

дегеніміз тұтынушының жиі көретін теледидар арналары, газеттер, журналдар және т.б. ақпарат құралдарына).

Қазинформның ақпаратына қарасақ Қазақстанда туристік қызметтер көрсетуден мемлекеттік қазынаға пайда 2008 жылы 66 миллиардты құраса, 2009 жылы көрсеткіш 82 миллиардты құрады [6]. Бұдан біз өсу динамикасын байқаймыз, бірақ бұл ақша сомасы біздің потенциалымызға аз өйткені табиғатымыздың байлығы мол, бұдан да көп пайда әкеле алады. Осыған орай, мақаладағы көтерілген мәселелерді қортындылайтын болсақ бірнеше ұсыныстар жасауға болады:

1. Кадрларды даярлау, қызмет көрсету спасын жоғарлату;
2. Дұрыс маркетинг жүргізу;
3. Турөнімдерді дамыту;
4. Туристік территорияның жағымды бейнесін қалыптастыру;
5. Туризмнің жекелеген түрлерін дамыту және туристі ынталандыру.

6. Аймақтық деңгейде туристік орталық ретінде алға тартатын туризм маркетингі мен коммерциясы жөніндегі орталық құру.

Мақалада талқыланған мәселелердің барлығы еліміздегі туризмді дамытуға үлес қосады, және дүниежүзілік туристік нарықта отандық туристік өнім түбегейлі бір орынға ие болатынына мүмкіндік туғызады.

1. Қазақстан туризмі 2005-2009 жыл аралығы. Статистикалық жинақ.

2. Мотышина М.С., Большаков А.С., Михайлов В.И. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме.- Ростов–на –Дону, 2008.-445с.

3. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме.- СПб.: Питер, 2008.-512с.

4. Янкевич В.С., Безруков Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. - М.: Финансы и статистика, 2005. – 416с.

5. Чудновский А. Д. Менеджмент туризма. Учебник для вузов. – М.: Финансы, 2002. – 100с.

6. www.aef.kz

7. www.karlovary.ru

8. www.schossspark.cz

9. www.sariagash.kz

10. www.kazakh.ru

В данной статье рассмотрены материалы, касающиеся развития туристского бизнеса Республики Казахстан, а также развитие внутреннего туристского бизнеса в нашей стране. Даны статистические показатели о предпочтениях туристов нашей страны, то есть куда именно отечественный турист предпочитает ездить отдыхать. Приведено сравнение между отечественным и зарубежным местом отдыха.

In given article the materials, concerning developments of tourist business of Republic Kazakhstan, and also development of internal tourist business in our country are considered. Statistics about preferences of tourists of our country that is where exactly the domestic tourist prefers to go to have a rest are given. Comparison between domestic and foreign vacation spot is resulted.

А.С. Досумова

КРЕАТИВНОСТЬ КАК ЭЛЕМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В настоящее время эпоха индустриального развития в развитых странах в основном завершилась. Она сменяется эпохой инновационного развития, когда главную роль играют знания, наукоемкие технологии и новые разработки. В развитых странах создаются

национальные инновационные системы, цель которых - построение экономики, основанной на инновациях.

Развитые зарубежные страны переходят в стадию инновационного развития, когда инновационные процессы пронизывают все сферы общества: экономику, социальную сферу, политику, образование, науку, технику, производство, бизнес и др.

В настоящее время считается, что экономика стран (и общество в целом) в своем развитии проходят шесть стадий (эпох), которые определяются главными отраслями, ресурсами и товарами, предпрещающими экономический рост. Этими стадиями являются [1]:

1. Доиндустриальная (главная роль принадлежит сельскому хозяйству).
2. Индустриальная (главная роль принадлежит промышленности).
3. Постиндустриальная (на первое место выходит сфера услуг).
4. Информационная экономика (экономическое развитие обеспечивается в первую очередь информационными системами и технологиями).
5. Экономика знаний (ведущую роль в экономике начинают играть нематериальные активы и интеллектуальная собственность).
6. Креативное или инновационное общество (главную роль в развитии общества играют новые идеи и инновации).

На инновационной стадии развития информация и знания становятся предметами и средствами труда для креативного мышления, продуктом которого являются новые идеи, имеющие большой социально-экономический эффект. При этом при переходе на новую стадию все достижения предыдущих стадий сохраняются и развиваются на более высоком уровне. Как отмечал М. Тринг: «творческую сущность изобретения составляет новый конструктивный принцип, который не может быть получен из известных идей путем логического вывода»[2].

Такие инновации должны обладать следующими характеристиками [3]:

- 1) Креативной силой – высокой новизной и полезностью.
- 2) Стратегией – обеспечивать конкурентные преимущества и успешную корпоративную деятельность на рынке в долгосрочном периоде.
- 3) Реализацией – быть реализуемыми в виде конкретных процессов, товаров и услуг.
- 4) Прибыльностью – повышать до максимума ценность конечного продукта для потребителей, предприятия и общества.

В настоящее время *креативность* в развитых странах *становится постоянной практикой* и основным источником конкурентного преимущества. Практически в любой области производства побеждает в конечном итоге тот, кто обладает творческим потенциалом.

Креативность имеет следующие основные формы [3]:

- научную (открытия);
- техническую (изобретения);
- экономическую (предпринимательство);
- художественную (искусство);
- социальную (отношения с людьми);
- политическую (государственное управление).

Источниками креативности являются творческие люди и организации.

Задача высших учебных заведений Казахстана – готовить специалистов будущего. Сегодняшние абитуриенты уже имеют представление, что их ждет через пять-семь лет, кем они станут после получения диплома. Сегодня мир переживает мощную информационную революцию. Есть люди, которые целыми днями работают в интернете, создают новые продукты, зарабатывают этим хорошие деньги. Почему казахстанцы должны отставать от новых технологий?

Для достижения этих целей задуман проект «Интеллектуальная нация-2020».

Главная цель проекта – воспитание казахстанцев новой формации и превращение республики в страну с конкурентоспособным человеческим капиталом [4].

Молодежь должна уметь не только получать, но и создавать новые знания. Креативное мышление, умение перерабатывать знания, рождать новые технологии и инновации – вот что важно в ближайшем будущем.

Общество, в котором знания становятся капиталом и главным ресурсом экономики, вправе предъявить более высокие требования к высшему профессиональному образованию. Однако образовательная система сегодня слабо ориентирована на подготовку мыслителей и инноваторов, способных создавать конкурентоспособные интеллектуальные продукты, соответствующие высокому статусу профессионала и обеспечивающие стабильное социально-экономическое развитие страны. Эта проблема имеет следствием, в том числе, и низкую профессиональную адаптацию выпускников казахстанских вузов на рынке труда

Развитие рыночной экономики, модернизация производства, появление новых наукоемких технологий приводит к изменению профессионально-квалификационной структуры спроса на рынке труда и к повышению требований работодателей к качеству персонала. Выпускники вузов вступают в трудовую деятельность, будучи совершенно к ней не готовыми, прежде всего потому, что большинство из них имеют знания, умения и навыки применения типовых технологий к типовым ситуациям, но остаются беспомощными в случае возникновения ситуации нестандартной. Система высшего образования ориентирована преимущественно лишь на транслирование знаний, тогда как по данным научных исследований деловая состоятельность лишь на 15% обуславливается профессиональными знаниями, а на 85% - личными качествами и способностями [5].

Причина неуспеха многих начинающих работать молодых специалистов состоит в отсутствии у них профессионального мышления, современной культуры социально обусловленного общения, навыков адаптации к быстро изменяющимся социально-экономическим условиям. Со стороны экономики уже давно наблюдается рост потребности в социальной компетенции специалистов. Исследования в области рынка труда привели к следующей формуле: сегодня необходим переход от хорошего специалиста к хорошему сотруднику. Понятие «хороший сотрудник», конечно, включает специальную профессиональную подготовку. Но помимо этого оно предполагает наличие таких качеств, как ответственность, умение работать в команде, адекватная самооценка личностных качеств, самостоятельность в принятии решений, наличие профессиональных социально-этических установок, готовность к перегрузкам и стрессовым ситуациям, умение из них выходить. Именно эти качества в последнее время всё чаще встречаются среди ключевых требований к кандидатам на различные, в том числе управленческие должности.

Первопричина обозначенных проблем связана с тем, что традиционно студент является объектом образовательной деятельности, тогда как образование может быть эффективным лишь тогда, когда студент становится его субъектом, т.е. не его учат, а он учится. Процесс, организованный самым совершенным образом, не достигнет своей цели, если студент не мотивирован учиться.

Сегодня образование должно реализовывать концепцию человеческого капитала, который включает профессионализм специалиста, развитые индивидуальные способности, интеллектуальный потенциал, профессионально значимые личностные характеристики. Для его формирования необходима соответствующая образовательная среда, методология и организация образования, его воспитательный потенциал, что требует применения новых интенсивных образовательных технологий, творческих подходов к построению образовательного процесса. Главным из них является переход от образования предметно-информационного к профессионально-деловому, от констатирующего к опережающему и перспективному, от репродуктивного к креативному.

Креативное образование – образование, ориентированное на развитие творческих способностей человека и закрепление в его профессиональном сознании установок на поиск инноваций, анализ проблем и вариантов деятельности, мотивирующее самостоятельное осмысление действительности, самопознание собственной индивидуальности, превращение знаний в потенциал мышления и саморазвития [6]. *Креативность мышления* требует

уверенности в себе, активности и лидерства, способности идти на риск. Креативность зависит от таких качеств как: изобретательность, умение находить решения на базе нового мышления, способность взглянуть на проблему с разных и новых сторон, интерес к экспериментированию, способность к рефлексии и непрерывному обучению, способность вновь и вновь придумывать новые идеи.

Креативные люди всегда стремятся пересмотреть существующие процедуры и стереотипы, оперируют сценариями будущего, рассматривают различные изобретения и их последствия. Они ищут общие черты в том, что казалось несопоставимым, создают неожиданные комбинации, в которых и лежит ключ к решению проблемы. По существу творческая, креативная деятельность разрушает существующие стереотипы [7].

Креативность опирается на прикладное воображение, интеллект, изобретательность и самообучение. Т. М. Амайстайл выделяет три необходимых элемента для креативности [7]:

- 1) *компетенцию*: знания, навыки, опыт;
- 2) *творческое мышление*: гибкость, изобретательность и настойчивость при поиске решения, использование методов креативного мышления;
- 3) *мотивацию*: внутреннюю – личная заинтересованность в решении проблемы, стремление к самореализации и применению своих знаний, и внешнюю - материальные поощрения и продвижения по службе. При этом для креативности более важную роль играет внутренняя мотивация.

Основная роль инновационной культуры как ценностно-нормативной системы, способствующей эффективному развитию экономики, заключается в разработке механизмов формирования и определении условий функционирования *креативных форм индивидуального экономического мышления*. Данные формы мышления обеспечивают выработку активных типов экономического поведения индивидуальных хозяйствующих субъектов в процессе создания, освоения и использования инноваций. Под экономическим поведением индивида понимается детерминированный экономическим мышлением и выраженный в системе социальных действий субъективно оптимальный способ удовлетворения индивидуальных потребностей в процессе оперирования ограниченными ресурсами [8].

Индивидуальное экономическое мышление представляет собой личностно обусловленный способ восприятия и оценки процессов производства, обмена, распределения и потребления благ, оптимизирующий выбор модели экономического поведения на основе соотнесения материальных и нематериальных выгод и издержек различных вариантов удовлетворения индивидуальных потребностей и определяющий приемлемую форму реализации избранной модели в русле объективно ограниченной информации и структуры интересов индивида [8]. В формировании индивидуального экономического мышления доминирующую роль играет система образования. Проблема кадрового обеспечения научно-технической и инновационной деятельности в РК обуславливает необходимость реорганизации национальной образовательной системы, формирующей интеллектуальный и духовный потенциал общества. В настоящее время система образования призвана повышать конкурентоспособность специалистов за счет выработки профессиональных навыков решения широкого спектра задач, в том числе в условиях изменяющейся внешней среды.

Для развития креативных форм индивидуального экономического мышления, прежде всего, необходимо осуществить стратегический переход от «ретранслирующей» к «инновационной» направленности образования.

Основные принципы инновационного образования:

- выработать навыки логического вывода и самостоятельного формулирования определений понятий;
- учиться выявлять значимые основания для построения классификаций и типологий и самостоятельно строить их;
- формировать навыки самостоятельного моделирования явлений и процессов;

• учиться решать нестандартные задачи, предполагающие самостоятельный поиск дополнительной информации, выработку новых подходов к анализу проблемной ситуации и способствующие развитию системного видения объекта исследования.

Модель формирования креативного индивидуального экономического мышления в контексте развития инновационной культуры и инновационного образования отражает прямые и обратные связи, определяющие механизм осуществления эффективной инновационной деятельности хозяйствующих субъектов (рис.1).

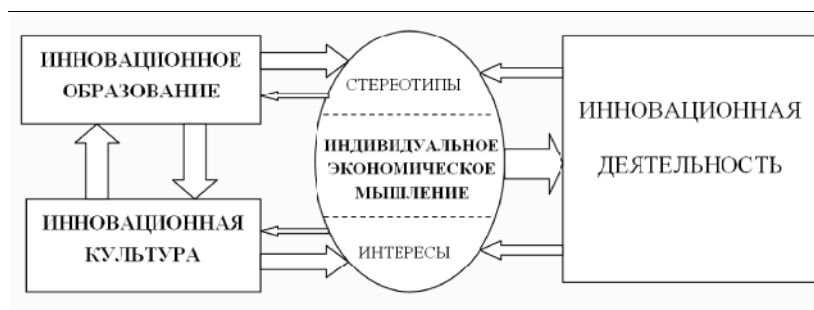


Рисунок 1 – Модель формирования креативного индивидуального экономического мышления [8]

В архитектуре индивидуального экономического мышления выделяются два основных компонента — интересы и стереотипы. Структура индивидуальных интересов, отвечающая современным требованиям развития национальной экономики, должна формироваться под влиянием инновационной общественной культуры. Цель подобного воздействия – способствование построению баланса профессиональных и экономических интересов с преобладанием первых, нацеливающих индивида на самореализацию в инновационной деятельности. Что касается влияния инновационного образования на индивидуальное экономическое мышление, то оно должно формировать систему устойчивых образов мышления («генерирующих» стереотипов), являющихся основой для возникновения и воспроизводства гибких, креативных форм мышления [8]. Формирование креативного индивидуального экономического мышления с одной стороны будет содействовать осуществлению успешной инновационной деятельности хозяйствующих субъектов, обеспечивая тем самым экономический эффект на макроуровне, с другой – способствовать воспроизводству и обогащению ценностно-нормативной основы инновационной общественной культуры.

Высшее профессиональное образование должно базироваться на принципах креативизации, то есть ориентироваться в первую очередь на развитие навыков и умений, а также на формирование у студентов определенного отношения к деятельности и их реального поведения, что достигается путем изменения логики и содержания дисциплин, трансформации методики презентации знаний, компьютеризации и информатизации образования, новой его методологии и организации. Интенсификация образования должна осуществляться за счет использования в учебном процессе разнообразных технологий, в том числе активных, основанных на принципах развивающего обучения, информационных, мультимедийных. Особое значение приобретает разнообразие используемых методических приемов. Любой метод имеет свои преимущества и недостатки, но именно гармоничное и обоснованное их сочетание позволяет привести к наилучшему результату и дает ощутимый эффект в области креативного образования.

В креативном образовании наиболее комплексным и результативным методом является обучение действием, которое осуществляется в виде решения реальных профессиональных задач, анализа и проигрывания конкретных ситуаций, совместной деятельности учебной группы, самостоятельной работы.

Таким образом, реализация модели креативного инновационного образования будет способствовать решению проблемы профессиональной готовности выпускников вузов и позволит подготовить востребованных рынком труда молодых специалистов, способных задать свой инновационный темп в социально-экономическом развитии Казахстана.

1. Горелов Н.А., Литун О.Н, Мельников О.Н. Человеческие ресурсы в креативной экономике // Креативная экономика.– 2007.– №1.
2. Тринг М., Лейтуэйт Э. Как изобретать?// М., Мир. 1980.
3. Журавлев В.А. Креативность и инновационное развитие общества // Гуманитарно-экономический вестник, №, 2007.
4. Главный капитал страны – человек // информационно-аналитический портал кворум.kz (quorum.kz)
5. Уркумбаев М. Требуется креативные идеи. Казахстанское образование необходимо обновить, опираясь на кардинальную смену содержания обучения и образовательных технологий (academy.kz)
6. Коротков Э.М. Управление качеством образования. – М.: Академический проспект: Мир, 2006 г.
7. Журавлев В.А. Креативное мышление, креативный менеджмент и инновационное развитие общества (Часть 1,2) // Креативная экономика - 2008 - № 4 – с. 3-8, № 5 - с. 51-55..
8. Кобяк О.В., Андрос И.А. Роль инновационного образования в формировании креативного индивидуального экономического мышления и инновационной общественной культуры //Международная научно-практическая конференция «Подготовка научных кадров высшей квалификации с целью обеспечения инновационного развития экономики». Материалы конф. /Под ред. Войтова И.В. и др. – Мн.: ГУ «БелИСА», 2006. – 146 с

Мақалада инновациялық білім берудегі креативті ойлаудың даму мәселелері қарастырылды. Білім берудегі креативті инновация ЖОО түлектерінің кәсіби дайындық мәселелерін шешуге қабілетті және еңбек нарығында қажетті жас мамандарды дайындауға мүмкіндігі бар.

In this article are considered such questions of development of creative thinking in innovative education. Creative innovative education promotes to solve problem of professional readiness of graduates and allows to prepare and the young experts claimed by a labor market.

А.А. Каирова

ЭТАПЫ ЗАРОЖДЕНИЯ И ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ БРЕНДИНГА В КАЗАХСТАНЕ

Наряду с зарубежным опытом Казахстан характеризуется насыщенной историей формирования экономических отношений брендинга, имеющей свои этапы развития и корнями уходящей в период существования СССР и России.

Появление прообраза товарных знаков в виде клейма, метки отмечено в период Советской власти. Подписанный В.И.Лениным декрет «О пошлине на товарные знаки» от 15 августа 1918 г. практически аннулировал старые дореволюционные товарные знаки путем перерегистрации их на новые, которые выполняли чисто справочный характер.

Идентификационную функцию бренд стал выполнять в период НЭПа, когда появилась потребность выделить свой товар среди огромного количества однородной продукции. Дальнейшее развитие торгово-экономических отношений потребовало признания права на товарные знаки законным не только декларативно, но и реально. Наступил этап публикации товарных знаков с подробным их описанием, изображением, регистрацией по классам товаров и введения обязательной маркировки продукции производственными марками и факультативной – товарными знаками в отношении предметов широкого потребления, идущих на внутренний рынок. Это стало значимым событием в процессе становления отечественного брендинга. Товарный знак стал выступать как гарант качества продукции.

В начале 60-х гг. в условиях массового производства стандартизированной продукции советская экономика ставила важнейшим условием дальнейшего экономического роста – удовлетворение потребностей общества в товарах и услугах высокого качества, требующего комплексного подхода к управлению качеством продукции. Все это лишь усиливало