плане особую роль играет интернет-продвижение посредством социальных медиа, а именно социальных сетей.

Если говорить в целом об использовании социальных сетей в продвижении турпродуктов, то именно они позволяют турпредприятию управлять рекомендациями и мнениями целевой аудитории, формировать группы лояльных потребителей, увеличивать продажи и известность бренда, реализовывать таргетированную рекламу.

Помимо этого, социальные медиа предполагают возможность продвижения туристских территорий посредством генерирования целого комплекса информации о разнообразных объектах на одном ресурсе. Это позволяет потребителю на одной платформе осуществлять знакомство и выбор мест отдыха, формы отдыха и покупки того или иного тура.

Посредством социальных медиа дополнительно можно осуществлять информирование потребителей о иных инструментах продвижения – туристских порталах края и городов, в том числе интернет-страницах информационных порталов органов региональной власти. На них достаточно подробно приводятся сведения о достопримечательностях региональной территории, о возможностях отдыха и развлечений. Также широко распространены новостные ленты, повествующие о направлениях развития туризма, о планируемых и состоявшихся туристских мероприятиях. Сведения о туристских агентствах, предлагающих региональный туристский продукт. Приводится перечень средств размещения и транспортные услуги.

Сегодня активно развивается и такое направление как блогинг, а именно тревел блогинг. Основная цель тревел-блога – создание информационной платформы», которая позволяет популяризовать и продвигать туризм в крае, а также сам край, его отдельные туробъекты и территории.

В этом плане необходима постоянная работа всех заинтересованных субъектов

туриндустрии в обновлении имеющейся информации в социальных медиа с целью привлечения внимания, информирования и продвижения продуктов и услуг.

Таким образом, перспективы развития внутреннего туризма в Алтайском крае связаны с реализацией целого комплекса взаимосвязанных мероприятий: от нормативно-правовой деятельности и контроля до эффективного и грамотного продвижения среди целевых аудиторий туристских территорий. Все мероприятия связаны между собой. Так, например, привлечение инвестиций предполагает активное развитие имеющихся территорий и объектов. Соответственно инвестиции могут способствовать развитию туристской инфраструктуры и значит развития туризма в целом. В общем виде перспективы предполагают использование имеющихся сильных сторон и возможностей края в комплексе как вариант популяризации и позиционирования региона как туристски привлекательной территории для отдыха и развлечений.

Список использованных источников

1. Кострюкова О.Н. Стратегический потенциал развития туристско-рекреационной сферы региона: проблемы и направления изучения / О.Н. Кострюкова // Проблемы современной экономики. – 2011. – №3. – С. 268-272.
2. Николаева О.П. Оценка эколого-рекреационного потенциала для создания устойчивой рекреационной системы алтайского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lib.tsu.ru/mminfo/000063105/336/image/336-192.pdf>.
3. Сарбитова И.Л. Туристско-рекреационный потенциал Российской Федерации: региональный аспект / И.Л. Сарбитова // Региональное развитие. – 2017. - №2. – С. 1-8.

УДК 2964

THE ROLE OF INTERNATIONAL EDUCATIONAL TOURISM IN THE GLOBAL TOURISM MARKET

Makhmudova Nodira Uktamovna
PhD student of Bukhara state university
scientific adviser- A.A.Eshtayev

Globalization and integration processes in the system of international economic relations have caused the formation of the market of educational services, the intensive development of mutual cooperation activities on the issues of providing, exchange and exchange of educational services. Accordingly, it is possible to observe the dynamic growth of the educational tourism market on an international scale. 30% of the educational tourism market belongs to the segment of graduates of higher education institutions and those who are engaged in professional work, 26-45 years old. Consumers of this age want to have a promising career abroad, diversify their experiences, learn a new culture and learn new skills. In our opinion, the technological and socio-cultural changes taking place in the world encourage more people to learn and study throughout their lives. In the above grouping by age, we found it necessary to include the next segment - "56 years and older". In particular, 5 million people of the PRC over the age of 56 are engaged in cultural and educational tourism around the world. In our opinion, the factors influencing the implementation of outbound tourism for the purpose of education are the following (Figure 1).

- Favorable immigration policy of the host country - several immigration programs are aimed at attracting more and more students to choose a permanent place of residence and become an active part of the country's labor force. Canada's Express Entry immigration program has made it easier for international students who have graduated from Canadian universities to choose between temporary residence or permanent residence in the country.

- Educational institutions in host countries adhere to strict requirements to maintain high