

Қабылданған шаралардың табысқа қол жеткізу кілті – жергілікті билік органдары мен мониторингке енгізілген ұйымдар арасында нақты өзара әрекеттестік жағдайларын жасау. Қалаулы емес тәжірибені сипаттаудың орнына жергілікті билік органдары қаржылық іс-әрекеттің мөлдірлігін арттыруға тырыса отырып, ұйымдармен байланыс жасау нүктесін табуға ұмтылады.

Әдебиеттер

1. «Ұлт жоспары - 100 нақты қадам» Қазақстан Республикасы Президентінің 2015 жылғы 20 мамырдағы бағдарламасы
2. Как формируется и распределяется бюджет Казахстана// <http://forbes.kz>

Жамиева М.Е., 1 курс (академик Е.А. Бөкетов атындағы ҚарУ)
Ғылыми жетекші: - э.ғ.к., доцент Ержанова С.К.

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДА ЭТНОТУРИЗМНІҢ ДАМУЫН МЕМЛЕКЕТТІК ҚОЛДАУ

Туризм әлемдік экономикада басты рөлдің бірін атқарады. Дүниежүзілік туризм ұйымының деректері бойынша ол әлемдегі жалпы ұлттық өнімнің оннан бір бөлігін, халықаралық инвестицияның 11 пайыздан астамын ұстайды, әлемдік өндірістің әрбір 9-шы жұмыс орнын туризм қамтамасыз етеді. Туризм Қазақстан экономикасындағы қарқынды салалардың бірі. Халықаралық сарапшылардың пікірінше қазіргі кезде туризм әлемдік экономикадағы қарқынды төмендемейтін саланың біріне жатады. Туризм көп елдерде жалпы ішкі өнімнің қалыптасуына, қосымша жұмыс орнын құруға және сыртқы сауда балансының белсенділігіне ықпал етеді. Соңғы жылдары туризм әлемдегі ең табысты бизнестің бірі. Туризмнің маңызы жылдан-жылға өсуде, оның халықаралық байланыста және валюталық түсім көз ретінде маңызы артауда. Елдердің шикізат көзі азайды, ал туристік индустрия қалпына келетін ресурстармен жұмыс істейді. Туризмнің басқа да салаларға тигізетін әсері мол, оның 32 салаға жанама ықпалы бар (турфирмалар, көлік түрлері, мейманхана кешендері, демалыс үйлері, санаториялар, ұлттық парктер, тамақтану сферасы, т.б.) [1]. Мақалада аймақтық экономиканы тиімді дамыту үшін Қазақстанның этнографиялық дәстүрлеріне, тарихи ескерткіштері және рекреациялық әлеуетіне негізделген этнотуризмді, туризмнің жаңа тез дамып келе жатқан түрін қолдану мүмкіндігін талдауға әрекет жасалды. Туризмді ұйымдастырудың негізгі ресурстарының бірі-археологиялық объектілер. Этнотуризм табиғатқа жағымды қызмет түрі бола отырып, дәстүрлі қолөнердің дамуын ынталандырады және жергілікті тұрғындар үшін табыс көздерінің бірі бола алады. Этникалық туризмнің мақсаты-қоршаған табиғи ортамен үйлесімді өмір сүретін адамдардың өмірімен, мәдениетімен, салт-дәстүрлерімен танысу. Этникалық туризмді дамыту мәдени мұраны сақтауға ықпал етуге және тұратын аумақтардың орнықты даму факторы болуға тиіс.

Туризмнің дамуындағы қазақ халқының салт-дәстүрлеріне деген сұраныс жоғары, сондықтан да Қазақстанның этнотуризмнің ерекшеліктері мен туризмнің дамуына әсері мол. Аталмыш мақалада этнотуризм туралы түсінік және оның түрлері, оның даму деңгейін қарыстыру жүргізілді. Қазіргі әлемде этнотуризм - бұл әлемдік экономикадағы жаңа, маңызды сала болып табылады, бұл ғасырдың БҰҰ-да «Туризм дәуірі» деп жариялануы бекер емес.

Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметтері бойынша, бүгінде халықаралық туризмнің белсенді өсуі жалғасуда. Осының салдарынан ҚР-да туристік қызметті дамытуды мемлекеттік реттеу және қолдау қажет [2, 20 б.].

2019 жылы ЖІӨ-дегі туризм үлесі 5,6%-ды құрады, бұл ретте 2025 жылға қарай бұл көрсеткішті 8%-ға дейін арттыру жоспарлануда. Бұл мақсаттар үшін инвестициялық ағындардың жыл сайын өсуі және ішкі және шетелдік туристердің шығындарының жылына орта есеппен 7-8% өсуі қажет. Қазіргі заманғы туризм индустриясы - бұл қызмет көрсетудің халықаралық саудасының ең жоғары табысты және қарқынды дамып келе жатқан сегменттерінің бірі. Туризм әлемдегі жалпы өнімнің шамамен 10%-ын, қызметтердің әлемдік экспортының 30%-ын, әлемдік инвестициялардың 7%-ын, жұмыс орындарының 10%-ын және барлық салықтық түсімдерінің 5%-ын құрайды. Соңғы он жылда жалғасып келе жатқан туризмнің тез және үздіксіз өсуін, сондай-ақ оның экономика мен қоғамның әл-ауқатына елеулі әсерін ескере отырып, дамыған және дамушы елдер туристік саланы экономикалық басымдықтардың бірі ретінде анықтайды [3].

Қазақстанның бәсекелестік артықшылығы ұлттық туристік игілік болып табылады, ол тарихи, сәулет, мәдени және табиғи мұраның бірегей объектілерімен, сондай-ақ рекреациялық әлеуетпен түсіндіріледі.

Қазақстан Республикасында этнотуризмді дамытуға үлкен көңіл бөлінеді, Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауында "туризмді, әсіресе экологиялық және этнографиялық туризмді экономиканың маңызды саласы ретінде дамытуға ерекше назар аудару керек" деп атап көрсеткені кездейсоқ емес [4]. Туризмнің бұл түрі болашақта оның бірегейлігі мен ерекшелігіне байланысты үлкен сұранысқа ие болады, өйткені қазіргі уақытта этникалық әртүрлілік биологиялық әртүрліліктің жоғалу қарқынына сәйкес келетін жылдамдықпен азаяды.

Қазақстанда туризмге салынған инвестиция ел тарихындағы рекордтық көрсеткішке жетті - 153,7 миллиард теңге. Бұның өзінде, қаржы ресурстарының шектеулілігіне байланысты 10 республикалық бағыт және 50 туристік бағыт таңдалды, олар Қазақстанның туризм картасына енгізілді.

Қазақстандағы этнотуризмді дамыту жолында археологиялық ескерткіштерге қалалар, ежелгі қорымдар, ежелгі қоныстардың қорғандары, бекіністер, тас мүсіндер, көне заттар, жартастағы суреттерді шетелдік туристерге таныстыра отырып этнотуризмді қолға аламыз.

Әдебиеттер

1. Вуколов В.Н. Халықаралық туризмнің тарихы және теориясы. Астана, 2007.
2. Карбетова Ш.Р. Проблемы и стратегические приоритеты развития индустрии туризма в Казахстане: Монография. Алматы: «Жания-Полиграф», 2018. -120 с.
3. Имангулова Т.В., Прокофьева М.А. Развитие этнического туризма в Казахстане // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 8-3. – 451-455 б.

Жеңісбай С.Б., 2 курс (академик Е.А.Бөкетов атындағы ҚарУ)
Ғылыми жетекші – э.ғ.м., аға оқытушы Ескерова З.А.

БЕНЧМАРКИНГ- САПАНЫ БАСҚАРУДЫҢ ӘМБЕБАП ҚҰРАЛЫ

Қазіргі таңда талаптарды әзірлеу мен нақты мақсат қоюдың танымал әдісі бұл - бенчмаркинг. Сапа менеджментіндегі бенчмаркинг ұғымы бәсекелестер мен нарық көшбасшылары арасында ең тиімді шешімдерді талдау мен іздеуді білдіреді. Сондықтан да сапаны басқарудағы бұл әдістің маңыздылығы өте зор.

Бұл әдіс көптеген елдерде өзін тиімді және сенімді деп дәлелдеді және біздің елімізде де оған сұраныс артып келеді. Тәжірибеде осы бенчмаркингтік стратегияны ең алғаш рет Херох компаниясы қолданылған. Олар өсіп келе жатқан бәсекелестік жағдайында бірінші болып нарықтағы мінез-құлықтың ең тиімді және бәсекеге қабілетті стратегиясын әзірлеу мақсатында бәсекелес өндірістерді терең талдау әдісін қолданды.

Сапаны жоғары деңгейге жеткізудің бірден – бір құралы бенчмаркинг екенін жоғарыда айтылған болатын. Жалпы, халықаралық және отандық тәжірибеде осы салада айтарлықтай тәжірибе жинақталған. Бенчмаркингтің негізгі түрлерін жіктеу белгілерінің бірі бойынша жүйелеуге болады. Олардың кейбіріне тоқталайық (сурет 1).

Сапаны басқарудағы сыртқы серіктестік бенчмаркинг. Бұл жағдайда екі бәсекелес фирма бірқатар келісімдерге қол қояды және өндіріс әдістері мен бір-бірінің басқару шешімдерін зерттейді. Жарияламау туралы қажетті құжаттарға қол қойылады, кепілгерлер келісіледі және т.б. бұл толық және терең зерттеу, сондай-ақ өндірістің немесе басқарудың кейбір аспектілерін зерттеу болуы мүмкін.

Айта кету керек, сапаны басқарудағы бенчмаркингтің ең үлкен әсеріне жанама бәсекелестігі бар компаниялар қол жеткізеді. Мысалы, егер бір компания ұялы телефондарды, ал екіншісі, мысалы, модемдерді шығарса, онда технологиялық және ұйымдастырушылық жақындық бір-бірінен ең тиімді шешімдер мен өндіріс пен басқару құрылымдарын алуға мүмкіндік береді. Ұзақ мерзімді ынтымақтастықпен сапа менеджменті жүйесінде бенчмаркинг одан да үлкен нәтижелер әкелуі мүмкін. Бұл жағдайда екі компания да ұқсас, бірақ әлі де әртүрлі өзгерістер енгізу туралы шешім қабылдаған кезде мүмкін болады.