



ЭКОНОМИКО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНГРЕСС

Сборник научных работ по итогам международного
научно-практического комплексного мероприятия

(г. Белгород, 1-2 ноября 2023 г.)

2023

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»

ЭКОНОМИКО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНГРЕСС

Сборник научных работ по итогам международного
научно-практического комплексного мероприятия

(г. Белгород, 1-2 ноября 2023 г.)



Белгород 2023

УДК 33+35
ББК 65+60.82
Э 40

Рекомендовано к изданию редакционно-издательским советом института экономики и управления НИУ «БелГУ» (протокол № 3 от 15.11.2023)

Ответственный редактор:

В.М. Захаров, доктор социологических наук,
профессор, профессор кафедры социальных технологий
и государственной службы НИУ «БелГУ»;

Э 40 Экономико-управленческий конгресс: сборник научных работ по итогам международного научно-практического комплексного мероприятия (г. Белгород, 1-2 ноября 2023 г.) / под ред. В.М. Захарова. – Белгород: ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ», 2023. – 540 с.

ISBN 978-5-9571-3568-5

В сборник вошли научные статьи по итогам международного научно-практического комплексного мероприятия «Экономико-управленческий конгресс», который прошел 1-2 ноября 2023 г. в Институте экономики и управления НИУ «БелГУ».

В предлагаемом сборнике рассматриваются актуальные проблемы в сфере экономики, управления, бизнеса, туризма, демографической политики.

УДК 33+35
ББК 65+60.82

ISBN 978-5-9571-3568-5

© НИУ «БелГУ», 2023

Вишневская Е.В. Анализ возможностей использования чат-ботов в туризме	405
Жетиру А.Ж., Молдагалиева А.Е. Анализ туристского рынка города Алматы и Алматинской области на основе туристских предпочтений	409
Зиганин И.И., Мухаметзянова Л.К. Анализ развития туризма на особо охраняемой природной территории федерального значения в условиях пандемии COVID-19	414
Козьякова С.С., Негода А.А. Стратегия развития туристского потенциала Луганской народной республики	419
Королева И.С. Актуальность разработки туристического геопортала Белгородской области	423
Королева И.С. Российские региональные туристические геопорталы: повышение детальности тематического содержания	426
Лактионова Я.А., Яковенко О.В. Кредитование потребителей внутренних туристических услуг на современном этапе развития России	432
Макарова С.Н. Использование информационных технологий в интерактивных мероприятиях для туристов	437
Надырова Н.А., Саин Алтынай Инновационные технологии в сфере гостеприимства	441
Несипбаев К.Б., Климова Т.Б., Богомазова И.В., Плохих Р.В. Культурно-исторический потенциал развития туристско-рекреационных комплексов в центральном Казахстане.....	446
Плетнева А.Ю. Слинкова О. К. Анализ тенденций развития и состояния гостиничного бизнеса Российской Федерации.....	452
Плохих Р.В., Богомазова И.В., Климова Т.Б., Несипбаев К.Б. Научные подходы и принципы развития экологически безопасного туристско-рекреационного природопользования	457
Реутова М.Н., Шавырина И.В. Отдых и оздоровление детей в семье: ориентиры и тренды	463
Свиридова Н.Д., Медяник А.В. К вопросу о роли компетентностного подхода в оценке персонала индустрии гостеприимства	466
Слинкова О.К. Мотивация путешествий: попытка теоретического осмысления психологического портрета современного туриста.....	469
Удалых С.К. Особенности развития российского сельского туризма: региональный аспект.....	474
Федяева Н.И., Слинкова О.К. Хаускипинг – управление гостеприимством.....	480

АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО РЫНКА ГОРОДА АЛМАТЫ И АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ НА ОСНОВЕ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ

А.Ж. Жетиру,
докторант Казахского национального университета имени аль-Фараби
А.Е. Молдагалиева,
кандидат географических наук, доцент,
доцент Казахского национального университета имени аль-Фараби

Аннотация. *Основной целью данного исследования является проведение анализа туристского рынка города Алматы и Алматинской области на основе вторичных данных Бюро национальной статистики Республики Казахстан. В данном исследовании были проанализированы количественные данные и приведены причины тех или иных показателей. На основе данных результатов были выведены два портрета туриста: внутренний турист и въездной турист.*

Ключевые слова: *туристский рынок, туристский предпочтения, город Алматы и Алматинская область, портрет туриста.*

Введение. Согласно данным Национального банка Казахстана, средний расход иностранного туриста в Казахстан составляет 1500 долларов США [1]. Кроме того, каждый иностранный турист обеспечивает два дополнительных рабочих места. Согласно информации Министерства культуры и спорта Республики Казахстан, прибыль от туризма в 2022 году составит 389 млрд тенге, в том числе доходы гостиниц – 183 млрд тенге [1], что составляет около 50% от выручки. Этот показатель растет из года в год, Казахстан занимает свои позиции на международном туристском рынке, и для подавляющего большинства туристов доминирующей дестинацией являются город Алматы и Алматинская область. Поэтому анализ туристского рынка города Алматы и Алматинской области в рамках туристских предпочтений является актуальным.

Методы и организация исследования. Согласно исследованию Бюро национальной статистики РК, в июле 2022 года было проведено исследование учета затрат въезжающих в Казахстан туристов. Исследование было организовано в аэропортах, на железнодорожных вокзалах и других транспортных объектах. В этом исследовании приняли участие 11 397 человек, из них 4 867 (42,7%) женщин и 6 530 (57,3%) мужчин [2].

Из общего числа наибольшую долю по возрастному составу составляли респонденты в возрасте от 31,7% – от 35 до 44 лет, 27,1% – от 25 до 34 лет, 19,6% – от 45 до 54 лет, 10% – до 15 лет. Нерезидентами, участвовавшими в исследовании, на территории Казахстана насчитывается 1 725,2 млн тенге, из которых транспортные расходы на международные перевозки составили 787,7 млн тенге.

По личным целям посещаемость составила 8 571 человек (75,2%) и по деловым и профессиональным целям – 2 826 человек (24,8%). Большинство посетителей составляли граждане соседних стран: 55% – из Российской Федерации, 19,8% – из Узбекистана, 10,4% – из Кыргызстана, 3,2% – из Турции, 1,4% – из Азербайджана.

Статистика подсчета количества туристов в Казахстане классифицирует цель посещения на два основных типа: в личных целях и в деловых-профессиональных целях (Таблица 1). В 2022 году общее количество прибывших в г. Алматы составило 2 101 млн человек, а в Алматинскую область – 424 тыс. человек [2]. Конечно, количество путешествующих в личных целях преобладает в обоих регионах, в городе Алматы их 1 494 млн человек. Однако известно, что Алматы является развивающимся центром туристского направления МІСЕ, в связи с чем количество посетителей делового назначения составляет 607 тыс. человек.

Общее количество прибывших туристов
в город Алматы и Алматинскую область в 2022 году тыс. человек

Количество прибывших по цели пребывания			
	Итого	В том числе	
		В личных целях	В профессионально-деловых целях
Алматинская область	424	391	33
Город Алматы	2 101	1 494	607

Большая часть туристов, посещающих Казахстан, относится к категории делового или конгрессного туризма, поэтому динамичное развитие делового и административного центра в Казахстане будет способствовать росту данного туристского направления. Соответственно, гостиничный бизнес в Алматы более развит. Дополнительные возможности для увеличения притока иностранных туристов в южную столицу придадут ей выгодное географическое и административно-политическое положение, а также налаженные международные связи Алматы.

Согласно данным Международной ассоциации конгрессов и конференций (International Congress and Convention Association), Казахстан является одним из лидеров среди стран СНГ по МІСЕ-туризму [3]. Согласно рейтингу Международной ассоциации конгрессов и конференций ІССА, в 2020 году Казахстан занимает 79-е место в мире по МІСЕ-туризму [3]. По данным ассоциации, в 2019 году Казахстан привлек 18 мероприятий международных ассоциаций, доходы которых составили 6 млн долларов США. С 1 августа 2022 года г. Алматы является членом ІССА (International Congress & Convention Association) [3]. Это означает, что ІССА предоставляет доступ к различным мероприятиям. Город может конкурировать с другими городами-членами этого сообщества за проведение любых мероприятий. Ассоциация может предложить организаторам какие-либо условия, например, проведение большой выставки или конгресса в городе Алматы. Сегодня членами ІССА являются 950 городов в 88 разных странах [3].

Казахстанская выставочная компания ІТЕСА работает на рынке Казахстана более 25 лет и ежегодно проводит около 30 выставок и конференций международного уровня [4]. Экспо-мероприятия, организованные компанией, проводятся в крупных городах республики таких как Алматы, Атырау, Астане, Шымкенте и собирают бизнес-аудиторию всего Центрально-Азиатского региона.

Тематические мероприятия компании охватывают 22 различных сектора экономики, среди которых: нефть и газ, энергетика, горнодобывающая промышленность и металлургия, строительство, туризм, транспорт и логистика, пищевая промышленность и сельское хозяйство, медицина [4].

Мероприятия ІТЕСА проходят при официальной поддержке Правительства Республики Казахстан, Министерства индустрии и инфраструктурного развития, Министерства энергетики, Министерства здравоохранения, Министерства труда и социальной защиты населения, Министерства сельского хозяйства, Министерства внутренних дел и других профильных министерств и комитетов Республики Казахстан, областных/городских акиматов (администраций) и отраслевых ассоциаций [4].

Знак «UFI Approved Event» свидетельствует о высоком организационном уровне мероприятий, их влиянии на развитие бизнеса и формирование отрасли, а также подтверждает достоверность статистики.

Список запланированных официальных выставок, организованных ІТЕСА в городе Алматы на 2023 год [4]:

- XXI Казахстанская международная выставка «Туризм и Путешествия» KITF (19-21 апреля);

- VII Казахстанская международная выставка ITS (3-5 мая) «Информационные технологии, безопасность и связь»;
- XI Казахстанская международная выставка «Охрана, безопасность, спасательные средства и противопожарная защита» Securex Kazakhstan (3-5 мая);
- XXVIII Казахстанская международная выставка «Здравоохранение» KINE (17-19 мая);
- XV Международная выставка бытового и промышленного оборудования для отопления, водоснабжения, сантехники, кондиционирования, вентиляции Aquaterm Almaty (6-8 сентября);
- XXIX Казахстанская международная выставка строительства и интерьера KazBuild (6-8 сентября);
- XXVIII Центральноазиатская международная выставка «Горное оборудование, добыча и обогащение руд и минералов» Mining and Metals Central Asia (20-22 сентября);
- XIX Казахстанская международная выставка «дорожное и промышленное строительство, коммунальная техника» Kazcomak (20-22 сентября);
- XXVI Казахстанская международная выставка «Транспорт и Логистика " TransLogistika Kazakhstan (4-6 октября);
- XXI Казахстанская международная выставка «Энергетика, электротехника и энергетическое машиностроение» Powerexpo Almaty (17-19 октября);
- XVII Центральноазиатская международная выставка «сельское хозяйство» AgroWorld Qazaqstan (1-3 ноября);
- VII Центральноазиатская международная выставка «Холодный склад, транспорт и сервис для холодной логистики» ColdChain Qazaqstan (1-3 ноября);
- XXV Центральноазиатская международная выставка «Пищевая промышленность» FoodExpo Qazaqstan (1-3 ноября);
- XVIII Центральноазиатская международная выставка «Все для отелей, ресторанов, супермаркетов» HoRex Qazaqstan (1-3 ноября);
- XX Казахстанская международная выставка «Упаковка, тара, этикетка и полиграфия» QazPack (1-3 ноября).

Что касается тех, кто путешествует в личных целях, то в целом формирующийся туристский имидж и туристско-рекреационный потенциал города Алматы и Алматинской области являются одними из наиболее важных факторов.

Наиболее привлекательные и важные для туристов туристские объекты находятся на юге республики, в первых оседлых поселениях Казахстана: Туркестане, Отраре, Баба-ата, Испиджапе (Сайрам), Таразе, Мерке, Талхизе (Талгар), Койлыке (Талдыкорган). В частности, богатый природно-рекреационный потенциал Алматинской области, расположение основных природных объектов ориентируют посетителей города Алматы на Алматинскую область. Кроме того, расположение аэропорта в Алматы является первой точкой стоянки прямых иностранных туристов. Поэтому эти два региона тесно связаны между собой. Так же предлагаемый туристский продукт очень взаимосвязан и является единым целым. Можно поделить две дестинации по видам туризма: город Алматы – культурно-исторический туризм, познавательный туризм, событийный туризм; Алматинская область – экотуризм, спортивный туризм, альпинизм, хайкинг и т.д.

Касательно возрастных категории группа, которая имеет приоритет при классификации посетителей по возрасту – это группы в возрасте от 25 до 34 лет и от 35 до 44 лет (Таблица 2). Согласно Европейской Комиссии по туризму, молодежь, родившаяся в период с 1996 по 2012 год, относится к группе поколений Z [5]. Согласно определению МОТ (Международной организации труда), вкусы, жизненный опыт и покупательная способность молодежи быстро меняются с годами [5]. В исследовании ООП «Восстановление глобального туризма под руководством молодежи – приоритеты и

рекомендации» молодежь устанавливает следующие мотивы путешествий: путешествия это форма обучения, знакомство с новыми людьми, признание других культур, способствует карьерному росту, личностному развитию, идентичности (место, где ты был – определяет, кто ты есть) [5]. Рост доступности международных поездок в 1990-х и начале 2000-х годов, открытие границ и ослабление визовых ограничений во многих странах в сочетании с сильным вдохновляющим влиянием социальных сетей и простотой онлайн-бронирования повлияли на миллениалов (старших коллег поколения Z), которые приняли путешествия как самый важный элемент своей жизни.

Таблица 2

Количество посетителей по возрастным категориям тыс. человек

	Итого	В том числе						
		до 15 лет	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	Старше 65 лет
Алматинская область	424	48	32	125	113	52	42	12
Город Алматы	2 101	161	82	703	714	310	125	6

Поколение Z часто сравнивают со взрослыми коллегами тысячелетия. Действительно, у этих двух поколений много общего. Одним из наиболее важных факторов, помогающих различать два поколения, является роль технологий и их влияние на «выравнивание мира» для поколения Z [6]. В то время как старшее поколение миллениалов росло в детстве до быстрого появления интернета (с середины 1990-х годов), поколение Z начало рождаться в период (примерно с 2005 года), когда онлайн-коммерция, мобильные устройства и использование социальных сетей были хорошо сконцентрированы. В результате, в отличие от старших поколений, поколение Z можно назвать «цифровыми аборигенами», потому что они никогда не знали времени без интернета [6]. Общеизвестные закономерности актуальны и в пределах регионов Алматинской области и города Алматы.

Согласно данным использования транспорта туристов на территории города Алматы и Алматинской области можно сделать несколько выводов. В основном въездные туристы с разных стран пребывают на воздушном транспорте, так как является самым быстрым видом, в связи с этим подобающее количество прибывших использовали воздушный транспорт в город Алматы. Естественно, это связано с наличием международного аэропорта. Далее идут железно-дорожный транспорт и международные автобусы, данным видом транспорта пользовались туристы с ближнего зарубежья, таких как Россия, Озбекстан, Кыргызстан и т.д. Если говорить об Алматинской области можно заметить, что большое количество прибывших на личном авто. Это связано с тем, что основными потребителями туристских услуг являются внутренние туристы с города Алматы, которым удобнее всего на близких расстояниях пользоваться личным авто.

Таблица 3

Использованный вид транспорта

	Итого	В том числе				
		Воздушный транспорт	Железно-дорожный транспорт	Международный автобус	Личное авто	Другие виды транспорта
Алматинская область	424	194	30	62	135	3
Город Алматы	2 101	834	729	538	–	–

Места размещения являются одним из важных субъектов туристского рынка, без которого сложно было бы развивать туризм. В Таблице 4 можем увидеть динамику количества мест размещения в Алматинской области за последние 10 лет. Можно наблюдать

позитивную динамику до 2022 года, в 2021 году количество мест размещения превысило показатель 567 единиц. Резкое уменьшение в более чем два раза связано с территориально-административном делении области. Ранее Алматинская область состояла из 17 районов, на данный момент область сократили и появилась новая область – Жетысу, к ней относятся 8 районов (Аксу, Алаколь, Ескелды, Каратал, Кербулак, Коксу, Панфилов, Сарканд, город Талдыкорган и город Текели), а к Алматинской области – 9 районов (Балхаш, Енбекшиказах, Жамбыл, Иле, Карасай, Кеген, Райымбек, Талгар, Уйгур, город Конаев) [7].

Таблица 4

Количество мест размещения в Алматинской области

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Алматинская область	172	243	306	400	449	519	540	539	567	244

Места размещения являются одной из основных составляющих туристского рынка и туристского продукта. Динамика по количеству мест размещения в городе Алматы за последние десять лет с целью определения показателей туристского рынка представлена на Рисунке 1. За десять лет количество мест размещения увеличилось в 4 раза. Наибольший рост произошел в 2018 году, за год в городе Алматы создано 102 места размещения. Во время глобальной пандемии COVID-19 2020 года гостиничный бизнес не сильно изменился по количеству.

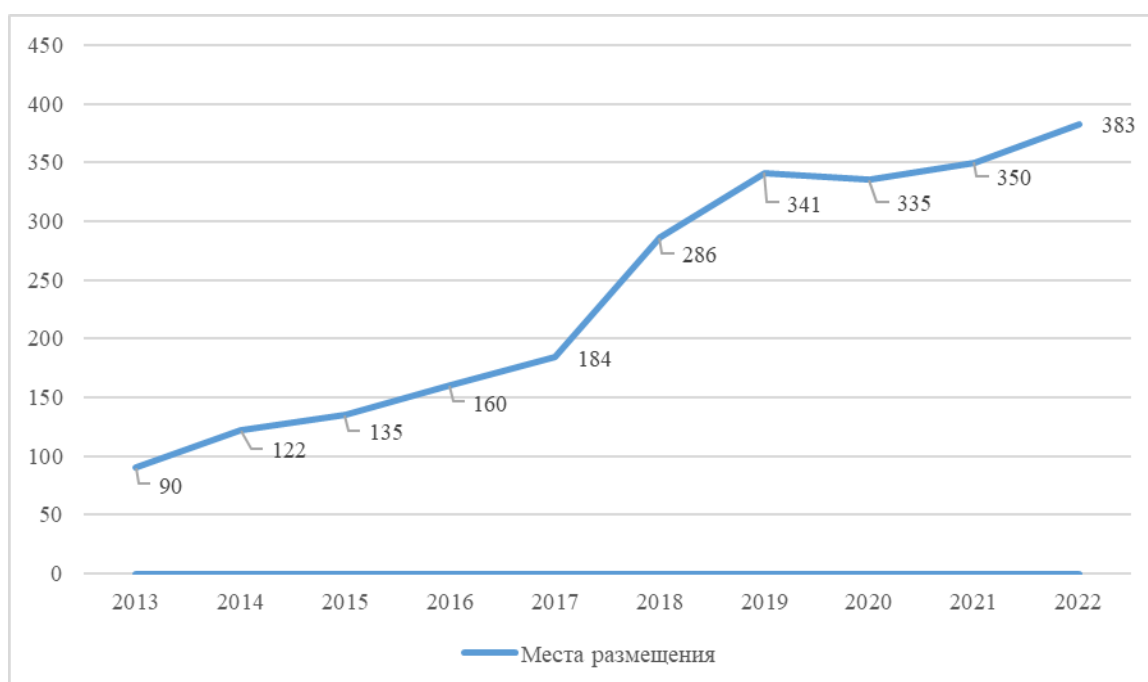


Рис. 1 Количество мест размещения в городе Алматы за 2013-2022 г.г.

По местам размещения в городе Алматы функционируют следующие отели из международных гостиничных сетей [8]:

1. IHG: Intercontinental Almaty (5*), Holiday Inn Almaty (4*), Holiday Inn Express (3*).
2. Marriott Bonvoy: The Ritz-Carlton Almaty (5*).
3. Hilton: DoubleTree by Hilton Almaty (5*).
4. Accor: Rixos Almaty (5*), Swissotel Wellness Resort Alatau Almaty (5*), Novotel Almaty (4*), Mercure Almaty city center (4*), Novotel Living (4*) and Almaty Ibis Jetisu (3*).
5. Wyndham: Ramada by Wyndham Almaty (4*).

6. Best Western Hotels & Resorts: Best Western Plus Atakent Park Hotel (4*).

Поскольку город Алматы является центром делового туризма, наибольшее количество международных гостиничных сетей является фактором, способствующим привлечению бизнес-туристов.

Заключение. Согласно вышеприведенным данным, можно сделать выводы, что туризм будет только актуализироваться, в связи с этим знать, что хочет потребитель, какие у него есть предпочтения, и на что необходимо ставить акцент является очень важным.

Туристские предпочтения можно определить многими методами, и оказывается, что они имеют решающее значение для максимального поддержания баланса предложения и спроса туристического рынка. С помощью статистических данных исследования были выявлены причины и последствия по возрастному составу туристов, целям посещения, выяснено значение роли туристско-рекреационного потенциала и туристской инфраструктуры.

Литература

1. Каждый турист из дальнего зарубежья приносит Казахстану \$1500. [Электронный ресурс]. URL: <https://ru.sputnik.kz/20230816/kazhdyy-turist-iz-dalnego-zarubezhya-prinosit-kazakhstanu-1500-37709185.html> (дата обращения: 15.10.2023).

2. О выборочном исследовании посетителей страны. 13 серия: Статистический сборник: 2022. – Алматы: Комитет по статистике, 2022. - 29 С.

3. Алматы вошел в международную туристскую ассоциацию ICCA // акимат города Алматы. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty/press/news/details/408501> (дата обращения: 12.03.2023).

4. Официальный сайт ITECA // [Электронный ресурс]. ITECA URL: <https://iteca.kz/ru/> (дата обращения: 12.03.2023).

5. Европейская комиссия по туризму. Исследование о путешественниках поколения Z. ETC, Брюссель, 2020 год. [Электронный ресурс]. URL: www.etc-corporate.org . (дата обращения: 03.01.2022).

6. Всемирная туристская организация. Глобальный отчет аффилированных лиц, том 2 – Сила молодежных путешествий. ЮНВТО, Мадрид, 2011. С. 6.

7. В Казахстане официально появились 3 области // [Электронный ресурс]. Tengrinews URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/v-kazahstane-ofitsialno-poyavilis-tri-povyie-oblasti-470481/ (дата обращения: 12.03.2023).

8. Официальный сайт Booking [Электронный ресурс]. URL: booking.com (дата обращения: 10.10.2023).

АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ОСОБО ОХРАНЯЕМОЙ ПРИРОДНОЙ ТЕРРИТОРИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО ЗНАЧЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID-19

И.И. Зиганшин,

кандидат географических наук, доцент,

старший научный сотрудник,

*Институт проблем экологии и недропользования АН РТ,
доцент кафедры географии и картографии, ФГАОУ ВО КФУ*

Л.К. Мухаметзянова,

кандидат биологических наук,

главный специалист научно-организационного отдела АН РТ

Аннотация. На примере государственного природного заповедника «Присурский» и его охранной зоны, проанализировано влияние коронавирусной инфекции на развитие

Научное издание

ЭКОНОМИКО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ КОНГРЕСС

Сборник научных работ по итогам международного
научно-практического комплексного мероприятия

(г. Белгород, 1-2 ноября 2023 г.)

Публикуется в авторской редакции

Оригинал-макет: Т.В. Мезеря
Выпускающий редактор: Ю.В. Ивахненко

Подписано в печать 26.12.2023. Формат 60×90/16
Гарнитура Times New Roman. Усл. п. л. 33,7. Тираж 100 экз. Заказ 301
Оригинал-макет подготовлен и тиражирован в ИД «БелГУ» НИУ «БелГУ»
308015 г. Белгород, ул. Победы, 85. Тел.: 30-14-48