

**Байбек М.Д.**, Карагандинский государственный университет имени академика Е.А.Букетова, экономический факультет, гр. МДА-52, магистрант.  
(*Научный руководитель – к.э.н., доцент Мамраева Д.Г.*)

## **РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ ПО УПРАВЛЕНИЮ ДЕСТИНАЦИЯМИ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ**

Туризм может быть описан как деятельность людей, путешествующих в места, которые не являются их домом, пребывание в этом месте в течение определенного периода времени, осуществление различных видов деятельности на месте (досуг, деловые или иные цели), хотя эти цели не связаны с осуществлением деятельности оплачивается изнутри посещенного места и возвращается домой. Таким образом, туризм отличается от путешествия, что означает перемещение кого-то из одного места в другое, поэтому туризм включает в себя, помимо самого путешествия, пребывание и мероприятия во время пребывания в качестве основных элементов.

Поскольку туризм включает в себя определенную последовательность определенных повторяющихся последовательных элементов, описывается как цепь. Основными элементами этой цепочки являются путешествие в и из выбранного пункта назначения и пребывание в пункте назначения. Кроме того, этап подготовки (выбор пункт назначения, бронирование и упаковка) и подведение итогов пребывания.

Туристский продукт определяется как сочетание товаров и услуг, таких как транспорт, проживание, питание и напитки, услуги гида, предоставление материалов и инфраструктуры для мероприятия и т. д., необходимые для того, чтобы туристы могли получить хороший опыт.

Сложность туристского продукта и его связь с пунктом назначения, а также с местом происхождения клиента, а также бизнеса на межрегиональном уровне, например, транспортная индустрия, требует разработки целого ряда различных аспектов при разработке туристского продукта. Это далее означает, что во многих случаях ряд сотрудничающих предпринимателей должен быть в влечены в разработку продукта.

В принципе можно выделить трех основных производителей:

- Отдельные поставщики услуг (например, отели, рестораны, гиды) координируют свои продукты и каждый из них пытается продать свой сервис, который дополняется сервисом другие партнеры. Они приносят прибыль в основном за счет продажи первичных услуг, которые они предоставляют.

- Туристские агентства и туроператоры продают туристический продукт, который представляет собой сочетание услуги от других провайдеров, в основном провайдеров и организаторов маршрутов, проживания и питание. Затем туроператор продает этот продукт под своим именем (или в сотрудничестве с продавцами). Доход туристского агентства / туроператора генерируется из процентов, полученные от поставщиков отдельных первичных услуг или путем увеличения общая стоимость отдельных продуктов или комбинацией обоих методов.

- Организации по управлению пунктами назначения (DMO) (например, туристская ассоциация, туристская информационные центры, отдел туризма местной администрации), аналогично туру оператор, создавать продукты из услуг других провайдеров. Они, однако, не продают это продукт, но предоставить его для поставщиков. Прибыль генерируется из полученных процентов от продавца (который генерирует свой доход на основе процентов, полученных от первичного поставщики услуг) и / или от процента, полученного от дохода первичной услуги провайдеры [1].

Развитие и управление дестинации во многом определяются тем направлением, в котором развивается глобальная индустрия туризма. Многочисленные источники указывают на то, что индустрия туризма может продолжать расти под воздействием социально-экономических факторов, таких как: демографические изменения, экономическое благосостояние, расширение бизнеса и глобализация культурных и электронных связей. Эти факторы создают огромную проблему для субъектов, которые имеют отношение к принятию решений о пути развития туристских направлений. Принципы устойчивости особенно подчеркиваются.

Управление пунктами дестинаций является сложной задачей, которая требует комплексного системного подхода. С точки зрения спроса, туристы могут выбирать из широкого спектра направлений. Что касается поставок, организации, занимающиеся вопросами дестинации, которые пытаются привлечь внимание высоко конкурентных рынков.

Конкурентоспособность и привлекательность направлений предполагают использование эффективных, устойчивых стратегий, основанных на рыночных условиях и предпочтениях, а также на сбалансированности интересов внутри туристического направления.

Общеизвестным и неоспоримым фактом является то, что туризм во всем его многообразии тесно связан с выбором места назначения. При выборе пункта назначения важно учитывать не только природные и антропогенные ресурсы пункта назначения, но и многие другие особенности, а также управление ими.

Управление пунктами назначения - это термин, используемый для описания всех способов влияния туризма на пункт назначения. Это включает планирование и контроль развития туризма, обеспечение инфраструктуры, управление посетителями, маркетинг, предоставление информации, поддержку бизнеса, определение и соответствие стандартам, а также мониторинг. Он должен охватывать все аспекты хорошего опыта посетителя в цепочке туристической добавленной стоимости и в соответствии с принципами интегрированного управления качеством [2].

Важным компонентом управления пунктами назначения, если он посвящен устойчивому развитию, является определение показателей, связанных с целями устойчивого развития, а также определение процесса мониторинга этих показателей.

Всемирная организация туризма (ЮНВТО) установила 5 критериев для выбора показателей для целей управления туристическим направлением:

- соответствие показателя соответствующему управленческому вопросу.
- возможности получения и анализа необходимой информации.
- подлинность и достоверность информации.
- быть легко понятным для потребителя.
- сопоставимость по времени и по регионам.

Чтобы быть конкурентоспособными, направления должны предоставлять посетителям замечательные впечатления и преимущества. Эти эффекты зависят от того, как многие организации работают вместе. Управление пунктами назначения требует объединения различных интересов для достижения общей цели, чтобы обеспечить жизнеспособность и целостность пункта назначения сейчас и в будущем.

В настоящее время во многих направлениях создаются организации по управлению направлениями, которые направляют на их развитие. Традиционно отвечая за маркетинг направлений, организации по управлению направления становятся стратегическими лидерами в развитии направлений. Эта роль требует руководства и координации управленческой деятельности в рамках последовательной стратегии.

В действительности, организации по управлению направления может лучше всего способствовать диалогу между частным сектором, государственным сектором и другими заинтересованными сторонами, которые иначе затрудняются сотрудничать или не понимают, как их решения влияют на туристические направления в долгосрочной перспективе.

Благодаря этой уникальной способности ООН не оценим в поддержке развития туризма, особенно в развивающихся направлениях, где туризм является важным двигателем экономики и механизмом для создания справедливого социального потенциала.

Управление пунктами назначения представляет собой скоординированное управление всеми элементами, составляющими пункт назначения (достопримечательности, объекты, доступ, маркетинг и ценообразование), (2007) [3].

Роль организации по управлению направлениями для туристского направления 21-го века становится все более важной. Глобальное развитие туризма и растущая конкуренция во всем мире определяют необходимость изменения функции от маркетинговой организации до ключевой единицы управления местом назначения.

Роль организаций направления в наше время становится все более важной. Глобальные тенденции развития туризма, а также новые европейские стратегии и политика «Европа 2020» обеспечивают центральное место в качестве стандартной единицы управления для пункта назначения. В современную эпоху интернета и значительного культурного разнообразия должны быть нацелены на обеспечение процветания местного населения; максимальное удовлетворение посетителей; сведение к минимуму негативного воздействия туризма путем поддержания устойчивого баланса между экономическими выгодами и социально-культурными и экологическими затратами.

### Список использованной литературы

1. Министерство экономики и энергетики 2009. Национальная стратегия устойчивого развития туризма на 2009-2013 годы, МЕЕ: София.
2. Министерство экономики и энергетики 2014. Стратегия Horizon 2030, МЕЕ: София.
3. Всемирная организация туризма (2007), Практическое руководство по управлению туристическими направлениями, ЮНВТО: Мадрид.

**Баржаксина Г.Е.**, академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды мемлекеттік университеті, заң факультеті, МЮ-51, 2 курс магистранты  
(*ғылыми жетекші - з.ғ.к., профессор Ахметова Н.С.*)

## СОТ БИЛІГІНІҢ ПАЙДА БОЛУЫ МЕН ҚАЛЫПТАСУЫ

Қазақ өлкесінде сот билігінің пайда болу және қалыптасу тарихы - қазақ қоғамының жылнамасында ерекше орын алады. Қазақстандық сот билігін қалыптастыру мен бекітудің негізгі өлшемдерін түсініп ұғыну үшін қазақ даласындағы қарапайым құқық тарихнамасын біліп қана қоймай, мемлекет аумағында қолданылған құқық нормаларының, заңдар мен салт-дәстүрлердің тарихы мен оның дамуын терең игеру қажет. Шынайы халықтық үлгіде құрылып, ежелден елдік әдет-ғұрыпқа негізделген дәстүрлі құқық нормаларын берік ұстанған бұл сот жүйесі ұлттық санамыздағы ұзақ жылғы даму эволюциясында тек әділдік пен ақиқаттың айқын көрінісі ретінде мызғымай келді. Судьялар нормаларды, дәйектемелерді түсіндіруде және шешімдер шығаруда, талқылауда, сондай-ақ осы шешімдерді орындауға келтіру әдістері мен нысандарын айқындауда едәуір құқықтарға ие болды.

Оның тарихи тұлғасын көне заманнан келе жатқан Рим, Эллада, Египет, Вавилон сынды елдер жеткендей құқықтық дәрежеге көтеруді осылай ғылыми тұрғыда тиянақтау өте орынды, әрі еліміздің құқық тарихы үшін өте қажетті нәрсе. Би – бірінші кезекте халыққа сот төрелігін шынайы, әрі турашылдықпен жүзеге асыруда әділ билігімен танылған, соттық функцияны атқаратын мемлекеттік қызметші, болып табылады. Ол сот ісін жүргізгенде өзі қадағалайтын тәртіптілікті қатаң сақтай отырып, істің күрделілігі мен екі жақ тараптардың ықылас-мүдделеріне баса назар аударған. Сонымен бірге, іске қатысатын тараптардың өкілдері мен өзге де қатысушылардың мүмкіндігін шектемей, жариялықты қатаң сақтайтын әділ төреші болған. Би соттың дәлелдеу қорытындысында екі тараптың бірі жеңіп, бірі жеңіліп емес екі жаққа да шындықты мойындата білген.

Халық алдында өзінің шынайы шешімімен тараптарды татуластырса ғана әділ ісімен даңқы артқан. Ондай билердің атақ-абыройы бүкіл елге тарап, мыңдаған шақырымдардан даушылар іздеп келіп, жүгініске отырған. Сондықтан, қазақ елінің билер соты барша жұрт алдында кәсіби жағынан әбден шыңдалған, тәуелсіз сот билігі ретінде сақталып келді. «Адал би – әділ би» деген принцип содан қалған. Бұл туралы заң ғылымдарының академигі Салық Зиманов өзінің төрт тілде шыққан «Қазақтың билер соты – бірегей сот жүйесі» деген кітабында: «Қазақтың билер соты өзіне жүгінген тараптардың дауларын қарастыра отырып, тараптардың арасында, рудың арасындағы бітімгершілікке және бірлікке қол жеткізуге тырысатын. Билер сотының осы асқақ мұраттарының талабына жауап беру үшін билер дала даналарының мектебінен өтуге, алдыңғы ұлы билердің сынынан сүрінбеуге тиіс болған», - дейді.

Сонымен би сөзіне түсінік беретін болсақ, ең алдымен би — қай заманда да өзінің елден асқан ақыл-парасат, біліктілігімен қабырғалы қалың елге көшелі ісімен қызмет етуші ірі тұлға. Бұдан кейінгі лауазымдық дәрежеде би — ауыл-үй арасындағы ақсақалдық биліктен ең жоғарғы сатыдағы сот билігінің тізгінін ұстап, Хан кеңесінде төрелік айтқан аузы дуалы ұлылық иесі. Мемлекеттік аса жоғары дәрежеде би елі үшін осы тақылеттес тағы бір лауазымды атқарған. Ол — халықаралық дәрежеде мемлекет атын зор беделге жеткізетін, еліне береке-ырыс, жақсылық пен тыныштық әкелетін бітістіруші дипломат — елшілік қызметкері. Қазақтың «Елдестірмек — елшіден, жауластырмақ — жаушыдан» деген аталы сөзі соған куә. Билердің қалың бұқара халықтың арасындағы беделі мен атақ даңқын дүйім елге мәлім еткен тағы бір ерекше қасиеті — кара тілден май тамызған шешендік өнері. Елі мен жеріне бақ-береке, ынтымақ-ырыс бұйыртқан, ел қорғаны батыры мен бағланына Алладан тілеу тілеген даналық ойдың алтын кені — батагей абыздығы. Бұған халықтың келешегі мен елдің ертеңін болжай білетін, жаман қылығын жазбай танып, сын тезіне салатын көрегендік қасиетімен ұлт тағдырын темір қазықтай тура болжап беретін кемел ойлы білгірлігін, көрегендігін қосыңыз.