

**ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ МӘДЕНИЕТ ЖӘНЕ СПОРТ МИНИСТРЛІГІ
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМ ЖӘНЕ МЕЙМАНДОСТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ**

**МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И СПОРТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИМСТВА**

**MINISTRY OF CULTURE AND SPORTS OF THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN
INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY**



**«Ғылым және білім» атты Студенттер мен жас ғалымдардың
Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Международной научно-практической конференций студентов и
молодых ученых «Наука и Образование»**

**PROCEEDINGS
Of the International Scientific and Practical Conference
Students and Young Scientists "Science and Education"**

**13.04.2021
Түркістан
2021**

УДК 338.48
ББК 65.433

РЕЦЕНЗЕНТТЕР:

Абубакирова А.Т. – Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті Туризм кафедрасының меңгерушісі, PhD, қаум. проф. м.а.

Аташева Д.О. – Халықаралық туризм және меймандостық университеті Туризм және қонақжайлылық кафедрасының меңгерушісі, э.ф.к., доцент м.а.

«**Ғылым және білім**» атты Студенттер мен жас ғалымдардың Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының баяндамалар жинағы. – Түркістан: 2021 ж. – 131 бет.

Материалы Международной научно-практической конференций студентов и молодых ученых «**Наука и Образование**». – Туркестан: 2021 г. – 131 стр.

Materials International Scientific and Practical Conferences of Students and Young Scientists "**Science and Education**". – Turkistan: 2021. – 131 pages.

ISBN 978-601-08-0967-3

«**Ғылым және білім**» атты Студенттер мен жас ғалымдардың Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының баяндамалар жинағында туризм, қонақжайлылық және сервис саласын дамытудың әлеуметтік-мәдени, тарихи және құқықтық аспектілері; туризм және сервис: проблемалар мен перспективалар; туризм мен сервистегі ұйымның жаңа нысандары; спорттық-сауықтыру туризмі; туризм және сервис саласы үшін мамандар даярлау бағыттарындағы өзекті мәселелер қарастырылған.

В сборнике материалов Международной научно-практической конференций студентов и молодых ученых «**Наука и Образование**» рассмотрены актуальные вопросы, по следующим направлениям: социокультурные, исторические и правовые аспекты развития сферы туризма, гостеприимства и сервиса; туризм и сервис: проблемы и перспективы; новые формы организации в туризме и сервисе; спортивно-оздоровительный туризм; подготовка специалистов для сферы туризма и сервиса.

Proceedings of the International Scientific and Practical Conferences of Students and Young Scientists "**Science and Education**" discusses topical issues in the following areas: Socio-cultural, historical and legal aspects of the development of tourism, hospitality and service; Tourism and service: problems and prospects; New forms of organization in tourism and service; Sports and health tourism; Training of specialists for tourism and service.

УДК 338.48
ББК 65.433

Халықаралық туризм және меймандостық университетінің Ғылыми кеңес шешімімен 27.04.2021 ж. бекітілді және басылымға ұсынылды, хаттама №8.

Тексты статей представлены в авторской редакции.
За качество и достоверность предоставленных материалов ответственность несут авторы.
Мақала мәтінінде авторлық құқық сақталған. Ұсынылған материалдардың мазмұны мен сапасына автор жауапты.

МАЗМҰНЫ

1	A.K.MEIRBEKOV, Y.SALIKHANOVA TEACHING ENGLISH THROUGH INQUIRY-BASED LEARNING	5
2	A.K. MEIRBEKOV, B.G.ABZHEKENOVA IMPORTANCE OF TEACHING VOCABULARY OF ENGLISH LANGUAGE	12
3	ОСМАН ОЗДЕМИР ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫ ҮШІН ЖАҢА БАСЫМДЫҚТАР МЕН МҮМКІНДІКТЕР	15
4	Ш.Х. ТОШТУРДИЕВ, О.Н. ЮНУСАЛИЕВ, А.Х. БУРИЕВ, Ф.А. МУХИДДИНОВА ВЫЯВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ СООТНОШЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ТЯЖЕЛОАТЛЕТОВ	18
5	С.А. ЮНУСОВ, О.Н. ЮНУСАЛИЕВ НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ РАБОТЫ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА	22
6	Н. НҰРМАҒАНБЕТҚЫЗЫ, Б.Ж. ШАРАПАЕВА ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО БРЕНДА КАК ФОРМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ УСЛУГ	24
7	А.А.ГАРИФУЛЛИНА, Б.К. КАЗБЕКОВ ЗАИМСТВОВАНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА	30
8	А.М.СЕЙДІЛЛА, А.Е.ЕСЕНБАЕВА ТУРИЗМ ЖӘНЕ СЕРВИС САЛАСЫН ЖАҢҒЫРТУ ЖОЛДАРЫ	34
9	М.С. ЖАРДАЕВА, А.Ә ИСАБЕКОВА, С.Т. КАРГАБАЕВА ВЛИЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА: НОВЫЕ ТРЕНДЫ И АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ	37
10	А.Е. КАДЫРОВА, С.Т. КАРГАБАЕВА ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ, КАК СПОСОБ УЛУЧШЕНИЯ СЕРВИСА	43
11	А.Р. ОСПАНОВА, А.Е. ЕСЕНБАЕВА ҚАЗАҚСТАНДА СПОРТТЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУЫ МҮМКІНДІКТЕРІ	46
12	Ж АМАНБАЕВА, А.А.СЕЙСИНБИНОВА ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ СЕКТОРЛАРДЫ ДАМУЫ МӘСЕЛЕЛЕРІ	49
13	Н.АХМЕТОВ, А.А.СЕЙСИНБИНОВА ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ УРБАНИЗАЦИЯ ҮРДІСІНІҢ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ	52
14	Д.А.АНАРБАЕВА РАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ШКОЛЕ –ЗАЛОГ ОЗДОРОВЛЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ	55
15	Н.Б. АХМЕТОВА, А.Б.БАЙМБЕТОВА ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ИМИДЖ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКО-ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	58
16	А. ЕРБОЛҚЫЗЫ, Т.Ә. ҚАЛАТАЙ, Т.Н. НҰРЛАНОВА, А.Б.БАЙМБЕТОВА РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ	62
17	М.Б. ДОСАЛАМАНОВА, А.Г. ГИЗЗАТЖАНОВА ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМДІ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫ: МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ	67
18	А.Н. АНАРБАЕВА, А.Г. ГИЗЗАТЖАНОВА ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИЗМІН ҚАЗІРГІ ПАНДЕМИЯДАН КЕЙІН ДАМУЫДЫҢ ЖОЛДАРЫ	71
19	Д.Қ. ТІРІБОСЫНОВ, А.Г. ГИЗЗАТЖАНОВА ТАРБАҒАТАЙ ТАУЫ-ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ ОБЪЕКТІСІ РЕТІНДЕГІ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ	74
20	М.А. ZHANBYRBAU, N.ZHOLMANOVA INTERNET MARKETING IN THE	

	TOURISM INDUSTRY	77
21	С.О. СҰЛТАНАЛЫ, Н.Ж. ЖОЛМАНОВА АТ ТУРИЗМІНІҢ ӘЛЕУМЕТТІК РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ МҮМКІНДІКТЕРІ	80
22	А.ОРАЛБЕК, А.ТЫНЫШҚҰЛ, Н.Ж. ЖОЛМАНОВА БЕЛСЕНДІ ТУРИЗМ – ЖАСТАРДЫ САУЫҚТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ	83
23	Т.М.ДӘУЛЕТАЛЫҚЫЗЫ, Н.Ж. ЖОЛМАНОВА ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КІРУ ТУРИЗМІНДЕГІ СЕРВИСТІК ҚЫЗМЕТТЕР	86
24	Ж.САБЫРКЕН, Б.КУАНЫШБЕКОВА, Н.Ж. ЖОЛМАНОВА ПОТЕНЦИАЛЬНО-ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ МЕСТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ СПЕЛЕОТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ	89
25	С.Г. ЮЛДАШЕВА, Г.И. АБДИЕВА НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ	92
26	А.А. ERKENOV, G.ZH. ARIPZHAN THE RELEVANCE OF DEVELOPING TOURISM IN TURKISTAN	94
27	Д.М. АЛПЫСБАЙ, Т.КАНАТКЫЗЫ, Д.М. ХАМИТОВА ПРОБЛЕМЫ СЕРВИСНОЙ УСЛУГИ В КАЗАХСТАНЕ	100
28	Ж.С. РАКИШОВА, Т.А. ЕРИШЕВА ТАРИХИ ОРЫНДАРДЫҢ ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ РӨЛІ	103
29	Н. ӘМІРБЕК, Ғ.І.ӘБДИЕВА ҰЛЫ ДАЛАНЫҢ ДАРА ҰСТАЗЫ	105
30	N.M. ABDULLAYEVA THE IMPORTANCE OF ENGLISH IN THE HOSPITALITY INDUSTRY	108
31	А.АМАНТАЙ, Ғ.І.ӘБДИЕВА МЕКТЕП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ САЛАУАТТЫ ӨМІР САЛТЫН ОҚУ-ТӘРБИЕ ҮДЕРІСІНДЕ ТАБЫСТЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУЫНЫҢ ЗАМАНАУИ МӘСЕЛЕЛЕРІ	110
32	A.ARGYNOVA, A.BAGDAT, G.E. ORAZALIYEVA THE PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN	113
33	А.АЯТ, А.ЖАРЫЛҚАСЫН, Ә.МАМАТОВ, Ә.Ж.ТАСТАНОВ ОҚУШЫЛАРҒА ДЕНЕ ШЫНЫҚТЫРУ САБАҒЫ БАРЫСЫНДА ВОЛЕЙБОЛ ОЙЫНЫНЫҢ ТЕХНИКАЛЫҚ ӘДІСТЕРІН ҮЙРЕТУ ЖОЛДАРЫ	115
34	N. IMASHEVA, G.E ORAZALIYEVA MODERN TURKESTAN FOR TOURISTS	118
35	К.В. САМСОНОВА, Г.И. АБДИЕВА ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ И СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ ПСИХОФИЗИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ ЧЕЛОВЕКА	119
36	Ұ. САПАР РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ-ҰЛЫ СЕРПІЛІС	122
37	А.И. СЕЙДИГАЛИ ҒАРЫШТЫҚ ТУРИЗМ	124
38	А.Ж. ТАРИХОВ, Г.И.АБДИЕВА СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА	127

A.K.MEIRBEKOV

/Turkestan/ PhD, Acting associated professor of the International Kazakh-Turkish University named after Khoja Akhmet Yassawi

Y.SALIKHANOVA

/Turkestan/ Master student of the International Kazakh-Turkish University named after Khoja Akhmet Yassawi

TEACHING ENGLISH THROUGH INQUIRY-BASED LEARNING

Abstract. This article is concerned with the notions of inquiry-based learning its strategies of implementation and the benefits in the classroom. It discusses the foundational components of inquiry-based learning. Inquiry is a multifarious activity that templates learners to inquire or bring constructive questions that lead to the relevant answers. In inquiry learning learners are presented how knowledge is generated and expressed and how they can gain the knowledge and abilities necessary to become life-long learners. The general theoretical methods of research such as analyses, synthesis were conducted. The paper offers the theory review of strategies, the efficacy and nature of approaches to education that seek to engage students in inquiry-based learning, knowledge creation and authentic intellectual work. Wide range of definitional understandings of what it means to engage students in inquiry-based learning and knowledge creation were identified. Analyses revealed various teaching strategies, differing with regard to direction and different perspectives and outcomes of regulation.

The definitions, strategies and benefits of inquiry-based learning which were identified during the process of the research can be used as theoretical didactic tool in the methodology of teaching.

Key words: inquiry-based learning, problem-based learning, strategy, benefits, request, research, implement

Бұл мақала inquiry-based learning ұғымдарына, оны іске асыру стратегиялары мен сабақтардағы артықшылықтарына арналған. Онда зерттеуге негізделген оқытудың негізгі компоненттері қарастырылады. Inquiry-based learning-бұл студенттерді тиісті жауаптарға әкелетін сындарлы сұрақтар қоюға итермелейтін әр түрлі әрекет. Зерттеу барысында студенттерге білімнің қалай пайда болатындығы және білдірілетіні және олардың өмір бойы оқушы болу үшін қажетті білім мен қабілеттерге қалай ие болатындығы ұсынылады. Талдау, синтез сияқты жалпы теориялық зерттеу әдістері жүргізілді. Мақалада студенттерді сұраныс негізінде оқытуға, білім алуға және шынайы зияткерлік жұмысқа тартуға бағытталған білім беру тәсілдерінің стратегиялары, тиімділігі мен сипаты туралы теориялық шолу жасалады. Студенттерді сұраныс негізінде оқытуға және білім құруға тарту деген не екендігі туралы көптеген анықтамалық идеялар анықталды. Талдау бағыттылығы мен әртүрлі перспективалары мен реттеу нәтижелері бойынша ерекшеленетін әртүрлі оқыту стратегияларын анықтады.

Зерттеу процесінде анықталған анықтамаларды, стратегияларды және зерттеуді оқытудың артықшылықтарын оқыту әдістемесінде теориялық-дидактикалық құрал ретінде пайдалануға болады.

Кілт сөздер: inquiry-based learning, problem-based learning, strategy, benefits, request, research, implement

Аннотация. Данная статья посвящена понятиям inquiry-based learning, его стратегиям реализации и преимуществам на занятиях. В ней рассматриваются основополагающие компоненты обучения, основанного на исследовании. Inquiry-based learning- это разнообразная деятельность, которая побуждает учащихся задавать конструктивные вопросы, ведущие к соответствующим ответам. В ходе исследования учащимся представляется, как генерируются и выражаются знания и как они могут приобрести знания и способности, необходимые для того, чтобы стать учениками на всю жизнь. Были проведены общетеоретические методы исследования, такие как анализ, синтез. В статье предлагается теоретический обзор стратегий, эффективности и характера подходов к

образованию, направленных на вовлечение студентов в процесс обучения на основе запросов, создание знаний и аутентичную интеллектуальную работу. Был выявлен широкий спектр дефиниционных представлений о том, что значит вовлекать студентов в обучение на основе запросов и создание знаний. Анализ выявил различные стратегии обучения, различающиеся по направленности и различным перспективам и результатам регуляции. Определения, стратегии и преимущества исследовательского обучения, выявленные в процессе исследования, могут быть использованы в качестве теоретико-дидактического инструмента в методике преподавания.

Ключевые слова: inquiry-based learning, problem-based learning, strategy, benefits, request, research, implement

Introduction. In the 21st century a lot of educators are overwhelmed by the repertory of available classroom techniques and methodologies. Searching the best method they need to carefully check the need of the learners to truly hold the necessary skills to get knowledge. IBL is one of the effective strategies that can be applied in the classroom activities. It makes students to be involved in teaching and learning process. Inquiry-based learning is much more than a strategy of learning but it is a view to life that implicit students' involvement in facing and solving a problem, the search of strategic and realistic solutions[1]. "Inquiry" is defined as a quest "for truth, information, or knowledge...seeking information by questioning". Individuals go through a process of inquiry from birth until they die. Babies begin to make sense of their surrounding through their curious observations. The process of inquiry begins with "...constructing and gathering information and data through applying the human senses"[2]. The former figures introducing inquiry learning are Piaget, Vygotsky, and Brunner. In our country this kind of approach is used in the field of mathematics and science. Hopefully, Kazakhstan students are able to construct the knowledge and continue the paradigm of long lasting education. It can be defined as a process of discovering new causal relations, with the learner formulating hypotheses and testing them by conducting experiments and/or making observations [3]. Inquiry-based learning emphasizes active participation and learner's responsibility for discovering knowledge that is new to the learner [4].

Pedagogues have begun to look at aims, features and results of the inquiry-based learning method that is capable to yield the possible better alternative. Inquiry-based learning method has become one of the most famous learning methods in the developed countries such as United States of America, Great Britain and Canada, China. In Malaysia, it is has been introduced recently. Although, some related classroom methodologies, such as project-based and problem-based learning method, has been practiced.

Inquiry learning as an educational strategy has been shown to have relevant advantages over the traditional rote learning method [5] *In the recent years one can often hear and see the term «strategy» around the society.* In this article we will reveal and highlight the most powerful strategies which had shown the significant learning outcomes from empirical studies. The research questions of this study were 'Which teaching strategies are used by teachers to promote inquiry-based education in the classroom and what are the inquiry-based learning benefits' The purpose of this study was to reveal the most powerful strategies and benefits of using inquiry-based learning in the classroom through literature review of empirical and theoretical studies. In order to gain this purpose various types of research studies, books and web pages were studied.

Methods.

The current study implements a systematic approach to analyze critically dominant learning methods. It is the process of collecting quantitative and qualitative data from the relevant literature to analyze, evaluate and compare the ability of a certain phenomenon to address the issues. We identify a wide range of definitional understandings of what it means to engage students in inquiry-based learning and knowledge creation. In relation to the approach we provide analysis, synthesis and summary of the results of the most contemporary empirical researches. The systematic process of review is modified by some criteria that are used to minute the structure of a review. The studies selected for this review involve empirical and theoretical studies focused on the comprehension

criteria evolved at the beginning point of the review process. These criteria are the standards for judging the weight of evidence in the studies included in this review.

We selected studies that met the following criteria:

1. Theoretical research studies and empirical qualitative and quantitative research studies on inquiry-based learning education which were conducted in authentic classroom situations.
2. Including information on the strategies and benefits in inquiry-based education;
3. Published between 2010 and 2020.

From the end of January to March 2021 we searched professional and academic research papers using key words that contained *inquiry-based learning*, *problem-based learning*, *design-based learning*, and *project-based learning*. We used the search strategies as followings:

- Published research reports, books and manual searches of relevant journals.
- Electronic searches on the databases as followings: Google Scholar, Scopus, Article.kz, Springer, ERIC, Cyberleninka.ru
- Internet searches using Google.

We choose for a ten year period, since much has been written on inquiry-based education in these 10 years. The process included seeking for both qualitative and quantitative research studies. There are some quantitative works in of inquiry-based learning field, but most studies present qualitative descriptions of data. Combining these two types of studies in this review provided an opportunity to explore teaching strategies with regard to inquiry-based education in its different forms, determine the effectiveness of certain approaches to inquiry-based learning based on quantitative studies, and to provide rich descriptions of effective approaches that are informative for both theory and practice. We carefully analyzed studies that focused on investigating the strategies of inquiry-based learning. We selected studies for additional analysis in which revealed various teaching strategies, differing with regard to direction and different perspectives of regulation. They show that it is possible to implement the teacher's actions on request in the form: of: demonstration of examples, group project, research activities practical work, unique exercises tailored to specific learners. In addition to strategies and requests the most essential types and 7 benefits of inquiry- based learning were identified. The results show the strategies of bringing the inquiry-based learning into the classroom. **We reviewed some studies which concerned the importance of strategies and techniques** [6]. in her study states about use of term “strategy”. **At the beginning of it was used as a term of military science, because from Greek word «strategic» this word means «waging war».** **It gives rise to term strategy**, which is obliged to development practical and theoretical art of waging war. War histories, therefore, strategies count considerable quantity of time. But scientific approach to this notion started two centuries ago and was connected with G. Lloyd, who summarized in his works rich practical experience of humanity and some attempts of theoretical studying of the question. After that it took root in politics, economics and other spheres and has meant skill of planning management based on proper and perspective forecasts. Nowadays the term strategy is widely used in pedagogics too. Some authors pointed the techniques and strategies of project –based learning which were alike with inquiry-based learning. Project-based learning (PBL) has been used to introduce inquiry in primary schools and is made up of instructional strategies that provide students with opportunities to engage in tasks to enhance learning and develop reasoning skills [7].

Results and discussion.

Different ways for implementing ideas of inquiry-based learning are highlighted within various paradigms in the research literature. The most eminent approaches are identified such as: 1) inquiry-based learning

2) problem-based learning

3) project-based learning

In Kazakhstan this approach is ongoing process and as inquiry-based education is not extensively evolved in our country we decided to take in accordance the studies of problem-based and project-based learning as their structure is quite similar with the inquiry-based learning. Researchers as Sadenova, A. Y., &Aytpayeva, A. S. find the problem-based learning approach as the way of

overcoming challenges faced in learning languages. When familiar thematic material is presented, at first glance, familiar vocabulary and grammar make it easier for students to complete the task. But after a few minutes they realize that they are not doing well: what they want to say in Russian or Kazakh is not successful, the vocabulary is incorrect or there is a lack of vocabulary, the word order in the sentence is completely different. It is recommended to use problem-based learning technology to solve the problems of continuing education and to achieve good results in language adaptation lessons[8]. "There are many investigations about the use of Inquiry-Based Learning (IBL) strategy for some skills in teaching of English such as: IBL for developing listening skill, IBL for developing reading comprehension and IBL for improving writing ability. Anyhow the IBL strategy is effective for teaching of English which is supported by literature, but the IBL strategy has a chance to be applied on developing speaking ability." So the approach is beneficial in learning languages[9]. Maqtupov discusses the effective methods which can be used in teaching history and finds the problem-based teaching as effective one. In the process of lessons it is useful to carry out problem-based learning, i.e. the creation of a problem situation at all stages of its teaching, reviewing and approving new material, asking for homework. This method is used in a variety of ways in different types of lessons. For example, in addition to asking and answering problematic questions related to the content of the text that we often use, the problem-based method is based on the analysis of documentary materials[10].

The results show the beneficial effects of the approach in different teaching spheres including medicine. V.V Koykov, G. A. Derbisalina claims that the medical education system have been widely used to develop students of a creative approach - the so-called "clinical thinking", associated with the ability to analyze and compare the available facts about the state of health patient and make clinical decision taking into account all the strengths and weaknesses, opportunities and threats. These methods include problem-based learning, project-based learning, case-based-learning, training on standardized patients, etc [11]. M.M. Tusupbekova, V.L Bogaslavskiy, S.A Musabekova, R.M. Dusmailov, Y.A. Kotov persuade the use of the approach in any field of education. This process includes developing a general research question, preparing a review of scientific literature, defining goals and objectives, planning research activities, choosing methods and techniques, conducting research, analyzing data, interpreting and evaluating results, preparing a report and presenting research results. Practice has shown that research-based elements can be included in all forms of organization of the educational process, both within the classroom and out-of-class components [12].

Bringing the inquiry-based education into everyday classrooms remains a problematic issue. Great number of research on learning by inquiry concentrates on analyzing the quality of learning achievements, rather than the situations which can promote effective inquiry-based education. In particular, there is a need for more understanding of the role of teachers in promoting inquiry-based education.

First of all, in order to create a comfortable learning environment for each of the students, it is important to determine his personal trajectory based on the generated request, both from the student's point of view and from the teacher's point of view.

From the learner's perspective, inquiry-based learning focuses on the question posed or the problem they describe. Students should use their own evidence-based reasoning. Feel free to point out their knowledge gaps and ways to address them. Students must build a system of their own goals and objectives. It is ideal if they show how they are going to test the achievement of the required results in the long term [13].

From the teacher's point of view, inquiry-based learning focuses on taking students beyond general curiosity into critical thinking and understanding. The teacher should encourage students to ask questions and maintain their interest in the learning process by understanding when to start and how to structure their self-study activities.

We decided to create a table of strategies which were used and revealed effective results in empirical studies. The teacher can suggest options for such strategies as in *Table 1*.

Table 1. Strategies of inquiry-based learning

<p>1. Taking into account the basic principles inquiry-based learning</p>	<p>To start inquiry-based learning, there are general principles that a teacher must follow:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Students are at the center of the educational process. Along with the resources and technology provided, the teacher does whatever is necessary to support the students. b. The educational activity itself should focus on the development of students' abilities in information processing and critical thinking. c. The teacher should monitor how students develop these skills, how they build a conceptual understanding of the topic under consideration.
<p>2. Demonstrating how to participate</p>	<p>Since learners may not be familiar with on-demand learning, consider demonstrating how they can participate in this form of learning. In particular, they must learn to: Contribute your ideas; Develop these ideas; Formulate your requests and organize a constructive request of all group members; Explore, as much as possible, student ideas and hypotheses. The teacher can run a mock-up exercise for the class to organize a group discussion, skillfully accompany their cognitive search, to show students first-hand which algorithm to choose and how to complete each of the steps on the path to knowledge. For example, after presenting an open-ended question, by participating in the discussion, “contribute” to the brainstorming session. Direct, but never prompt. The teacher's participation in the future will serve as an example of the presentation and development of their ideas. Demonstration of how to participate in organizing a request should prepare students to participate in future discussions, discussion, and formulation of their questions.</p>
<p>3. Surprising students</p>	<p>To ignite the curiosity and desire of students to learn more and more deeply, start the process for an unknown and unexpected request. Demonstrate to students without prior preparation:engaging and informative instructional video, present theoretical findings and related exercises and tasks, showcase original sources and even scientific articles. The content should relate to a topic that interests students, involving and immersing them in the presented problem. After they have studied the content, divide them into small groups and ask them to answer an open-ended question. For example, you might ask students to determine the applicability of the mathematical formula or theorem they are studying. Students' primary curiosity should be reinforced by their conclusions, demonstrating the use of what has been learned in practice.</p>
<p>4. Teaching on inquiry when traditional methods don't work</p>	<p>Structured or guided search and exploration activities can be used in topics that are difficult for learners, where their attempts to understand the content allows them to process it in different ways. While working on a cognitive task, students should be able to choose their own methods for analyzing information, which can usually be too difficult to study. As a result, they are more likely to come to their own conclusions that make sense to them. The teacher can then discuss these findings and fill knowledge gaps to ensure that all students have a clear understanding of the cognitive task and are on the right track. In addition, monitoring students throughout the learning activity can affect the teaching style of the teacher himself. Subtotals can provide thought-provoking information on how to organize other difficult lessons.</p>
<p>5. Watching when the request won't work</p>	<p>Learning on demand has a distinct advantage, but the teacher must understand which lessons do not require a request. For example, you are studying a topic where there are no complex theoretical conclusions, but more questions of a reproductive nature: description of events, facts, quantitative data, etc. In this</p>

	case, learning on demand will lead to a waste of time, depriving us of that part of the cognitive activity that requires analysis and research. Thus, in this case, a simple explanation will suffice.
6. Don't expect perfect questions from students	The student may ask a question that can stimulate the curiosity of classmates by signaling the teacher about their level of knowledge or readiness for searching activities. But this happens very rarely. And often the teacher shouldn't wait for this. Of course, the teacher can organize the search activity of the students when he feels that it is appropriate. But one way or another, he has to use the available preliminary request, which: reflects the basic concept of the curriculum formulated by students from previous years or other parallel classes; reflects the interests of students declared in previous lessons and discussions.
7. Classroom reflection	Allocating time for general class reflection allows students to discuss problems, make preliminary discoveries, fill in knowledge gaps and formulate new conclusions for themselves. This will prepare students for future lessons and subsequent independent cognitive activities. They will learn many ideas to consider as they study a particular topic. Learn about search techniques to try on self-study.

These strategies will enable the teacher and his students to take full advantage of the benefits of learning on inquiry.

The advantage of inquiry-based learning

According to the findings from the reviewed studies numerous beneficial effects of inquiry-based learning were revealed. If look at traditional form of the educational process in the classroom, as a teacher, you will find this moment in this classroom while you are teaching. The students tend to answer “No” while their teacher asks “Do you have a question?” It does not mean that they fully understand the material which was explained by the teacher but it shows something else since they still cannot do the task well after that. The question of the teacher is intended to know the students’ comprehension according to the material and to assess the educational process whether there is something missing or not. But unfortunately the teacher in most cases will not get the intended answers. Inquiry-based learning comes up with the idea that the learners have to ask questions not just listen and repeat the answer which is expected. The students, in this era, need more skills and abilities rather than memorizing and repeating the information and facts claims that inquiry-based learning is aimed at developing students' abilities to analyze, synthesize and evaluate information, that is, to high levels of cognitive performance in accordance with Bloom's taxonomy. It means that they are expected to find and use the information and facts. The teacher can help them in the classroom, but he or she cannot do it outside the class. As a consequence, the learners are expected to continue the request for knowledge throughout life. Instead of being knowledge receivers, they are taught of being knowledge inquirers. in English teaching and learning activities, this inquiry-based is beneficial in some ways for instance improving vocabulary mastery, explaining the grammatical forms, helping the students in negotiating meaning, and embedding cultural essence. Furthermore, inquiry-based language learning also gives benefit related to classroom instructions in which increasing student’s participation, maintaining their attention, and initiating classroom interaction. It can be done through giving questions which are necessary for assessment and feedbacks given related to the material. Lazonder A. W., Harmsen R. state that inquiry-based language learning also strengthens the students’ linguistic knowledge and communicative competence. From the explanation it is clear that inquiry-based language learning benefits more on the teaching a foreign language [14].

Conclusion. Armed with a deep understanding of on-demand learning and the strategies needed to launch independent learning activities, the teacher must show students the tangible benefits of this learning method. This self-immersion in content contributes to a deeper understanding of the main

ideas and concepts of the curriculum and the development of cognitive skills. And what is no less important, the knowledge acquired in this way has a much higher value. In general, we can conclude from literature that it is clear which teaching strategies in inquiry-based education can have positive effects on students' learning outcomes. From our review, we sum up that strategies in inquiry-based education are complex, demanding and multi-faceted, but also worthy of research and practice, since it can create unique opportunities for future students in secondary schools to develop themselves. With respect to the results on direction of the inquiry process. This study could answer the questions of the research indicating main strategies and benefits of inquiry-based learning. It is relevant for teacher education, as it illustrates strategies and benefits teachers need to foster inquiry-based education in their classrooms. We suggest that strategies and benefits of inquiry-based learning which were revealed will serve as guidance during the implementation of the approach.

The work was carried out with the financial support of the Ministry of education and science of the Republic of Kazakhstan in the framework of the scientific project AP08052329

References

1. Escalante P. Inquiry-based learning in english as a foreign language class //Revista De LenguasModernas: Costa Rica. – 2013.
2. Exline J., Costa A. L. Concept to classroom //Inquiry-based learning (atastalian) <http://www.thirteen.org/edonline/concept2class/inquiry/credit>. – 2004.
3. Pedaste M. et al. Improving students' inquiry skills through reflection and self-regulation scaffolds //Technology, Instruction, Cognition and Learning. – 2012. – T. 9. – №. 1-2. – C. 81-95.
4. De Jong T., Van Joolingen W. R. Scientific discovery learning with computer simulations of conceptual domains //Review of educational research. – 1998. – T. 68. – №. 2. – C. 179-201.
5. Harada V. H., Yoshina J. M. MOVING FROM ROTE TO INQUIRY //Library Media Connection. – 2004. – C. 23.
6. Murumbaeva A. The concept of strategy in modern conditions of the English methodology //Magazine: VestnikKazahstansko-AmerikanskogoSvobodnogoUniversiteta(EN) Almat- 2014.
7. David J. L. Project-based learning //Educational Leadership. – 2008. – T. 65. – №. 5. – C. 80.
8. Sadenova A. Y., Aytpayeva A. S. Sheteldik studentterdiqazaqzhaneorys tilderine problemalyqoqytudynturleri //Evraziskizhurnal filologii: NaukaiObrazovanie. – 2015. – T. 158. – №. 6.
9. Irawan Y., Syahrial S., Sofyan D. The effect of using Inquiry based learning strategy on students speaking ability (A case study at SMAN 7 Bengkulu Selatan) //JOALL (Journal of Applied Linguistics and Literature). – 2018. – T. 3. – №. 2. – C. 59-79.
10. Maqtupova B.E., Tarihpənin oqytudaproblemalyq adisterdiqoldanuQaragandyuniversitetininhabarshysy -2010
11. Kojkov V. V., Derbisalina G. A. Rol' research-based learning v podgotovkeinnovacionno-aktivnyhspecialistovsistemyzdravoohraneniya //Densaulyksaktaudydamytu. – 2012. – №. 4. – S. 67-78.
12. Tusupbekova, M. M., Bogoslavskij, V. L., Musabekova, S. A., Dusmailov, R. M., &Kotov, E. A. (2017). Praktiko-orientirovannoebucheniekakpovysheniurovnyapedagogicheskitekhnologij. Vestnik Kazahskogo Nacional'n ogomedicinskogouniversiteta.
13. Dobber M. et al. Literature review: The role of the teacher in inquiry-based education //Educational Research Review. – 2017. – T. 22. – C. 194-214.
14. Khalaf B. K. Traditional and Inquiry-Based Learning Pedagogy: A Systematic Critical Review //International Journal of Instruction. – 2018. – T. 11. – №. 4. – C. 545-564.
15. Lazonder A. W., Harmsen R. Meta-analysis of inquiry-based learning: Effects of guidance //Review of educational research. – 2016. – T. 86. – №. 3. – C. 681-718.

IMPORTANCE OF TEACHING VOCABULARY OF ENGLISH LANGUAGE

Abstract. The article discusses the importance of teaching English vocabulary. Since good vocabulary development is a key part of language learning, we have focused on studying its importance. The two main objectives of this study are: a) to explain the function of the general vocabulary, b) to show effective methods of teaching vocabulary. In conducting this research, we used the works of foreign and domestic authors in this area. Methods for developing the dictionary to achieve these goals were discussed and its importance and effectiveness among learners were demonstrated. We used the methods of analysis and synthesis research based on the theoretical direction to correctly reveal the content of the research. The results of the research are presented as methods to increase the effectiveness of the learning process. The results obtained not only reveal the importance of language learning, but also increase learners' interest in the language and help to form an active vocabulary.

Keywords: Vocabulary, importance, language, methods, learner, effectiveness.

Мақалада ағылшын тілінен сөздікті үйренудің маңыздылығы қарастырылған. Сөздік қордың жақсы дамуы тіл үйренудің негізгі бөлігі болғандықтан, біз оның маңыздылығын зерттеуді басты назарға алдық. Бұл зерттеудің негізгі екі мақсаты: а) жалпы сөздік қордың қызметін түсіндіру, б) сөздікті үйренудің қандай түрлері бар екенін көрсету. Бұл зерттеу жұмысын жасау барысында біз шетелдік және отандық авторлардың осы бағыттағы еңбектерін пайдаландық. Осы көрсетілген мақсаттарға жету үшін сөздікті дамытуға арналған әдіс-тәсілдер талқыланды және оның үйренушілердің арасында маңыздылығы және тиімділігі көрсетілді. Біз зерттеу жұмысының мазмұнын дұрыс ашу үшін теориялық бағытқа негізделген анализ және синтез зерттеу әдістерін пайдаландық. Зерттеу жұмысының нәтижелері оқу процесінің тиімділігін арттыратын әдістер ретінде ұсынылады. Алынған нәтижелер тіл үйренудің маңыздылығын ашып қана қоймай, үйренушілердің тілге деген қызығушылығын арттырып, белсенді сөздік қордың қалыптасуына көмектеседі.

Кілт сөздер: Сөздік қор, маңыздылығы, тіл, әдістер, үйренуші, тиімділік.

Аннотация. В статье обсуждается важность обучения английской лексике. Поскольку развитие хорошего словарного запаса является ключевой частью изучения языка, мы сосредоточились на изучении его важности. Две основные цели этого исследования: а) объяснить функцию общей лексики, б) показать эффективные методы обучения лексике. При проведении исследования мы использовали работы зарубежных и отечественных авторов в этой области. Были обсуждены методы разработки словаря для достижения этих целей, а также продемонстрированы его важность и эффективность среди учащихся. Мы использовали методы анализа и синтеза исследования, основанные на теоретических направлениях, чтобы правильно раскрыть содержание исследования. Результаты исследования представлены как методы повышения эффективности учебного процесса, которые не только раскрывают важность изучения языка, но и повышают интерес учащихся к языку и помогают формировать активный словарный запас.

Ключевые слова: Словарь, важность, язык, методы, учащийся, эффективность.

Introduction. Nowadays, being have well developed level of language proficiency is more important, including learning english is going to develop day by day, that is way, to increase level of language is always actual. That is, just as we need language to speak, so we need vocabulary to learn the language. therefore, full mastery of the language begins with the correct development of the vocabulary.

It is impossible to explain power of word. Because, it is very important to master the language in today's socially and economically developed world. For instance, communication is always comes through the word, that is, the place of the word is always special. Therefore, in the educational

process, the teacher must be able to provide quality knowledge and the right service. In this regard Ilinawati, YokiePrasetyaDarma explains their opinions as follows “Language is mean of communication. Creating good communication means having an ability to enrich herself/himself with many knowledges about language. In global era, English language becomes the most important language for communication”[1] This means that the value of the English language is growing day by day. That is why, To support the mastery of English skills, the students should learn vocabulary as basic of communication.

We know that, vocabulary is the most important element in the acquisition of a foreign language, despite of this, masters of language not pay more attention to word building. This opinion is described by the author Salmeen Abdulrahman Abdullah Al-Awaid like "yet researchers in the field of language acquisition and teaching have not paid enough attention to learning and practicing the vocabulary. The perception of vocabulary learning strategies affects directly the progress level of success in learning a foreign language therefore the EFL teachers must be aware about them"[2].

That is, teachers need not only teach materials given for teaching process, they should to pay more attention to teach given vocabulary in each lesson, because, well tought vocabulary help learners in the future than materials not used.

In writing process of this research work we considers foreign and Kazakh authors works about vocabulary. They are: Thornburry, Hidayat, Aldahtani, Ozturk and etc.

The purpose of the study: to find out the importance of vocabulary building and to suggest available and effective methods to teach vocabulary.

Methodological approaches: In this study, we used the method of analysis and synthesis, as these methods are effective for individual analysis and summarization of theoretically collected information. The research by the method of analysis is suitable for the analysis of the works of foreign and Kazakh scientists in accordance with the purpose of my work. We think that it is optimal to summarize the results obtained by the method of synthesis and form your own opinion.

Results, analysis and discussion. The research work aimed at revealing the importance of the English vocabulary was discussed.

LiteratureReview

Thornburry states that "vocabulary is the key in conveying meaning when communicating, without vocabulary, communication cannot be done. By mastering a lot of English vocabulary, students will easily communicate in foreign languages"[3].That is, well developed vocabulary is always beneficial for any person. We would explain this like “ for instance, difference of two people who knows language and second one that who doesn’t know language is the amount of vocabulary. That is who knows more words than others, that has more possibility to communicate well. So, Any person need to have big amount of vocabulary to use the any language well. Because, vocabulary is the fundamental of any language. Moreover, Hidayat N explains vocabulary like: “Learning vocabulary can help students in studying English and support them in mastering the other language components”[4]. Alqahtani states “Vocabulary knowledge is often viewed as a critical tool for second language learners because a limited vocabulary in a second language impedes successful communication” [5]. Because, learners who learn English as a second language don’t understand words at once, that is why, to find out effective method is matter to this type of people. we consider this research work's result will be decision of like these problems about vocabulary development. Öztürk defines that “vocabulary plays an important role in language teaching since it is needed for every language skill and grammar. It can be regarded as the core of the four skills; speaking, listening, writing and reading”[6]. In this regard, UfukAtaş states like that “as Özturk further states, the learners need to know a sufficient amount of word to express themselves. In situations where there is a lack of vocabulary knowledge, their motivation level to learn the language decreases. [7]. In order to avoid such mistakes, it is necessary to constantly develop the vocabulary of learners. Like Schmitt indicates, “without the mediation of vocabulary, it is not possible to employ grammatical or other types of linguistic knowledge in communication or

discourse”[8]. As we mentioned, any author describes vocabulary is a main source of learning language.

In compliance with the criteria of knowing a word, Hatch and Brown describe five essential steps in vocabulary learning based on research in learners’ strategies: (1) having resources for encountering new words, (2) getting a clear image, whether visual or auditory or both, for the new form of the words, (3) learning the meaning of the words, (4) making a strong memory connection between the forms and meaning of the words, (5) using the words [9].

Kinds of Vocabulary

Language experts divides vocabulary into two types. First is *active* vocabulary, these words people have learnt before and use it in practice. Second is *passive* vocabulary, these words people can recognize when they meet, but can’t pronounce and non practiced words.

Depending on the dictionary types Stuart Webb explains two types of vocabulary. They are *receptive* vocabulary and *productive* vocabulary. Receptive vocabulary is words that learners recognize and understand when they are used in context, but which they cannot produce. Productive vocabulary is the words that the learners understand and can pronounce correctly and use constructively in speaking and writing [10].

The specificity of any individual’s vocabulary knowledge depends on the person and his motivation, desires, and need for the words. because, your desires may depends on special directions and then you will learn words about it to reach your desires. that is, you should have really main goals to learn language. and like goals leads you not only learn language also to reach most of goals. that's learning languages have like advantages. we need to to see it like a resource to achieve something.

Actually, there are most of importance of language learning, including vocabulary is the most important part of language learning.

In this regard, we would like to suggest one or two ways to increase the effectiveness of teaching vocabulary.

Use of visual aids in teaching vocabulary.

This is the most wide-spread method of teaching vocabulary. Visual aids are available in many forms, such as pictures, photographs, drawings, cards, wall charts, picture stories, maps, and films - even readily available items brought to class, from bottle openers to small toys. Learners try to explain given pictures or find out the name of cards shown. in that time, they not only notice the cards and photos also learn new words. by this way they will range amount of vocabulary. that is visual aids is the most convenient and not boring type of teaching vocabulary.

Use of games in teaching vocabulary

Another unique way to develop vocabulary is the game method. This will increase the interest of students and help them to avoid monotonous lessons. students are usually tired of just analyzing the text and doing the exercises. In this case, the use of games that develop different language skills in the classroom increases the productivity of the lesson and stimulates the student. for example, the teacher says one letter to the student, and the student says one word that starts with that letter. the next student says the word that comes from the last letter of the word that the previous student said. that is, students take turns saying the words with the last letter. This game stimulates the student's creativity, as well as learning new words.

Both of the above methods are effective in general use and have a positive effect on improving the language skills of students.

Conclusion.

In conclusion, vocabulary learning is always an important factor. because it is impossible to learn a language without a dictionary. Each new word gives you a new opportunity to learn the language together. It is important to understand its importance and use new methods in language learning.

The purpose of this research was to reveal the importance of vocabulary work and to suggest effective methods to use in the classroom. These results not only improve the quality of education,

but also affect the quality of active learning of learners. Therefore, the above results are presented in the learning process as effective methods used in the study of vocabulary.

The work was carried out with the financial support of the Ministry of education and science of the Republic of Kazakhstan in the framework of the scientific project AP08052329

References

1. Ilinawati I., Dharma Y. P. IMPROVING STUDENTS' VOCABULARY THROUGH SONGS //Journal of English Educational Study (JEES). – 2018. – Т. 1. – №. 2. – С. 66-70.
2. Al-Awaid S. A. A. EFL teachers' beliefs and their instructional practices regarding vocabulary learning strategies //Asian ESP Journal. – 2020. – Т. 16. – №. 1-2. – С. 117-148.
3. Thornbury S. How to teach vocabulary. England. – 2002.
4. Hidayat N. Improving students' vocabulary achievement through word game //JEES (Journal of English Educators Society). – 2016. – Т. 1. – №. 2. – С. 95-104.
5. Alqahtani M. et al. The importance of vocabulary in language learning and how to be taught //International journal of teaching and education. – 2015. – Т. 3. – №. 3. – С. 21-34.
6. Öztürk G. THE EFFECT OF CONTEXT IN ACHIEVEMENT VOCABULARY TESTS //Journal of Educational & Instructional Studies in the World. – 2012. – Т. 2. – №. 4.
7. Ufuk A. The effects of using games and visual aids in learning foreign language vocabulary //ELT Research Journal. – 2019. – Т. 8. – №. 1. – С. 2-21.
8. Schmitt N., Schmitt D. Vocabulary in language teaching. – Cambridge university press, 2020.
9. Hatch E., Brown C. Vocabulary, semantics, and language education. – Cambridge University Press, 40 West 20th Street, New York, NY 10011-4211 (hardback: ISBN-0-521-47409-4; paperback: ISBN-0-521-47942-8), 1995.
10. Webb S. Receptive and productive vocabulary learning: The effects of reading and writing on word knowledge //Studies in second language acquisition. – 2005. – С. 33-52.

ОСМАН ОЗДЕМИР

/Түркия Республикасы/, Студент, Туризм академиясы

ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ ИНДУСТРИЯСЫ ҮШІН ЖАҢА БАСЫМДЫҚТАР МЕН МҮМКІНДІКТЕР

Мақалада туризм және қонақжайлылық индустриясы және жаңа басымдықтар мен мүмкіндіктер туралы қарастырылған. Туризм әлемдік экономикада басты рөлдің бірін атқарады. Туризм, туристердің елге деген қызығушылығы және елдің туристік демалыс ретінде тартымдылығымен сипатталды.

Кілт сөздер: экологиялық туризм, спорттық туризм, діни туризм, іскерлік туризм.

Аннотация. В статье обсуждается индустрии туризма и гостеприимства и новым приоритетам и возможностям. Туризм играет одну из главных ролей в мировой экономике. Туризм характеризовался интересом туристов к стране и привлекательностью страны как туристического отдыха.

Ключевые слова: экологический туризм, спортивный туризм, религиозный туризм, деловой туризм.

Abstract. The article discusses the tourism and hospitality industry and new priorities and opportunities. Tourism plays a major role in the global economy. Tourism was characterized by the interest of tourists to the country and the attractiveness of the country as a tourist destination.

Keywords: eco-tourism, sports tourism, religious tourism, business tourism

Қазақстан экологиялық туризмнен бастап іскерлік туризмге дейін туризмнің барлық түрлерінің дамуы үшін елеулі әлеуетке ие. Бұған халқымыздың бай тарихы мен еліміздің аумағында сақталып қалған тарихи ескерткіштер мен археологиялық орындардың жиыны үлкен мүмкіндік туғызады. Ерекше географиялық жағдайдың арқасында Қазақстаннан адам аяғы баспаған табиғаттың ғажайып бұрыштарын табуға болады. Бұл туристтік инфрақұрылым дамуының, визалық режимнің үнемі жетілдіріліп отыруының және басқа да жағдайлардың негізінде жүзеге асады.

Қазақстанда бүгінгі күні туризмнің келесі түрлері жетіліп келеді:

Мәдени-танымдық туризм. Археология, тарих және сәулет ескерткіштерінің көлемі бойынша Қазақстан нағыз «ашық аспан астындағы мұражай» болып саналады. Туристер Ұлы Жібек жолы бойындағы көне қалаларға барып, қола дәуіріндегі Тамғалы петроглифтарын немесе әйгілі Маңғыстау қорымдарын көре алады.

Қазақстанның заманауи өмірімен Нұр-Сұлтан, Алматы, Шымкент, Өскемен және Ақтау қалаларында танысу қолайлырақ болады, себебі туристік инфрақұрылым кез-келген талғам мен бюджетке қарай қызметтерді ұсынады.

Экологиялық туризм. Іс жүзінде табиғаты бүлінбеген түрде сақталған аумақтың саны мен әр түрлілігі Қазақстанды экологиялық туризм әуесқойлары үшін ерекше қызықтыратын болады. Қазақстан аумағында 12 ұлттық табиғи парк және 10 қорық бар.

Қазақстан өзінің өлшемдері мен географиялық орналасуының арқасында әдетте туристер бөлек мемлекеттердің толық қатарында «қамдастыруы» қажет табиғи зоналарға бару мүмкіндігін ұсынады.

Ол - ЮНЕСКО Дүниежүзілік мұра тізіміне енген Орталық Қазақстан далалары мен көлдері. Ол - ландшафттар, флора мен фаунаның әр түрлілігі бойынша Альпы ауданымен оңай теңесе алатын шығыс пен оңтүстік-шығыстың тау бөктерлері мен таулары. Ол - Каспий теңізінің жағалауы – әлемдегі ірі тұйық су айдыны. Ол - фототуризмнің ең сыналған әуесқойларын қызықтыра алатын Қазақстанның оңтүстік-батыс құла далалары, ол - елдің солтүстігінде орналасқан Бурабай көлінің айналасындағы ормандар және тағы басқалары.

Экотуризм қызығушылары үшін Қазақстанның туристік компанияларымен шамамен мыңдаған әр түрлі маршруттар өңделген, оның ішіне табиғи нысандарға жиі барумен қатар, сондай-ақ қазақтар-көшпенділердің ежелгі тұрмыстарымен танысу да кіреді.

Спорттық туризм. Қазақстан келесідей бағыттар бойынша спорттық туризм үшін керемет жағдайлар ұсынады: тау шаңғы туризмі, альпинизм, су туризмі, ат туризмі, велотуризм және тағы басқалары.

Қазақстан табиғаты спорттың көптеген түрлерімен айналысу үшін ерекше маршруттар мен жағдайларды ұсынады, оның ішінде экстремалдысы да бар, ал ел өкіметі, өз кезегінде, лайықты инфрақұрылымды қамтамасыз ету үшін өз күшін жұмсайды. Мысалға алсақ, Шымбұлақ тау шаңғы шипажай трассалары әлем бойынша ең күштілер қатарына кіреді.

Сауықтыру туризмі. Қазақстан - емдік-сауықтыру туризмі үшін керемет лайықты жер. Оның ерекшелігі емдік табиғи ресурстарды белсенді қолдануында: ыстық бұлақтар, емдік қасиеті бар батпақтар, ем болатын климат. Қазақстанда қымыз терапиясы, минералды суларды пайдалану мен пантоемдеу қолданылады. Сонымен бірге заманауи құрылғылармен жабдықталған шипажайлар мұндай емдеудің «табиғи базалардың» тура қасында орналасқан. Өз денсаулығын жақсартқысы келумен қатар, жай ғана демалып, күш жинағысы келетіндер үшін Қазақстанда көптеген демалу үйлері салынған. Олар Алакөл көлінің жағалауы, Бурабай мен Баянауыл шипажайлық зоналары, Каспий теңізінің жағалауы, Іле Алатауы мен Жоңғар Алатауының тау бөктерлері және т.б. сияқты әдемі және экологиялық таза жерлерде орналасқан.

Діни туризм. Діни туризм Қазақстанда көбінесе мұсылмандық діни нысандарға барумен байланысты. Мұнда ислам жолын қуашылар әйгілі дін негізін қалаушылардың мешіттері, кесенелері, молалары мен қабірлеріне бара алады. Мысалы, Қожа Ахмет Яссауи және Арыстан баб кесенелері, Шақпақ-Ата мен Бекет-Ата жер асты мешіттері және тағы басқалары.

Қазақстанның заманауи діни құрылыстары қажылыққа баратын адамдарды да қызықтырмай қоймайды. Мұндағы Нұр-Сұлтан қаласының маржаны «Қазақ елі» басты алаңында орналасқан «Қазірет Сұлтан» мешіті болып саналады.

Ислам мешіттерімен қатар, Қазақстанда Вознесенский кафедралы соборы, Успенский кафедралы соборы, Свято-Троицкий ғибадатханасы, Воскресенский соборы (Семей қ.) сияқты керемет православие шіркеулердің біразы бар. Елдің оңтүстік-шығысы мен Алтайда Қазақстан аумағындағы буддизмнің болу тарихын айқындайтын нысандар қатары бар.

Іскерлік туризм. Іскерлік туризм жыл сайын қонақтардың көбісін Қазақстанның ірі қалаларына баурайды. Ол, бірінші кезекте, Нұр-Сұлтан, Алматы және Атырау. Мұнда шетелдік бизнес-туристердің әсерлі санын елге тартатын түрлі-түрлі аймақтық және халықаралық конференциялар, саммиттер, симпозиумдар жиірек өткізіледі.

Туризмнің бұл түрін дамыту үшін ел қалаларында ылғи туристердің әр түрлі топтарына қарай ыңғайландырылған мейманханалар салынып тұрады: ол ең әйгілі әлемдік қонақ үй желілерінің бес жұлдыз мейманханалары және жайлы шағын қонақ үйлері, сонымен бірге хостелдар.

Туризм саласында басты рольді туристтер және туристтік жерлер ғана емес жергілікті халық та ойнайды.

Қазақтың қонақжайлығы. Қазақ отбасына тән абзал қасиеттердің бірі — ежелден бері келе жатқан қонақжайлылық. Қонақ болу үшін оның таныс болуы, діндес, теңдес болуы шарт емес. Әрбір жолаушы кез келген қазақ үйінде қонақасыны «бөлінбеген еншім» деп талап етуге еркі болған. Қонақ асыны «бөлінбеген енші» деудің өзі қазақ арасына кең тарап, дәстүрге айналып қалыптасқан халық жоралғысы екенін көрсетеді.

Бұл дәстүрдің шығу тегін аңыз Алашқа апарып тірейді. Алаш қартайған кезінде қолындағы бар малды төртке бөліп, үш бөлікті үш баласына — Ұлы, Орта және Кіші жүзге берген екен. Ал өзінде қалған төртінші бөлікті қонақ сыбағасы болсын деп, үшеуінің ортақ меншігіне қосыпты. Сондықтан аңыз бойынша әр жолаушыға қандай қазақ болсын тегін тамақ, жылы орын тағы басқа қамқорлықтар жасап тұруға міндетті болса керек.

Қазақ «Қырықтың бірі — Қыдыр» дейді. Мұнысы қонақты кума, оның шарапаты тиеді, бірінен болмаса екіншісінен құт келеді деп есептегендіктен. «Қонақты қуа берсең құт қашады» деу де содан. Қонақ болып отырған адам, өзінің жауы болса да үй иесі өз үйінде оған және басқаға да қиянат жасатпайды. «Өз үйінде таудай дауынды айтпа» деген қағида да осыдан қалған.

Әдетте жолаушы қонағы келіп қалғанда бөтен ауылдың ең тәуір деген ақ үйіне, яғни біреуден қысылмайтын бай үйіне түседі. Сондықтан да «қонақ таңдап қонады» дейді халық. «Түскенше қонақ ұялады, түскен соң үй иесі ұялады» демекші, қонған қонақты күту міндеті үй иесіне түседі. Жаздыгүні қонаққа ең болмағанда марқа сойылса, қыстыгүні соғым етінен тартылған мүшелі табаққа риза болады. Қазақ халқы қонақ күтуді де, қонақ болып қыдыруды да жақсы көрген. Сондықтан халық мәтелі: «Асың барда ел таны — беріп жүріп, атың барда жер таны — желіп жүріп» деп, ер-азаматқа үйінде отыра бермей, ел көр, жер көр, көппен аралас деп кеңес бергендей сынай білдіреді. Бала жасынан осындай рухта тәрбиеленген жас жеткіншектер ержеткенде сол ғұрыпты берік ұстап, әр уақытта көргенділікпен ел аузына ілігуге тырысатын.

Қазақ отбасында балалар жастайынан қонақжайлылыққа тәрбиеленеді. Өйткені халық дәстүрі бойынша қонақасы берілген соң, қонақтан әңгіме сұрайды, өнері болса ән салғызып, күй тартқызады, ертегі, қиссалар айтқызады. Қонақ әңгімесіне балалар әрқашан құмар болады. «Адам болар бала қонаққа үйір» деп халық тегін айтпаған. Өйткені әр қонақтан естіген жаңалықтарын есінде сақтай білген жастың өмірді білуі, түсінуі кеңейіп, дүниеге көзқарасы қалыптасады. Көптеген нақыл сөздерді, пайдалы кеңестерді үйренумен бірге, жаманшылықтан жиренуге ден қояды. Олай болса қонақжайлылықтың тәрбиелік мәні аз емес.

Жергілікті халықтың туризм саласының дамуына кері әсерін тигізетін өзекті мәселелер және олардың шешімдері:

1. Қазақстан азаматы бола тұра өз елінің туристік жерлерінен хабарсыз және көрмеген болуы.

Қолдағы бардың қадірі жоқ демекші тіпті өз қаласының тарихынан, туристік жерлерінен ақпараттандырылмаған, ондай жерлерге барып тәжірибе жинамаған көп отандастарымыз бар. Бұл өте маңызды мәселе екені айдан анық. Елімізге қыдырып келген туристтер келіп сұраған кезде оларға дұрыс ақпарат бере алмайтын азаматтың пайдасынан гөрі зияны көбірек тимек. Немесе шетелге қыдыру, оқу және іс бабымен барған Қазақстан азаматының өз елінің туристік жерлері, тарихы, табиғаты жайлы шетелдіктерге сәл болса да ақпарат беріп жарнама жасай алмаса, елдің туризм саласына пайдасы қаншалықты болады. Осы мәселені шешудің бірнеше жолы бар.

Біріншісі, оқу мекемелерінде Қазақстанның туризм саласы жайлы толық ақпаратпен қамтамасыз ететін қосымша сабақтардың енгізілуі. Яғни мектеп қабырғасынан бастап Гид маманы болмаса да, жетерліктей ақпараты бар азамат болып өседі.

Екіншісі, оқу және жұмыс мекемелерінің жылына 2-3 лекпен оқушыларды, студенттерді, жұмысшыларды Қазақстанның туристік, тарихи жерлеріне жіберіп экскурсиялар ұйымдастыру. Қаражат мәселесінде мемлекеттің және жанағы мекемелердің көмектесуі.

2. Туристтермен қарым қатынастың қиындық туғызуы.

Қарапайым халықтың шетелден келген туристтермен тілдесуге тілдік барьердің кедергі екені білеміз. Туристтер өз қажеттілігін түсіндіре алмай қиналады. Бұл мәселені де шешудің бірнеше жолы бар.

Біріншісі, шетелден елімізге туристтер енді кірген кезінде олардың турист екені білдіретін білезік немесе төсқағаз беру. Қазақстан жайлы ақпаратпен қамтамасыз етілген, туристтердің күнделікті қажеттіліктерін сұрау үшін арналған кішігірім ағылшынша-қазақша суретті сөздікті басылымға шығарып, келген туристтерге тарату.

Екіншісі, медицина саласында алғашқы көмек курстары сияқты туризм саласына да алғашқы туристке көмек курстарын құру керек. Ол курсты жас балалардан бастап ересектерге дейін өткәзу қажет. Оның құрамында базалық түрде ағылшын тілін үйретеді. Шетелдік турист қарапайым қажет нәрселерді осылайша тілдесіп сұрастыра алады. Гид және колцентрлердің номерлерін курста халыққа таныстыру.

Әдебиеттер

1. https://kazembassy.ru/kaz/respublika_kazakhstan/interesnoe_o_kazaxstane/turizm/
2. https://www.google.kz/amp/s/massaget.kz/mangilik_el/shanyirak/salt-dastur/47050/amp/

Ш.Х. ТОШТУРДИЕВ

/Узбекистан, г. Чирчик/, Научный соискатель, Узбекский государственный университет физической культуры и спорта

О.Н. ЮНУСАЛИЕВ, А.Х. БУРИЕВ, Ф.А. МУХИДДИНОВА

/Узбекистан, город Чирчик/, Студенты, Узбекский государственный университет физической культуры и спорта

ВЫЯВЛЕНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ СООТНОШЕНИЯ ФИЗИЧЕСКИХ КАЧЕСТВ И АНАЛИЗ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПОДГОТОВЛЕННОСТИ ТЯЖЕЛОАТЛЕТОВ

Аннотация: В статье раскрываются содержание и структура основных показателей подготовленности тяжелоатлетов на этапах многолетней спортивной подготовки.

Ключевые слова: многолетняя спортивная подготовка, показатели спортивной подготовки, физические качества.

Калит сўз: Оғир атлетикачиларнинг тайёргарлиги, узок муддатли спорт тайёргарлиги, спорт тайёргарлиги кўрсаткичлари, жисмоний сифатлар.

Abstract. The article reveals the content and structure of the main indicators of fitness of weightlifters at the stages of long-term sports training.

Keyword: Preparation of weightlifters, long-term sports training, indicators of sports training, physical qualities.

Одной из основных задач теории и методики спортивной тренировки является выявление ведущих, доминантных факторов, в наибольшей степени определяющих достижение высоких результатов в избранном виде спортивной деятельности [2,4]. Установление таких факторов создает необходимые предпосылки для управления тренировочным процессом, указывая на совершенствование каких компонентов подготовленности должен быть преимущественно направлен процесс многолетней спортивной тренировки в целом, и на том или ином этапе [3, 5].

Характер физического развития, уровень проявления двигательных качеств в большей степени связаны с индивидуальными особенностями роста и развития. Поэтому в процессе спортивной подготовки одним из основных теоретико-методических положений системы подготовки тяжелоатлетов является необходимость выявления и учета ведущих факторов, определяющих уровень общей и специальной подготовленности спортсменов, оценки их значимости для достижения высоких спортивных результатов в избранном виде спорта. Эти данные необходимы для научно-обоснованного программирования процесса спортивной подготовки, включающего распределение парциальных объемов тренировочной работы между различными сторонами спортивной подготовки, правильное построение тренировочных воздействий, дифференцированное планирование объема и интенсивности нагрузок [1, 6].

Основной задачей данной работы являлось выявление и оценка взаимосвязи различных аспектов подготовленности тяжелоатлетов на разных этапах многолетнего тренировочного процесса у тяжелоатлетов ($n = 60$) различных возрастно-квалификационных групп: I – начальной подготовки ($n = 20$), II – учебно-тренировочной ($n = 14$), III – совершенствования спортивного мастерства ($n = 18$), IV – высшего спортивного мастерства ($n = 8$). В связи с тем, что спортивный результат определяется совокупностью разнообразных факторов, проблема выявления ведущих из них особенно актуальна [7]. Для выявления и оценки значимости факторов, определяющих эффективность соревновательной деятельности тяжелоатлетов различных возрастно-квалификационных групп ($n = 60$), математико-статистической обработке был подвергнут комплекс показателей, характеризующих различные стороны спортивной подготовленности и достоверно ($p < 0,05$) связанных с показателями эффективности выполнения основных соревновательных упражнений.

В результате факторного анализа определены четыре основные показатели – это общая физическая подготовленность (ОФП), специальная физическая подготовленность (СФП), физическое развитие (ФР) и техническая подготовленность (ТП) тяжелоатлетов, определяющие успешность соревновательной деятельности. Исследование факторной структуры подготовленности на разных этапах многолетней подготовки спортсменов показало, что как по значимости отдельных факторов, так и по их содержанию и роли проявления отдельных показателей подготовленности имеется ряд значимых отличий. Для возрастно-квалификационной группы тяжелоатлетов этапа начальной подготовки, ведущей является общая физическая подготовленность, вклад которой в общую дисперсию выборки составляет 26,14% (табл., диаграмма 1). Существенные факторные нагрузки в ней имеют показатели силы (подтягивания на перекладине) и скорости (бег на 30 м). Показатель специальной физической подготовки спортсменов, включающий результаты в рывке и толчке, составил 17,47%.

Вклад уровня физического развития, составил 20,93%. В состав его с наибольшими факторными нагрузками вошли показатели длины тела и мышечной массы, оценка уровня биологического развития.

Вклад показателя технической подготовленности на данном этапе составляет лишь 8,12%. Последний в определенной форме характеризует координационные способности спортсменов, в значительной мере определяющие быстроту и легкость овладения основными техническими приемами.

Учебно-тренировочный этап характеризуется, с одной стороны, преемственностью, с другой – определенными изменениями в структуре подготовленности спортсменов (табл., диаграмма 1).

Так, наиболее значимыми, как и на предыдущем этапе, здесь остаются факторы общей физической подготовленности (18,57%) и физического развития (14,05%). Основной же отличительной особенностью этого этапа становится повышение значимости специальной физической подготовленности (21,94%) и технической подготовленности тяжелоатлетов (11,03%).

Возрастное развитие и повышение квалификации спортсменов на этапе совершенствования спортивного мастерства определяют дальнейшие изменения в структуре их спортивной подготовленности (табл., диаграмма 1).

Если в числе ведущих по значимости и вкладу в суммарную дисперсию выборки месте по-прежнему остается общая физическая подготовленность (22,11%), то дальнейший рост значимости технической подготовленности тяжелоатлетов выводит этот фактор на третье место (14,55%). Кроме того, говоря о физической подготовленности, нельзя не отметить и некоторое повышение его специализированности (30,57%). Значение фактора физического развития на данном этапе снижается до 10,38%.

На этапе высшего спортивного мастерства наиболее значимой является специальная физическая подготовка, вклад ее составляет 33,12% (табл., диаграмма 1).

На втором месте находится фактор технической подготовленности (23,56%). Показатель общей физической подготовленности снизился до 14,71%. Однако на данном этапе с наибольшими факторными весами в него входят показатели скоростно-силовой подготовленности (прыжок в длину с места). Поэтому в данном случае его можно обобщенно назвать фактором скоростно-силовой подготовленности. Фактор физического развития внес вклад в размере 10,12%.

Проведенный анализ составных подготовленности тяжелоатлетов показал, что многолетний процесс становления спортивного мастерства сопровождается целым рядом существенных изменений, связанных с возрастным развитием и повышением квалификации спортсменов.

В результате факторного анализа для каждого из этапов становления спортивного мастерства показатели, вклад которых в общую дисперсию выборки составил на этапе начальной подготовки 72,66%, на учебно-тренировочном этапе – 65,59%, на этапе совершенствования спортивного мастерства – 77,61%, на этапе высшего спортивного мастерства – 81,51%. Результаты представлены на диаграмме 2.

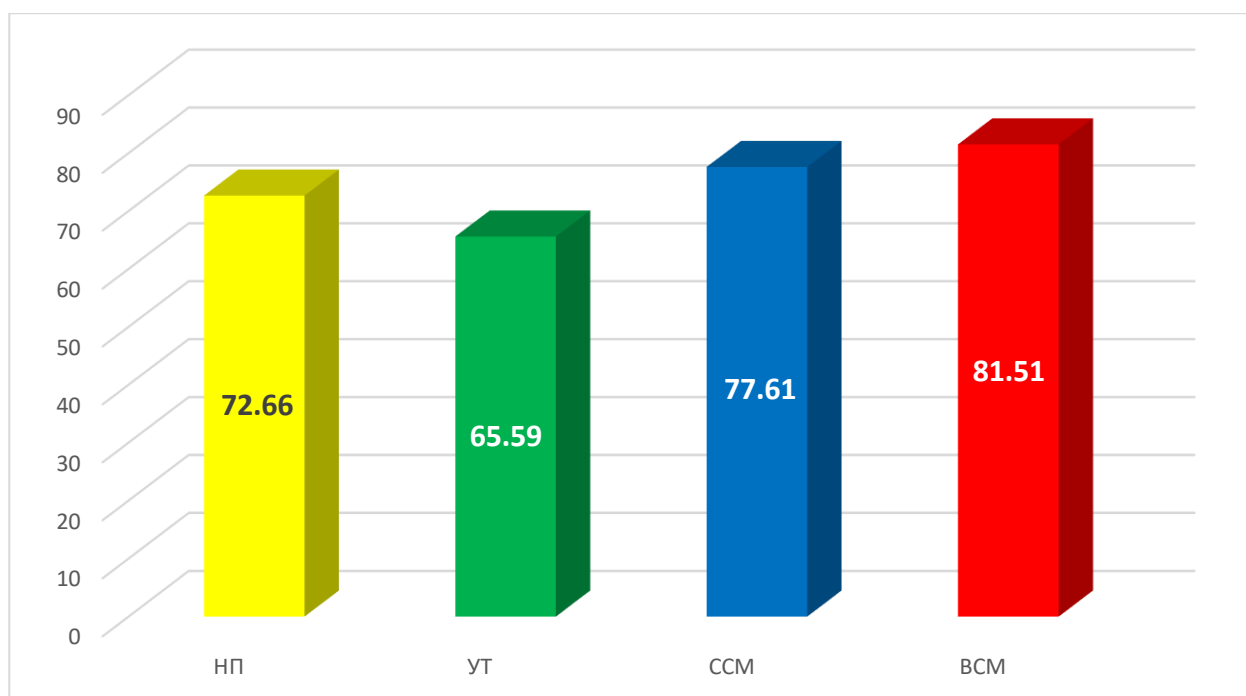


Диаграмма 1. Суммарный вклад основных показателей, определяющих подготовленности тяжелоатлетов на этапах становления спортивного мастерства

При анализе возрастно-квалификационных изменений, происходящих во взаимосвязях параметров физической и технической подготовленности тяжелоатлетов выявлено, что в процессе многолетней подготовки происходят постоянные изменения соотношения физических качеств и двигательных навыков. Полученные результаты позволяют отметить в качестве основных тенденций ослабление с возрастом и ростом квалификации спортсменов влияния общей физической подготовки и физического развития на успешность соревновательной деятельности и усиление влияния технической подготовленности. В наибольшей степени увеличение влияния технической подготовленности происходит на этапе высшего спортивного мастерства. Из всех выявленных факторов показатели специальной физической подготовленности на протяжении всей многолетней подготовки характеризуются наибольшим увеличением факторного вклада. На этапе начальной подготовки его вклад составляет всего 8,12%, а на этапе высшего спортивного мастерства – 23,56%. По динамике факторной структуры подготовленности тяжелоатлетов в целом, можно отметить тенденцию к постепенному увеличению вкладов отдельных факторов (специальная физическая и техническая подготовленность), что свидетельствует о повышении значимости этих компонентов спортивного мастерства, характерном для тяжелоатлетов более высокой квалификации.

Литературы

1. Арзикулов М.У. Спорт такомиллашуви босқичидаги оғир атлетикачиларнинг машғуло туюқламаларини оқилонарежалаштириш услубияти. Монография: -Тошкент.: “O’ZKITOBSAVDO” нашриёти, 2020. - 136 б.
2. Булатова М.М. Теоретико-методические основы реализации функциональных резервов спортсменов в тренировочной и соревновательной деятельности : автореф. дис. д-ра пед. наук. - Киев, 1996. - 50 с.
3. Верхошанский Ю.В. Основы специальной физической подготовки спортсменов. - М.: Физкультура и спорт, 1988. - 332 с.

4. Иванов В.В. Комплексный контроль в подготовке спортсменов. М.: Физкультура и спорт, 1987. - 256 с.
5. Лищенко В.Е. К построению многолетней тренировки высококвалифицированных спортсменов // Теория и практика физической культуры. - 1997. - №3. - С. 21-22.
6. Маткаримов Р.М., Юнусов С.А, Ходжаев А.З. Теория и методика тяжелой атлетики. – Т.: Ilmiytexnikaaxboroti-pressnashriyoti, 2019. – 156 с.
7. Платонов В.Н. Общая теория подготовки спортсменов в Олимпийском спорте: учебник для студентов вузов физического воспитания и спорта - Киев: Олимпийская литература, 1997. - 583 с.
8. Баязитов К.Ф. Факторный анализ основных показателей подготовленности тяжелоатлетов на этапах становления спортивного мастерства “Фан-спорта” илмий-назарий журнали. 2020/5 стр 22-25

ЮНУСОВ С.А. ЮНУСАЛИЕВ О.Н.

/Узбекистан, город Чирчик/ Узбекский государственный университет физической культуры и спорта

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ РАБОТЫ ЛЮДЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ В ОБЛАСТИ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

В статье рассматриваются вопросы подготовки специалистов для работы людей с инвалидностью в области физической культуры и спорта.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, подготовка специалистов

Мақалада дене шынықтыру және спорт саласында мүгедектігі бар адамдардың жұмысы үшін мамандар даярлаудың мәселелері туралы қарастырылған.

Кілт сөздер: дене шынықтыру, спорт, маман даярлау.

Abstract. The article deals with the issues of training specialists for the work of people with disabilities in the field of physical culture and sports.

Keyword: physical culture, sports, training of specialists

В Узбекистане в последние годы осуществляются последовательные меры по популяризации физической культуры и спорта, пропаганде здорового образа жизни среди населения, созданию необходимых условий для физической реабилитации лиц с ограниченными физическими возможностями и обеспечению достойного выступления страны на международной спортивной арене.

Вместе с тем существует необходимость внедрения в практику конкретных программ в сфере физической культуры и спорта, содействующих укреплению здоровья населения, широкого вовлечения молодежи в спорт и отбора среди нее талантливых спортсменов, формирования национальных сборных команд спортсменами-мастерами, обеспечивающими высокие результаты по видам спорта, и создания дополнительных условий для тренеров [1]. Особенно этот вопрос актуален на современном этапе, так как возрастает число людей с ограниченными возможностями, желающих заниматься спортом.

Одними из важнейших требований согласно «Дорожной карте» по реализации в 2020 году концепции развития физической культуры и спорта в республике Узбекистан до 2025 года являются: привлечение к занятиям физической культурой и спортом лиц с ограниченными физическими возможностями и лиц, нуждающихся в социальной защите, а также разработка мер по развитию Сурдлимпийского и Паралимпийского движения; создание условий для занятий лиц с ограниченными физическими возможностями и лиц, нуждающихся в социальной защите, в физкультурно-оздоровительных и спортивных сооружениях, а также их оснащение специальным спортивным инвентарем; разработка современных научно обоснованных методов, программ и технологий для физического

воспитания и занятия спортом лиц с ограниченными физическими возможностями; создание условий для регулярных занятий лиц с ограниченными физическими возможностями физической культурой и спортом в специализированных образовательных учреждениях; разработка нормативно-правовых актов по созданию в детско-юношеских спортивных школах отделений и специальных групп для детей с ограниченными физическими возможностями и т.д.

Целью профессионального образования является формирование молодого специалиста, обладающего набором знаний, умений и навыков, а также специальной подготовкой к профессиональной деятельности. Теоретические знания в области физической культуры, в том числе и адаптивной, складываются из истории физической культуры, закономерностей двигательных действий, принципов воспитания и обучения. Но без углубления специальных знаний в их практическом применении нельзя сформировать высококвалифицированного специалиста, особо остро стоит вопрос практической реализации теоретических знаний для формирования профессиональных навыков в адаптивном спорте. Подтверждением вышесказанного являются результаты анализа анкет студентов вуза. По результатам анкетирования было выяснено, что только около 70% будущих специалистов знакомы с правилами и условиями проведения соревнований среди спортсменов-паралимпийцев [2].

Однако 27,9% студентов имеют представления о правилах проведения соревнований для спортсменов с ограниченными возможностями, тогда как всего 2,1% студентов АФК положительно ответили на этот вопрос. Исходя из полученных данных, можно говорить о том, что независимо от того, получали ли студенты теоретические знания о спортивной подготовке, которая включает в себя все особенности адаптивного спорта, или нет, образовательный потенциал все равно снижается. Скорее всего, истоки такого расклада кроются намного глубже. Если судить об итогах анкетирования в области социального положения адаптивного спорта, можно утверждать, что спортсмены с ограниченными возможностями не достаточно популярны. Около 80% физкультурных вузов считают, что имеет место недостаток информации о паралимпийском движении. Было бы неплохо, если СМИ больше информировали о соревнованиях с участием спортсменов с инвалидностью и пропагандировали паралимпийское движение, что, в свою очередь, привлечет большее количество лиц с инвалидностью к занятиям спортом и поможет им в социальной реабилитации. Хотелось бы отметить особенный интерес будущих специалистов в области физической культуры и адаптивной физической культуры к построению тренировочного процесса спортсменов с ограниченными возможностями. В предлагаемых вопросах о том, какие из видов подготовки (физическая, техническая, тактическая и психологическая) вы считаете наиболее важными в тренировочном процессе спортсменов с ограниченными возможностями, только 4,2% представителей факультета адаптивной физической культуры затруднились ответить. Мнения остальных респондентов распределились следующим образом: 18,9% студентов отдают предпочтение психологической подготовке; 29,1% студентов считают, что в тренировочном процессе спортсменов с инвалидностью должна преобладать техническая подготовка; 47,8% студентов предполагают, что самым важным видом подготовки является физическая.

Нельзя не представить тот факт, что тактическая подготовка, по мнению выпускников, не является столь необходимой, и более 68% опрошенных поставили данный вид подготовки на последнее, четвертое место. Обобщая полученные данные по представленному выше разделу, можно говорить о том, что при подготовке спортсменов с ограниченными возможностями необходимо, прежде всего, уделять внимание становлению физической подготовленности, на базе которой формируются остальные виды подготовленности. Вполне обоснована значимость психологической подготовки для спортсменов с ограниченными возможностями. Высокий спортивный результат в конкретных соревнованиях может быть, достигнут лишь при условии психологической устойчивости и готовности к экстремальным условиям соревнований [3].

Выводы. Исходя из анализа результатов анкетирования, было выявлено, что студенты факультета адаптивной физической культуры получают и владеют теоретическими знаниями о подготовке спортсменов с ограниченными возможностями. Но у некоторых данных 7 студентов нет желания работать в качестве тренера с людьми с инвалидностью, так как они сами не имеют спортивного опыта. Возникает необходимость реализации в процессе подготовки и обучения будущих специалистов в физкультурных вузах те ориентации, навыки, знания и умения, которые в последующем в значительной мере будут определять лицо всей сферы физической культуры, ее реальное место и значимость в обществе. Будущий тренер-преподаватель физической культуры за годы своего обучения в вузе должен приобрести не только знания, но и практические навыки. Профессиональная подготовка студентов физкультурных вузов призвана сформировать знания и умения в сфере общей теории спортивной подготовки. Современная система знаний студентов-выпускников должна предусматривать этапы и результаты исследований, значимых для понимания закономерностей спортивной деятельности, способность вдумчиво характеризовать современное состояние научных знаний, с опорой на которые строится система спортивной подготовки, её ключевые положения, ориентирующие на оптимизацию этой системы, а также условия ее эффективности.

Литературы

1. Верхошанский Ю.В. Основы специальной физической подготовки спортсменов. - М.: Физкультура и спорт, 1988. - 332 с.
2. Иванов В.В. Комплексный контроль в подготовке спортсменов. М.: Физкультура и спорт, 1987. - 256 с.
3. Лищенко В.Е. К построению многолетней тренировки высококвалифицированных спортсменов // Теория и практика физической культуры. - 1997. - №3. - С. 21-22.

Н.НҰРМАҒАНБЕТҚЫЗЫ

/Нұр-Сұлтан қаласы/, Студент, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

Б.Ж.ШАРАПАЕВА

/Нұр-Сұлтан қаласы/, Ғылыми жетекші, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО ТУРИСТСКОГО БРЕНДА КАК ФОРМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ПРОДУКТА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ УСЛУГ

Мақалада халықаралық қызмет нарығында туристік өнімді ілгерілетудегі ұлттық туристік брендті қалыптастырудың маңызы, Қазақстандағы ұлттық туристік брендингтің қазіргі таңдағы даму жағдайы қарастырылады, қалыптасқан туристік брендингтің даму деңгейін алдағы жылдарда жетілдіруге ұсыныстар әзірленеді.

Кілт сөздер: ішкі туризм, кіру туризмі, туристік ағын, туристік бренд, жаһандық брендинг.

Аннотация. В статье рассматривается значение формирования национального туристского бренда в продвижении туристского продукта на международном рынке услуг, современное состояние развития национального туристского брендинга в Казахстане, вырабатываются предложения по совершенствованию сложившегося уровня развития туристского брендинга на ближайшие годы.

Ключевые слова: внутренний туризм, въездной туризм, турпоток, туристический бренд, глобальный брендинг.

Abstract. The article considers the importance of the formation of the national tourist brand in the promotion of the tourist product on the international market of services, the current state of

development of the national tourist branding in Kazakhstan, develops proposals for improving the current level of development of tourist branding in the coming years.

Keywords: domestic tourism, inbound tourism, tourist flow, tourist brand, global branding.

Бүгінде ұлттық туризмді дамыту перспективалары, ең алдымен, Қазақстанды бірыңғай туристік брендімен халықаралық деңгейде тиімді насихаттауға байланысты екені анық. Қазақстан Республикасының тұңғыш президенті, Елбасы Н.Ә.Назарбаев Қазақстан Халқына «Төртінші индустриалды революция жағдайында дамудың жаңа мүмкіндіктері» атты Жолдауында «кез-келген өңір үшін табыстың келешегі бар көздердің бірі кіріс және ішкі туризмді дамыту болып табылады» деп атап өтті.

Ұлттық брендті қалыптастырудың өзектілігін соңғы онжылдықтарда әлемдік туризм қарқынды дамып келуі, бұл саланың ең қарқынды дамып келе жатқан салалардың бірі болуы және әлемдік экономикалық дағдарыс жағдайында да экономиканың тұрақтандырушысы бола алуы дәлелдейді. Туризм индустриясының өсу қарқыны әлемдік экономиканың өсу қарқынынан 1% -ға асып түсуі мүмкін.

Туристік өнім - туристік сапарлар кезінде туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін қажетті қызметтер, жұмыстар, тауарлар кешені.

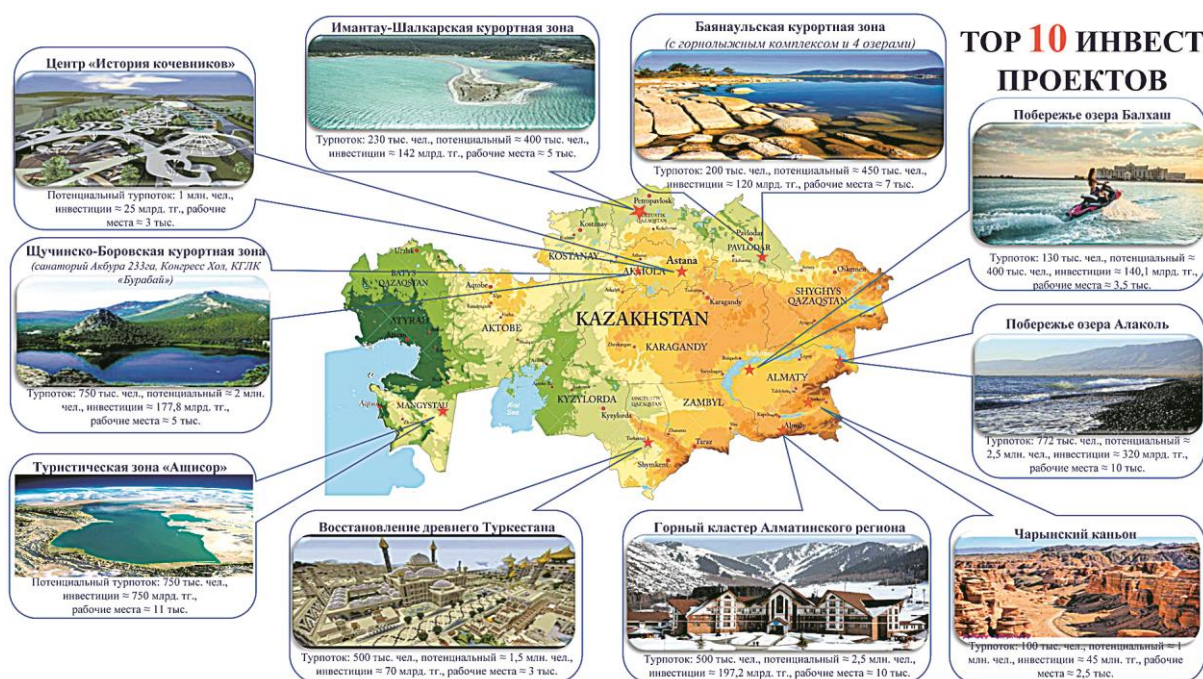
Соңғы онжылдықта брендинг туристер үшін қолайлы және тартымды болып табылатын аймақтық кеңістіктің имиджін қалыптастыруға және қолдау көрсетуге бағытталған, сонымен қатар өзінің туристік әлеуетін бәсекеге қабілетті туристік өнімдерге айналдыру құралдарының бірі ретінде аймақтық туристік өнімдерді құру және насихаттау бойынша ең тиімді маркетингтік технологиялардың бірі болды.

Еліміздің ішкі туристік ағынының жартысын өз кеңістігіне тартатын, туристерді ынталандыру жолдары бойынша үлкен және көптеген жағынан оң тәжірибе жинақталған. Қазақстан туризмді дамыту үшін өте құнарлы болатын жаңа тәсілдер мен маркетингтік инновациялар керек. Олар геосаяси өзгерістерді ғана емес, әлемдегі туризмді дамытудың қазіргі деңгейін, сондай-ақ туристік өнімдерді импорт алмастыру мәселелерін ескеруі тиіс. Мұндай жағдайларда, біздің ойымызша, аймақтық туристік өнімдерді маркетинг миссиясы - өңірлерге туристік ағындарды тартуға және аймақтық туристік өнімдердің қосымша құнын арттыруға ғана емес, сондай-ақ туризм арқылы Қазақстанның әлемдегі өркениеттер арасындағы диалогтың кең ауқымды нысаны ретінде өз позициясын нығайтуға мүмкіндік беруі. Қазіргі заманғы қоғамды дамытудың кезеңіндегі осы диалогтың нәтижелері брендинг технологиясының рөлі мен маңызы тұрақты түрде өсетіні, аймақтық туристік өнімдердің бәсекеге қабілеттілігінің деңгейіне байланысты болады. Осыған байланысты өңірлік туристік өнімдердің брендтерін біздің өркениетіміздің мыңжылдық тарихы бар терең тамырымен байланыстыру қажеттілігі айқын көрініп тұр [1].

2018 жылдың 7 желтоқсанында елдегі туристік брендтің тұжырымдамасының таныстырылымы ішкі туризм индустриясын дамыту мен насихаттаудың негізгі бағыттарына арналған «Travel Media Talks» халықаралық форумы өтті. «Қазақ Туризм» ҰК» АҚ әзірлеген тұжырымдаманың авторларының Action Media (Қазақстан) және Media Gurus Inc. (Канада) біздің еліміздің айқын позициясын қалыптастыруға және шетелдік аудиториялар үшін де, Қазақстан халқының өздері үшін де саяхат жасау үшін Қазақстанды тартымды ететінін дәлелдеді [2]. Тұжырымдаманың негізгі идеясы - Қазақстанды жаңа және зерттелмеген туристік бағыт ретінде ұсыну. Бұл жағдайда басты мақсат - елдің барлық туристік мүмкіндіктері туралы жергілікті халыққа ғана емес, әсіресе шетелдік аудиторияға нақты хабарлау, сондай-ақ оларға осы мүмкіндіктерді пайдалануға мүмкіндік беру. Басқаша айтқанда, оларға елді жаңа бренд ретінде дәріптеу.

Аймақтармен бірлесе отырып, республикалық туризмді дамыту картасы жасалды, оған облыстық маңызы бар 50-ге жуық жоба кірді: ішкі және кіретін туристерді тартудың «магниті» (Медеу, Шымбұлақ, ЕХРО мұражайы, Бәйтерек, Қожа Ахмет Яссауи мавзолейі және басқалар) және республикалық маңызы бар 10 жоба - «туристік өсу нүктелері» (Алматы

облысындағы тау кластері, Алакөл, Балқаш, Бурабай, Каспий теңізіндегі (Ашхисор), Шарын каньоны және басқаларындағы санаторлық-курорттық аудандар).



Ескертпе – ақпарат [3] негізінде автормен жасалған

Сурет 1. 10 басым инвестициялық жобалар

Алғашқы 10 басым инвестициялық жобалар жылына 3,2-ден 13 млн-ға дейін туристерді 4,2 есе ұлғайта алады, 64 мың қосымша жұмыс орындары құрылады, жылына 6,5 млрд доллар инвестиция тарту мүмкіндігі пайда болады. Республикалық картаның барлық нысандарында біздің министрлік өңірлермен бірлесіп, жеке инвесторлар мен халықаралық қаржы институттарын, соның ішінде Азия Даму Банкі мен Дүниежүзілік банктің қатысуымен дамудың бас жоспарларын әзірлейді. Сонымен бірге жергілікті атқарушы органдар бұрын бекітілген өңірлік бағдарламалар шеңберінде туристік инфрақұрылымды дамыту бойынша жұмысын жалғастыруда.

Қасиетті мұраны жаһандық брендинг ретінде ұсыну үшін телеарнамен бірге BBC World New каналымен бірлесе айналым бойынша келесі кинолар көрестіле бастады: «Сакральная география Казахстана», «Золотой воин», «Мавзолеи Ходжи Ахмед Йассауи и Айша-Биби», және BBC World New, Discovery, Viasat History, National Geographic каналдарында Castlefilm американдық компаниясымен бірлесе түсірілген «Кюлтегин. Новый взгляд» фильмі мен «Земля номадов» картинасы көрсетілді. Барлық кино картиналар – БҰҰ-ның 6 тілінде дубляждалып ұсынылды [4].

Бренд қалыптастыруда негізгі міндеттердің бірі - өнімді жылжыту (сату). Қазақстанда кәсіпкерліктің өз өнімдерін жылжыту үшін жеткілікті технологиясы жоқ. Өнімнің нарыққа шығуы үшін стандартты жарнама - бұл жарнама, PR мақалалары, жарнамалық акциялар. Сонымен қатар, өнімнің өзі және оның тауар белгісі тек физикалық қасиеттерге ие - дәм, иіс, түс, яғни, бәсекелестіктің артықшылығы жоқ. Брендтің тұтынушыларды сатып алуға ынталандыратын негізгі компоненті жоқ - яғни эмоциялар, яғни, бренд.



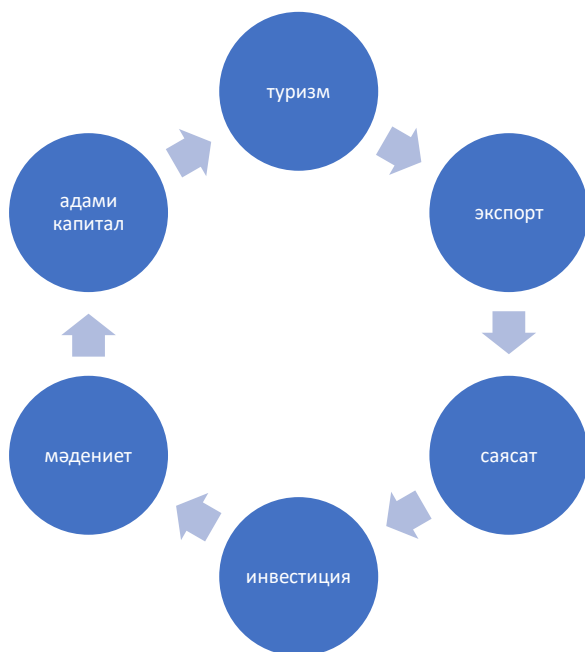
Ескертпе - [5] ақпарат негізінде автормен жасалған

Сурет 2. «KazakhstanTourism» 2018 жылғы шығындары

Айта кетсек, Туризм индустрия комитетінің және де «KazakhstanTourism» ұлттық компаниясы өткен жылғы елді танымал қылып, имиджін қалыптастыру мақсатында көптеген іс-шаралар ұйымдастырды. Мысалы, 20 табиғи жерлерге экспедиция ұйымдастырылып, соған 172,8 млн теңге көлемінде қаражат жұмсалынды. Сурет 2 көрсетілгендей 8 халықаралық көрмелерде Қазақстанның стендтерін ұйымдастыруға 162 млн теңге жұмсалынған. Туристерге еліміз туралы ақпарат алуға жеңіл болу үшін арнайы «KazakhstanTravel» туристік портал құрылды. Және де барлық іс-шараға жарнамалар теледидардан және радиодан таратылды, дегенмен 31,8 млн. тенге қаржы жұмсалғанымен оның қайтарымы әлсіз болды, сонымен қоса тек қана жергілікті деңгейде таратылды. Ақпараттық және блогерлер турына 32,3 млн. тенге қаражат жұмсалды, барлық іс шара басшылықтың көзқарасымен өте жақсы ұйымдастырылғанымен елімізді бренд ретінде қалыптастырып және танымал етуге әсері әлсіз болды.

Оңтайлы туристік брендті қалыптастыруда жаңа сипаттағы туристік өнімді әзірлеуде бірқатар кедергілер бар, соның бірі жоғарыда аталып өткендей туризм саласында үш түрлі ұйым жүзеге асырған іс-шаралар іс-әрекеттердің үзілуіне және сәйкессіздігіне байланысты нәтиже бермейтіндігі.

1998 жылы Анхолт алғаш рет елдер мен ұлттар сауда маркаларына және брендтерге теңестіруге болады деп тұжырымдама жасаған. Алайда оның айтқан идеясы қолдау таба алмады. Осыған қарамастан Анхолт өзінің тұжырымдамасын ары қарай жетілдіріп, 2002 жылы ұлттық брендтердің алтыбұрышы атты тұжырымдамасын ұсынды.



Ескертпе – [6] ақпарат көзінен алынған

Сурет 3. «Ұлттық брендтер алтыбұрышы»

12-суретке келетін болсақ, бұл алтыбұрыш мемлекетті халықаралық деңгейде бренд ретінде қалыптастырып жылжытуды көрсетеді. Алтыбұрыштың әр бұрышы тең маңызға ие, жекелей тоқтала кететін болсақ:

- Адами капитал елдегі білім деңгейі, жұмыс күшінің квалификациясы, қоғамның ашықтығы мен дискриминацияның жоқтығы, ұлттың қонақжайлылығымен өлшенеді.

Қазақстан адами капитал бойынша: қазіргі таңда білім деңгейі жоғары, жұмыс күші квалификациясы бәсекелестіктің болуына байланысты өте жоғары, елімізде 132 ұлт өкілдерінің бейбіт елде өмір сүруі дискриминацияның жоқтығын дәлелдейді және де қазақ ұлты ежелден қонақжайлылығымен танылған.

- Экспорт бойынша шет елге шығарылатын өнімнің сапасы мен бәсекеге қабілеттілігі бойынша анықталады.

Қазақстан экспорт бойынша: жоғарыда атап өтілгендей «Қазақстанда жасалған» өнімдерге сұранысты ұлғайту, бұл жағдайда «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымымен «KazakhExport» акционерлік қоғамы бірлесе отырып ұлттық өнімдерді тасымалдау мен жылдытуды қамтамасыз етуі қажет.

- Саясат, елдің тыныштығы мен әр ұлт өкілдерінің бейбіт елде өмір сүруін қамтамасыз ету.

Қазақстан саясат бойынша: ел тыныштығы қамтамасыз етілген, сонымен қатар «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымы Қазақстан Республикасының сыртқы істер министрлігімен бірлесе отырып елге келген шет елдік туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз етуі қажет. Сонымен қатар, шет елдік азаматтарды миграциялық тіркеу бойынша ақпараттандырып, тіркеу процесін жеңілдеті отыра, туристер көп келетін мемлекеттің азаматтарына визалық немесе миграциялық тіркеу бойынша жеңілдіктер жасау. Және де, еліміздегі барлық елшіліктерде «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымының ақпараттық офисін жарнамалау, ақпаратты жеткізу мақсатында ашу ұсынылады.

- Инвестиция, елге қаржылай және адами ресурстарды тарту тартымдылығымен анықталады.

Қазақстан инвестиция бойынша, «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымы мен «Kazakh Invest» акционерлік қоғамы елге жергілікті немесе шет елдік компаниялардан инвестиция тартымдылығын арттыру және сенімді бизнес орталығына айналдыру мақсатында бірлесе қызмет атқаруы тиіс. Сонымен қатар, жергілікті немесе шет елден инвестиция тарту

барысында жүзеге асырылатын жоба мүмкіндігінше Отандық өнімдерді қолдануға ынталандыруы қажет.

- Мәдени мұра бойынша, елдің ұлттық мұрасын әлемнің қабылдауы, отандық мәдениетке кино, музыка, бейнелеу өнері, әдебиет және спорт арқылы баға беруі жатады.

Қазақстан мәдени мұра бойынша, «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымы мен «Қазақфильм» акционерлік қоғамы түсірген фильмдерге жарнама жасап, ұлттық фильмдерді шет ел нарығына шығуға көмектесуі қажет. Сонымен қатар, отандық кинофильмдерді шет тілге аударылуына ат салысып, шет елдегі кинотеатрларында көрсетуге ықпалын тигізуі тиіс және әлемдік деңгейдегі фестивальдарға қатысу мүмкіндігіне ие болу. Спортқа келетін болсақ, әлем бойынша шахмат, бокс, жеңіл және ауыр атлетика, вело жарыстар бойынша Қазақстан алдыңғы қатарлы елдер сатында. Енді елді спорт саласы бойынша бренд ретінде жылжытуда спорт саласы бірқатар демеулерді қажет етеді.

- Туризм, туристердің елге деген қызығушылығы және елдің туристік демалыс ретінде тартымдылығымен сипатталды.

Қазақстан туризм бойынша, Қазақстан әлемде туризм саласы бойынша бренд ретінде қалыптасуы бойынша 2018 жылы 53 орында және де брендтің құны 167 миллиард АҚШ долларын құрайды. Бұл көрсеткіш 2017 жылдан 8% - ға артқандығын көрсетеді, бұл өсімнің ең басты себебі ретінде еліміздің бас қаласында өткізілген EXPO көрмесінің орын алуы болып табылады. Бұл көрсеткіш іске асырылған шараның эффективтілігін көрсетеді.

Top 100 most valuable nation brands 51-100

Rank 2018	Rank 2017	Nation Brand	Brand value (USD bn) 2018	% change	Brand value (USD bn) 2017	Brand rating 2018	Brand rating 2017
51	50	Pakistan	196	15%	171	A	A
52	52	Peru	168	1%	166	A+	A+
53	53	Kazakhstan	167	8%	154	A+	AA-
54	54	Hungary	149	15%	129	A+	A+
55	55	Slovakia	123	18%	104	A+	A+

Ескертпе – [7] ақпарат көзінен алынған

Сурет 4. «Ұлттық брендтер құны индексі» – Қазақстанның алатын орны

Туристік бренд ретінде елді халықаралық деңгейде жылжыту Анхолт ұсынған Ұлттық брендтердің алтыбұрышымен толық қамтылған жағдайда эффективті түрде жүзеге асырылады. Қазақстанның қазіргі таңдағы бренд ретінде қалыптасуының нәтижесіне сүйене отыра, жоғарыда келтірілген алты бұрыш бойынша жүзеге асырылса, акционерлік қоғамдар мен «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымы бірлесе жұмыс жасаса ғана оңтайлы нәтижеге қол жеткізуге болады. Себебі, жоғарыда келтірілген алты бұрыштың кейбіреулері назарсыз қалдырылса немесе ең төмен жағдайда болса, басқа факторлардың толығымен дұрыс нәтижеге жетуіне кері әсерін тигізеді.

Қазіргі таңда халықаралық деңгейде Қазақстанның туристік брендин қалыптастыру маңызды және де қазіргі таңдағы еліміздің әлем бойынша алатын орны 53 болып табылады. Сондықтан, келер жылдары бренд ретінде танылу бойынша жоғарғы орындарға ие болу мақсатында бірқатар шешімдердің қабылдануы қажет болып табылады. Осы орайда, дипломдық жұмыстың негізінде бірқатар өзгерістерді енгізу ұсынылды, соның ішінде, «Kazakh Tourism» ұйымын «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымы ретінде ребрендинг жасау, мемлекеттік маңызы бар, туристік орта деп танылған қала, аймақтарда Visit... (қазіргі Welcome to Nur-Sultan немесе Visit Almaty) туристік құралын жүзеге асыру. Бұл 2020 жылға дейін Қазақстанды туристік бренд ретінде ел ішінде және халықаралық деңгейде жүзеге асырып, жылжытатын бірыңғай мекеменің болуы стратегиялық мақсатқа нақты қол жеткізуге мүмкіндік беретінін айқындайды. Себебі, жоғарыда айтылып өткендей, ұсынылған

«VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымы «KazakhInvest», «Kazakh Film», «Kazakh Export» секілді басқа мекемелерден қолдау табуы қажет.

Сонымен қатар, Анхолттың ұлттық брендтер алтыбұрышы арқылы еліміздің брендін танымал етіп, экономикамыздың дамуына үлес қосу қажет. Осы орайда алтыбұрыштың адами капитал, экспорт, саясат, мәдени мұра, туризм, инвестиция пунктіне сай қызмет атқаратын «KazakhInvest», «Kazakh Film», «Kazakh Export» секілді отандық компаниялар «VisitQAZ» немесе «VisitKZ» ұйымымен бір мақсатты көздей отыра, еліміздің брендін қалыптасуына және одан әрі жетілуіне үлесін қосу қажет.

Алдағы уақытта осы ұсыныстарды жүзеге асыра отыра, Қазақстанның әлемдік деңгейдегі орнын алдыңғы қатарға жылжыту және де брендтің құндылығын жоғарылату арқылы Қазақстанды халықаралық деңгейде туристік бренд ретінде қалыптастыруға, еліміздің ұлттық әлеуетін жоғарылатуға, мәдени мұра құндылығын арттыруға, жергілікті және шет елдік инвестициялар ағымын көбейтуге, Отандық өнім сапасын жоғарылатып сұранысын арттыруға, кино спорт саласы бойынша халықаралық деңгейде танылуға, еліміздің экономикасының дамуына қарқынды үлес қосуға мүмкіндік туады.

Әдебиеттер

1. Bieger, T. (1997). TourismusAusbildungsland Schweiz (Tourism education country Switzerland). NeueZürcherZeitung, 6.3.1997,
2. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А., Туризм как вид деятельности. Оқулық. Басылым “Финансы и статистика”. 203 – 288 б.
3. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: ЖОО –ға арналған оқулық/Ағылш. аударылған – М.:ЮНИТИ, 19987-7876.
4. Шигапова К.Г. Бренд и имидж территорий: характерные отличия [Электрондық қор]. - Кіру тәртібі: http://conference.osu.ru/assets/files/conf_reports/conf9/346.doc
5. [Электрондыққор]. - Кіру тәртібі: https://mks.gov.kz/rus/informery/komitety/komitet_industrii_turizma/
6. [Электрондыққор]. - Кіру тәртібі: <http://qaztourism.kz/activities/mainAct>
7. [Электрондыққор].-Кіру тәртібі: <https://mks.gov.kz/rus/informery/komitety/>

А.А.ГАРИФУЛЛИНА

/Алматы/, Студент, Казахский Национальный университет имени аль-Фараби

Б.К. КАЗБЕКОВ

/Алматы/, Научный руководитель, Казахский Национальный университет имени аль-Фараби

ЗАИМСТВОВАНИЕ НОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КАЗАХСТАНА

В статье рассматривается заимствование новых технологий для устойчивого развития Казахстана.

Ключевые слова: технология, развития, инвестиция.

Мақалада Қазақстанның тұрақты дамуы үшін жаңа технологияларды пайдалану қарастырылады.

Кілт сөздер: технология, даму, инвестиция.

Abstract. The article considers the borrowing of new technologies for the sustainable development of Kazakhstan.

Keyword: technology, development, investment.

Успехи казахстанской экономики за последние годы, стабилизация экономического положения, не снимают с повестки дня сохраняющуюся сырьевую направленность развития страны. Ведущие политики и экономисты связывают дальнейшее устойчивое развитие республики с привлечением в экономику иностранных инвестиций, технологий и прежде всего инноваций для достижения долговременных целей создания в Казахстане цивилизованного общества, характеризующегося высоким уровнем жизни населения. Всего за период независимости в казахстанскую экономику привлечено более \$122 млрд. прямых иностранных инвестиций [1]. Однако, сейчас очевидно, что одни только иностранные инвестиции не смогут поднять нашу экономику. Вместе с тем, они могут послужить катализатором, стимулом развития и роста внутренних инвестиций. Приток зарубежных капиталовложений жизненно важен для обеспечения выхода из современного структурного несоответствия, стабильного подъема экономики. Опыт развивающихся стран показывает, что инвестиционный бум в экономике начинается с приходом иностранного капитала, а создание собственных передовых технологий в ряде стран также начиналось с освоения технологий, привнесенных иностранным капиталом [2] при наличии стимулирующих финансовых мер и механизмов.

В этой связи, в рамках осуществляемых в КазНУ им. аль Фараби научно-исследовательских проектов нами проводятся исследования, информационный поиск данных по новым технологиям и инновациям, а также финансовым механизмам, разработанным за рубежом с целью выявления наиболее приемлемых из них для выработки практических рекомендаций и последующего использования в реальном секторе национальной экономики Казахстана. Нами рассматривалось успешное применение финансовых инноваций в некоторых зарубежных странах. При этом, особое внимание исследователя привлекает роль государства в стимулировании инновационной деятельности. Как правило, в такой политике важное место отводится также налоговым мерам. Например, в большинстве развивающихся стран введение налоговых стимулов было вызвано стремлением правительств склонить частный бизнес к более активному участию в финансировании национальных научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР).

Весьма интересный опыт в этом плане накоплен в Южной Корее, где правительство не только финансирует, но и постоянно направляет и контролирует всю инновационную деятельность. Основная ее задача — решение ключевых проблем экономики Южной Кореи. Инновационный процесс в стране разделен на три направления:

- 1) базовые общепромышленные технологии и НИОКР;
- 2) создание технологий среднесрочной перспективы и среднесрочные НИОКР;
- 3) НИОКР технологий следующего поколения. Для координации инновационной деятельности правительство Южной Кореи создало Национальный комитет по стандартизации, возглавляемый премьер-министром страны. Для финансирования НИОКР наряду с традиционными источниками финансирования применяется система «залога технологий» по рыночной стоимости.

Южная Корея - страна, стимулирующая нововведения путем развития инновационной инфраструктуры, обеспечения восприимчивости к достижениям мирового научно-технического прогресса, координации действий различных секторов в области науки и технологий.

Инновационные сети возникли преимущественно в высокотехнологических отраслях, таких как биотехнология, информация и связь. Они отличаются высокой специализацией, поддерживают тесные связи с высшей школой, государственными НИИ и частными фирмами. Как правило, они склонны к географической консолидации и действуют в рамках региональных агломераций. Примером могут быть Долина Даедук, Технопарк Поханг и Долина Тегеран вокруг Сеула. Так, наукоград Долина Даедук строится по принципу Силиконовой долины, по сути своей является региональной инновационной системой со всеми присущими ей элементами: институтами разной природы, инфраструктурой, технологическим бизнес-инкубатором и высокотехнологичными промышленными фирмами.

Биотехнологический кластер Долины Даедук, к примеру, консолидируется вокруг холдинга ИнБиоНет, который в 1996 г. отпочковался от крупного государственного института – бизнес-инкубатора. Он включает 14 компаний, специализирующихся на различных направлениях биотехнологий, и отличается необычайно высокой эффективностью: так, всего за 7 лет со дня основания холдинг нового типа с 40 занятыми разработал более 40 технологий и получил 17 патентов на изобретения. Одновременно с участием в сети Долины Даедук он участвует в 8 других инновационных сетях.

Суть всех институциональных инноваций в Южной Корее состоит в активной поддержке технологического и бизнес сотрудничества традиционных и новых институтов, их сетевого взаимодействия на новой основе, открытости и использовании мультипликационного эффекта региональной кластеризации [3] при развитых финансовых механизмах стимулирования.

В Нидерландах выработана особая схема налоговых льгот, ориентированная на привлечение исследовательского персонала в частные компании. Правительству Нидерландов отводится важная роль в содействии структурным преобразованиям и экономическому росту на инновационной основе, поскольку инновационные процессы подвержены негативному воздействию отдельных рыночных и конъюнктурных факторов, которые необходимо корректировать. Эффективное налоговое стимулирование инновационных процессов, формирование благоприятных правовых и институциональных рамок для функционирования инновационной экономики являются важными условиями развития экономики.

Экономика Нидерландов и Казахстана имеют примерно одинаковый потенциал. Во-первых, страны имеют одинаковое количество населения, несмотря на такую разницу в территории. Также, территориальное расположение стран имеет стратегическое важное место в своих регионах. Нидерланды являются страной-портом, связывающий страны Евросоюза вместе, Казахстан расположен между двумя континентами, что дает дополнительное преимущество для притока иностранных инвестиций в сферу инноваций. Данные схожие черты в политико-географическом аспекте подталкивают Казахстан перенять голландский опыт стимулирования инновационной деятельности.

Вопрос о налоговом стимулировании научно-исследовательских работ в отечественной практике пока не получил окончательного решения. Так, право отнесения на вычеты затрат на научно-исследовательские работы Налоговым кодексом предоставляется на основании технического задания и акта приемки завершенных этапов. Вычет расходов по основным средствам производится в порядке, установленном для фиксированных активов. В Казахстане на развитие науки выделяется чуть более 0,2% ВВП, для сравнения, в Нидерландах данный показатель составляет 2%.

Масштабное финансирование НИОКР, пилотные разработки и тем более их серийное освоение в стране отсутствуют. Важно, не нарушая действующий порядок казахстанского законодательства по вычетам на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, ввести дополнительные налоговые преференции для частных вложений в реализацию проектов, освободить от корпоративного налога доходы, полученные от реализации инновационной продукции, и т.п. [4].

Особого внимания требуют налоговые элементы инновационного стимулирования. В настоящее время в отечественной практике они отсутствуют. Необходимо специальное стимулирование производственного тиражирования технологических инноваций, включая все составляющие инновационного потенциала – от создания либо приобретения научных разработок до формирования технических и инфраструктурных возможностей предприятия к внедрению инноваций, а также обеспечения восприимчивости и заинтересованности персонала в реализации новшеств.

Понятно, что это предполагает наличие системы персональных налоговых стимулов в отношении личных доходов и инвестиций физических лиц. Для самих юридических лиц актуально встраивание инноваций в общую систему инвестиционных преференций в виде

повышенных вычетов по расходам на НИОКР по аналогии голландской системы, освобождения от налогообложения доходов от патентов, льготного налогообложения доходов инновационных фирм.

Выбор мер налогового стимулирования зависит от стратегической определенности видов экономической деятельности, поддерживаемых государством. В Казахстане созданы специальные экономические зоны, это 6 стратегических районов, каждая СЭЗ имеет ряд приоритетных направлений льготного налогообложения. В Голландии таких зон три и все они функционируют на острове Кюрасао, где сконцентрирована основная часть экономики Нидерландских Антильских островов.

Необходимо ввести такие инструменты по всей территории Казахстана. Для поощрения широкомасштабных инвестиций в производстве должны применяться низкая налоговая ставка, ускоренная налоговая амортизация, отказ от налога у источника выплаты при репатриации прибыли, налоговые льготы для высококвалифицированных иностранных специалистов, работающих на проекте. Для роста вновь создаваемых компаний эффективно использование налоговых каникул по социальным отчислениям для определенных категорий работников, зачет вложений физических лиц в создаваемую компанию при расчете сумм индивидуального подоходного налога, возможность возмещения за счет денежных средств из бюджета налоговых кредитов на проведение НИОКР. Все это, безусловно, предполагает необходимость дальнейшей оптимизации отечественной налоговой практики в отношении реального сектора, ее гармонизацию с международными стандартами.

Результат исследования: Таким образом, опираясь на опыт развитых стран мира, в частности на опыт Нидерландов, государственную поддержку необходимо в первую очередь направлять на стимулирование инновационной деятельности малого и среднего бизнеса. Необходимо ввести в казахстанскую практику статус молодой инновационной компании, что позволит направить государственную поддержку именно в сферу инновации. Так же, необходимо изучить пример сотрудничества образовательных структур и инновационных компаний в создании бизнес-инкубатора, например, как при университете Роттердама в Нидерландах.

Вывод: Резюмируя изложенное можно констатировать, что рассмотрен интересный и весьма ценный материал, представляющий большой научный и практический интерес у нас в Казахстане. Его необходимо внимательно изучить в преломлении к условиям в нашей экономике, поскольку в большинстве случаев это испытанные и хорошо зарекомендовавшие себя механизмы, но в нормальных условиях сложившегося рынка развитых стран.

Литературы

1. С. Белашко «Казахстан-страна, которую выбирают инвесторы». Казахстанская правда. 17.11.2012 г.
2. Мутанов Г.М. «Инновации: создание и развитие». – Алматы: Казак университеті, 2012. – 244 с.
3. Ни Д. «Стимулирование развития научной и инновационной деятельности Южной Кореи».
4. Цой Е.О., Ибраева А.Ж. «Налоговое стимулирование как один из основных инструментов инновационной политики Нидерландов».

А.М.СЕЙДІЛЛА

/Нұр-Сұлтан/, Студент, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

А.Е.ЕСЕНБАЕВА

/Нұр-Сұлтан/, Ғылыми жетекші, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

ТУРИЗМ ЖӘНЕ СЕРВИС САЛАСЫН ЖАҢҒЫРТУ ЖОЛДАРЫ

Мақалада еліміздегі және шетелдік туризмнің қазіргі жағдайы және алдағы уақытта дамытудың жаңа нұсқасы қарастырылған.

Кілт сөздер: Сервис, туризм, экономика, инфрақұрылым.

В статье рассматривается современное состояние внутреннего и зарубежного туризма и новые возможности для дальнейшего развития.

Ключевые слова: Сервис, туризм, экономика, инфраструктура.

Abstract. The article considers the current state of tourism in the country and abroad and a new option for future development.

Keywords: Service, tourism, economy, infrastructure.

Туризм — экономиканың табысты саласы, ол еліміздің валюталық жағдайын жақсартып қана қоймай, жалпы ішкі өнімді толықтырудың көзі болып табылады. Әлемдік тәжірибеде туризм ерекше табыс көзіне айналып отыр. Халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайын көтерудің ең тиімді жолы да туризмді дамыту болып саналады. Туризм – әрі экономика, әрі саясат. Мемлекет басшысының туризм кластерін дамыту арқылы Қазақстанның халықаралық беделін көтеру, сала жұмысының тиімділігін арттыру арқылы оны табыс көзіне айналдыру жайлы үкімет алдына мәселе қойып отыр. Туристік кластерді дамытуда қызмет көрсетушілер, немесе Қазақстанға шетелдік туристерді тартуда қызмет ететін туристік агенттіктердің орны үлкен. Мейманханалардың, демалыс үйлерінің және көлік кешендерінің қызметтері де туристік бизнестің маңызды буыны болып табылады. Туризм бүгінгі күнде жай ғана демалыс емес, қай мемлекетте болмасын шағын және орта бизнесті дамытатын қозғаушы күш. Бұл сала сонымен қатар, валюттік түсімдердің қайнар көзі әрі жергілікті халықты жұмыспен қамтамасыз етудің де құралы.

Туризмдегі мемлекеттік реттеу жүйесін жетілдіру туристік қызметті жүзеге асырудың өзгерген әлеуметтік—экономикалық жағдайларға толықжауап беретін мақсаттарына, қағидаттарына және міндеттеріне сай жаңа көзқарастарды талап етеді. Бүгінгі таңда атқарушы билік органдарымен туризм саласында әрекет ететін ұйымдардың арасындағы өзара іс-қимылды реттеудегі мемлекеттің ролін арттыру қажет. Саланы орталықтандырып басқару Қазақстан Республикасының Туризм және спорт жөніндегі агенттігіне жүктеледі. Туризмді кешенді дамытудың табысты іске асырылуын қамтамасыз ету саланы мемлекеттік басқару әдістерін дұрыс таңдауға тікелей байланысты. Қазіргі уақытта, саланы мемлекеттік реттеу мынадай шараларды жүзеге асыруға бағытталуға тиіс[1]:

- Республикалық және аймақтық деңгейлерде туризмді дамыту саясаты мен жоспарлауды үйлестіру;
- туристік индустрия саласындағы қарым-қатынасты ретке келтірумен жетілдіруге бағытталған заңнамалық және нормативтік құқықтық базаны қамтамасыз ету;
- сапалы туристік өнімнің ажырамас бөлігі ретінде туристерді қорғауды және олардың қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
- статистиканы және зерттеу қызметін жетілдіру;
- білім және оқу стандарттарын қоса алғанда, туризмге арналған кадрларды кәсіптік даярлау;
- туризм саласында мүдделі министрліктер мен ведомстволар, сондай-ақ мемлекеттік және жеке секторлар арасында жоғары деңгейдегі үйлестіруді қамтамасыз ету;
- туризмді дамытудың нақты аудандарында жерді пайдалануды және құрылыс салу нормаларын қолдануды бақылау;

- тарифтерді, туристік ұйымдардың, тасымалдау-шылардың қызметін лицензиялауды, туристік объектілердің сапасын және қызмет көрсетудің стандарттарын бақылау;
- ел беделін қалыптастыру, қазақстандық туристік өнімнің маркетинг және жылжытылуы жөніндегі басым шараларды белгілеу, оның ішінде туристік көрмелерді және басқа іс-шараларды ұйымдастыру;
- халық арасында туризм құндылықтарын және қоршаған ортаны қорғауды насихаттау;
- халықтың түрлі әлеуметтік-демографиялық санаттарымен топтары арасында әлеуметтік туризмді дамыту үшін қолайлы жағдай жасау;
- визалық және кедендік рәсімдерді барынша оңайлату;
- мемлекеттің туристік көрнекті орындарын құру және қорғау.

Шетелде Қазақстан туралы сапасы жоғары полиграфиялық және аудиобейне жарнама материалдарын шығару және белсенді түрде тарату қажет. Қазақстанға туристерді таруға өлкетану жарияланымдары, жарнама баспа қызметі, оның ішінде туристік фирмалар мен қонақ үйлердің жарнама-баспа қызметі өз ықпалын тигізеді. Жаңа ақпараттық технологияларды пайдалануға, оның ішінде Интернет жүйесінде Қазақстанның туристік фирмаларының WEB-сайттарын құруға айрықша мән беру қажет. Туристік ағынды жөнелтуші елдердің туристік агенттіктері мен бұқаралық ақпарат құралдары өкілдеріне арнап Қазақстан бойынша танысу саяхаттарын ұйымдастырудың тиімділігі мол болады. Қолайлы туристік беделді құруға Қазақстанда халықаралық дәрежеде әртүрлі мәдени, спорттық және туристік іс-шаралар өткізу ықпал етеді. Қазақстанның туристік беделін қалыптастыруда есепке алудың компьютерлендірген бірыңғай жүйесін іске қоса отырып, республика аумағына шетелдік азаматтардың кіруі, шығуы мен болуы тәртібін, визалық және кедендік рәсімдерді оңайлатудың зор мәні бар. Сондай-ақ, қонақжай республика беделін жасауға туристер жиі болатын орындарға қазақша, орысша мәтіндеріне латын транскрипциясымен қоса берілген ақпараттық жазбалардың жасалуы мен орнатылуы өз септігін тигізеді.

Шетелдермен салыстырғанда, Қазақстандағы туристік қызметтердің тым баяу қарқында жүзеге асып жатқаны байқалады. Қазақстандық және шетелдік азаматтардың әртүрлі туристік қызметтерге қажеттілігін қанағаттандыру үшін кең мүмкіндіктерді қамтамасыз ететін қазіргі заманғы тиімділігі жоғары және бәсекеге қабілетті туристік кешен құру, саланы дамытудың экономикалық және құқықтық тетіктерін әзірлеу әрі Қазақстанның туристік өнімінің сапасын қамтамасыз ету біздің алдымызда тұрған ең маңызды мәселелердің бірі болып табылады [2].

Туризм дамуын тежейтін факторлар төмендегі суретте көрсетілген.



Сурет 1. Қазақстан Республикасында туризмді дамытуға кедергі ететін негізгі экономикалық факторлар.

Қазақстан Республикасының рекреациялық ресурстарын түгендеу және олардың мониторингі жөніндегі жұмыстарды ұйымдастыру қажет. Экономиканың саласы ретінде

туризмді ғылыми қамтамасыз ету үшін оны болжауды және дамытуды тиісті ғылыми құрылымдар қажет. Проблеманы шешудің ықтимал шешімі ретінде туризмнің ғылыми-зерттеу институтын құру ұсынылады. Қазіргі кезде Қазақстанда 270 лицензия алған туристік фирмалар жұмыс істейді. Оның 83 % халықаралық туризммен шұғылданады [3]. Соған қарамастан Қазақстан жерлері туризмді қазірше жоғарғы табысты қызмет сферасы деп қарамайды. Олар қаржы шығаруға жүрексінеді. Себебі өндіріс саласындағы салық салудың жеңілдіктеріне, жоғарғы табысқа қызығыды.

Қазақстан әлемде туристік бағытта әлі де болса белгісіз ел. Сондықтан Қазақстанның туристік бейнесін көтеру үшін бірқатар кең көлемде шаралар қажет. Негізгі шаралардың бірі туристік фирмалар мен агентстволардың халықаралық туристік жәрмеңке, көрме конференция т.б. әлемдік деңгейдегі шараларға қатысуы және Қазақстан жерінде де өткізу. Қазақстанда Еуразияның қоғамдық және мәдениет орталығын жасау үшін конгрестік туризмді дамыту маңызды. Туризм саласында халықаралық ынтымақтастық жұмыстарын жүргізудің ЮНЕСКО және БЭСҰ бағдарламаларына қатысу, екі сондай-ақ көп жақты шет елдік мемлекеттермен келісім жасау. Туристік бет-бейнені қалыптастыру үшін туристік хабарлама орталықтарын ұйымдастыру, сондай-ақ шет елдердегі Қазақстан елшілігіндегі өкілетті тұлғаларды араластыру жұмыстарына көңіл бөлуі керек. Еліміздің туристік қуатын жарнамалауда ұлттық әуе қатынасын және басқа да транспорттық кәсіпорындарда пайдалана білу.

Қазақстанның туристік бет-бейнесін көтеруде Республика территориясына келіп кету тәртібін жеңілдетуі, кедендік шараларды бір тұтас компьютерлендіру жүйесін енгізу, туризмді экономиканың табысты салаларының біріне айналдыру, Республиканың туристік потенциалын дамыту, мәдениет тарихын және табиғи байлықтарымызды сақтау және ұтымды пайдалану, туристік ресурстарды барлық халықтық қол жеткізу мүмкіншілігіне көңіл бөлу, тұтынушыларды максималды қанағаттандыру, халықты ынталандыру, мемлекеттік және жеке меншіктік туризм сферасының тиімділігін арттыру, орта және шағын кәсіпкерлерді дамыту.

Туристік саланы дамыту мемлекетаралық байланыстар мен мәдениетті күшейтуге, шетел валютасының ағынын ұлғайтуға, төлем теңгерімінің өсуіне, тауарлар мен қызметтер экспортын ынталандыруға, халықтың жұмыспен қамтылуын арттыруға, инфрақұрылымдық объектілерді салу мен қайта жаңартуға, сондай-ақ экономика салаларын әртараптандыруды жеделдетуге ықпал етеді. Нәтижесінде Қазақстанда жаңа жұмыс орны құрылады, ал барлық мүдделі тараптар – мемлекеттер, бизнес пен қызметкерлер үшін туристік қызметтен түскен таза пайда артады.

Қазіргі таңда басты мәселелердің бірі кіру және ішкі туризмін пайдаланып, бәсекеге қабілетті туристік индустрияны қалыптастыру, халықты жұмыс орындарымен қамтамасыз ету, мемлекеттің және халықтың табыстарын өсіру болып табылады. Бұл мақсатқа жету үшін мына міндеттерге жетуіміз керек:

- туризмді мемлекеттік реттеудің тиімді механизмін қалыптастыру;
 - туризм инфрақұрылымын дамыту;
 - республиканың туристік әлеуетін арттыру;
 - тарихи-мәдени және табиғи-рекреациялық ресурстарды сақтау және ұтымды пайдалану;
 - елдің туристік тартымды имиджін қалыптастыру;
 - шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту болып табылады.
- Бұл міндеттерді іске асыру үшін мемлекеттік реттеу жүйесін дамыту:
- қазақстандық түрөнімді жылжытуда маркетингті қолдану;
 - экологиялық және жастар туризмін қалыптастыру;
 - туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
 - туризм саласындағы ғылыми зерттеулерді тереңдету;
 - туризм саласындағы кадрларды даярлау мен олардың біліктілігін арттыру жүйесін дамыту;
 - туристік объектілерді қайта жаңғырту мен салу үшін отандық және шетелдік инвестицияларды тарту жолымен туризм инфрақұрылымын дамытуды ынталандыру.

Осы салада халықаралық қарым-қатынастар орнату мәселелерін шешу қажет. Республикада Қазақстан Орталық-Азия аймағында тартымды туристік аймаққа айналуы үшін нақты жағдайлар жасау. Жалпы алғанда Қазақстандағы туризмге талдау нәтижесі бойынша, құрылымындағы өзгерістер мен бірге, шығу және ішкі туризм көрсеткіштерінің өсімі, туристік фирмалар саны мен табысының өсуі байқалады. Дегенмен, Қазақстан елдегі барлық туристік әлеуетті қолдана алмай отыр, сондықтан басты міндеттердің бірі туризмде тартымды түрөнімді қалыптастыру болып отыр.

Туризмді дамытудың тиімділігі тек қана сапалы қызмет көрсету арқылы жетістіктерге жетуге мүмкіндік береді. Біздегі туристік қызметтерді жоғары деңгейге жеткізу үшін ең алдымен туристік имидж деген ұғымды түсініп алуымыз керек. Сонымен қатар, еліміздегі көрікті жерлерді, тарихи орындарды жарнамалау және сервистік қызмет көрсету жағын дұрыс жолға қою қажет. Туризмнің қырсырын жете меңгерген мамандарды жұмыс пен қамтып туризмге лайықты жерлерге баратын жолдарды жөндеу керек. Шетелдік клиенттермен жұмыс істеу дағдыларын қалыптастыру қажет. Сата алу, аңыз құрастыру, туристік өнім туралы ақпаратты дұрыс ұсына алу қажет.

Әдебиеттер

1. Қазақстанның ресми туризм порталы: <https://primeminister.kz/kz/news/interviews/intervyu-o-razvitiit-turistskoy-otrasli-v-kazahstane-chto-privlekaet-inostrancev-i-kakoy-region-yavlyaetsya-liderom-po-ekoturizmu>

2. Қазақ туризм әдебиет сайты: <https://www.mbie.govt.nz/immigration-and-tourism/tourism/tourism-recovery/>

3. Қазақстан Республикасының статистика агентігі: stat.gov.kz

М.С. ЖАРДАЕВА, А.Ә ИСАБЕКОВА

/Алматы/, Студенты, КазНУ им. аль-Фараби

С.Т.КАРГАБАЕВА

/Алматы/, Научный руководитель, КазНУ им. аль-Фараби

ВЛИЯНИЕ И РАЗВИТИЕ ПАНДЕМИИ КОРОНАВИРУСА НА ИНДУСТРИЮ ТУРИЗМА: НОВЫЕ ТРЕНДЫ И АНТИКРИЗИСНЫЕ МЕРЫ

Аннотация. Пандемия коронавируса в начале 2020 г. оказала большое влияние на состояние и дальнейшее развитие практически всех сфер мирового хозяйства, в том числе и туризма. Такого тяжелого кризиса в туристском бизнесе не наблюдалось со времен Второй мировой войны. В статье рассматриваются новые возможности и вызовы этого серьезного испытания для всего туристского рынка. Было проанализировано влияние пандемий на развитие туризма, рассмотрено влияние пандемии Covid-2019 на состояние и развитие сферы туризма — турпотока, поступления от международного туризма. Был проанализировано видение развития туризма и сопряженных с ними отраслей, цепочки создания добавленной стоимости в условиях пандемии в некоторых странах на начало мая 2020 года. Выявлены основные подходы к ограничительным мерам. Представлены возможные прогнозы развития сферы туризма после пандемии Covid-2019. Проанализированы государственные меры по поддержанию экономики в целом и в частности сферы туризма.

Ключевые слова: кризис, туризм, экономика, пандемия, Covid-19, ограничения, правительство.

Коронавирустық Пандемия 2020 жылдың басында әлемдік экономиканың барлық салаларының, соның ішінде туризмнің жағдайы мен одан әрі дамуына үлкен әсер етті. Туристік бизнестегі мұндай ауыр дағдарыс екінші дүниежүзілік соғыстан бері байқалған жоқ. Мақалада бүкіл туристік нарық үшін осы маңызды сынақтың жаңа мүмкіндіктері мен

сын-тегеуріндері қарастырылады. Пандемияның туризмді дамытуға әсері талданды, Covid-2019 пандемиясының туризм саласының — туристік ағымның жай-күйі мен дамуына, халықаралық туризмнен түсетін түсімдерге әсері қаралды. 2020 жылдың мамыр айының басында кейбір елдерде пандемия жағдайында туризмді және онымен байланысты салаларды дамыту, қосылған күн тізбегін құру туралы көзқарас талданды. Шектеу шараларының негізгі тәсілдері анықталды. Covid-2019 пандемиясынан кейін туризм саласын дамытудың ықтимал болжамдары ұсынылған. Жалпы экономиканы, атап айтқанда туризм саласын қолдау жөніндегі мемлекеттік шаралар талданды.

Кілт сөздер: дағдарыс, туризм, экономика, пандемия, Covid-19, шектеулер, үкімет.

Введение. Сектор туризма в настоящее время является одним из наиболее пострадавших от вспышки Covid-2019, которая оказывает влияние как на предложение, так и на спрос на туристские поездки. Ситуация усугубляется в связи с ослаблением мировой экономики, геополитической, социальной напряженности.

Туризм является одной из самых быстроразвивающихся отраслей в мире. Туристский рынок имеет огромное значение в мировой экономике, мировой сектор путешествий и туризма в 2018 году обеспечил 10,4% мирового ВВП, а темпы роста отрасли в денежном выражении превзошли все ожидания [1]. Но с распространением пандемии туристская отрасль оказалась на сегодняшний день самой незащищенной и самой пострадавшей. Конечно, пока рано давать оценки, но уже и сейчас ясно, что туризм из всех отраслей народного хозяйства страдает от пандемии больше всего. Как известно, «родина» нового коронавируса COVID-19 – Китай. В стране были вынуждены раньше всех ввести строгие карантинные меры, ограничив перемещение граждан. Чтобы замедлить распространение инфекции, многие страны запретили въезд китайским гражданам, но как показало время, эти меры оказались запоздалыми. Тогда туристический рынок впервые почувствовал серьезное потрясение, ведь путешественники из КНР – самые активные туристы в мире в настоящее время, и до 2020 года рынок выездного туризма из Китая был самым быстрорастущим в мире. Это послужило первым сигналом к обрушению мирового рынка туризма. К апрелю 2020 года большинство стран закрыли свои границы и ограничили авиасообщение. Туристические компании, отели и авиакомпании возвращают деньги за бронирование. Закрываются гостиницы, рестораны, объекты показа, а соответственно и все, что работало на туризм. Так, сфера путешествий и связанные с ней области оказались замороженными до момента, пока мир не победит пандемию COVID-19. Всемирный совет по туризму и путешествиям подсчитал, что до 50 миллионов человек, задействованных в туристической отрасли, могут лишиться работы из-за коронавируса. Больше всего пострадают азиатские страны, доходы от туризма в которых составляют значительную часть ВВП – это Китай, а именно Гонконг и Макао, Таиланд, Камбоджа, Филиппины. Но и европейский туризм не избежит тяжелых последствий. Есть оценки, что мировой туризм потеряет из-за коронавируса один триллион долларов! А ведь это только предварительные прогнозы, которые сделаны экспертами в самом начале пандемии, без учета надвигающегося глобального кризиса. Тем не менее, туризм как отрасль не исчезнет, а значит необходимо уже сейчас осмыслить и спрогнозировать его развитие после пандемии, что и делается экспертами.

Целью исследования: является понять влияние пандемии Covid-2019 на состояние и развитие сферы туризма.

Задачи исследования: проанализировать развитие туризма и сопряженных с ними отраслей, цепочки создания добавленной стоимости в условиях пандемии в некоторых странах; определить основные подходы к ограничительным мерам; представить возможные прогнозы развития сферы туризма после пандемии Covid-2019; проанализированы государственные меры по поддержанию экономики в целом и в частности сферы туризма.

Обзор литературы

В научных работах, посвященных исследованию рынка туризма, исследований анализирующих влияние пандемий на рынок туризма немного. В своей работе Ф. Брукле отмечал, что взаимодействие между пандемией и путешествиями имеет ключевое значение для понимания безопасности здоровья и глобальных изменений [2]. Хотя исследования в области туризма разработали, по крайней мере, поверхностную реализацию потенциальных системных последствий глобального изменения климата, не было такого же признания системных последствий пандемий, поскольку исследования направлены на то, чтобы сосредоточиться на воздействии отдельных стран, а не на уровне системного уровня и уязвимостей. Исследователи В. Браун, С. Ахмад, С. Бек и Дж. Нгуен-Ван-Там [2] продемонстрировали важную роль воздушного путешествия в ускорении и усилении распространения гриппа и коронавирусов. В ряде исследований были предупреждения о том, что пандемии представляют серьезную угрозу для общества и туризма, как со стороны туризма [3].

Методы и материалы исследования: В данном исследовании применялись теоретические методы, методы системного анализа, эволюционно-институциональной теории, теории производственно-технологической сбалансированности.

Результаты и их обсуждение

Угроза заражения изменила отношение потребителей к поездкам, сформировала новые ожидания туристов, новые требования к путешествиям, что неизбежно влечёт за собой новые характеристики туристских предложений. Согласно материалам VCG, опрос жителей разных стран показал в качестве ключевых критериев при выборе провайдера туристских услуг следующие: высокие стандарты санитарной безопасности, немногочисленность, соблюдение социального дистанцирования.

В июне 2020 г. подобный опрос проводился среди казахстанцев. Выявленные основные тенденции в подходе к планированию будущих поездок, в целом, характеризуют довольно осторожное покупательское поведение: основная часть опрошенных, в первую очередь, отдаёт предпочтение возможности бесплатной отмены бронирований. В сентябре 2020 года было проведено исследование общественного мнения о распространении коронавируса. Авторы исследования отмечают, что большинство казахстанцев (42%) не испытывают беспокойства по поводу распространения коронавируса, но продолжают соблюдать все необходимые меры предосторожности, при этом женщины заявляли об этом чаще мужчин (44% против 40%) [4]. Большинство экспертов сходятся во мнении о том, что сложившаяся в 2020 году ситуация приведёт к значительным изменениям на рынке мирового туризма, в том числе, и изменениям в предпочтениях туристов и формате путешествий.

Аналитическая часть

По данным Всемирного совета путешествий и туризма (WTTC), который представляет международную индустрию туризма, вклад туризма в мировую экономику в 2019 г. составил 8,9 трлн долл. или 10,3% мирового ВВП. По оценкам Совета, на индустрию путешествий и туризма приходится 330 миллионов рабочих мест по всему миру (1 из 10 рабочих мест в мире) [14]. В начале 2020 г. все страны охватила пандемия нового вида коронавируса, COVID-19, объявленная Всемирной организацией здравоохранения. На рисунке 1 представлена динамика международных туристских прибытий за период с января по март 2020 г. по сравнению с аналогичным периодом 2019г.

По данным Всемирной туристской организации, количество международных туристских прибытий в первом квартале 2020 года снизилось на 22% в сравнении с тем же периодом 2019 года. В марте 2020 года по миру путешествовало на 67 млн чел. (-57%) меньше относительно аналогичного периода прошлого года. [4-5]

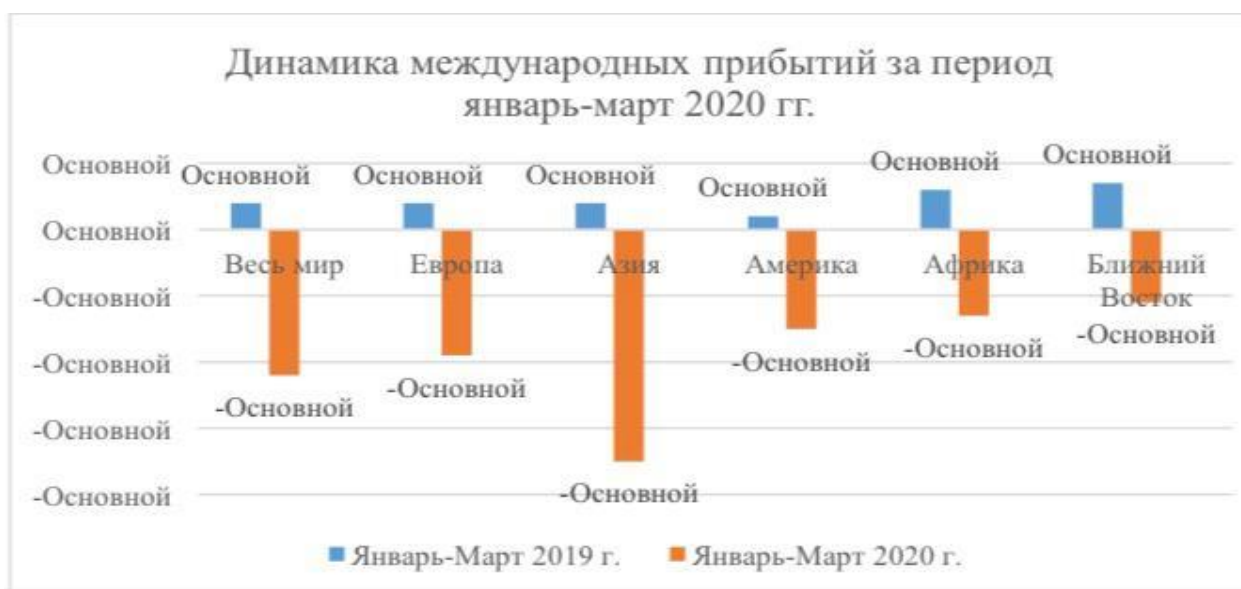


Рис. 1. Динамика международных прибытий за период январь-март 2020 г.

Больше всего сократился туристский поток в Азию (на 35% или 31,9 млн чел.), второе место занимает Европа (на 19% или 22,9 млн чел), далее идет Америка (на 15% или 8,1 млн чел.), африканские страны потеряли 13% прибытий (1,9 млн чел.), страны Ближнего Востока 11% прибытий (1,8 млн чел.). При этом эксперты Всемирной туристской организации (ВТО) прогнозируют снижение количества международных путешествий по всему миру на 60–80% по итогам 2020 года, число увольнений в этом секторе растет с ошеломляющей скоростью – в один миллион рабочих мест в день, и 75 млн рабочих мест находятся под «непосредственным риском», а общие потери туристского сектора составят к концу года порядка 2,1 трлн долл.

Предложения, современные тенденции влияющие на развитие сферы туризма.

Сценарные прогнозы Всемирной туристской организации указывают на оживление рынка в 2021 г., а также на то, что возврат к уровню 2019 г. займет от 2,5 до 4 лет. Не вызывает сомнений, что потребуются беспрецедентные меры по выходу отрасли из глубочайшего кризиса. Как показывает опыт первых месяцев работы в условиях действия разного рода ограничений, предлагаемые механизмы поддержки отрасли должны помочь быстро адаптироваться к новой, слабо предсказуемой реальности с учетом ключевых трендов в туризме, которые стали актуальными в связи с распространением коронавируса. В этом контексте следует обозначить следующие современные тенденции, влияющие на определение стратегических направлений процессов восстановления и дальнейшего развития сферы туризма. [8]

Первое – островизация (автономизация) туристских рынков. В чрезвычайных условиях страны действуют по принципу «каждый сам за себя», внедряя политику «государственного эгоизма» в части ограничения или полного запрета экспорта важнейших медицинских изделий и лекарственных препаратов, а также ряда продовольственных товаров. Учитывая, что на данный момент трудно определить, когда закончится пандемия, каждая страна самостоятельно принимает решение об открытии границ и доступности передвижений для граждан.

Второе – приоритетность вопросов обеспечения безопасности и охраны здоровья туристов. В будущем при выборе места отдыха люди будут ориентироваться на «защищенность» территории посещения от различных инфекционных заболеваний, на уровень медицинской помощи и стоимость возможной профилактики. Большое значение будет придаваться также поддержанию политики «социального дистанцирования», предполагающей минимизацию контактов, а также снижение плотности посетителей в транспорте, гостиницах, ресторанах и т. д. В условиях запуска внутреннего туризма ключевым фактором возобновления работы объектов проживания и посещения также станет

неукоснительное выполнение ими санитарно-эпидемиологических требований, а также соблюдение мер безопасности в случае выявления больных. В то же время страх заболеть повысит и личную ответственность туристов, которые все больше будут уделять внимания страхованию жизни при оформлении туров и определению соответствия мест планируемого посещения требованиям безопасности в плане профилактики заболеваний, уровня медицинского обслуживания, организации работы служб спасения и скорой помощи, доступности информации о существующих угрозах и скорости реагирования на жалобы отдыхающих. На задачах обеспечения безопасности и восстановления доверия к туристским объектам страны сосредоточил усилия Казахстан, который в ноябре 2020 г. получил специально разработанный знак Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC) по безопасности и гигиене Safe Travels . Знак позволяет определить, в каких странах приняты стандартизированные глобальные протоколы здравоохранения и гигиены для обеспечения безопасных поездок.

Третье – изменения в спросе на туристские услуги, что обусловлено длительным нахождением людей дома, организацией работы в удаленном формате, психологическими переживаниями, снижением доходов, стремлением к посещению природных территорий и оздоровлению. В связи с этим целесообразно создание новых объектов круглогодичного доступа в области медицинского, оздоровительного, спортивного, гастрономического, экологического туризма для обеспечения новых приоритетных потребностей клиентов туристической отрасли. Деятельность туроператоров и турагентств переориентируется с массового туризма на индивидуальные туры и онлайн-продажи, вырастет спрос на индивидуальных гидов и гидов-водителей, на прокат автомобилей. Специалисты турбизнеса отмечают, что уже сегодня увеличивается категория путешественников, называемых «цифровыми кочевниками» (digital nomads), совмещающих длительные путешествия с удаленной работой . В связи с этим весомым конкурентным преимуществом некоторых туристских территорий в будущем будет качество предлагаемой информационной инфраструктуры.

Четвертое – цифровизация отрасли. В последние годы в туризме активно используются разные цифровые технологии, но кризис спровоцировал резкое повышение их значимости. Новыми элементами цифровой экосистемы в туризме уже становятся виртуальные туры и экскурсии (тысячи природных и культурных объектов по всему миру открыли доступ к своим ресурсам), рост сервисов удаленной работы, бесплатные образовательные курсы в онлайн-формате для людей, оставшихся без «активной» деятельности, и другое. Значительное внимание уделяется применению цифровых технологий для борьбы с распространением коронавируса на объектах туризма, например, для информирования граждан и контроля за их передвижениями, для проверки путешественников, отслеживания обращений и др.

Пятое – экологизация туризма: в условиях противостояния пандемии сектор экотуризма приобретает все большую популярность, неизбежно отклоняясь от процесса «озеленения» видов экономической деятельности, связанных с оказанием туристско-рекреационных услуг. В русле развития экотуризма рассматриваемые страны не только обладают значительным потенциалом, но и проводят активную политику по его планированию, регулированию, поддержке, продвижению и мониторингу, опираясь на международные рекомендации по устойчивому развитию . Следует признать, что и в России, и в Китае, и в Казахстане растет спрос на отдых и активный досуг в природных условиях и, прежде всего, на посещение заповедников.

Шестое – усиление государственной поддержки отрасли, что в условиях пандемии нашло отражение во всех рассматриваемых странах, которые сфокусировались на снижении административного регулирования, мерах налогового стимулирования, прямой финансовой помощи и иных формах поддержки .

Заключение. Данный кризис является примером того, что никогда нельзя подготовиться ко всему. Никто и догадаться не мог, что в 2020 году люди не смогут путешествовать по миру и будут обязаны сидеть дома и соблюдать режим самоизоляции. Уже бесспорно, что мир после устранения коронавирусной угрозы будет уже другим, изменятся условия для трансграничных перемещений, на первый план выйдет проблема обеспечения медицинской безопасности. Понадобится пересмотреть содержание и механизмы реализации двусторонних и многосторонних программ по трансграничным туристским маршрутам в части внедрения и соблюдения международных медико-санитарных правил в процессе организации путешествий, а также в развитии сотрудничества в таких сферах, как страхование и оказание экстренной помощи туристам во время путешествий, обеспечение комфортной и безопасной перевозки пассажиров, защищенность каналов связи передачи данных. Странам придется обеспечить взаимный обмен информацией и опытом по вопросам обновления стратегий развития туризма с фокусом на повышение готовности отрасли оперативно и эффективно реагировать на кризисы в будущем. Интеграционные процессы в сфере туризма в перспективе будут строиться не только на принципах взаимной выгоды и совместного развития, но и на обоюдной ответственности и готовности к кризисам.

Литературы

1. Как изменится туризм во время пандемии в 2020 году. Отдых в России: проект о туризме. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/russia/novostiturizma-v-rossii/kak-izmenitsya-turizm-vo-vremya-pandemii-v-2020-godu/> (дата обращения: 10.05.20).
2. Международные туристические поездки. Tohology: проект о туризме. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwtostatistika-mezhdunarodnyh-poezdok> (дата обращения: 11.05.20).
3. Новости COVID-19. ЮНВТО: официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.unwto.org/ru/news/covid-19> (дата обращения: 10.05.20).
4. Некоторые страны открывают свои границы. Интерфакс: туризм. [Электронный ресурс]. URL: https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/69919/ (дата обращения: 11.05.20). © Гениевская Ю. С
5. АО НК «Kazakh Tourism» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://qaztourism.kz/ru>
6. Интернет-торговля в России 2019. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://datainsight.ru/sites/default/files/DI_Ecommerce2019.pdf (дата обращения 05.12.2020).
7. Итоги летнего туристического сезона 2020. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://welcometimes.ru/opinions/itogi-letnego-turisticheskogo-sezona-2020> (дата обращения 15.12.2020).
8. Какие тренды будут влиять на туризм в 2021 году. [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ratanews.ru/news/news_29122020_5.stm (дата обращения 29.12.2020).

А.Е. КАДЫРОВА

/Алматы/, Студент, КазНУ им. аль-Фараби

С.Т.КАРГАБАЕВА

/Алматы/, Научный руководитель, КазНУ им. аль-Фараби

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ, КАК СПОСОБ УЛУЧШЕНИЯ СЕРВИСА

Аннотация. В статье рассматривается изучение особенности трансформации розничной торговли в период пандемии, а также анализ ее основных тенденций и трендов в сфере обслуживания.

Ключевые слова: туризм, экономика, пандемия, Covid-19, ограничения.

Мақалада пандемия кезіндегі бөлшек сауданың өзгеру ерекшеліктерін зерттеу, сондай-ақ оның қызмет көрсету саласындағы негізгі тенденциялары мен тенденцияларын талдау қарастырылған.

Кілт сөздер: туризм, экономика, пандемия, Covid-19, шектеулер.

Традиционно ритейл был в числе передовых отраслей в области инноваций. Пандемия ускорила процесс преобразования. Компании, имеющие масштабируемые цифровые возможности и инфраструктуру смогли относительно хорошо адаптироваться к существующей ситуации, в то время как те, у кого их не было таких возможностей, были вынуждены пытаться не только предпринять немедленные действия, но и разработать свои стратегии изменений. Ограничения, введенные во время пандемии COVID-19, способствовали трансформации старых и генерации новых трендов развития розничной торговли, что привело к изменению привычной деятельности.

Целью научного исследования является изучение особенности трансформации розничной торговли в период пандемии, а также анализ ее основных тенденций и трендов в сфере обслуживания.

Предметом научного исследования является изучение цифровой трансформации розничной торговли в период COVID-19.

Объектом научного исследования является розничная торговля. Метод научного исследования. Для проведения исследования были использованы такие методы, как изучение научных и профессиональных публикаций, методы сравнения, прогнозирования и т.д. В качестве источников данных были использованы актуальные статистические данные, научные публикации.

За последние десятилетия мир стремительно движется к экономике нового типа, где основным инструментом ее формирования становятся цифровые технологии. В современных условиях информационные технологии и цифровая трансформация являются основным фактором технологических перемен и условием обеспечения конкурентоспособности.

В Казахстане в 2020 году в связи с карантином в апреле и последующими ограничениями ретейлеры, базары и прочие розничные точки продаж по РК наторговали продукции на 495,7 млрд тенге — на 40,9% меньше, чем в апреле прошлого года. С учётом инфляции реальное падение торговых объёмов составило сразу 44,7% за год. К марту текущего года реальный спад в секторе составил 41,4%.

За январь–апрель объёмы розничной торговли составили 2,87 трлн тг — на 5,9% меньше, чем за первые четыре месяца прошлого года. Реальное сокращение объёмов достигло 11,8%. В минусе абсолютно все регионы РК, без исключения (см.табл.1.).

В «карантинном» апреле доля продовольственных товаров в общем объёме розничных продаж ожидаемо составила сразу 51,5% (255,4 млрд тг). Для сравнения: в целом за январь–апрель на долю продовольствия пришлось всего 36,6% от всех покупок казахстанцев (1,05 трлн тг). Продтовары обычно составляют около трети от общего объёма розничной торговли.

Тенге потерял 9,1% своей стоимости по отношению к доллару в этом году, но реальный эффективный обменный курс по отношению к корзине валют основных торговых партнёров Казахстана в марте оставался неизменным [1].

Серьезным компенсирующим фактором выступила онлайн-торговля, востребованность которой выросла на фоне всеобщего режима самоизоляции населения. Выиграли от пандемии в первую очередь ретейлеры, большую часть оборота которых обеспечивает онлайн-торговля. В качестве положительных сторон пандемии ретейлеры выделяют возможность оптимизации бизнес-модели, издержек, совершенствование digital-направления и клиентского сервиса.

Таблица 1. Розничная торговля за апрель 2020 года

Розничная торговля. Апрель (млрд, тг)					
	Апрель 2020 г	ИФО (%)		Январь- апрель 2020 г.	ИФО к январю-апрелю 2020 г.
		К марту 2020 г.	К апрелю 2019		
Казахстан	495,6	58,6%	55,3%	2874,10	88,20%
Акмолинская	11,0	53,2%	60,1%	66,8	92,5%
Актюбинская	32,1	69%	72,50%	151,5	92,8%
Алматинская	25,3	79,4%	79,40%	115,1	95,4%
Атырауская	16,2	59,3%	63%	90,1	90,5%
ЗКО	18,0	62,9%	60,4%	94,7	89,4%
Жамбылская	14,7	58,6%	60,7%	85	92,0%
Карагандинская	53,0	59,7%	64,3%	289,1	93,2%
Костанайская	19,7	67,7%	70,2%	94,4	95,4%
Кызылординская	17,1	57,2%	71,2%	87,8	93,3%
Мангистауская	9,7	65,4%	72,1%	49,7	95,3%
Павлодарская	17,2	53%	53%	102,1	87,2%
СКО	13,2	65,4%	67,8%	67,9	91,7%
Туркестанская	9,7	77,3%	68,8%	42,2	91,0%
ВКО	50,5	59,2%	60,1%	265,4	90,8%
г. Нур-Султан	56,6	70,9%	0,56 Р	289,4	82,4%
г. Алматы	113,9	49,60%	39%	873,5	83,0%
г. Шымкент	17,8	59%	58%	100,5	93,6%

Расчеты ranking.kz на основе данных КС МНЭ РК

Для реализации цифровой трансформации в розничной торговле используются три основные технологии: аналитика данных, искусственный интеллект и Интернет вещей. В настоящее время аналитика данных используется на всех этапах процесса розничной торговли:

- прогноз спроса позволяет снизить затраты на логистику, повысить точность доставки нужных товаров, снизить количество остатков в магазине, увеличить товарооборот, косвенно увеличить трафик;
- оптимизация цен позволяет розничным торговцам определять, когда снижать или повышать цены, используя различные алгоритмы аналитики. Можно осуществлять мониторинг уровней запасов, отслеживание требований, автоматическое реагирование на рыночные вызовы в режиме реального времени и мониторинг действий конкурентов;
- алгоритмы анализа данных могут использоваться для прогнозирования будущих тенденций на основе данных о покупках.

Прогнозируемые тенденции помогают определить, что нужно продвигать для увеличения доходов, а что нет;

- используя аналитику на основе данных и фильтры прогнозирования рисков, розничные продавцы могут получить представление о своей существующей и потенциальной клиентской базе, это может помочь им смоделировать ожидаемую реакцию на маркетинговую деятельность на основе того, как они оцениваются с точки зрения склонности к покупке или покупке;

- идентификация клиентов также имеет важное значение в аналитических данных, так как это помогает в определении того, какие клиенты будут склонны к выбору конкретного товара.

Именно поэтому большинство ретейлеров используют технологии рекомендательного механизма, основанного на данных, получаемых через транзакционные записи, а также онлайн- и офлайн-программ лояльности [2].

С помощью аналитика данных розничные игроки могут использовать прошлые данные для прогнозирования ожидаемого роста продаж, анализируя тенденции поведения клиентов. Это помогает предприятиям розничной торговли оставаться конкурентоспособными [3].

Внедрение технологий искусственного интеллекта в Интернет-магазины позволяет розничным компаниям продвигать свои товары или услуги на основе анализа поведения клиентов и истории покупок. Офлайн-магазины также могут использовать потенциал искусственного интеллекта для определения того, что нравится или не нравится клиентам, и прогнозировать будущие продажи. Таким образом, общий опыт становится интерактивным для клиентов.

Технологии искусственного интеллекта позволяют розничным компаниям обрабатывать огромные массивы накопленных данных о клиентах для последующего их анализа. Речь идет о пользовательском контенте, анализ которого дает возможность создавать персонализированный покупательский опыт, позволяющий изменять обслуживание в соответствии с потребностями клиентов. Более того, розничные продавцы могут прогнозировать, насколько хорошо товар будет продаваться на рынке, извлекая уроки из прошлого опыта.

С помощью современного оборудования для наблюдения, основанного на технологиях искусственного интеллекта, ретейлеры могут фиксировать и изучать поведение покупателей в магазинах. Это помогает им понять уровни взаимодействия с клиентами при планировании магазина и оптимизировать операции для увеличения доходов. Кроме того, видеоаналитика может повысить безопасность в магазине и снизить вероятность кражи. С помощью технологий искусственного интеллекта можно контролировать данные наблюдения в режиме реального времени, а владельцам и администраторам магазинов можно отправлять уведомления для быстрого реагирования. По данным компании Tractica, ритейл на сегодняшний день является крупнейшим сектором в области использования систем видеоаналитики, объемом около 800 млн долл. в 2019 г. и ростом до 1,1 млрд долл. в 2022 г. и среднегодовым темпом роста около 20% [4].

Роботы, оснащенные датчиками IoT, способные самостоятельно доставлять товары, могут значительно преобразовать сектор розничной торговли. В последнее время многие страны, в том числе Китай и США, развернули использование роботов для обеспечения беспилотной доставки товаров в условиях COVID-19. Роботы также могут выступать в качестве представителя службы поддержки, это позволяет сократить нагрузку на персонал. Выполняя простые задачи инвентаризации, роботы освобождают человеческий персонал, чтобы сделать упор на качественное обслуживание клиентов.

«Умные полки», оснащенные RFID метками, датчиками веса и считывателями для сканирования товаров как на складе, так и на полках-витринах позволяют узнать, когда уменьшается количество товара на полках или когда товар неправильно размещен на полке. Кроме того, поскольку каждая метка RFID подключена к считывателю, интеллектуальные полки могут отслеживать кражи в магазине, экономя средства, затрачиваемые на установку камер слежения и оплату труда сотрудников службы безопасности.

Автоматические кассы с использованием IoT позволяют резко сократить очереди на кассах и тем самым привлечь дополнительных покупателей. По оценкам специалистов компании McKinsey, автоматизированные кассовые системы могут сократить потребность в персонале кассиров до 75% [5].

Подводя итоги, можно сделать следующие выводы. Цифровая трансформация в розничной торговле предполагает пересмотр каждого аспекта бизнеса - от поиска

поставщиков до управления запасами, управления персоналом и обучения и управления клиентским опытом.

Для успешного осуществления цифровой трансформации ретейлерами должна быть выработана стратегия управления изменениями, необходимо осуществить диагностику текущего состояния компании и оценку ее готовности к цифровой трансформации, сформировать понимание целевого состояния компании, разработать дорожную карту преобразований, включающую в себя, в том числе, выбор технологий, особое внимание нужно уделить формированию цифровой команды.

Цифровая трансформация может способствовать удержанию клиентов и достижению высокого уровня их удовлетворенности, позволяя предлагать покупателям необходимые им услуги и продукты. Аналитика больших данных, сервисы на основе определения местоположения и мобильные приложения существенно изменили методы ведения бизнеса розничными продавцами. Розничные продавцы, способные эффективно применять современные технологии, не просто выживут, но и будут процветать.

Литературы

1. Информация взята с сайта : <https://24.kz/ru/news/economy/item/396491-roznichnye-prodazhi-vo-vremya-karantina-upali-pochti-vdvoe-v-kazakhstane>
2. The key drivers of digital transformation in retail : <https://www.information-age.com/key-drivers-digital-transformation-retail-123488893/>
3. Digital transformation in the retail industry: empowering it to deliver strategic value to business: <https://www.intersystems.com/resources/detail/digital-transformation-retail-industry-empowering-deliver-strategic-value-business/>
4. 4 Retail Industry Challenges That Predictive Analytics Can Solve: <https://www.quantzig.com/blog/retail-industry-predictive-analytics>
5. Winning in a digital era McKinsey&Company. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/future-of-retail-operations-winning-in-a-digital-era>

А.Р. ОСПАНОВА

/Нұр-Сұлтан/, Студент, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ

А.Е. ЕСЕНБАЕВА

/Нұр-Сұлтан/, Ғылыми жетекші, Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ

ҚАЗАҚСТАНДА СПОРТТЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Мақалада спорттық туризмді дамыту мүмкіндіктері қарастырылған. Спорттық туризм - бұл тәуелсіз және әлеуметтік бағдарланған сала, жеке тұлғаның рухани және физикалық дамуының тиімді құралы.

Кілт сөздер: туризм, спорт, инфрақұрылым.

Аннотация. В статье рассматриваются возможности развития спортивного туризма. Спортивный туризм - самостоятельная и социально ориентированная сфера, эффективное средство духовного и физического развития личности..

Ключевые слова: туризм, спорт, инфраструктура.

Спорттық туризм - бұл тәуелсіз және әлеуметтік бағдарланған сала, қоғамның маңызды қабатының өмір салты; жеке тұлғаның рухани және физикалық дамуының тиімді құралы; табиғатқа ұқыпты қарауға, халықтар мен ұлттар арасындағы өзара тәрбие мен өзара сыйластыққа тәрбиелеу. Егер туризмнің осы түріне арналған инфрақұрылымды дамытсақ, онда еліміздің экономикасы мен беделін айтарлықтай көтеруге болады.

Әлемдік практикада спорттық туризмнің дамуы бірегей қоғамдық құбылыс болып табылады [1]. Бұған халықтың барлық санаттары мен жас топтары үшін материалдық, спорттық туризмнің, сондай-ақ Қазақстан аумағының үлкен бөлігінің спорттық туристік іс-шараларға жарамдылығы қызығушылық пен қол жетімділікке ықпал етеді.

Туристік индустрияға инвестициялар тарту жөніндегі мемлекеттік саясатты іске асыру мақсатында туризм және спорт саласындағы уәкілетті орган туризм саласындағы неғұрлым өзекті инвестициялық жобаларды бағалау және іріктеу жөніндегі жұмыс комиссиясын құрды, оның құрамына «Самұрық-Қазына» ұлттық әл-ауқат қоры АҚ, «Қазақстанның Даму Банкі» АҚ және «Даму» кәсіпкерлікті дамыту қоры АҚ өкілдері кіреді. Бүгінгі таңда бес отырыс өткізіліп, оның барысында 34 жоба қаралды. Осылайша, кейбір инвестициялық жобалар мақұлданды және одан әрі іске асыру үшін ұсынылды. Осы жобаларды іске асыру жаңа жұмыс орындарын құруға ықпал етеді және жұмыссыздық деңгейінің айтарлықтай өсуіне жол бермейді [2]. Перспективада мемлекеттік деңгейде іске асырылатын республиканың спорттық туризмін дамытуға қатысы бар кейбір аса маңызды жобалар:

- «Медеу-Шымбұлақ» тау шаңғысы курорты. «Шымбұлақ» тау шаңғысы курорты тау шаңғысы трассаларының күрделілік санаты бойынша әлемдік көшбасшылардың ондығына кіреді. Бүгінгі таңда тау туризмі мен ойын-сауық нарығындағы Шымбұлақтың үлесі 86% - ды құрайды. Қазіргі уақытта тау шаңғысы курортының өткізу қабілеті күніне 2000 адамды құрайды, оны құрылыс аяқталған кезде 6000 адамға дейін жеткізу жоспарлануда. Еңбек ресурстары - құрылыс кезеңінде 200 адам, пайдалану кезеңінде-1000 адам;

- Оңтүстік Қазақстан облысында «Қасқасу» тау шаңғысы курортының құрылысы. Жобаның басты мақсаты – Оңтүстік Қазақстан облысында туристік инфрақұрылымды дамыту, жаппай тау шаңғысы спортын дамыту, жаңа жұмыс орындарын құру, өңірдің инвестициялық тартымдылығын арттыру. Жобаның бірінші кезеңі аяқталғаннан кейін демалушылардың бір жолғы саны 2000 адамды, ал соңғы кезегі аяқталғаннан кейін бір уақытта 8 500 адамға дейін демалушы туристерді құрайды. Жобаның өтелімділік мерзімі - 10 жыл;

- Жамбыл облысындағы «Көксай» тау шаңғысы курортының құрылысы. Жобаның мақсаты-Жамбыл облысы үшін сапалы жаңа инфрақұрылымы, қызмет көрсету сервисі бар туристік база құру. Мақсатқа жету үшін барлық тиісті инфрақұрылымы және т. б. таулардың етегінде демалыс базасын құру жоспарлануда.

1986 жылы бұрын КСРО құрамына кірген республикалардың туристік ресурстарына жүргізілген талдау Қазақстанның аумағы спорттық туризм үшін үлкен және қажетті ресурстарға ие екенін көрсетті. Сонымен қатар, бұл ресурстардың көп бөлігі, ең алдымен, тау-кен және су туризмін дамыту үшін әлеуетке ие. Бұған Қазақстан Республикасының аумағына кіретін орталық, солтүстік, батыс Тянь-Шань, Алтай және Жоңғария бөліктері жатады.

Қазақстандық Туристік агенттіктер республика аумағы бойынша отандық, сондай-ақ шетелдік клиенттер үшін белсенді туристік саяхаттарды ұйымдастыру саласында әлі де әлсіз жұмыс істейді. Бұл ретте қазақстандық туристік-рекреациялық ресурстарды алыс және жақын шет елдер пайдаланады. Қазақстандық турфирмалардың өз жұмысында белсенді саяхаттарды нашар пайдалануының көптеген себептері бар. Олардың ішінде призманың осы бағытын зияткерлік және кадрлық қамтамасыз етудің айқын кемшілігі бар. Өйткені, белсенді туристік саяхаттарды ұйымдастыру маңызды ғылыми әзірлемелерді және тұратын персоналдың жоғары кәсіби даярлығын талап етеді. Белсенді қозғалыс әдістерімен саяхаттарда қызмет көрсету сапасы ғана емес, сонымен қатар туристердің физикалық қауіпсіздігі де қызметкерлердің дағдыларына байланысты. Белсенді саяхаттарды оңтайлы ұйымдастыру спорттық туризмді дамытудың белгілі бір деңгейінсіз мүмкін емес. Кейбір авторлардың пікірінше, инфрақұрылым-бұл материалдық өндіріс пен халықтың қажетті өмір сүру деңгейін қамтамасыз ету үшін әртүрлі қызмет көрсету салалары мен қызмет түрлерінің жиынтығы. Басқа түсінікке сәйкес инфрақұрылым дегеніміз материалдық өндіріс саласындағы кәсіпорындардың тиімді жұмыс істеуін, белгілі бір аумақтағы тіршілік әрекетін

қамтамасыз ету үшін объектілер мен инженерлік құрылымдардың жиынтығы. Басқа жағдайларда, мамандар инфрақұрылымды экономикалық және әлеуметтік процестерді дамытудың жалпы жағдайларын қамтамасыз ететін материалдық-техникалық базаның бөлігі ретінде қарастыруды ұсынады [3].

Қазақстанның туристік саласы инфрақұрылымының әрбір элементінің өзіндік ерекшеліктері бар. Мысалы, географиялық орналасуына байланысты Қазақстанда автомобиль көлігі ең дамыған болып табылады. Су және теміржол көлігі аз дамыған болып табылады, дегенмен туристердің ең көп саны Қазақстанға теміржол көлігімен келеді. Қазақстанның бірегей табиғи әлеуетке ие екенін ескере отырып, елде туризмнің алуан түрлерін: спорттық, мәдени-танымдық, экологиялық, экстремалды, іскерлік, сауықтыру және т.б. дамыту үшін барлық мүмкіндіктер бар.

Қазақстанның спорттық инфрақұрылымы туризмді дамытудың қазіргі кезеңінде қарқынды өсу сатысында. Бірақ қызмет көрсететін туризм саласының қарқынды өсуі туристердің қажеттіліктерін жақын арада ғана қанағаттандырады, ал қазіргі уақытта қолданыстағы инфрақұрылым отандық және шетелдік туристердің барлық қажеттіліктерін қанағаттандыруды қамтамасыз етпейді.

Спорттық туризм инфрақұрылымын дамыту туристердің тыныс-тіршілігін қамтамасыз ететін стратегиялық объектілерге де, туристік қызметтердің қосымша құнын тудыратын жекелеген сән-салтанат объектілеріне де сұранысты қанағаттандыруға кешенді тәсілді білдіреді. Көліктік қамтамасыз ету, инженерлік, сенімді энергиямен жабдықтау, жаңа қонақ үйлер, санаторийлер мен пансионаттар, спорт объектілерін салу сияқты инфрақұрылымдық проблемаларды шешу айтарлықтай қаржыландыруды талап ететін ауқымды сипатқа ие. Спорттық туризмді дамыту үшін тек қаржылық, материалдық қаражат ғана емес, сонымен қатар мемлекеттік қолдау қажет.

Спорттық және жалпы туризм инфрақұрылымын дамытуға инвестициялау кірістілік өлшемі мен өзін-өзі ақтау мерзімдері негізінде бизнес пен мемлекеттің қаражат салу көлемі бойынша жобаларды масштабтау процестерін; Интернет желісінде қазіргі және әзірленіп жатқан жобалар туралы ақпаратты Қазақстан Республикасы Туризм және спорт министрлігінің сайтында орналастыру арқылы жүйенің ашықтығын қамтамасыз ету жөніндегі қызметті көздеуі тиіс.

Қазақстанда туризм саласындағы кәсіптік білім беру 1992 жылы басталды, ХХІ ғасырдың басында республикада туризм индустриясы үшін мамандар даярлайтын оннан астам мекеме болды. Осы саладағы елеулі өзгерістерге қарамастан, туризм саласындағы кадрларды кәсіби даярлаудың, қайта даярлаудың және біліктілігін арттырудың ұлттық жүйесін қалыптастыру процесі бастапқы кезеңде тұр. Сондықтан Туризмнің белсенді түрлерінің проблемаларын шешу үшін жалпы білім беретін мектептердің туристік арнайы сыныптарын қамтитын кадрлар даярлау жүйесі қажет, олардың түлектері туризмнің жоғары оқу орындары факультеттерінде бакалавр, магистр, ғылым кандидаттары мен докторларының ғылыми дәрежелерін ала алады [4].

Біздің елімізде спорттық туризмді дамыту үшін балаларға көп көңіл бөлу керек, өйткені балалар мен жастар-біздің болашағымыз. Еліміздің мегаполистерінде спорттық инфрақұрылым күн сайын дамып келеді. Бірақ шағын қалаларда, ауылдар мен кенттерде инфрақұрылым мүлдем дамымаған. Балалардың спортпен шұғылдануға еш жері жоқ, сондықтан мен жаңа спорт секцияларын ашу керек деп санаймын. Сонымен қатар барлық мектептерді қажетті құрал-жабдықтармен қамтамасыз ету. Қалаларда әр түрлі барлар мен пабтарды дұрыс тамақтанатын пайдалы мекемелерге ауыстыру керек. Таза ауада спорттық іс-шаралар ұйымдастыру. Мектептерде спорттық бейімділікпен жаңа сыныптар ашу. Сонымен қатар спорттық туризм саласында жоғары білікті мамандарды даярлау курстарын құру. Осы іс-шаралардың барлығы спорттық туризмді дамытуға әсер етеді, сондай-ақ еліміздің әрбір тұрғынының назарын аударады.

Әдебиеттер

1. Марчело Риси. Халықаралық Туризм статистикасы-2008.
2. www.zakon.kz
3. Вахитова д. аймақтарда туристік инфрақұрылымды дамыту // Қазақстан сарапшысы. – 2008
4. www.ekocenter.kz

Ж АМАНБАЕВА

/Нұр-Сұлтан/, Студент, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

А.А.СЕЙСИНБИНОВА

/Нұр-Сұлтан/, Ғылыми жетекші, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КРЕАТИВТІ СЕКТОРЛАРДЫ ДАМУҒА МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мақалада креативтік индустрия ұғымына талдау жүргізілген және елімізде экономиканың креативті секторларын дамытудың негізгі бағыттары айқындалған.

Кілт сөздер: креативті индустрия, туризм, кино, өнер

В статье дается анализ термину креативная индустрия и определены основные направления развития креативных секторов экономики страны.

Ключевые слова: креативная индустрия, туризм, кино, искусство

The article analyzes the term creative industry and defines the main directions of development of the country's creative sectors of the economy.

Keywords: creative industry, tourism, cinema, art

Креативті индустрия - көркем және ғылыми шығармашылық арқылы жасалынатын және өндірістік әлеуетке ие, яғни экономикалық айналымға енетін, құнды, салықтар арқылы мемлекетке кірістер әкелетін, жаңа жұмыс орындары мен табыс көзін қалыптастыратын, аймақтық және ұлттық дамуға үлес қосатын сала.

Алғаш рет креативті индустрияның құндылығын 1997 жылы Ұлыбритания елінің өкілдері өлшеуге тырысып көрді. Аталмыш елдің үкіметі Creative Industries - Mapping Document 1998 құжатын жариялады, оның ішіне қызметтің 13 саласы кіргізілді. Бұл Британдық Мәдениет, бақ және спорт департаментінің моделі деп аталады және оған сәйкес келесі қызмет түрлерін креативтік индустрия саласына жатады [1]:

- Жарнамалық қызмет;
- Сәулет өнері;
- Өнер және антиквариат;
- Безендіру қолданбалы өнері;
- Дизайн;
- Сән;
- Кино- және бейне өнімдерінің өндірісі;
- Музыка;
- Өнердің орындаушылық түрлері;
- Баспагерлік қызмет;
- Бағдарламалық жасақтама;
- Теледидар және радиохабарлар тарату;
- Бейне- және компьютерлік ойындар.

Ал 2015 жылы халықаралық экономикалық форумда: «Еуропадағы, Солтүстік және Латын Америкасындағы, Африкадағы, Таяу Шығыстағы және Азия-Тынық мұхиты аймағындағы мәдениет пен өнерге байланысты креативті салалар деп аталатын 11 секторға талдау жасау» атты зерттеу өткізілді. Бұл зерттеуде әр сектордың кірістері мен жұмыспен

қамтылуы есептелген болатын және нәтижесінде шығармашылық индустрия әлемдік ЖІӨ-нің 3% құрайтындығы анықталды. Бұл сектордың кірістері телекоммуникациялық қызметтер кірістерінен асып, креативті салалардың кірісі Үндістанның жалпы ішкі өнімінен (1900 миллиард доллар) көп екендігі де атап өтілді. Ал Үндістан экономикасы бойынша әлемде ЖІӨ көлемі бойынша Қытай мен АҚШ-тан кейінгі үшінші орын алатындығы барлығымызға мәлім [2].

Шығармашылық секторлар әлемнің ЖІӨ-нің шамамен 3%-ін құраса, жаһандық қалаларда бұл сектор 10%-тен астам болуы да мүмкін. Бұл саланың ең басты ерекшелігі - орындарын машиналар мен технологиялар баса алмайтын, адам шығармашылығы мен эмоционалдық интеллектке тәуелді болатын жұмыс орындарын қалыптастыруы. Креативті индустрия жыл сайын 29,5 млн адамды жұмыспен қамтиды, бұл әлемдегі жұмыспен қамтылған халықтың 1% құрайды. Мұнда, мәселен, АҚШ, Еуропа және Жапониядағы автомобиль салаларына қарағанда көп адам жұмыс жасайды. Шығармашылық индустрия секторы бұрыннан бар, бірақ оның қамтыған ауқымын енді ғана танып, біліп жатырмыз. Шығармашылық экономикадағы жетекші ел - Ұлыбритания. 2016 жылғы мәліметтерге сәйкес, креативті индустрия жыл сайын ел экономикасына шамамен 92 миллиард фунт стерлинг әкеледі және бұл сала күннен күнге өсіп, дамып келеді. Ал салыстырмалы түрде көп пайданы IT, бағдарламалық жасақтама және компьютерлік ойындар әкеледі [2].

Қазіргі уақытта креативті экономика инновациялардың дамуына септігін тигізетін құрал және әлемдік экономиканың ең жылдам өсіп жатқан салаларының бірі болып табылады. Себебі ол салалар мен мамандықтардың кең ауқымына көмек көрсетеді. Сондықтан ол әрбір ел стратегиясының маңызды бөлігіне айналуы тиіс.

2018 жылы British Council Нархоз университетімен бірге Қазақстандағы шығармашылық индустрияға зерттеу жүргізді. Шығармашылық индустрияны экономикалық талдау үшін бүкіл әлемде қолданылатын алты сектор мен 40 кіші сектор таңдалды. Зерттеу барысында экономикалық қызметке арналған халықаралық жіктеу жүйесі де (OKED) қолданылды [3].

Зерттеу нәтижесінде еліміздегі заңды тұлғаларды тіркеу, жұмыспен қамту, жалақы, кірістер туралы статистикалық деректерді өңделіп, 2018 жылдың қаңтарындағы жағдай бойынша Қазақстанның шығармашылық индустриясына жатқызуға болатын 17,5 мың кәсіпорын бар екендігі анықталды (барлық кәсіпорындардың ішіндегі 3,8% құрайды). Алматыда тіркелген 100% -дың 6,3% (7868), ал Нұр-Сұлтанда 4,5% (3053) осы салада қызмет атқарады.

Жалпы шығармашылық индустрия тек ойын-сауық, өнер және демалыс деп қабылданады, бірақ іс жүзінде бұл небары 9% құрайды. Ірі сала - ғылыми-техникалық қызмет. Мұнда барлық жеке кәсіпкерлер, дизайнерлер, сәулетшілер, бейне және аудио өнімдер отыруы мүмкін.

Дамыған елдер креативті индустрия өнімдерін экспорттаудың арқасында табыс тауып, экономикасын дамытып, мемлекеттің атын шығаруда. Ең танымал және қарапайым мысал деп - АҚШ-тағы Голливудты айта аламыз. Алайда, алғашында Голливуд (HOLLYWOOD) белгісі әлемдік армандар фабрикасы емес, жай ғана Лос-Анджелестың тұрғындар қалашығының жарнамасы ретінде 1923 жылы ойлап табылып, орнатылған болатын. Жоспар бойынша бұл маңдайша бір жарым жылдан соң шешілуі керек еді, алайда киноиндустрияның сол ауданда қарқынды дамуының нәтижесінде бұл ерекше белгіні қалдыруды жөн көрген. Голливудты АҚШ киноөндірісімен байланыстырады және қазіргі таңда армандар фабрикасы деп те атайды. Себебі бұл жерде неше түрлі киностудиялар бар және көптеген танымал киноактерлер тұрады. Осыған байланысты Голливудқа келіп көруді армандайтын адамдар саны жыл сайын тек көбейіп жатыр. Сонымен қоса Голливуд кинокомпанияларының әрбір фильмі әлем бойынша миллиондаған АҚШ долларларын жинап, экспортталған өнімдер, туризм, музыкамен қосқанда жыл сайын бірнеше миллиардтаған табыс әкеліп отыр [2].

Оңтүстік Корея медиа-ойын-сауық нарығының көлемі бойынша әлемде жетінші орынға шықты. Қазіргі дүниежүзін жаулап, қызықтырып жатқан корейлық толқын Оңтүстік Корея еліне өткен жылдың өзінде 12 миллиард доллар табыс әкелді. Ал «Grammy»-ға номинацияланған BTS тобы жыл сайын Оңтүстік Кореяға 4 миллиард шамасында кіріс әкеледі екен.

Біздің елімізге де қазіргі уақыт талаптарына сай болу керек. Әрине, соңғы уақыттағы ішкі нарықтағы оң өзгерістерді жоққа шығаруға болмайды. Қазақстандықтар бірте-бірте отандық кино тамашалап, өзіміздің орындаушыларды тыңдай бастады. Бірақ мұнымен шектеліп қалмай, креативті өнімдерді экспорттау туралы да ойлану керек. Ол үшін біздің отандық өнімдеріміздің халықаралық кино және музыка фестивалдеріне қатысуын қамтамасыз ету шарт. Сонымен қоса отандық таланттарды дәріптеуге және оларға сыртқы нарыққа шығуға, шетелде жанкүйерлер табуға көмектесу керек деп ойлаймын. Жалпы креативті индустрия өкілдері үшін қаржыға қолжетімділік мәселесін жолға қою қажет. Мұны субсидиялар, төмен пайыздық несиелер, гранттар арқылы жеңілдетуге болады. Жаңадан бастаушы кәсіпкерлердің креативті идеяларын жүзеге асыруға көмектесетін венчурлық қорлар ашу керек.

Қазақстандық кинематограф пен анимацияның болашағы зор. Олар – локомотив ретінде бүкіл елдің креативті экономикасын ілгерілетуші негіз. Бұл сала кино әдебиет, сурет, музыка, сән, заманауи орындаушылық және қолөнер сияқты шығармашылық салаларды біріктіреді. Отандық кино және анимация индустриясының дамуы ІТ-саласына да оң әсерін тигізуде.

Туризм барлық шығармашылық саламен тығыз байланысты. Қарапайым мысал келтірсек, кино саласы дұрыс дамып, экспортқа шығарылып, басқа елдер біздің халқымыз, тарихымыз, мәдениетіміз туралы білетін болса, елімізге туристік ағындар едәуір артып, экономиканың көркеюіне әсер ететін еді. Дәл солай өнердің де дамуы елімізге көптеген туристерді алып келетініне көзіміз жетіп отыр. Мәселен, Димаш Құдайбергenniң әлемнің түкпір-тікпіріндегі жанкүйерлері Қазақстан туралы, Димаштың туылған жері Ақтөбе қаласы туралы біліп, оқып және өз көзімен көру үшін келіп те жатыр. Біздің Нурлан Сабуров, Назима, Бахтияр Мамедов, Тимур Бекмамбетов, Адиль Жалелов және Айсултан Сеитов сияқты жерлестеріміз еліміздің атын шығарып, халықаралық аренада Қазақстанға деген қызығушылық тудырып жүр.

Қорытындылай келгенде, қазіргі заман ағынына байланысты шығармашылық салаларды дамыту және қолдау - өте маңызды мәселе. Күн сайын шет елдер креативті индустриядағы жетістіктерімен бөлісіп, жария етіп, мақтан тұтып отыр. Біз де өз өнімімізді, отандық кино және музыка салаларын қолдап, көмек көрсетуіміз қажет. Сонда ғана Қазақстандағы креативті экономика дамып, жақсы нәтижелер көрсете бастайды. Ал ол өз кезегінде еліміздің әрбір саласына оң әсер тигізетініне сенім мол.

Әдебиеттер

1. Cultural Industries In Kazakhstan: Models, Challenges, And Strategies. Christiaan De Beukelaer Galina Koretskaya. [Электронный ресурс]. https://www.britishcouncil.kz/sites/default/files/123_report_design_a4_v10_web.pdf
2. Что такое креативная экономика и чем она полезна для Казахстана? Эмиль Шамсутдинов. [Электронный ресурс]. <https://informburo.kz/stati/chto-takoe-kreativnaya-ekonomika-i-chem-ona-polezna-dlya-kazahstana.html>
3. В Казахстане 17,5 тысячи компаний заняты в сфере креативной индустрии. Мария Галушко. [Электронный ресурс] <https://kapital.kz/economic/77600/v-kazahstane-17-5-tysyachi-kompaniy-zanyaty-v-sfere-kreativnoy-industrii.html>

Н.АХМЕТОВ

/Нұр-Сұлтан/, Студент, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

А.А.СЕЙСИНБИНОВА

/Нұр-Сұлтан/, Ғылыми жетекші, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ УРБАНИЗАЦИЯ ҮРДІСІНІҢ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мақалада урбанизация үрдісінің ел экономикасының дамуындағы рөліне баға берілген. Сонымен қатар, авторлармен Қазақстандағы урбанизациялау үрдісінің қалыптасу кезеңдері мен даму тенденциясына талдау жүргізілген.

Кілт сөздер: урбанизация, аймақтар, адами капитал

В статье дается оценка роли процесса урбанизации в экономическом развитии страны. Также авторами проанализированы основные этапы формирования процесса урбанизации и тенденции ее развития в Казахстане.

Ключевые слова: урбанизация, регионы, человеческий капитал

The article assesses the role of the urbanization process in the economic development of the country. The authors also analyzed the main stages of the formation of urbanization process and its development trends in Kazakhstan.

Key words: urbanization, regions, human capital

Қазір әлем бойынша халықтың негізгі бөлігі қалаға көшіп, ауылдағы тұрғындардың саны азаю үрдісі байқалады. БҰҰ болжамына сәйкес, 30 жылдан кейін әлем халқының 6,2 миллиардтан астамы қалаға шоғырланады. Бұл дегеніңіз, жер шары тұрғындарының жалпы үлесінің 66 пайызын құрайды. Урбанизацияның мемлекет үшін рөлін түсінудегі ең маңызды факторлардың алғашқысы – оның экономикалық өсімді едәуір ынталандыруында. Атақты әлеуметтанушы, жаһандану үрдісін зерттеуші ғалым Саскиа Сассеннің айтуынша, урбанизация мен ЖІӨ арасында тікелей байланыс бар. Екіншіден, кез-келген мемлекеттегі қала халқының саны 5%-ға артқан сайын жан басына шаққандағы экономикалық белсенділіктің өсімі 10%-ға өсіп отырады. Сонымен қатар, болашақта әлем экономикалары емес, ірі қалалар асындағы бәсекелестік арта түседі деп жоспарлануда. Үшінші факторды айтатын болсақ, дамыған елдерде халықтың төрттен үш бөлігі қалаларда тұрады. Мысалы, Ұлыбританиядағы урбандалу көрсеткіші 83%, АҚШ-та – 82%, Францияда – 79%, Германияда – 75%-ды құрап отыр. Атақты “Климаттың жаңа экономикасы” атты баяндаманың деректері бойынша, Токио қаласының ЖІӨ-і Испанияның ЖІӨ-нен асады, дәл сол сияқты Лондонның жалпы ішкі өнімі Швецияныкінен озып тұр. БҰҰ өкілдерінің айтуынша, 2030 жылға қарай бар болғаны 600 қалаға әлемнің ЖІӨ өсімінің 60% тиесілі болады. Дегенмен, бұндағы негізі қозғаушы күштер дамушы елдердің қалаларына, қалалық агломерациялары құрайтын болады (Қытай, Африка, Азия) [1].

Қазіргі таңда ауылдық тұрғындардың шамадан тыс қалалық мекенге көшу себебі нарықтық қоғамның қақтығысына байланысты әртүрлі мәселелерге алып келіп отыр. Яғни бұл тұрғындардың әлеуметтік экономикалық жағдайының біршама салыстырмалы деңгейін көрсетеді.

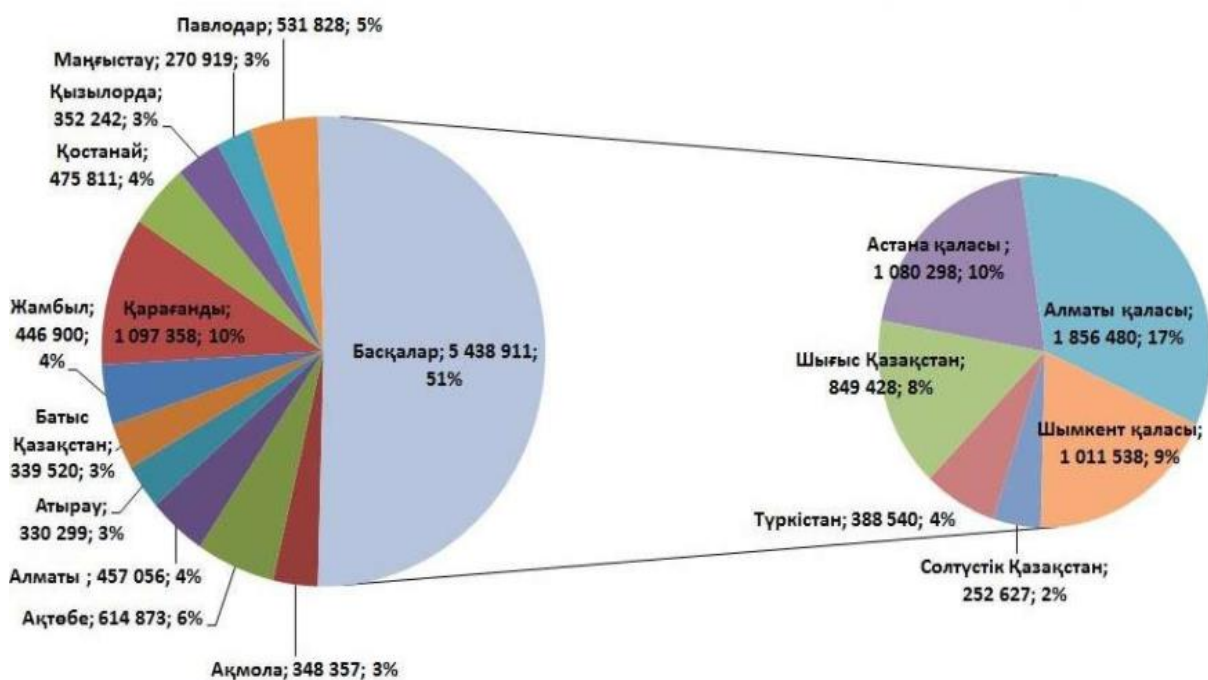
Соңғы жиырма жыл ішінде қазақ қоғамының мәдени, саяси және әлеуметтік құрылымы нарықтық түрлену жағдайына байланысты үлкен өзгерістерге ұшырады. Бұл өзгерістер қоғамның барлық саларын қамти отырып, біздің алдымызға көптеген шешуін талап ететін мәселелерді әкелді. Олардың бірі ретінде ХХІ ғасырдың ерекшеліктерінің бірі ретінде урбанизацияны айтуға болады. Урбанизация үрдісі қандай халықтың болмасын басынан ерте ме, кеш пе өтетін құбылыс.

2019 жылы 23 тамызда Қазақстанның 2030 жылға дейінгі аумақтық-кеңістіктік дамуының болжамды схемасы әзірленді. Бұл еліміздегі урбанизацияның жаңа картасына айналатыны анық. Нұр-сұлтан мен Алматы сияқты республикалық маңызы бар қалаларының қатарына Шымкенттің қосылуы, ішкі миграцияны реттеуге қатысты әрекеттер –

урбанизацияға қатыстыты ұстанымның қалыптасқанын көрсетеді. Бірақ, бұл бағытта бірнеше кедергілер бар. Олар: еліміздегі ірі қалалардың инфрақұрылымы кәсіпорындар мен тұрғындар санының жедел өсіп келе жатқан қарқынына ілесе алмауы мен халықтың қажеттіліктеріне сай келмеуі һәм болашағы жоқ ауылдар санының көбеюі [2].

Жалпы елімізде урбанизацияға қатысты бастамалар бұрын да көтерілген. Атап айтар болсақ, Тұңғыш Президенттің 2014 жылғы «Қазақстан – 2050» Стратегиясында Қазақстандағы қала халқын 70%-ға жеткізу мақсаты алға қойылған. Одан бөлек, Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі дамуының Стратегиялық жоспарында белгіленген жеті реформаның бірінде “Қуатты аймақтар мен урбанизация” атты арнайы жоспар бар. Осы реформада көрсетілгендей, елдегі урбанизацияның қарқыны мен қалаларды дамыту елдің тұтастай дамуы мен әлеуметтік-экономикалық өсімнің маңызды факторлары болып табылады.

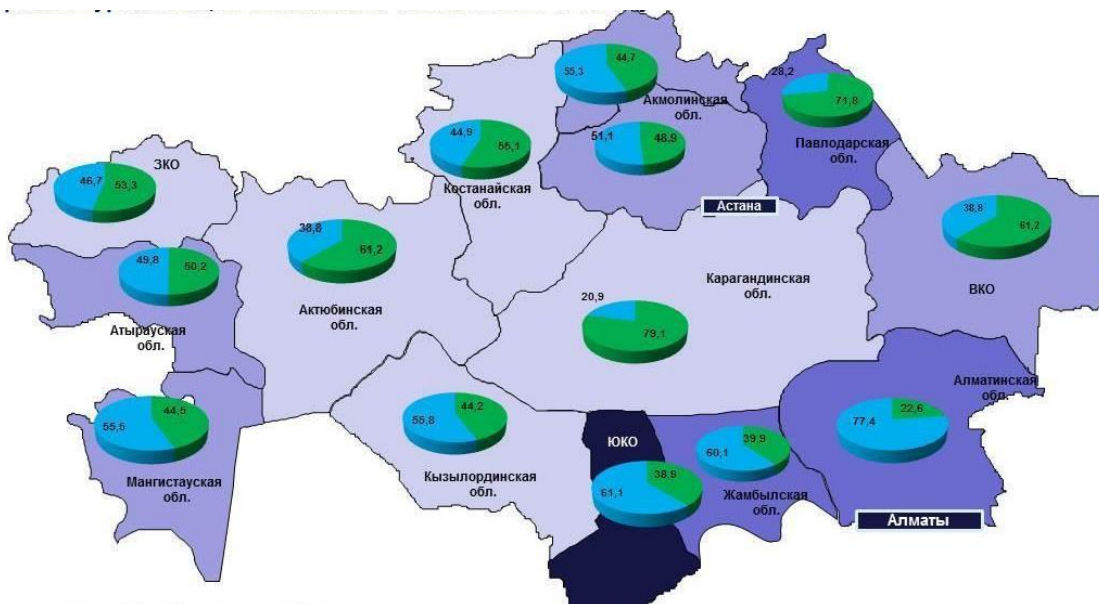
“Қуатты аймақтар мен урбанизация” – бұл әр аймақтың экономикалық тұрғыда өздігінен дамуын ынталандыру және тұрғылықты жеріне қарамастан өмір сапасының теңдігін қамтамасыз етудің алғышарты. Бұл саладағы реформалар әлеуметтік-экономикалық айырмашылықтарды және аймақтар арасындағы дисбалансты азайту мақсатында тек ірі қалаларды қамтып қана қоймай, моноқала статусын иеленген елдімекендерге де қатысты болады. Жалпы соңғы 10 жылда қала халқының саны ауыл халқының өсуімен салыстырғанда озыңқы қарқынмен өсіп келеді. Мәселен, 2009 жылдан бастап 2019 жылға дейін еліміздің барлық халқының өсуі 15,1% болса, қала тұрғындарының саны (жыл басындағы деректер) 23,5%-ке, ауыл тұрғындары - 5,2%-ке артты.



Сурет 1. Қазақстан Республикасы қалаларының халқының үлесі, %[3]

Қазақстанда урбандалу деңгейі 2019 жылдың басында 58,2%-ті құрады немесе 2018 жылы 0,8 проценттік тармаққа (2017 жылы - 57,4%, 2016 жылы - 57,2%, 2015 жылы - 56,8% және 2014 жылы - 56,6%) артты [4].

Мамандар 2025-2030 жылдарға қарай Қазақстан халқының 63 пайызы қалада тұрады дейді. Бірақ қазіргі ішкі миграцияны ескерсек, бұл сан 10-11 жылда тағы өсуі әбден мүмкін.



Сурет 2. 2020 жылға Қазақстандағы урбанизациялану деңгейі мен халық тығыздығы

Урбанизация Қазақстан үшін сөзсіз адами капитал мен әл-ауқаттың дамуын қамтамасыз етуші құралдардың бірі. Урбандалған ортада қалаға тән өзіндік ерекше мәдениет қалыптасады, халықтың әлеуетін дамытуға барлық жағдай жасалады және жаңа технологияларға, жаңа кәсіп түрлеріне бейімделу тез жүреді.

Сондықтан дамыған елдердегідей орасан зор өндірістік қуат, ақпараттық, инновациялық және әлеуметтік-экономикалық әлеует шоғырланған мегаполистер мемлекеттік байлықтың негізгі өсімін қамтамасыз ету Қазақстан үшін де маңызды. Осы орайда, біздің елді сапалы урбанизацияны жүргізуге аса мән беруіміз қажет:

Біріншіден, қалалар құрылысы мен елдімекендерді дамыту барысында азаматтардың мүддесін ескеру қажет. Халықтың денсаулығын және жайлылығын барлығынан жоғары қою. Ол үшін барша қала тұрғындарына тиесілі қалалық тіркеуге тұруды жеңілдету, әлеуметтік қызмет көрсету жүйесін жетілдіру қажет.

Екіншіден, қалалар құрылымын оңтайландырып, ғылымды дамытуға барша қалалық ресурстарды жұмылдыру. Ірі елдімекендердегі құрылысқа арналған және ауылшаруашылығы мақсатына пайдаланылатын жерлерді қатаң бақылауға алу қажеттілігі де бар.

Бастысы, Президент жүктеген міндетті жүзеге асырудағы маңызды мәселелердің бірі жалған урбанизацияға, яғни тек қалалық территорияларды үлкен көлемде кеңейтіп, оны бос қалдыруға жол бермеу қажет. Үкімет тарапынан агломерациялар құруда толықтай бақылаудың болуы қажет.

Әдебиеттер

1. Қазақстандағы урбанизация үрдісіндегі қала мен ауыл: салыстырмалы талдау. ҚазҰУ хабаршысы. Философия сериясы. Мәдениеттану сериясы. Саясаттану сериясы. №3 (48). 2014. 26-34 беттер.

2. Өңірлерді дамытудың 2020 - 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 27 желтоқсандағы № 990 қаулысы

3. ҚР ҰЭМ Статистика комитетінің мәліметтері www.stat.gov.kz

4. "Елді аумақтық-кеңістікте дамытудың 2030 жылға дейінгі болжамды схемасын бекіту туралы" Қазақстан Республикасының Президенті Жарлығының жобасы туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 23 тамыздағы № 625 қаулысы

Д.А.АНАРБАЕВА

/Кентау/, преподаватель школа-гимназия №22 им.М. Ауэзова

РАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СРЕДСТВ ФИЗИЧЕСКОГО ВОСПИТАНИЯ В ШКОЛЕ –ЗАЛОГ ОЗДОРОВЛЕНИЯ ШКОЛЬНИКОВ

По статистическим данным, школа способствует возникновению хронических заболеваний у каждого второго ребенка, приводит к значительной потере резерва здоровья. В условиях рациональной организации образовательного процесса и создания разумной системы физического воспитания и образования обучающихся могут быть созданы условия. Современная система физического воспитания в общеобразовательных школах нуждается в обновлении, как содержательном, так и технологическом плане. Устарела методика преподавания предмета "Физическая культура", материальная база, система подготовки кадров, что существенно препятствует оздоровлению и социализации учащихся.

Ключевые слова: низкая двигательная активность, оздоровительно-реабилитационное направление, укрепление здоровья, организация досуга.

Статистикалық мәліметтерге қарағанда, мектеп әрбір екінші балада созылмалы аурулардың пайда болуына ықпал етеді, денсаулық резервін айтарлықтай жоғалтуға әкеп соғады. Білім беру процесін ұтымды ұйымдастыру және білім алушылардың дене тәрбиесі мен білім берудің орынды жүйесін құру жағдайында жағдай түзелуі мүмкін. Жалпы білім беретін мектептердегі дене тәрбиесінің қазіргі заманғы жүйесі мазмұнды да, технологиялық тұрғыдан да жанартуды қажет етеді. "Дене шынықтыру" пәнін оқыту әдістемесі, материалдық база, кадрларды даярлау жүйесі ескірді, бұл оқушылардың сауығыуына және әлеуметтенуіне айтарлықтай кедергі келтіреді.

Кілт сөздер: қозғалыс белсенділігінің төмендігі, сауықтыру-оңалту бағыты, денсаулықты нығайту, бос уақытты ұйымдастыру.

According to statistics, school contributes to the occurrence of chronic diseases in every second child, leading to a significant loss of health reserves. The situation can be corrected if the rational organization of the educational process and the creation of an appropriate system of physical education and education of students. The modern system of physical education in secondary schools needs to be updated both in terms of content and technology. Methods of teaching the subject "Physical culture", material resources, and the system of training are outdated, which significantly hinders the improvement and socialization of schoolchild.

Keywords: low motor activity, health-improving and rehabilitation direction, health Promotion, organization of leisure activities.

Невозможно переоценить значение физического воспитания для развития ребенка. Оно способствует морфологическому и функциональному совершенствованию организма, развитию физических способностей, формированию двигательных умений и навыков, становлению системы знаний о здоровом образе жизни. Физическое воспитание является важнейшим средством всестороннего гармонического развития личности. Несмотря на государственную поддержку, многие проблемы в сфере физической культуры и спорта остаются нерешенными. Чрезвычайно актуальны они и в современной школе. За период обучения в основной школе число здоровых детей уменьшается в 4 раза, страдающих близорукостью увеличивается с 3 до 30 %, нервно-психическими расстройствами – с 15 до 40 %. Школа, судя по статистическим данным, способствует возникновению хронических заболеваний у каждого второго ребенка, приводя к существенной утрате резерва здоровья. Ситуация может быть исправлена при условии рациональной организации образовательного процесса и создания целесообразной системы физического воспитания и образования обучающихся. Современная система физического воспитания в общеобразовательных школах нуждается в обновлении как в содержательном, так и в технологическом плане. Устарели методики преподавания предмета «Физическая культура», материальная база,

система подготовки кадров, что в значительной степени препятствует оздоровлению и социализации учащихся. [1]

В настоящее время более 70 % учащихся общеобразовательных школ не занимаются спортом регулярно, более 1,5 миллионов обучающихся посещают школу, но не занимаются физической культурой на уроках. Сотни тысяч школьников по состоянию здоровья отнесены к специальной медицинской группе и, как правило, освобождены от занятий физической культурой. Хотя именно эти дети в первую очередь должны активно заниматься физической культурой и спортом, тем самым укрепляя свое здоровье, физическое развитие и физическую подготовку.

Важнейшими факторами, негативно влияющими на формирование здоровья детей, рост заболеваемости, являются низкая двигательная активность и неэффективное физическое воспитание детей, в том числе с отклонениями в состоянии здоровья. К сожалению, уроки физической культуры не компенсируют недостаток двигательной активности школьников. Низкая физическая активность, по данным исследований, выявляется у 80 % учащихся, что способствует росту числа заболеваний сердечно-сосудистой системы, формированию патологии костно-мышечной системы, увеличению травматизма. За последние годы школьный травматизм вырос на 13 %. Показатель физической подготовленности современных школьников достигает лишь 60 % от результатов, которые демонстрировали их сверстники в 60–70-е годы XX века. Эти негативные последствия можно устранить, если целенаправленно пропагандировать физическую культуру среди детей, подростков и молодежи. Основной причиной низкой эффективности физического воспитания и развития спорта в образовательных учреждениях является отсутствие:

- современной спортивной базы (не только спортивных залов, бассейнов, но и комплексных специально оборудованных многопрофильных спортивных площадок);
- необходимого спортивного инвентаря и оборудования для обеспечения физического воспитания, и развития детского спорта;
- системной организации и проведения физкультурно-оздоровительных и спортивных мероприятий, соревнований в общеобразовательных учреждениях;
- высокопрофессиональных специалистов и, прежде всего, учителей физической культуры, тренеров для работы в школах;
- социальной защиты и стимулирования труда учителей, тренеров;
- эффективной внеклассной спортивно-оздоровительной работы.

По данным международных спортивных экспертов, основными факторами, определяющими успешность развития физической культуры и спорта в государстве, являются:

- обеспечение потребностей личности (укрепление здоровья, организация свободного времени, преодоление вредных привычек, отвлечение от различных проблем и т. д.);
- поддержание здоровья нации, восприятие физической культуры и спорта как превентивного и профилактического средства многих неинфекционных заболеваний;
- утверждение и укрепление положительного имиджа и национального престижа страны путем успешного выступления спортсменов на различных международных соревнованиях (политическая функция);
- воспитание населения в духе господствующей в обществе идеологии (идеологическая функция);
- объединение нации (социализирующая функция) и поддержание общественного порядка;
- защита Родины и укрепление обороноспособности страны (военная функция);
- повышение успеваемости, укрепление дисциплины и снижение заболеваемости в образовательных учреждениях (экономическая функция) и т. д.

Об успешном развитии физической культуры можно говорить только в том случае, если число регулярно занимающихся физической культурой и спортом школьников и студентов не менее 40 % от общего количества. Отмечается, что люди, активно и регулярно занимающиеся спортом, в 1,5 раза меньше утомляются, в 2 раза реже страдают заболеваниями органов пищеварения, в 2,5 раза – гипертонической болезнью, в 3,5 раза –

хроническим тонзиллитом, в 2 раза – гриппом в сравнении с теми, кто этого не делает. Как следствие, лица, активно занимающиеся спортом, в 2–3 раза реже отсутствуют на работе по состоянию здоровья. Кроме того, среди подростков и детей, увлекающихся спортом, на порядок меньше тех, кто курит, выпивает, употребляет наркотики.

Модернизированная система физического воспитания предполагает следующую структуру: два урока физической культуры с образовательной направленностью, третий урок с преимущественной оздоровительно-реабилитационной направленностью, домашние занятия физической культурой с приоритетной воспитательной направленностью, внеклассные занятия физической культурой (физкультурно-оздоровительная деятельность, спортивные секции), имеющие основную цель – развитие учащихся.

Оздоровительная направленность третьего урока позволит повлиять на те системы организма, которые в большей мере ослаблены у конкретного школьника. При этом предлагается использовать оздоровительные упражнения, способствующие формированию физического, психического и социального здоровья. Третий урок физической культуры предусматривает реализацию следующих воспитательных, образовательных, развивающих и оздоровительных задач:

- понимание школьниками важной социальной роли физической культуры для развития их личности и подготовки к учебе;
- освоение теоретических и практических основ знаний, используя которые можно эффективно заниматься физической культурой, приобретая навыки ведения здорового образа жизни;
- формирование положительного отношения школьников к физической культуре, установки на здоровый образ жизни, физическое самосовершенствование, потребности в регулярных занятиях физическими упражнениями;
- овладение системой практических умений и навыков, обеспечивающих сохранение и укрепление здоровья, психическое благополучие, развитие и совершенствование индивидуальных способностей, качеств и свойств личности;
- обеспечение общей физической подготовленности.[2]

Основываясь на перечне наиболее часто встречающихся заболеваний учащихся общеобразовательной школы, можно отобрать необходимые упражнения. Прежде всего, это упражнения для профилактики заболеваний сердечно-сосудистой и дыхательной систем, нарушений опорно-двигательного аппарата, зрения и простудных заболеваний. На третьем (оздоровительном) уроке нужно использовать упражнения для формирования черт характера и социально значимых качеств личности, психофизические упражнения для контроля за эмоциональным состоянием. Физическое воспитание является сильнодействующим фактором воздействия на организм. Состав учащихся неоднороден по уровню здоровья, физического развития и физической подготовленности. Одни и те же педагогические средства оказывают различное воздействие на разных людей. Работа с лицами, имеющими отклонения в состоянии здоровья, должна проводиться строго индивидуально. Поэтому одной из важнейших является проблема индивидуализации физического воспитания.

Реализация перечисленных проблем существенно осложняют недостатки кадрового, материально-технического, информационного обеспечения, врачебного контроля за здоровьем детей и учебным процессом по физическому воспитанию, научного обеспечения, разработки современного учебно-методического комплекса для физического воспитания.

Литературы

1. Сидоров А. А., Прохорова М. В., Синюхин Б. Д. Педагогика: Учеб. для студ., асп., преп. и тренеров по дисц. «Физ. Культура» - М.: «Терра – Спорт», 2000. – 272 с., ил.
2. Качашкин В.М. Методика физического воспитания: Учеб. пособие для учащихся школьных пед. Училищ. – 5-е изд., доп. – М.: «Просвещение», 1980. – 304 с.

Н.Б. АХМЕТОВА

/Нур-Султан/, Магистрант, Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева

А.Б. БАЙМБЕТОВА

/Нур-Султан/, Научный руководитель, Евразийский национальный университет им.Л.Н. Гумилева

ОРГАНИЗАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА И ИМИДЖ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТСКО-ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Мақалада экономикалық дамудың қазіргі кезеңінде барлық салалар мен қызмет көрсету кәсіпорындарының бәсекеге қабілеттілігін, оның ішінде имиджі мен ұйымдастырушылық мәдениетін қамтамасыз ететін материалдық емес факторлардың рөлі мен маңызы туралы мәселелер қарастырылған.

Кілт сөздер: ұйымдастырушылық, имиджі, бәсекеге қабілеттілік, туристік-қонақүй кәсіпорындары, мәдениет, франчайзинг.

В статье рассмотрены современные этапы экономического развития, роль и значение нематериальных факторов обеспечения конкурентоспособности предприятий всех отраслей и сферы услуг, в том числе имиджа и организационной культуры.

Ключевые слова: организация, имидж, конкурентоспособность, туристско-гостиничные предприятия, культура, франчайзинг.

The article considers the current stages of economic development, the role and importance of non-material factors in ensuring the competitiveness of enterprises in all industries and spheres of activity, including image and organizational culture.

Keywords: organization, image, competitiveness, tourist and hotel enterprises, culture, franchising.

Начало XXI века характеризуется окончанием эпохи ресурсного господства. Конкурентных преимуществ в виде собственности больше не существует. Первостепенное значение приобретают нематериальные, но очень эффективные инструменты, в том числе культура и имидж компании. Важно, что субъективный смысл и содержание категории «организационная культура» вызывает объективные трудности в воспроизведении эффективной организационной культуры других организаций, использующих франчайзинговые соглашения, реализующих определенные изменения и многое другое. Относительно легко воспроизводятся элементы организационной культуры (дизайн бизнеса, мода и внешний вид персонала, ритуалы, языковые шаблоны и т. д.). Однако составляющих элементов организационной культуры предприятия, которые носят нематериальный характер и связаны с фундаментальными ценностями и принципами воспроизводства, практически не должно быть. Одним из таких элементов является имидж компании.

На рынке туристских и гостиничных услуг имидж является доминирующим фактором конкурентоспособности, определяющим конкурентное преимущество. Этот позитивный имидж стал тем ресурсом, благодаря которому отечественные промышленные предприятия выживали и развивались в последние годы в условиях политической и экономической нестабильности.

Организация и методы исследования. Услуги, в том числе туристические и гостиничные, представляют собой специфический продукт, обладающий такими признаками, как неосязаемость, неспособность хранить, неспособность оценить перед потребителем, что продукт полностью зависит от психоэмоционального состояния потребителя в момент его использования.

Туризм сегодня - это мощная мировая индустрия, которая производит значительную долю мирового ВВП. Важной составляющей туристической отрасли является «туристическая компания-самостоятельное юридическое лицо в сфере туризма, созданное компетентным органом государственной власти или органом местного самоуправления или

иными субъектами как конкурентоспособная предпринимательская структура для удовлетворения социальных потребностей в туристских услугах путем осуществления туристской деятельности в соответствии с объективными законами социально-экономического и национального развития и в порядке, установленном кодексами и законами Республики Казахстан» [1]. Вся туристская деятельность направлена на создание и поддержание конкурентоспособного туристского продукта, который не может ощущаться, не может храниться и постоянно изменяться во времени. Гостиничные предприятия занимают значительное место в сфере туризма и гостеприимства. Именно предприятия, предоставляющие гостиничные услуги, на наш взгляд, являются основной частью туристского продукта, непосредственно влияющей на его конкурентоспособность.

Результаты исследования и их обсуждение. В условиях свободной рыночной конкуренции существенным признаком является конкуренция между производителями товаров и услуг более привлекательной бизнес-среды с целью получения наилучших результатов. О. М. Косвинцева предложила следующую формулу конкурентоспособности предприятий гостиничного сервиса [2]:

$$\text{Конкурентоспособность отеля} = \text{Конкурентоспособность гостиничных услуг} + \text{Имидж (бренд)} + \text{Сегментация}$$

где, Конкурентоспособность гостиничных услуг = Качество + Цена + Сервис

В свою очередь, И. А. Захарова выявила следующие факторы конкурентоспособности гостиниц, такие как качество обслуживания, стоимость услуг, материально-техническое состояние гостиницы, имидж и реклама [3]. Таким образом, основными факторами конкурентоспособности предприятий гостиничного сервиса в научном сообществе являются цена услуг, качество обслуживания, сервис и имидж. Следует отметить, что качество обслуживания и сервиса напрямую зависит от сложившейся организационной культуры компании, ее основных принципов и положений, а также от степени принятия и соблюдения персоналом ее элементов.

Туристический и гостиничный продукт нельзя «попробовать» или «измерить», а затем сделать выбор. Только оплатив услуги и начав пользоваться, можно понять их качество. Качество будет зависеть от значительного числа субъективных и объективных факторов, начиная от эмоционального состояния потребителя в момент появления товара и заканчивая геоклиматическими условиями в сфере бытового обслуживания. Преодоление этих проблем возможно только при условии создания доверительных отношений между производителем и потребителем услуг, между менеджерами (персоналом) туристической и / или гостиничной компании и клиентом. Под «доверительными отношениями» подразумевается честный и заинтересованный в максимальном удовольствии и даже предвосхищении пожеланий туриста подход к каждому [4].

Наличие эффекта «доверительных отношений» соответствует существующей организационной культуре предприятия. Традиционно организационная культура характеризуется такими показателями, как ценности и нормы; мотивация; осознание себя и своего места в организации; философия бизнеса, система коммуникаций и язык общения; дресс-код; привычки и традиции, сложившиеся на предприятии; процесс профессионального развития и обучения и др. [5].

Создание и поддержание сильной организационной культуры должно быть на предприятии для того, чтобы получить эти социально-экономические эффекты [6]:

- Улучшение финансовых показателей, в том числе рост выручки компании;
- Повышение производительности;
- Инновации;
- Повышение возможности адаптации предприятия к окружающей среде;

- Повышение психологических показателей (мотивация и лояльность персонала, удовлетворенность работой, самооценка, позиционирование персонала на своем месте на предприятии, контроль стресса и конфликтности).

Создание эффективной организационной культуры и ее поддержание требуют усилий как руководителей, так и сотрудников, и никогда не бывает легким и быстрым процессом. Например, даже представление о том, как должен выглядеть сотрудник на рабочем месте, может ли строгий дресс – код быть антагонистичным-от делового стиля до полного отказа от каких-либо ограничений в выборе одежды. Так, сторонники введения строгого дресс-кода аргументируют его необходимость тем, что небрежный или слишком свободный внешний вид сотрудника негативно влияет на имидж компании, отвлекая клиента от содержания туристского продукта, снижает эффект «профессиональной компетентности» продавца. Более демократичный подход предполагает введение дресс-кода в соответствии с культурными нормами общества и широко варьируется. Мы должны помнить, что в странах, где к туризму и гостеприимству относятся с должным уважением, как на государственном уровне, так и на уровне сообществ, культуры, бизнеса, а, следовательно, и его внешних проявлений, включая дресс-код, имеющая долгую историю, которая состояла из постепенных шагов к «идеальному состоянию», компания уже имеет некоторое представление о правилах в одежде, общении, этикете и наша задача-перенять лучшие традиции трансформации особенностей нашего культурного наследия.

Опыт зарубежных туристско-гостиничных компаний позволяет выделить те экономически обоснованные культурные моменты, которые необходимо понимать, адаптировать и перенимать казахстанским компаниям при построении организационной культуры, направленной на достижение финансового благополучия и высокого качества обслуживания клиентов туристского продукта:

1. Понятие организационной культуры. Для многих сотрудников казахстанских предприятий сферы туризма и гостеприимства концепция фондовой организационной культуры компании охватывает как раз вывешивание и брендовую атрибутику. На предприятиях-лидерах туристско-гостиничного рынка наличие организационной культуры означает, что работник знает свое место в компании, свои возможности, функции, обязанности и ответственность. Чувствует, что напрямую способствует успеху компании и все сотрудники одинаково важны для успеха. Любой бизнесмен должен чувствовать стабильность, комфорт и уверенность в завтрашнем дне. Руководители всех уровней создают положительное влияние на психологический климат на предприятии.

2. Реализация возможностей каждого сотрудника. Чем больше сотрудник вовлечен в решение существующих в компании проблем, тем выше его лояльность и, как следствие, эффективность. Вмешательство между корпоративной культурой и общей культурой сотрудника (профессиональной культурой) направлено на обе стороны.

3. Каждый работник должен понимать, что, просто выполняя свои функции, он уподобляется лошади; поле зрения ограничено шорами. Зашоренная лошадь может / должна бежать только вперед, не обращая внимания на окружающее. Если вы снимете шоры, то сможете увидеть, что находится слева, справа, сзади. Вы откроете для себя возможности, идеи, свет, о которых раньше не знали, и сможете реализовать себя, на благо компании, любым другим способом. Без зашоренного мировоззрения персонала туристское предприятие является конкурентным преимуществом, благодаря которому оно производит или реализует туристский продукт [7].

4. Для работников должны быть созданы комфортные (физиологические и психологические) условия. С помощью эпидемиологической станции необходимо соответствовать требованиям офисных помещений и получать льготы не только для сотрудников туристического бизнеса, но и для посетителей.

5. Сотрудник должен чувствовать себя легко в компании, без давления со стороны руководства и более опытных сотрудников. Например, более гибко управлять своим рабочим временем при сохранении эффективности получения результата, что особенно важно для тех

менеджеров и клиентов, которые приобретают услугу в стране с разницей в 10-12 часов по часовым поясам.

6. Корпоративные мероприятия – они позволяют людям чувствовать себя командой, коллективом единомышленников, не должны быть самоцелью и насилием над отдельными сотрудниками. Теоретически корпоративные действия призваны повысить привлекательность и компании как работодателя, и эффективность работы сотрудников, но они также могут создать «напряженность» в семейной жизни сотрудников, противопоставляя - работа и жизнь.» В последнем случае говорить об эффективности работы сотрудника и его лояльности к компании уже не представляется возможным. Следует также понимать, что корпоративные действия с точки зрения их эффективности сильно коррелируют с размером фирмы и гендерной идентичностью сотрудников.

Выводы. Таким образом, одной из задач управления предприятием туризма и гостеприимства является эффективное использование человеческих ресурсов, формирование и дружественный процесс обслуживания, которое направлено на выявление и удовлетворение потребностей населения, гораздо проще сделать, если на предприятии сильна организационная культура.

Организационная культура предприятия помимо вышеперечисленных социально - экономических эффектов имеет существенное значение для создания имиджа предприятия. «Имидж сферы услуг – это относительно стабильное, эмоциональное, имиджевое представление о компании, сформированное на основе личного опыта и полученной информации о ее реальном, заявленном и ожидаемом качестве, особенностях и результатах деятельности, имеющих экономическое, социальное и иное значение для взаимодействия субъектов» [7].

В современных условиях имидж компании туристско-гостиничных услуг становится ключевым фактором конкурентоспособности, так как конкуренция все чаще происходит не только между результатами, но и в большей степени со стороны потребителей, которые при выборе услуги производителя в значительной степени опираются на его имидж. Имидж является одним из нескольких источников уникальности товара, формирующих абсолютные конкурентные преимущества (уникальные активы, которыми владеет предприятие), на которых, в свою очередь, базируется конкурентоспособность [7].

Позитивный имидж компании туризм и гостеприимство является важным фактором конкурентоспособности, способствует развитию конкретных конкурентных преимуществ и создает дополнительную ценность для компании, а именно:

- повышение инвестиционной привлекательности компании;
- увеличивает рыночную стоимость компании (стоимость акций);
- содействует привлечению высококвалифицированных и более эффективных работников;
- обеспечивает дополнительный доход за счет увеличения количества заполняемых номеров;
- расширяет жизненный цикл и корпоративные услуги;
- повышает эффективность маркетинга и рекламы;
- обеспечивает благоприятные условия труда, удовлетворенности и лояльности персонала;
- обеспечивает более привлекательные условия сотрудничества с партнерами;
- создает службы лояльности клиентов;
- привлекает потенциального работодателя.

Целостный имидж компании складывается из локального имиджа, формируемого в рамках различных групп стейкхолдеров (собственники и руководство, персонал, пользователи услуг, партнеры, государственные органы, общественные организации, СМИ, общественность). Современные подходы к управлению имиджем клиента в сфере услуг ориентированы на высокий приоритет формирования имиджа внутри группы потребителей услуг.

Таким образом, конкурентоспособность и развитие предприятия в сфере гостеприимства и туризма является важным фактором формирования его положительного имиджа, который во многом зависит от построенной культуры организации. В сфере услуг, в

том числе гостиничных и туристических, особая роль принадлежит потребительским услугам, лояльность и целеустремленность которых обуславливают жесткую конкуренцию между компаниями на рынке. Современный клиентоориентированный подход к сообщению имиджа формируется в рамках особой группы потребителей, но позитивное восприятие клиентами предприятия качества обслуживания возможно только при обеспечении устойчивой культуры организации, которая является частью всех людей, является ключом к удовлетворению потребителей путем обеспечения качества предоставляемых услуг. Опыт ведущих мировых туристических компаний показывает, что это высшая ценность, основанная на признании прав организации культуры, позволяет им сформировать имидж не только привлекательный, но и обеспечить высокие темпы роста за последнее десятилетие.

Литературы

1. Косвинцева Е. Н. Обеспечение конкурентоспособности гостиничных промышленных предприятий: автореф. дис. ... канд. техн. наук. дис. канд. экон. / Е. Н. Косвинцева. – М., 2009. – 23 с.
2. Захарова И. А. Исследование предпосылок сферы гостеприимства конкуренции / И. А. Захарова. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://conf.sfu-ras.ru/>
3. З.Р. Димиева «Организационно-культурные факторы развития туризма / З. Р. Димиева, С. Р. Хуснутдинова [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://турфактор.рф/tour-factor-2011/49-doklady/275-organizacionnaja-kultura-kak-factor-razvitija-turizma.html>
4. Крупский О. П. Организация культуры: виды, особенности реализации в / О. П. Крупский // Экономический вестник Национального университета. – 2019. – № 1. – С. 29-38.
5. Осипова Е. Управление персоналом в рамках стратегического менеджмента / Е. Осипова [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.iteam.ru/publications>
6. Корпоративная ответственность [Электронный ресурс] – Режим доступом: <http://www.marriott.com.ru/marriott/corporate-responsibility.mi>
7. Бакирова Г. Х. Управление личным обучением / Г. Х. Бакирова. – СПб.: Речь, 2016. – 400 с.

А. ЕРБОЛҚЫЗЫ, Т.Ә. ҚАЛАТАЙ, Т.Н. НҰРЛАНОВА

/Нур-Султан/, Студенты, Евразийский национальный университет им. Л.Н Гумилева

А.Б.БАЙМБЕТОВА

/Нур-Султан/, Научный руководитель, Евразийский национальный университет им. Л.Н Гумилева

РАЗВИТИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В КАЗАХСТАНЕ

Мақалада Қазақстандағы туризм индустриясының дамуындағы мейрамхана бизнесін дамыту және нарықтағы сұранысын арттыру мәселелері туралы қарастырылған.

Кілт сөздер: мейрамхана, туризм, қонақүй бизнесі, инфрақұрылым, туристік сала, пандемия, қонақүй индустриясы.

В статье рассмотрены вопросы развития ресторанного бизнеса и повышения спроса на рынке в развитии индустрии туризма в Казахстане.

Ключевые слова: ресторан, туризм, гостиничный бизнес, инфраструктура, туристская отрасль, пандемия, гостиничная индустрия.

The article deals with the development of the restaurant business and increasing market demand in the development of the tourism industry in Kazakhstan.

Keywords: restaurant, tourism, hotel business, infrastructure, tourism industry, pandemic, hotel industry.

Прошедший XX век и первое десятилетие XXI века были полны многих событий и явлений на пути развития туризма. Сегодня туризм возглавляет важнейшие социально-экономические ветви мировой экономики и оказывает большое влияние на развитие экономических связей на международном уровне. Гостиничная индустрия оказывает важное влияние на решение экономических проблем общества. Известно, что в развитых странах доходы от туризма в два раза превышают доходы от международной торговли черными и цветными металлами. Доходы от туризма способны поднять экономику этой территории.

Организация и методы исследования. Гостиничная индустрия оказывает экономическое влияние на инфраструктуру развивающейся территории, потребительский рынок и развитие других видов предпринимательской деятельности. В мире большое внимание уделяется развитию туризма, так как эти отрасли являются высокодоходными и быстроходными. По валютной выручке туризм занимает третье место в мире. По прогнозам экспертов ВТО, туризм будет развиваться и в XXI веке, и станет двигателем мировой экономики.

Е. А. Джанджугазова выделила восемь тенденций развития мировой индустрии гостеприимства. К основным тенденциям развития мирового рынка гостиниц по нему относятся:

- распространение интересов гостиничного бизнеса на сферу иных услуг и продуктов, предоставляемых предприятиями других отраслей; например, организации питания, развлечений, выставочной деятельности и др.;
- форсированная демократизация индустрии гостеприимства, создающая в значительной степени условия для повышения доступности гостиничных услуг для широкого круга потребителей;
- с учетом различных признаков, максимальное воздействие на определенное поколение потребителей
- специализация гостиничного бизнеса, позволяющая реально адаптироваться;
- развитие новых видов туризма, тематические направления которых позволяют учитывать интересы любой категории потребителей и разнообразно отражают туристский продукт, например, экстремальный, экологический, приключенческий;
- консолидация и глобализация гостиничного бизнеса, а также создание гостиничных ассоциаций, союзов, международных, правительственных и неправительственных организаций, что необходимо при создании туристской ассоциации и гостиничной цепочки;
- совершенствование обслуживания и полное реагирование на запросы и потребности клиента;
- внедрение новых средств информационных технологий и связи, позволяющих проводить глубокую и системную экономическую диагностику;
- внедрение новых технологий в деловую стратегию предприятий индустрии гостеприимства. В том числе широкое использование интернета с целью продвижения гостиничных услуг и продуктов, а также распространение современной компьютерной системы бронирования и резервирования [1].

Большое значение в развитии индустрии гостеприимства имеет возрастной, семейный и социальный состав населения. Возрастные различия путешественников привели к появлению специализированных средств размещения для лиц молодого, среднего и пожилого возраста. Социальный авторитет туристов привел к появлению различных ценовых категорий отелей, благосостояние которых рассчитано на разных людей. Немаловажным фактором является и семейный состав путешественников, что привело к появлению гибкой системы скидок для туристов, путешествующих семьей, гостиниц для семей с детьми и т.д. [2].

Результаты исследования и их обсуждение. Гостиничная индустрия повышает интерес в деловых кругах Республики Казахстан. Следовательно, негосударственные

экономические и производственные структуры на внутреннем рынке являются источником доходов начинающих предпринимателей. Поэтому формирование имиджа персонала на рынке гостиничной индустрии и туризма в Казахстане требует усиления внутренней туристской торговли и международных связей.

С момента обретения Казахстаном суверенитета перед предпринимателями возникли большие возможности для развития гостиничного бизнеса и туризма. Правительство считает, что доходы от туризма поднимут социальное и экономическое положение населения. Но консолидированное законодательство не смогло сформировать положительный имидж Казахстана на туристском рынке. Правовые документы (законодательные и нормативные акты), косвенно или прямо относящиеся к проблеме развития гостиничного бизнеса, не могли не затронуть. Опубликованные статьи о том, что средства, вложенные в туризм в мире, окупаются за меньшие сроки, также не проявили предпринимательской активности и не привели к повышению имиджа персонала [3].

В гостиничном бизнесе предприниматели не обращают внимания, одной из причин является отсутствие имиджа отеля в туризме. Кроме того, гостиничный сектор в Казахстане долгое время оставался в тени офисного и торгового сектора. Инвесторов давно не интересовала специфика покупки программы гостиничного бизнеса. Но в последние годы все больше иностранных гостей приезжает. Поэтому в настоящее время в Казахстане развивается гостиничный комплекс.

Вкладываются иностранные и отечественные инвестиции, то есть развивается казахстанский гостиничный бизнес. Этот рынок дает большие возможности для развития международной гостиничной сети. По сравнению с 90-м годом состояние отелей в настоящее время выросло на 45%.

Категория туристов, посещающих Казахстан, чаще всего относится к деловому и конгрессному туризму. В число бизнес-гостей входят 82% туристов, в основном приезжающих в г. Астана и Алматы.

В таблице ниже представлены количество посещений в Республике Казахстан в 2020 году (таблица 1).

Согласно данным таблицы, значительная часть туристов, прибывших в Казахстан из зарубежных стран, посетила главный город страны в городах Астана и Алматы, Восточно-Казахстанскую и Акмолинскую области, представляющую индустриальное значение.

Таблица 1 - Количество посещений в Республике Казахстан в 2020 году

Регионы	2020 год			
	Январь-март	Январь-июнь	Январь-сентябрь	Январь-декабрь
Республика Казахстан	143 966	164 684	196 705	252 726
Акмола	1 302	1 518	1 994	2 657
Актобе	2 406	2 532	4 795	5 817
Алматы	262	295	438	691
Атырау	14 704	15 428	15 722	16 579
Западный Казахстан	1 736	2 999	3 704	4 943
Жамбыл	324	486	1 050	1 557
Караганда	3 506	4 059	4 902	6 676
Костанай	3 138	3 746	4 989	7 299
Кызылорда	80	133	216	288
Мангыстау	3 701	5 288	6 765	8 356
Павлодар	2 610	2 682	3 240	4 120
Северный Казахстан	1 289	1 360	1 741	2 132

Туркестан	166	319	461	1 235
Восточный Казахстан	3 962	4 285	4 983	6 256
Город Нур-Султан	34 689	39 769	47 511	63 758
Город Алматы	65 567	75 053	88 415	112 281
Город Чимкент	4 524	4 732	5 779	8 081
Примечание – составлено авторами на основе источника [4]				

Развитие туристской отрасли Республики Казахстан также имеет уникальные возможности, обусловленные благоприятными климатическими условиями, уникальными памятниками культуры и другими факторами. Но, к сожалению, мы видим, что эти возможности зачастую не используются на своем уровне. Поэтому необходимо организовать в стране современные инфраструктурные комплексы и сектора размещения туристских объектов, отвечающие международным стандартам. В частности, гостиничный бизнес является важнейшей составляющей туристической отрасли. Дело в том, что гостиничная отрасль полностью покрывает первоочередные потребности туриста в период отдыха, такие как размещение, питание, личная безопасность, здравоохранение. Известно, что в период плановой экономики ведение гостиничного хозяйства осуществлялось только по специальным требованиям и условиям со стороны государства. А после обретения нашей страной независимости был поднят вопрос о том, как рассматривать сферу туризма как бизнес. Елбасы Республики Казахстан Н.А.Назарбаев В послании Назарбаева народу Казахстана «Казахстан-2050» определено, что развитие сферы туризма является одним из главных направлений в принятии экономических решений наряду с освоением историко-культурных и природных ресурсов. Сегодня в Казахстане открыты все пути развития гостиничного бизнеса и оказывается государственная поддержка.

Особенно важно помнить, что гостиничный бизнес-это многофункциональная отрасль, которая может играть важную роль в пополнении государственной казны, имея возможность создавать новые рабочие места. Еще одной причиной особого внимания к гостиничному бизнесу является возможность привлечения инвесторов со стороны иностранных государств к развитию отечественного туризма. Это значит, что у нас в стране есть возможность сотрудничать с крупнейшими зарубежными компаниями-различными региональными туристическими фирмами, отелями, ресторанами. Также стоит отметить, что открытие таких отелей мирового уровня, как «HiltonGardenInn», «Radisson SAS Astana», «Rixos», играет важную роль в формировании «внешнего имиджа» Казахстана среди иностранных туристов. Кроме того, гостиницы, открытые при непосредственной поддержке иностранных инвесторов, функционируют на основе международных стандартов, что соответствует требованиям, предъявляемым внешними туристами.

Из-за того, что вышеупомянутые отели имеют 4-5-звездочный уровень, цена считается очень высокой. Поэтому вполне закономерно, что эти отели пользуются большой популярностью среди деловых граждан из-за рубежа, отечественных бизнесменов или представителей так называемого «высшего класса» в обществе. Однако со стороны иностранных граждан, особенно в 90-е годы, у иностранных специалистов появился интерес ко многим историческим местам и культурному наследию Казахстана, таким как «Золотой человек», «Великий Шелковый путь», Древний Туркестан, Тараз, Улытау, Ордабасы. Но, к сожалению, любой отечественный или иностранный турист, путешествуя по таким населенным пунктам, может столкнуться со следующими проблемами:

- низкий показатель развития инфраструктуры в регионах;
- низкая частота железнодорожных, воздушных маршрутов;
- нехватка кадров в Сервисной службе высокого уровня;
- продолжительность решения таких вопросов, как получение визы, регистрация для иностранных гостей.

Данные вопросы связаны и с другими отраслями малого и среднего бизнеса, выходящими за рамки туризма. Поэтому владельцам гостиниц необходимо уметь налаживать бизнес-партнерские отношения с предприятиями развлекательного сегмента, нотариального юриспруденции и др.

Таблица 2 - Предприятия, занимающиеся размещением посетителей.

Регионы	2020 год*			
	Январь-март	Январь-июнь	Январь-сентябрь	Январь-декабрь
Республика Казахстан	3 484	3 472	3 488	3 514
Акмола	298	303	317	311
Актобе	103	102	99	97
Алматы	531	530	539	539
Атырау	99	99	98	101
Западный Казахстан	68	64	65	73
Жамбыл	187	181	180	185
Қараганда	248	242	243	247
Костанай	140	138	137	138
Кызылорда	109	113	112	112
Манғыстау	90	92	93	91
Павлодар	111	112	113	114
Северный Казахстан	119	119	116	114
Туркестан	166	166	169	175
Восточный Казахстан	550	559	564	562
Город Нур-Султан	208	208	208	212
Город Алматы	346	335	328	335
Город Чимкент	111	109	107	108
Примечание – составлено авторами на основе источника [4]				

В итоге хотим добавить про сегодняшних ситуациях, отличительной особенностью пандемии коронавируса (COVID-19) стало резкое и глубокое снижение мобильности, которое вызвало спад в туризме, торговле туристическими услугами и потреблении нерезидентов. Блокировки и меры социального дистанцирования привели к резкому снижению потребления услуг, которое в остальном было бы стабильным. В этой вставке анализируются изменения в туристическом секторе, обсуждается, как влияние этих изменений на потребление различается в разных странах, и рассматриваются краткосрочные перспективы восстановления туризма и путешествий.

Выводы. Для возобновления туризма очень важно усиленное многостороннее сотрудничество и полноценная поддержка. Сотрудничество и последовательность мер по регулированию путешествий на двустороннем, региональном и международном уровнях – это инструменты, которые позволяют безопасно возобновить туризм, ускорить восстановление экономики и вселить надежду миллионам людей. Это включает в себя укрепление безопасности и обеспечение безопасных трансграничных путешествий для путешественников и работников, а также формирование жизнеспособных турне. Для путешествий и туризма очень важно усилить глобальное сотрудничество и помощь в смягчении последствий пандемии covid-19 и ускорить восстановление как экономики, так и общества.

Мы не можем сказать, что пандемия имеет мало негативных последствий. Решение Казахстана о закрытии границ стало серьезным ударом для туристической индустрии и остановило работу многих туристических компаний. Решающим фактором здесь, как и во

многих компаниях, является то, что мы считаем, не останавливаться на достигнутом, используя кризисный сектор в качестве возможности для дальнейшего инклюзивного и устойчивого роста. То есть нужно уметь принимать новые решения в новых ситуациях. Мы уверены, что в будущем спрос будет расти не только на билеты и бронирование отелей, но и на онлайн-платформы, такие как билеты в музей, заказ такси, аренда транспорта, доставка еды.

Литературы

1. Бесекей Э. Гостиничный бизнес. Алматы, 2012. – 141 б.
2. Мазбаев О.Б., Омаров К.М. Гостиничный бизнес. - Алматы, 2007. – 152 б.
3. Барлыков Е.К., Онаев Б.Т. Сервистік қызмет көрсету. - Алматы, 2013. -161 б.
4. Официальный сайт Агентства Республики Казахстан по статистике. [Электрондық ресурс]. – Кіру тәртібі: www.stat.gov.kz

М.Б. ДОСАЛАМАНОВА

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

А.Г. ГИЗЗАТЖАНОВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМДІ ТҰРАҚТЫ ДАМУ: МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ

Мақалада Қазақстанда туризм саласын тұрақты дамыту мәселелері жөнінде сөз қозғалады. Ең өзекті мәселе елде – ішкі туризмді дамыту көзделеді. Туризмді тұрақты дамытудың жолдары, негізгі бағыттары. Даму болашағы, «жайлау туризм» түрінің даму болашағы. Туризмнің елге, жерге пайдасы. Жоғалған «ұлттық сананы» қайта қалыптастыруға мүмкіндік, ұлы дала тарихын жаңғыртуға деген мүмкіндік, ұлы тұлғаларымыздың атын әлемге танытып, текті елде туризмді тұрақты дамыту.

Кілт сөздер: туризм, ұлттық сана, ұлттық құндылық, ішкі туризм, тұрақты даму, инфрақұрылым, валюта, тур, туркомпания, жайлау туризмі, экскурсия.

В статье рассматриваются вопросы устойчивого развития туризма в Казахстане. Самым актуальным вопросом в стране является развитие внутреннего туризма. Пути, основные направления устойчивого развития туризма. Перспективы развития, перспективы развития «летнего туризма». Польза туризма для страны и земли. Возможность восстановить утраченное «национальное сознание», возможность возродить историю великой степи, показать миру имена наших великих людей, развить туризм на родной земле.

Ключевые слова: туризм, национальное сознание, национальные ценности, внутренний туризм, устойчивое развитие, инфраструктура, валюта, тур, туркомпания, джайлау туризм, экскурсия.

The article discusses the issues of sustainable development of tourism in Kazakhstan. The most pressing issue in the country is the development of domestic tourism. Ways, main directions of sustainable tourism development. Prospects for development, prospects for the development of "summer tourism". The benefits of tourism for the country and the land. The opportunity to restore the lost "national consciousness", the opportunity to revive the history of the great steppe, to show the world the names of our great people, to develop tourism in their native land.

Key words: tourism, national consciousness, national values, domestic tourism, sustainable development, infrastructure, currency, tour, travel company, summer tourism, excursions.

Мақаланың негізі - Қазақстанда туризмді тұрақты дамытудың мәселелерін шешу, болашақта туризмді тұрақты дамыту. Оның ішінде Қазақстанда туризм саласын тұрақты

дамытудың үлесінде ішкі туризмді дамыту. Ішкі туризмге қарағанда шығу туризмді өте жақсы дамыған. Әрі елде туризм саласын қарқынды дамытудың бірқатар мәселелерін шешу. Мәселелерді шешу жолында, негізгі бағыттар бойынша жұмыс жасау. Ол бағыттар, ең әуелі туризм саласын дамытуға мүмкіндік жасайды. Әрмен қарай, ел экономикасының дамуына үлес қосады. Ұсынылған ұсыныстар - туризмді дамытудың мәселелерін шешететін бір кілті іспеттес. Туризмнің дамуы ел үшін де қоғам үшін де маңызы зор. Туризм саласының елге тигізетін пайдасы көл-көсір.

«Туризм» түсінігінің мәнін, адамдардың көпшілігі «серуендеу», «саяхаттау» деп түсініп жатады. Негізгі анықтамасына, назар аударсақ, туризм – жеке тұлғалардың уақытша болатын елдегі (жердегі) жиырма төрт сағаттан бір жылға дейін не жиырма төрт сағаттан аз уақытқа созылатын, бірақ түнейтін ақылы қызметпен байланысты емес мақсаттағы саяхаты [1]. Ал біздің ойымша, «туризм» түсінігінің мәні мүлдем терең әрі өзгеше...

Туризм – өзге елдің ұмытылып бара жатқан құндылықтарын қайта жаңғырту. Дәл «Рухани Жаңғыру» іспетті. Бұл дегеніміз не? Туризм арқылы біздің, яғни, қазақ халқының тамыры тым терең тарихын, кемел тілін, берік дінін, жоғалмас салт-дәстүрлерін, қасиетті жоралғыларын, елді, жерді қорғаған батырларымызды, елдің қамын жеген ұлы тұлғаларымызды және олардың ерен еңбектерін өзге елдің азаматтары мен азаматшалары білетін болады. Біздің қандай қаны мықты, текті ел екенімізді ұғынады. Бұл біріншіден, ал екіншіден, қазақ халқының жойылып бара жатқан «құлттық санасын» қайта жандандыра аламыз. Бұл қазіргі Қазақстандағы өзекті мәселе. Үшіншіден, кез-келген адам өзге елге саяхаттау барысында, жоғарыда айтып өткендей, сол елдің бар тарихымен, салт-дәстүрлерімен танысып, дүниетанымының көкжиегін кеңейтеді. Міне, туризмнің қоғам үшін де, ел үшін де, адам үшін де алатын маңызы зор. Туризмнің қоғамдағы рөлі айқын, демек, туризм саласының әлем үшін, әлем халықтары үшін маңызы зор. Осы саланы біз озық түрде дамытуға күш салуымыз қажет, дамыта отырып, оның тұрақтылығына аса мән бергеніміз абзал.

Туризмді дамыту дегеніміз - ұзақ мерзімді, экономикалық тиімді болашақ, ол мемлекеттің экономикасына үш оң нәтиже береді:

1. Шетел валютасының құйылуын қамтамасыз етеді және төлем теңгерімі мен жиынтық экспорт сияқты экономикалық көрсеткіштерге оң ықпал жасайды.

2. Халықтың жұмыспен қамтылуын көбейтуге көмектеседі.

ДТҰ мен Дүниежүзілік туризм және саяхат кеңесінің бағалауы бойынша туризм өндірісінде құрылатын әрбір жұмыс орнына басқа салаларда пайда болатын 5-тен 9-ға дейін жұмыс орны келеді екен

3. Елдің инфрақұрылымын дамытуға жәрдемдеседі. Туризм елдің тұтас аудандарының экономикасына белсенді әсер етеді. Туризм саласындағы шаруашылық жүргізуші субъектілердің құрылуы және жұмыс істеуі жол көлігін, сауданы, коммуналдық-тұрмыстық, мәдени, медициналық қызмет көрсетуді дамытумен тығыз байланысты. Сөйтіп, туризм индустриясы басқа экономикалық секторлардың көпшілігімен салыстырғанда, неғұрлым мультипликаторлық тиімділікке ие [2].

Туризм жеке және ұжымдық жетілдіру құралы ретінде жоспарлануы және тәжірибеде іске асырылуы тиіс демалыспен, бос уақытты өткізумен, спортпен, мәдениетпен және табиғатпен тікелей араласуға байланысты қызмет. Мұндай жағдайда, ол өз бетімен білім алудың, толеранттықтың және халықтар мен олардың әр түрлі мәдениеттерінің арасындағы олардың өзгешеліктерін танып-білудің бірден бір факторы болып табылады.

Туризмнің жылдам және тұрақты өсуін, оның қоршаған ортаға, экономиканың барлық секторлары мен қоғамның әл-ауқатына күшті әсерін назарға ала отырып, Қазақстанның Үкіметінің ұзақ мерзімдік даму бағдарламасында туристік саланы басымдық ретінде белгіледі. Осы Тұжырымдама туризм саласында тұтас мемлекеттік саясатты қалыптастыруды, Қазақстанда қазіргі заманғы бәсекеге қабілетті туризм индустриясының құқықтық, ұйымдастырушылық және экономикалық негіздерін қалыптастыруды

көздейді. Міне туризмді дамытудың маңызы қаншалықты зор екенін білдік. Қазіргі таңда Қазақстан Республикасында туризмді дамыту шаралары қарқынды жүріп жатыр. Дей тұрғанмен, Қазақстандағы туризм саласының дамуының кейбір өзекті мәселелері бар. Қазіргі туризм – бұл құлдырауды білмейтін әлемдік экономиканың саласы. Бүгінгі таңда туризм дамуына кедергі келтіретін негізгі факторлардың бірі – Қазақстанның турөнімін алдыға жылжыту бойынша, сондай-ақ елдің туристік имиджін көтеру бойынша жан-жақты ойластырылған маркетингтік стратегияның Қазақстанда жоқ болуы табылады. Аса көңіл аударуды қажет ететін мәселе – көптеген туристік агенттіктер көбінесе тек бір бағытты – шығу туризмін ғана дамытады. 600-ден аса туркомпаниялардың 14,5%-ы ғана келу туризмін ұйымдастырумен айналысуы сөзсіз ел бюджетіне теріс әсер етеді. Тіпті сол сырттан келгендердің басым бөлігі – іс сапармен келгендерге жатады. Ішкі туризм, сарапшылардың мәлімдеуінше, барлық туризм кірісінің 3 %-ын ағана құрайды. Салыстыру үшін айтсақ, дамыған елдерде бұл 50%-ға тең. Бұл мәселені шешу үшін Салық кодексіне шетелдік сапарларды ұйымдастыратын туроператорларға өз қызметтерінің кірісінен ҚҚС төлеу белгіленді, әйтпесе шығу туризмін ұйымдастырушылар әлдеқайда көп болуы мүмкін. Шығу туризмінің басым дамуы себептен гөрі, нәтижеге жуық, өйткені туристік инфрақұрылымның жоқтығы турагенттіктерге елдің көрікті жерлері бойынша турлар ұйымдастыруға мүмкіндік бермейді. Тағы бір мәселе, ол бағалардың көрсетілген қызметтерге сәйкес болмауы. Мысалы, 50\$-ға Алакөлде кішкене бөлме, санузелмен, теледидар және тоңазытқыш алуға болады, ал тамақтану үшін жеке шығын қажет. Ыстықкөлде дәл осы бағада ең жақсы қонақ үй, үш уақыт тамағымен, ашық және жабық типтегі бассейнімен беріледі [3]. Қазақстанда туризм саласын тұрақты әрі қарқынды дамытудың осындай кейбір өзекті мәселелерін шешу үшін, ішкі туризмді дамыту үшін 8 бағыт ұсынылады:

1. Туризм саласында жұмыс істейтін турфирмалар мен туркомпаниялардың жұмысына жағдай жасау.
2. Жарнамалау, туризм саласының кәсіпорындарының арнайы жарнамасының болуы. Ол осы салаға сұраныстың артуының кепілі.
3. Тазалыққа мән беру. Қазақстанның барлық аймақтарында, тұтастай тазалық сақтауымыз қажет. Тазалық - денсаулық кепілі.
4. Қазақстанның көшелеріне көңіл бөлу. Қазақстанның әр облысындағы әр көше қазақ халқының ұлы тұлғаларының есімімен берілген-ді. Міне, осы көшелерде сол аталмыш тұлғалардың суреті ілініп, сол көшелерге сөрелер қойылып, тұлғаларымыздың шығармалары қойылса, бұл туристердің қызығушылығын оятары анық.
5. Қонақ үйлерге деген – өзгеріс. Этно қонақ үйлердің санын арттыру. Олардың дизайны қазақы нақышта безендіріп, қазақы әуен ойнатып, ұлттық мейрамхана қызметін ұсынып, шағын мұражай ашып, онда қазақ халқының құнды жәдігерлері, кітаптары, жазба деректерін орналастыру, т.б. Қонақ үй қызметкерлеріне талаптардың қойылуы. Мысалы, ең алдымен, таза қазақ тілін білуі қажет, одан соң, ағылшын тілі және орыс тілін жетік меңгеруі қажет. Сонымен қатар, ұлттық нақышта киім киюі міндетті болуы керек деген сияқты талаптар шыға бастайды. Оған қоса, Қазақстан қонақ үйлерінің мейрамханаларында міндетті түрде ұлттық тағамдар берілуі тиіс. Қазы-қарта, жал жаямыздан бастап, қымыз, шұбатымызға дейін келуші туристерге ұсынылуы. Осындай ерекшеліктегі қонақ үйлер келушілерді өз елімізбен таныстырудың бірден-бір жолы.
6. Мұражайларға адам тарту мәселесін қолға алу. Тарихи, өлкетану, заманауи мұражайлары заман талабы бойынша жабдықталып, ұлттық ерекшелікті көрсете отырып, түрлі сегменттегі тұтынушыларға ұсыныс әзірлеу керек.
7. Әуежайларымыз бен вокзалдарымызда ерекше туристік атмосфера туындату. Ұлттық үлгі элементтеріненгізукерек.
8. Қызмет көрсетуді жақсарту. Бұл бағыттың маңыздылығын айтпаса да түсінікті. Саяхаттап келген, туристердің қажеттіліктерін қамтамасыз ету, көңілінен шығу ең әуелі туризм саласында жұмыс жасайтын қызметкерлерге тікелей байланысты. Осы қызметкерлер туристердің көңілінен шығу үшін негізгі талаптар:

- үш тілді жетік меңгеру;
- өз тарихын жіті білуі;
- білімді, жауапкершілігі мол болу, жан-жақты болуы;
- мінезі ашық, жайдарлы, ашық жарқын болуы.

Міне осындай талаптағы қызметкерлер, туризмді дамыту үшін бар күшін салары анық. Атап көрсетілген 8 бағыт туризмді тұрақты дамытудың баспалдағы. Жоғарыда атап өткен мәселелерді шешуші бір құрал! Әрі елде ішкі туризм дамиды. Әлбетте, олар қомақты қаражатты және уақытты қажет етеді, бірақ бұл бағыттар елде туризмді дамытудың алтын баспалдағы, сонымен қатар, әр бағыттың өзіндік міндеттері бар:

бірінші, жоғалған «ұлттық санамыз» орнығады - Ұлы дала тарихы жаңғырады;

екінші, еліміз ең таза 10 елдің қатарына енеді;

үшінші, әлемдік нарықта өзіміздің орнымыздың алуымызға мүмкіндік туындайды;

төртінші, экономикалық ілгерілеу болады;

бесінші, халықтың әлеуметтік жағдайы жақсарып, жұмыс орындарының ашылуы және жұмыс күшін жұмылдыру;

алтыншы, туризм арқылы «Дамыған 30 елдің» қатарына ену;

жетіншіден, еліміздің тұтас ел болуына себепкер болған ұлы тұлғаларымызды, батырларымызды ұлықтауға мүмкіндік;

сегізіншіден, туризм арқылы турист өз дүниетанымын кеңейтеді.

тоғызыншыдан, Қазақстан Республикасында туризмді тұрақты дамытудың мәселелерін шеше отырып, ішкі туризм дамиды.

Біздің елімізбен, дінімізбен, тілімізбен, тарихымызбен, салт-жоралғыларымызбен, таныстыру. Қазаққа Алланың берген ұлы қасиеттері қарапайымдылық, кеңпейілділік, қонақжайлылық сынды қасиеттер. Міне осы ұлы қасиеттеріміз арқылы өзге ел жұртшылығының жүрегінен орын аламыз. Туризмнің болашағы жарқын!

Туризмді тұрақты дамытудың негізгі жолдарының елдің туризмін дамытуға әсері мол. Қазақстанның қай аймағын алсаңда дамытуға болатын жерлер өте көп, соның бірі «Жайлау туризмін» дамыту деуге болады. Еліміздің шетсіз, шексіз, жазира, паң даласын өз игілігімізге пайдалану керек. Мәселен, Алматы облысы Кеген (бұрынғы Райымбек) ауданы Қарқара ауылдық округінің маңында туризмді дамытуға ұсынуға беруге болады. Тарихи мекен Қарқара ауылымен көршілес, Мыңжылқы ауылына, яки Қарқараның көк жайлауын дамыту. Бұл жайлауға туризм саласын дамытуды ұсыну тегін емес. «Жайлау туризмін» дамыту мақсатында жоғарыда атап көрсеткен 8 бағытты негізге ала отырып осы бағыттарды да іске асыру. Осы бір туризм түрін дамыта отырып, Қазақстанда ішкі туризмнің үлес салмағын арттыру. Бұл «Жайлау туризмі» несімен өзге туризм түрлерінен ерекшеленбек?!

Киелі Мыңжылқы төріне «Жайлау туризмінің» дамуы:

- ерекше дизайнмен қонақ үй мен мейрамхана салу. Бұл туристік орындарды ерекше дизайнмен салумен қатар, ұлттық бірегейліктің көрінісін ұштастыру. Ал бұл қонақ үй мен мейрамханалардағы негізгі ерекшелік – олардың құрылысын қазақтың байырғы заманнан бері баспанасы болған «Киіз үй» стилінде салу. Бұл дегеніміз – қазақылықтың жусан иісін аңқытатын, қазақтың игілігін арттырудың тәсілі. Бұл мекемелер қазақи нақышта өз әсемдігімен басқа мекемелерден озық тұруы. Әрі мейрамханаларда басымдыққа ие ұлттық тағамдарымыздың берілуі. Келушілердің басым көпшілігі қызығады;

- ат туризмін дамыту. Әлбетте, жылқының қазақ халқының дүниетанымы мен тұрмыс салтында, күнделікті шаруашылық өмірінде алатын орны зор! Ат үстінде серуендеу адамға керемет әсер қалдырады. Жалпы айтқанда, Жетісудың әсем табиғатын осы атқа міну арқылы тамашалау. Қазіргі таңда ат экскурсиясының бағасы айтарлықтай қымбат;

- театр мен кинотеатр салу. Бұл демалыс орындарында қазақ халқының тарихи кино туындыларын келген қонақтарға көрсету. Сонымен қатар, кинотеатрларда тарихи кино, фильмдерден бөлек, заманауи кино, фильм, мультфильм түрлерін туристер назарына ұсыну;

- әртүрлі бағыттағы экскурсиялар ұйымдастыру. Бұл туристердің жан-жақты қазақ елі жайлы тың дерек алуына мүмкіндік жасайды.

- туристің қажеттілігі. Осы өңірге келуші қонақтар аталмыш «Жайлай туризмінен» пайдасы мол әсер алу үшін бар қажеттілігін қамтамасыз ету, қызмет көрсетуді жақсарту.

Берілген ұсыныстың ұсынуындағы негізгі мақсат қандай? Негізгі мақсат – қазағымның жоғалған «ұлттық санасын» қайта қалыптастыру, қазағымның игі иісін дарыту, ұлы дала тарихын жаңғырту, туризмді тұрақты дамыту, соның ішінде ішкі туризмді дамыту, ұлы тұлғаларымыздың есімдерін барша елге жаю, халықтың әл-ауқатын жақсарту дамыған 30 елдің қатарына Қазақстанды енгізу, әлем жұртшылығына еліміздің қандай тамыры терең тарихы, берік діні, тілінің таза әрі кемел екенін, әрі діңі мықты ел екенін таныту! Осы «жайлау туризмін» осы тарихи мекенде дамытсақ, туристердің немесе қазақ азаматтардың және жергілікті тұрғындардың ағылып келуіне сенімім мол! Бұл туризм түрі әр бір туристің көңілінен шығып, күйбең тірлік, күйзелістерден босатып, табиғат аясында еркін демалысты ұйымдастырады. Біздің ем ауамызбен демалып, қазақтың киелі қонақ келсе дастарханнан кетпеген денсаулыққа пайдалы тағам-сусындарымызды ішеді. Осылай, көркіне көзі тоймайтын, өр албанның мекені, Жер Жәннаты – Жетісу төрін тамашалай отырып, қазақ елінің табиғатына таң тамаша болады. Бұл туризм түрін дамыту ел үшін өте маңызды.

Қорыта келе, туризмнің ел үшін де, жеке адам үшін де пайдасы өте көп, осы пайдасы көл-көсір саланы дамыту әр елдің міндеті. Туризмді тұрақты дамыту – ел экономикасына, елдің әлеуметтік жағдайына, сол елдің дамуына үлкен пайдасын тигізеді. Бір ғана саланы (туризм) дамыта отырып, елдің назарын өзімізге аударта аламыз. Осы туризм саласы арқылы «Қазақ» дейтін киелі елдің төріне саяхаттау бақыт екенін әр мемлекеттің тұрғындары білетін болады. Көрсетілген ұсынысты жүзеге асырсақ, жемісін көретінімізге ешқандай күмән жоқ. Ол ұсыныс, жүзеге асар болса, туризм осы аймақта дамып, одан ары өркендейді. Әрі өз еліміздің жоғалып бара жатқан құндылықтарын қайта жандандырып, ұлықтаймыз. Егер осы туризм саласын текті елде дамытсақ, саланы дамытудағы мәселелер өз алдына шешіліп, қазақ елінің болашағы зор болар еді!

Әдебиеттер

1. ҚР-ның туристік қызмет заңы [Электронды ресурс]. – Кіру тәртібі: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P010000333>
2. Туризмді тұрақты дамыту [Электронды ресурс]. – Кіру тәртібі: <https://stud.kz/referat/show/84835>
3. Қазақстандағы туризм саласының дамуының кейбір өзекті мәселелері [Электронды ресурс]. – Кіру тәртібі: <https://articlekz.com/kk/article/22116>

А.Н. АНАРБАЕВА

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

А.Г. ГИЗЗАТЖАНОВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ТУРИЗМІН ҚАЗІРГІ ПАНДЕМИЯДАН KEЙІН ДАМУЫНЫҢ ЖОЛДАРЫ

Мақалада Қазақстан туризмін пандемиядан кейінгі жағдайын анықтау, шешу жолдары, негізгі мәселелер көтерілген. Еліміздегі туризмді дамыту үшін, виртуалды қолжетімділікті арттыру арқылы театрлар мен мұражайларға виртуалды саяхат жасау ұсынылды.

Кілт сөздер: туризм, пандемия, виртуалды тур, театр.

В статье определяются основные вопросы, способы определения состояния туризма в Казахстане после пандемии. Для развития туризма в стране предлагается совершить виртуальный тур по театрам и музеям за счет увеличения виртуального доступа.

Ключевые слова: туризм, пандемия, виртуальный тур, театр.

The article defines the main issues, ways of determining the state of tourism in Kazakhstan after the pandemic. For the development of tourism in the country, it is proposed to make a virtual tour of theaters and museums by increasing virtual access.

Key words: tourism, pandemic, virtualtour, theater.

Қазақстандағы туризм саласының мамандары “Карантинге дейін туризм аяққа тұрып келе жатқан, пандемия аяқталса туризмді қайта дамытуға бірнеше жыл кетеді”- деп отыр. Сондықтан уақытты жоғалтып алмай, көршілес туризмді дамыған елдерден үлгі алып, жаңа бағытта қызмет көрсету шараларын қарастыруымыз керек [1].

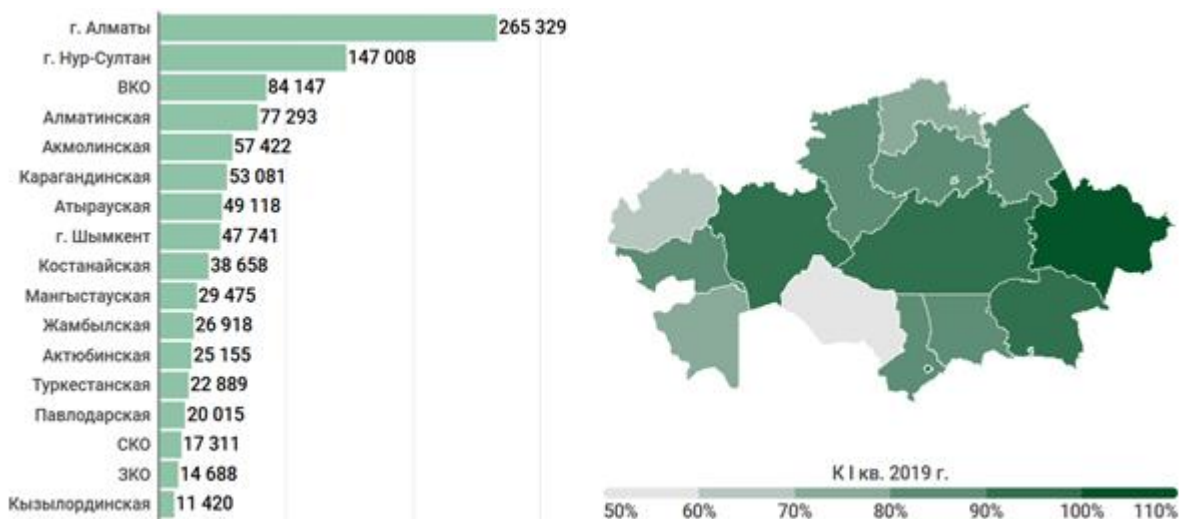
Қазіргі таңда, Түркиядағы туризмнің дамығаны соншалықты, тіпті қалталы туристерден бастап қалтасы жұтаңдау қонақтардың көңілінен шығудың амалдары барынша жақсы жолға қойылған. Түркияда туризм саласына қатысы бар барлық қызметкерге COVID-19 вирусына қарсы екпе егу шарасы басталды. Басты мақсат – алдағы туризм маусымында туризм саласында қызмет көрсететін мамандар мен олардың туғандарын, туристер көп шоғырланатын аймақтардағы тұрғындардың денсаулығы мен қауіпсіздігін жоғары деңгейде қамтамасыз ету [1]. Қазақ туризмін пандемиядан кейін аман алып қалу үшін, ең бірінші кезекте туризм саласындағы адамдарды індеттен аман сақтауға көңіл аударуымыз қажет. Осының арқасында барлық туристер мен саяхатшылардың да денсаулығы мен қауіпсіздігі қамтамасыз етіледі. Ауру жұқтырмаудың амалдарын сақтай отырып алға жылжу керек.

Аурудан таза екенін дәлелдейтін анықтаманы әуежайға дейін 72 сағат ішінде арнайы сайтқа жүктеу сұралады. ПЦР тест қорытындысын телефонға жүктеп алу маңызды. Әуежайдан бөлек, қонақ үй, мейрамхана, сауда үйлері, музей, мешіттердің барлығына кірер алдында ковидтен таза екеніңізді растайтын аппараттар қойылуы керек.

Екіншіден, адам көп жиналатын, жұрт көп шоғырланатын жердің барлығында бетпердемен жүру, арақашықтықты сақтау міндет. Олай болмаған жағдайда айыппұл салынады. Үшіншіден, мейрамхана, кафелердің барлығында ыдыстар қорапқа, қағазға, пакетке оралып, ыдыс арқылы аурудың таралуына тосқауыл қойылады. Және табиғат аясындағы, көше бойындағы дәмханалардың өзі тек бір рет қолданатын ыдыстарды қолдануда бізді пандемиядан алшақтатады [2].

ҚР туризм саласын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы: Біздің мақсат — 2025 жылға қарай Қазақстан Республикасының ЖІӨ жалпы көлемінде туризмнің кемінде 8% үлесін қамтамасыз ету, туристердің санын 9 млн -ға көтеру, туризм саласының мамандарын 650 мың- ға жеткізу болып табылады.

Былтыр пандемияға байланысты Түркияға 16 млн. турист келген. Биылғы жеке 32 млн., ал осынша мейманның көңілінен шығып, қауіпсіздігін қамтамасыз ету үшін арнайы 150 ереже белгіленіпті. Онда елге келген азаматтардың ауру жұқтырып алмауына тосқауыл қоятын міндеттер қамтылған. Енді, Турция елінің туризмдегі атқарып жатқан жұмыстарына қарап, біз нені өзгерте аламыз деген ой келеді. Біздің ойымызша, Қазақстанға келген туристер вирус жұқтырып, ауруы анықталғанша дейін, медициналық сақтандыру шеңберінде тегін ем ала алатындай жағдай жасау керек. Оларға жедел көмек ұсынылады. Туристер өз еліне кетерде ПЦР тест тапсырып, анықтама алады. Бұл да вирустың шекара аспауы үшін қажет шара [3].



Сурет 1 -2020 ж. I кв. орналастыру орындарымен қызмет көрсетілген келушілер саны (адам) Ескерту –Қазақстан Республикасының статистика агенттігі мәліметтері [4]

Сурет бойынша ақпарат 2020 жылдың жартысында мекемелерде болған аламдар саны 987,7 мың адаммен тоқтап қалған. Бұл 2019 жылдың басындағы көрсеткіштерден едәуір нашар - онда 1 113,9 мың келушілерге қонақ үйлерде, хостел, жатақханаларда және т.б.жерлерде қызмет көрсетілді. Осылайша, клиенттер саны бір жыл ішінде 11,3% -ға азайды. Осындай тенденция Республиканың көптеген аймақтарында байқалады. Пайыздың едәуір төмендеуі Қызылорда облысында орын алды, мұнда орналастыру клиенттерінің жартысынан көбін жоғалтты (-44,7%), сонымен қатар Батыс Қазақстан облысында - қызмет көрсетілген келушілер саны 38,2% -ға төмендеді.Осы көрсеткішке қарап ковид кесірінен қандай өзгерістер орын алғанын байқаймыз.

Қазіргі туризмнің көрсеткіші негізінде еліміздің туризм саласы тәулігіне 1 млрд. теңгеден қағылуда. Мәселен, өткен жылы туризмнен түскен табыс 300 млрд. теңгеге жеткен болса, ал ішкі туристер саны 6,5 млн -нан асқан.Ал биылғы көрсеткіш бұдан 60% ға төмен[5]. Тур өзін сата алмайды, оны сататын адам керек. Мемлекет Қазақстандық туристік объектілерді сата білуі керек,турагенттіктер мен туроператорларды түрлі семинарлар өткізе отырып, қазіргі заманға ыңғайлайтындай шет ел тәжірибесін талдау керек. Сондай-ақ бізге “Түркияда демалу Қазақстаннан арзан” деген қате ойдан айырылуымыз қажет.Қазақстанда туризммен кәсіби түрде айналысатын 10-15 қана компания бар және ешқандай туроператорлар “Қазақстандағы туристік орындар тиімсіз”деп айтпайды. Яғни, біз қадамдарды дұрыс жасамаймыз деген сөз. Мысалы кейбір туроператорлар Алакөлдің жолы нашар болғандықтан тур сата алмайтындарын айтады. Әрине, мен мұнымен келісемін. Бірақ бұл 100 пайызға деген сөз емес. Еліміздегі көрікті жерлерді,тарихи орындарды жарнамалау,сервистік қызмет көрсету жағы онша дұрыс жолға қойылмай отырған секілді. Туризмнің қыр-сырын жете меңгерген мамандардың аздығы,бар болса да олардың өз деңгейінде жұмыс жасамауы салдарынан біз шетелдіктерден артта қалудамыз.Өзге мемлекеттер туризм арқылы әлеуметтік-экономикалық жағдайын түзеп отырғаны шындық. Егер бізде солар сияқты осы салаға тиісінше көңіл бөлетін болсақ,әлеуетіміз бүгінгіден әлдеқайда жақсарар еді.Бұрынғымен салыстырғанда қазір туризмге мемлекет тарапынан біраз қолдаулар жасалуда [5]. Әр өңірдегі туризмге лайықты жерлерге баратын жолдарды жөндеу,сырттан келген қонақтарды күтетін кешендер ашу,оларды жарақтандыру деген секілді бірталай жұмыстар атқарылуда. Бірақ бұл жеткіліксіз. Осы төңіректе қызмет көрсетіп жүрген мамандандарды сауаттандыруға әлі де болса күш салу керек. Мамандарды Еуропаға, Түркияға, Ресейге, көршілес жатқан Қытайға жіберіп, сол елдердегі туризмді дамытуға тиімді әдістерді үйренуіне мүмкіндік берсек,осы салада үлкен табыстарға жетуге

болады. Сырттан келген меймандарға қазақ халқының өмірінен хабар беріп қана қоймай, салт-дәстүрімізді дәріптеу арқылы туристтерді өзімізге тарта аламыз [5].

Пандемия «Covid-19» ескі дүниежүзілік туризмді түгел өзгертті. Карантинде үйде отырған миллиондаған адамдарға осы қиын кезеңде мұражайларға, мәдени мұра орындарына, театрларға виртуалды турға қол жетімділікті арттырсақ, туризмнің арқасында бұрын-соңды болмаған сұранысқа ие болар еді. Және ұлттың мәдениетіне, ұлттық-символдарына виртуалды саяхат жасауға үлкен қадам болады: 2023 жылға дейін Қазақстанда туризмнің жалпы ішкі өнімдегі үлесін 1%-дан 8%-ға жеткізу көзделген. Егер ескі форматтағы туризмді қойып, жастардың ойымен санаса отырып технологияның күшін және виртуалды форматқа көшсек, біз өзіміздің аудиториямызды әлдеқайда өсіреміз.

Әдебиеттер

1. Культурный туризм и COVID-19. [Электронды режим]. - Кірутәртібі: <https://www.unwto.org/ru/cultural-tourism-covid-19>
2. Қазақ туризмінің болашағы қандай? [Электронды режим]. - Кіру тәртібі: <https://zhasalash.kz/kogam/qazaq-turizminin-bolashagy-qandaj-1448.html>
3. Туризм после пандемии: как коронавирус изменит путешествия [Электронды режим]. - Кірутәртібі: https://ratanews.ru/news/news_23122020_3.stm
4. Современные тенденции развития туристской отрасли Казахстана. [Электронды режим]. - Кірутәртібі: <https://articlekz.com/article/15399>
5. [Қазақстан Республикасының статистика агенттігі мәліметтері](#) [Электронды режим]. - Кірутәртібі: www.stat.gov.kz

Д.Қ. ТІРІБОСЫНОВ

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

А.Г. ГИЗЗАТЖАНОВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ТАРБАҒАТАЙ ТАУЫ- ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ ОБЪЕКТІСІ РЕТİNДЕГІ НЕГІЗГІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мақалада Қазақстанның шығыс бөлігінде орналасқан Тарбағатай тауының экологиялық туризм объектісі ретіндегі маңызын анықтау, туристік-рекреациялық инфрақұрылымын дамыту үрдісі анықталды, аумақта ерекше қорғалатын Ұлттық саябақ құру ұсынылды.

Кілт сөздер: туризм, ерекше қорғалатын аймақ, Ұлттық саябақ

В статье определяется значение гор Тарбагатай в восточной части Казахстана как объекта экологического туризма, развития туристско-рекреационной инфраструктуры и создания на территории особо охраняемого национального парка.

Ключевые слова: туризм, охраняемая территория, национальный парк.

The article defines the importance of the Tarbagatai mountains in the eastern part of Kazakhstan as an object of ecological tourism, the development of tourist and recreational infrastructure and the creation of a specially protected national park on the territory.

Key words: tourism, protected area, national park.

Қазақстанның табиғаты нағыз таңғажайып, оны дұрыс қолдану қажет. Туризм – экономиканың басты қозғаушы күші және әлемдік экономикада бұл салада қызмет атқарушылардың саны 75 миллионнан асады. Тікелей және жанамалай әсер ете отырып, осы саламен байланысты жұмыс істейді. Қазіргі таңда жер бетіндегі әрбір 12 адам туризм саласында қызмет етеді. 2017 жылы халықаралық туристердің саны 1 миллиард 700 мың

адамға жетіп, рекордтық көрсеткіш жүзеге асты. Туризмнің кейіннен белең алып даму жолына түскен бағыты экологиялық туризм, соның ішінде ұлттық сабақтар ерекше сұранысқа ие. Әлемде танымал бірнеше ұлттық парктер бар, ең алғашқы ұлттық саябақ АҚШта 19 ғ. аяғында, 1872 жылы Йеллоустоун ұлттық саябағы ашылған. 1916 жылы АҚШта Ұлттық саябақтар қызметі ашылды. Бұндай АҚШ тың Гранд-Каньон, Джаспер, Олимпик және тағы басқа ұлттық саябақтары қазіргі уақытта Солтүстік Американың шегінен тысқары жерлерде де жақсы танымал [1].

Елімізде осындай керемет жерлер бар, соның бірі Тарбағатай таулары өзінің оқшауланған және қол жетпес биік тауларының тізбектерімен, мазар қорғандар секілді скифтік «әулие жерлерімен» ерекшелінеді. Ақсуат пен Ақжарда бітетін тек қана екі жол тау етегіне барады. Үржар Аягөз-Достық А356/357 жолында Алакөл көлінен солтүстікке шамамен 80 км қашықтықта тізбектерінің оңтүстік-шығыс шетінде орналасқан. Қасында 400 гектарға жуық қорғалатын далалар жайластырылған. Тарбағатай тауының бүгінгі Үржар ауылы тұсындағы Ақберлі биігінде (теңіз деңгейінен үш мың метр) әлемдік мәдени қазына қатарына қосуға лайықты қаншама жанды сурет сақталып тұр. Бұл биіктегі тастағы суреттер аумағы жүздеген гектарларды алып жатыр. Жаз айларында тау басын қардың басуына байланысты оған атпен ғана шығуға болады. Тастағы суреттер түрлі тақырыптарды қамтиды, мысалы аңдар мен құстар, мініс аттары, аң аулаушылар және т.б. Жалпы алғанда, аймақтың туристік және рекреациялық жер ретінде дамыту үшін оның бедерінің бағалауға назар аудару керек. Бағалауда рельеф, көлбеу және сипаттағы бөлшектенген аймақтың тығыздығы және тереңдігі қарастырылады (1 кесте).

Кесте 1 - Туристік-рекреациялық қолданыста Тарбағатай тауы ресурстары негізінде қолдану типтері

Туристік және рекреациялық пайдалану түрі	Табиғи шарттар және келісімдер			
	Гипсометриялы, м	Ландшафтты (аудан)	Табиғаты	Дамыту шарттары
Спорттық-сауықтыру туризмі	<3000	Орманды-жазық	Таудың 80%-ауыл шаруашылығына пайдаланады	Спорттық мақсатта жүретін маршрут жолын жөндеу
Таулы альпинисті туристік	3000	Орманды, шабындық	Жері өте ылғалды	Тауға арнайы шығу үшін жаяу жүргіншілерге канатты жол жасау
Альпинистік жоғары дәрежелі қиындылық	>2000	Жоғары мұзды	Жоғарғы шалғынды ерлерінде түрлі өсімдіктерге бай	Шығуға арналған жабдықтармен қамту
Ескерту- Мәліметтер [2] негізінде автормен бағаланды				

Тарбағатай территориясының қазіргі жағдайы мен туризмнің даму дәрежесін зерттей отырып рекреациялық туризмнің дамуының күшті және әлсіз жақтары, мүмкіншіліктері мен туризмнің дамуын тежейтін қауіп-қатерлері талдауға болады: үшті жақтары ретінде: экологиялық таза аумақ; тарихқа бай аймақ; туристерді тарту үшін тарихи және табиғи-мәдени мұра құндылықтардың байлығы; спорттық туризмді дамытуға тиімді туристік ресурстардың болуы; экономикалық-территориялық тиімді орналасуы; табиғи ресурстардың, флора мен фаунаның бай қоры десек, әлсіз жақтары шектеулі қаржылық мүмкіндіктер; аймақтың ластануы; күрделі табиғи-географиялық жағдай; тау территориясында орналасқан ауылды мекендердің қараусыз қалуы; білікті мамандардың жетіспеушілігі; рекреациялық объектілері тарапынан ұсынылатын қызметтер сапасының біркелкі еместігін атауға болады.

Тау аймағының мүмкіндіктерін келесідей көрсетеміз: Тарбағатай тауының мүмкіндіктерін пайдалану арқылы табиғатта қорғайтын бақылау мекемесін ашу; ақпараттық-коммуникациялық жүйені дамыту арқылы туристер ағымын көбейту; ғылыми-техникалық базаны жетілдіру арқылы табиғатқа кері әсерді төмендету; халықаралық туроператорлармен серіктестік келісімдер орнату; аймақтық, ұлттық, халықаралық көрмелерге қатысу арқылы саябақтар имиджін қалыптастыру.

Қауіп-қатерлер ретінде қаражаттың болмауын; климаттық географиялық жағдай есебінен болатын табиғи апаттарды; мемлекет тарапынан қолдауға ие болмауын; тарихи және табиғи-мәдени мұраларды сақтау, табиғатты қорғау туризмнің дамуының әсерінен екінші ретгі қызметке айналуын; мемлекет тарапынан көңіл бөлмеу нәтижесінде аумақтың туристік әлеуетінің нашарлауын алуға болады.

SWOT-талдау негізінде аймақтың мүмкіндіктері басым. Ұлттық мәдени құндылықтарымызды сақтап қалу мақсатында ұсыныстардың мемлекет тарапынан қолдауы, бұл өлкедегі туризмнің жан-жақты салаларын дамуына үлесі қосылары анық. Тарбағатай аймағындағы табиғи-мәдени мұралар мен көптеген табиғи ескерткіштер, орманды-таулы ландшафты территориялар танымдық туризмді қалаушы туристердің қызығушылықтарын тудыратын негізгі факторлар болып табылады. Туристік ресурстарының бай туристік әлеуетіне қарамастан аумақтың туристік-рекреациялық инфрақұрылымының деңгейі дамудың жағымсыз тенденциясымен сипатталады, сондықтан да жоғарыда сөз болған жетілдіру тетіктерін қолданып, инфрақұрылымды дамыту жолдарын қолға алған абзал. Тарбағатай тауы аймағының туристік-рекреациялық инфрақұрылымын дамыту үрдісінен келесілерді күтуге болады:

- аумақтың туристік әлеуетін арттыру мен имиджін қалыптастыру;
- тау территориясындағы туристік әлеуетінің мүмкіндіктерін тиімді қолдану (табиғи ресурстар, бірегей тарихи-архитектуралық, мәдени ескерткіштер);
- ішкі және кіру туризміне қолайлы жағдайларды қалыптастыру;
- қосымша жұмыс орындарын қалыптастыру.

Инфрақұрылымды қалыптастыру мен аумақтың бай туристік ресурстарын игеру Тарбағатай таулы аймағында экономикалық пайда келтіретін туристік-рекреациялық демалыс орталығына айналдыруға және оны жандандыруға мүмкіндіктер береді. Тарбағатай тауын Ұлттық саябақ ретінде дамыту үшін біршама іс-шараларды жүзеге асыру керек:

- ерекше қорғалатын табиғи аймақта жергілікті мәні бар рекреациялық туризмді дамыту және ұйымдастыру;
- жергілікті тұрғындардың қолдауымен ақпараттық жұмыстар жүргізу;
- туристік іс-әрекетті іске асыру үшін, жергілікті тұрғындардың қызмет көрсетулеріне қолдау көрсету;
- жеке кәсіпкерлер мен шағын бизнеске қолдау көрсету;
- туристерді тасымалдау және орналастыру.

Тарбағатай мемлекеттік ұлттық табиғи саябақтарды жобалау ауданы әкімшілік Шығыс Қазақстан облысындағы Үржар ауданында орналасқан. Болжанатын табиғи ұлттық саябақтың алып жатқан аумағы 143550,5 га, соның ішінде 7183 га мемлекеттік орман табиғи резерваты «Семей орманы» ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды қамтиды. Жобаланып отырған ерекше қорғалатын аймақ қатарына: Үржар табиғи қорықтары, «Атлет» табиғи мекені, «Жауынгер шелі» кіреді. Ұлттық саябақтар аумағына Үржар ауданының 1-37 кварталды табиғи бөлігі 7183 га аумақпен енгізіледі. Тарбағатай мемлекеттік ұлттық табиғи саябағын құру үшін ғылым зерттеу жобасы бойынша, МҰТП бірнеше учаскіден тұрады:

1. «Тарбағатай тау учаскесі» 117384 га жерді қамтитын Батыс Тарбағатай жотасы МҰТП негізгі орталығы болып табылады.
2. «Қарабас тау учаскесі 8475,2 га жерді Қарабұта ауылынан 10 км жерде Қытай шекарасы жанында Қарабас тауының маңы.

3. «Арқалы тау учаскесі» оңтүстік-батыс учаскесі – Бахты аулынан 8 шақырым «Қарабас» тауының маңында 15634,2 га жерді алып жатыр.
4. «Үржар өзені аңғары» бөлімі- Елтай ауылынан 5 км жерде Үржар өзені маңында, 447 га жерді алып жатқан алқабы.
5. «Қатынсу өзені аңғары» бөлімі Мақаншы ауылынан 3 км жерде Қатынсу өзені маңында 960 га жерді қамтиды.
6. «Еміл өзені аңғары» Шағантоғай өзенінің оңтүстік-шығысында орналасқан алқап. Алып жатқан ауданы 650 га. Тарбағатай мемлекеттік ұлттық саябақтары осы аумақты қамтиды.

Біздің ұсынысымыз «Тарбағатай тауы» аумағында ерекше қорғалатын Ұлттық саябақ құру. Аймақта ерекше қорғалатын Ұлттық саябақтарды құру туризмді дамытудың жаңа бағыты деуге болады, ол үшін бірақ табиғи жағдайлар жасалмаған. Енді осы мақсатта жұмыс жасау керек.

Әдебиеттер

1. National Geographic Guide to the National Parks of the United States, 5th Ed. Paperback – February 21, 2006
2. Веденин Ю. А., Мирошниченко Н. Н. Оценка природных условий для организации отдыха // Известия АН СССР. Сер. Географическая. 1969. № 4. С. 51-58.

M.A. ZHANBYRBAY

/Turkestan/, Student, International University of Tourism and Hospitality

N.ZHOLMANOVA

/Turkestan/, Research advisor, International University of Tourism and Hospitality

INTERNET MARKETING IN THE TOURISM INDUSTRY

The article deals with the theory and practice of Internet marketing about solving the problems of the tourism business. It is shown that the use of Internet marketing technologies is a necessary condition for the successful development of tourist enterprises.

Key words: Internet marketing, tourism, business, information, technologies.

В статье рассматриваются теория и практика интернет - маркетинга по решению проблем туристического бизнеса. Показано, что использование технологий интернет-маркетинга является необходимым условием успешного развития туристских предприятий.

Ключевые слова: Интернет-маркетинг, туризм, бизнес, информация, технологии.

Introduction. Tourism, as well as the service sector in general, is today one of the largest, most profitable, and most dynamic sectors of the world economy, acting on one of the leading places in terms of scale and turnover of cash flows [1].

One of the ways to solve the problems facing the tourism industry is the development and widespread implementation of marketing strategies. The emergence and development of the Internet, the improvement of information technologies, systems, and standards of their interaction led to the creation of fairly new technology for the economy of Internet marketing. The practice of its wide use by foreign companies convincingly proves that today, effective business development in the field of tourism and services with a focus on medium - and long-term sustainable presence in both the domestic and foreign markets is impossible without the development, systematization, and integration of Internet marketing strategies into the business.

The purpose of this article is to develop and analyze approaches to the formation of the methodology of Internet marketing, which opens up the possibility of creating, researching, and digitally implementing marketing strategies aimed at the development of the service sector, the

development of fundamentally new digital business models for promotion, the formation of competitive advantages and the effective functioning of travel industry enterprises [2].

Thanks to marketing, you have a unique opportunity to acquire useful knowledge about your market, the rules of operation, and, of course, your consumers. Do not forget that the tourist business has its own specifics. If we talk about its development, it should be noted that it is on the methods of marketing and competent organization of the company that your demand in the market depends. Marketing in tourism allows you to quickly understand the needs of customers, which should be addressed rely on them when interacting with them. By finding an effective path to profit, you can develop a win-win strategy that will lead to success. It is worth paying attention to such a factor as seasonality. Note that marketing activities during the peak season and the off-season will always be different. Here you need to take into account the weather, living conditions, and international events in the city/country.

The specifics of tourism marketing:

1. Complex of services
2. Promotion of services in the off-season
3. Customer orientation
4. Consumer protection
5. Identification of consumer needs
6. Coordination of marketing of market participants in the field of tourism

From this, we can conclude that marketing today is one of the most effective, and most importantly promising methods of promotion. Given the great competition, many different techniques help to achieve an excellent result. Tourism has its own characteristics, based on which, it is necessary to develop a unique concept that is ahead of your competitors. And only a competent approach, experience and professionalism will help you achieve the desired success in the tourism business[3]. Internet marketing. Every year, the efficiency increases more and more, which makes its tools even more in demand. The main goal in using Internet marketing is to significantly increase the company's revenue through competent interaction with consumers. Today, the tourist business, more than ever, needs excellent promotion, because prices are growing rapidly, thereby scaring away even regular customers. Also, do not lose sight of the great competition in the tourist market, and to win you need to stand out. First of all, your company should have a website where the user will have the opportunity to get acquainted with your services, offers, and promotions. The site should be designed beautifully, stylishly, and most importantly as easy to use as possible. You also need functionality that will be useful, for example, when placing an order or calculating the total cost. And of course, do not forget about the promotion of your site, which will make your company known to the audience. This is where you will need Internet marketing and its tools[4].

What Internet marketing tools are used in the tourism business:

1. Display advertising. Banners are placed on certain portals, where users will be able to see your current promotions and offers.
2. Placement of articles. It is necessary to fill the site with interesting content in the form of useful articles about tourism. Articles can also be posted on other sites with similar industries.
3. SMM. Use targeted advertising for your target audience on social networks.
4. E-mail mailing lists. Offer the user to subscribe to the newsletter so that he regularly receives all the necessary information about current offers.
5. Contextual advertising. These types of promotion aimed at end-users who use search engines such as Yandex and Google for the opportunity to choose your desired tour [5].

Thus, we understand that with the help of Internet marketing tools, you can attract a large audience. Each of the methods is good in its own way, and it is worth choosing based on the specifics of your travel business. The main thing, in this case is a professional approach to the case for a bright result and further development aimed at improvement.

Internet marketing is constantly changing, it is important to monitor this to understand which tools no longer work: the use of current tools will increase sales, and the old ones that do not work will lead to senseless losses.

Thus, it can be noted that Internet marketing has had a positive impact on the development of modern business. Not anymore there is no need to stand in a queue for hours to pay for any goods or services, but it is enough just to have a device for accessing the Internet, and the payment will be made in a few seconds. Also, instead of going shopping and looking for the necessary product, you can simply go to the store's website, select the product you are interested in and immediately pay for home delivery. This is very convenient and in demand, and therefore we can make a forecast that in the future the share of Internet services will continue to increase and improve, and this to some extent became possible thanks to Internet marketing [6].

Businesses that use Internet marketing are definitely more competitive. Currently, the number of enterprises, promoting themselves on the Internet is growing rapidly. It can be said that Internet marketing is one of the main tools of non-price competition, which is increasingly replacing price competition based on the method of price reduction. The non-price competition allows you to focus on the development strategy (production, product, sales), thereby increasing sales, maintaining or increasing prices. Non-price methods of competition include all marketing methods of managing a firm, so Internet marketing is an innovative and very effective way to increase the competitiveness of an enterprise.

Conclusion. Today, more and more travel companies use the Internet in their daily activities. But as a source of attracting customers, the Internet is not yet taken seriously, although there are travel agencies that can say that their advertising on the Internet works, and works perfectly.

Internet marketing involves the implementation of the company's marketing policy using the Network. One of these tools is the company's website. However, not all existing sites work out the cost of their creation. In most cases, this is due to the lack of any strategy for developing and maintaining the site.

The Internet allows tourism companies to join new technologies, opens up new forms of working with customers, provides the opportunity for constant interaction with their business partners, as well as access to a variety of information sources.

The development of ways to improve the use of Internet technologies in the field of tourism is of undoubted interest not only for individual tourist enterprises but can generally affect the development of the tourism industry .and it is also a great way to conduct advertising operations, the distribution of WEB pages, as well as sites, is a very convenient and economical way of advertising today.

References

1. Kostin K. B. The use of marketing as an effective means of development in the management of hotel chains.
2. <https://web-crazy.ru/services/marketing-v-sfere-turizma/>
3. Morozov M. A. Information technologies in social and cultural service and tourism.
4. Unified tourist information system [Electronic resource]. <http://www.etis.ru>.
5. Advertising and marketing on the Internet / Thomas Kegler, Paul Dowling, Brand Taylor, Joshua Testerman / Translated from English. - M.: Alpina Publisher.
6. Podlipalina N. Online communication in the service of your company. Chat as a marketing, advertising and PR tool // Internet marketing.

С.О. СҰЛТАНАЛЫ

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

Н.Ж. ЖОЛМАНОВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

АТ ТУРИЗМІНІҢ ӘЛЕУМЕТТІК РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ МҮМКІНДІКТЕРІ

Мақалада ат туризмінің әлеуметтік рекреациялық мүмкіндіктері туралы қарастырылған. Ат туризмі - бұл белсенді демалыстың бір түрі, жергілікті және алыс қашықтықтағы кедергілерді еңсеруден тұрады. Ат туризмі шектеусіз саяхат түрі болып есептелінеді.

Кілт сөздер: ат, туризм, саяхат.

В статье рассмотрены социально-рекреационные возможности конного туризма. Конный туризм-это вид активного отдыха, заключающийся в преодолении местных и дальних препятствий. Конный туризм считается видом неограниченного путешествия.

Ключевые слова: лошадь, туризм, путешествия.

Ат туризмі белсенді демалыс және спорт элементтерінен тұрады. Адам өз уақытын жануарлармен және тылсым табиғатпен өткізуге мүмкіндік алады. Саяхат үшін өте көрікті, көлікпен, поездпен, самолетпен немесе жаяу жүре алмайтын, ұзақ уақыттық жолдар таңдалынады. Аспен саяхаттау арқылы ертедегі көшпелі халықтың сезімін сезінуге мүмкіндік алуға болады.

Ат туризмі - бұл белсенді демалыстың бір түрі, ол туристік маршруттардың ат үстінде немесе ипадрондардың сыртында өтіп, жергілікті және алыс қашықтықтағы кедергілерді еңсеруден тұрады [1].

Аспен саяхаттар бір сағаттан бірнеше күнге дейін созылады. Осыған байланысты ол екі топқа бөлінеді. Бір сағаттан бір күнге дейінгі маршрутты ат экскурсиясы деп, ал төрт күннен басталатын маршрутты аспен жорық деп атайды. Аспен жорықтар арнайы экскурсавотпен және керекті заттарды, құрал-жабдықтар мен азық-түлікті тасымалдайтын ілеспе адамның қатысуымен ұйымдастыруға болады. Ат туризмі шектеусіз саяхат түрі болып есептелінеді. Бұл үшін физикалық шыныққан және атқа отыруды білсе жеткілікті. Әрине кішкентай балаларға бұл ереженің қатысы жоқ, себебі олар әлі дайын емес. Ал ересек адамдар мен жеткіншектер атқа мінуді білмейтін болса арнайы атбегінің сабағымен дайындықтан өтуіне болады. Жаңадан бастаушыларға демалыс күндері қысқа аспен экскурсиялар ұйымдастырылады. Атқа міну маршруттары тау соқпақтарында, жазық далада, көлдер мен өзендердің жағалауларында ұйымдастырылады. Аспен серуендеу кезінде туристер өз аттарын өздері күтіп, тамақтарын өздері дайындауы керек. Туристер ұйықтайтын орынды таңдай отырып, әдеттегідей шатырларда ұйықтайды. Кейбір жағдайларда тұрғындар арнайы лагерьлерде орналастырылады. Қашықтағы және ұзақ уақыт өтетін маршруттарға тек жақсы дайындалған шабандоздарға қатысуға рұқсат етіледі.

Қазақстандағы ат туризмінің тарихы көшпенділерден басталды деп айта аламыз. Жылқылар - бір кездері қазақ ұлтына тіршілік етуге, күресуге және тамақтануға көмектескен тарихи достары болып табылады [2]. Шет елдің азаматтарына ең алғаш жылқылардың қазақ жерінде үйретілгендігі туралы да ақпараттар беріп қызығушылық тудыра аламыз. Барлығымызға белгілі Солтүстік Қазақстандағы Ботай тұрағы жылқылардың ең алғашқы қолға үйретілген түрлері табылған аймақ болып табылады. Алдағы уақытта осы жерге Айыртау ауданы Никольское ауылынан басталатын маршрут ұйымдастыру қолға алынса көп адамның қызығушылығы туар еді. Ал тарихқа бет бұратын болсақ Кеңес одағы кезінде 1971 жылы туризмнің саласы ретінде Алтай тауларының бойында дамып бастады. Кейіннен Шығыс Қазақстан мен Оңтүстік Қазақстан өңірлерінде қолға алынды. Қазіргі Қазақстанда жылқылар туризмді дамытудың жаңа кезеңіне айналуы мүмкін. Осыған байланысты бірнеше жұмыстар атқарылуы қажет. Мысалы, білікті атбегілер мен көрікті маршруттар дайындау

басты мақсат болып табылады. Қазіргі уақыттағы ұйымдастырылатын маршруттар: Ким Асар шатқалы - 12 км, Алма-Арасан шатқалы - 14 км, Түрген шатқалы - 16 км. Атпен серуендеуге арналған тағы бір тамаша орын - бұл Оңтүстік Қазақстанда орналасқан, қазақстандағы ең алғашқы қорық Ақсу – Жабағылы қорығы. Өзінің сұлулығымен, ерекше флорасы мен фаунасы арқылы танымал жерде атпен серуендеу арқылы әр турист көптеген ақпаратқа қанығады. Ал тарихи, рухани білімімізді арттыру үшін еліміздің астанасынан 40 км шамасында жатқан көне Бозоқ қаласына атпен жорық ұйымдастырылады. Бұл жорық 6 немесе 7 күнге созылатын шытырман саяхаттардың бірі. Қазақстанда ат туризмін дамыту үшін осы Бозоқ қаласын ашық аспан музейіне айналдыру көзделіп отыр. Бұл жерге жету үшін аттарды қолданатын болады. Жорық барысында белгілі бір күн белгіленіп туристтердің киелі жерге ағаш отырғызуына болады. Бұл жорықтардың бағасы барлық жерде қолжетімді деп айта алмаймыз. Мысалы, Исландияда 2 сағат атпен серуендеу 18000 кронды құрайды, шамамен 58 мың теңге [3]. Ал Қазақстанда бір күндік турдың бағасы 11 мың теңге. Өз кезегінде, Қазақстанның бәсекеге қабілетті позицияны иеленуге барлық мүмкіндігі бар, өйткені туризмнің бұл түрі біздің халқымыздың көшпелі рухына жақын. Екінші жағынан, атқа міну бүкіл әлемде көңіл көтерудің ақсүйектік түрі ретінде белгілі. Сонымен қатар, туризмнің бұл белсенді түрі танымалдылыққа ие болуда, өйткені ол саяхаттың экологиялық сонымен бірге мәдени-білім беру элементтерін қамтитын саяхат түрі. Нақтырақ айтсақ, атпен жорық кезінде көшпелі халықтың салт-дәстүрімен, этнографиясымен танысып, оттың айналасында, күй – домбыраның үнімен жиындар ұйымдастыруға болады. Тағы да қоса кететін жағдай «Kazakh Tourism» ұлттық компаниясы басқарма төрағасы Тимур Дүйсенғалиевтің айтуынша, Қазақстанда ат спортын дамытуға ыңғайлы көптеген орындар бар. Мысалы, Баянауыл аймағы турлар ұйымдастыруға өте қолайлы. Мұнда жылқылар өте көп және пейзаждары да өте әдемі. Сонымен қатар, Алматы облысында жазда бірнеше мың жылқы айдалатын Ассы үстірті ат турларын ұйымдастыруға қолайлы аймақ болып саналады. Шалғайдағы жайлаудың тұрғындары, барлық қазақстандық әдет-ғұрыптар бойынша, атпен саяхатшыларға қызмет көрсететін орындарды да ұйымдастыруға болады.

Барлығын қызықтыратын тақырыптардың бірі атпен тур барысында қандай аттар қолданылады деген сұрақ. Туристік қызметпен айналысатын ат спорты клубтарында көбінесе асыл тұқымды емес жануарлар қолданылады. Сабырлы ересек жылқыларды қолданған дұрыс себебі атқа отыруды енді үйренеген адамдардың жиі қолдануына жарамды болады. Аттардың негізгі бөлігін троттерлер, шыныққан арғымақтар құрайды, алайда асыл тұқымды жылқыларды агрессивтілігі және күтіміне үлкен талаптар қойылғандықтан, мінуге өте аз қолданылады. Ат баптайтын орындар қызметкерлері жануарлардың күтімімен айналысады. Көбінесе күтімге туристер де қатыса алады - осылайша аттармен жақсы байланыс орнатуға мүмкіндік алады. Нұсқаулық берілгенге дейін адамдарды жануарлардың жанына жіберуге болмайды және барлық жұмыстар тек маманның бақылауымен орындалуға тиісті. Тур үшін қолданылатын жылқыларды ветеринарлық тексеруден өткізу де өте маңызды. Себебі жарақаты немесе аяғында ауруы болатын болса жорық барысында үлкен қиындықтар тууы мүмкін. Жорық барысында қойылатын талаптар:

- Жылқының ауыр жүкті көтеруін 8 сағаттан асыруға болмайды.
- Жергілікті жерді шолу барысында және жорықта аттың үстінде тек 6 сағат отыруға болады.

• Таудағы жорықтарға арнайы шыныққан аттар қолданылады, алайда тауда 5 сағаттан артық ат үстінде отыруға болмайды.

Жылқыларды азықтандыру олардың күнделікті жұмысын, салмағын, физиологиялық жағдайын есептей отырып жүзеге асырылады. Азықтарының негізін - пішен, сабан және концентраттар, яғни дән, дайын және құрама жем құрайды. Сабан, виназ, кебекті олардың тағамдық құндылығы төмен және көлемінің көп мөлшерде болатындығына байланысты қолдануды шектеу керек. Бір күндік азыққа үш уақыттық тамақтандыру кіреді - таңертең, түскі, кешкі.

Көбінесе ат туризмін қысқа уақыттағы ат үстіндегі серуендеу деп түсінеді. Мұндай экскурсиялар біздің еліміздің оңтүстік аймақтарындағы демалыс орындарында танымал. Бірақ бұл атпен серуеннің шағын және қарапайым бөлігі. Шын мәнінде, бұл жеке спорт түрі және адам жорыққа өте мұқият дайындалуы керек, тек аяғын ертоқымның үстінен түсіріп отыру жеткіліксіз. Адам тек тізгінді ұстап, үзеңгіге аяқ қойып, аттың әр қимылын бақылап отыруына болады. Бірақ мұндай сапар көптеген жағымды эмоциялар әкелмейді және табиғат көріністерінен рахат ала алмайды. Денені, тізгінді және аяқтың көмегімен жылқыны басқарудың минималды дағдыларын алу үшін аренада алдын-ала шабандоздық дайындықтан өту керек. Сонымен қатар, ұзақ жорыққа дұрыс дайындалу қажет, бұл өте маңызды, өйткені тізгінді ұстау үлкен күйзеліс әкеледі. Дайындық барысында жорыққа алып шығатын заттармен де таныс болу қажет:

- Туристтік рюкзак
- Шатыр, жатын қып
- Екі спорттық киім немесе арнайы атқа арналған киім
- Ыңғайлы аяқ киім және бірнеше шұлықтар
- Жылы киім
- Су өткізбейтін плащ-палатка
- Футболка
- Жағдайға байланысты бас киімдер, кепка немесе қалың бас киім
- Жеке гигиена заттары мен ас дайындау құралдары

Ал атқа керекті құрал жабдықтардың кәдімгі атқа мінетін құрал – жабдықтардан ешқандай айырмашылығы жоқ. Тек оны атқа ыңғайлап, көлеміне қарай таңдау қажет.

Осындай қызықты туризмнің түрінің адамға берер пайдасы өте мол. Қазірдің өзінде сал ауруымен ауыратын және жұлынында зақымы бар адамдарды емдеуде аттарды пайдалану қолға алынуда. Сонымен қатар атқа міну баланың денесінің шымыр боп өсуіне, әрі бойына батырлық рухын сіңіруде де өзіндік орны бар. Иппотерапия әсіресе миға қан құйылғанда, жабық бас сүйек-ми жаракатын алғанда, мінез-құлық өзгеріске ұшырағанда, көңіл күй төмендегенде, ұмытшақтық пайда болғанда, бір сөзбен айтқанда, адамның жүйке жүйесіне қатысты ауруларды емдеуге қолданылады. Тіпті, есту қабілеті мен көздің көруі нашарлағанда да өз пайдасын тигізеді дейді мамандар. Ғалымдардың айтуынша аттың жәй жүрісінің өзінде 110 түрлі тербеліс туады да адам денесіне массаж секілді әсерін береді. Осындай пайдаларын ескере отырып ат туризмін халықтың денсаулығын жақсарту үшін қолдана алатынымызға көзіміз жетеді. Экономикасы дамыған елдерге қарағанда Қазақстан азаматтарының орташа өмір сүру ұзақтығы 10-12 жас төмен болып келеді. Өкіметтің стратегиялық тапсырмаларының бірі 2020 жылға қарай қазақстандықтардың өмір сүру ұзақтығын 72 жастан жоғары көрсеткішке жеткізу болып табылады. [4] Алайда, елімізде жүзеге асырылып жатқан әлеуметтік-экономикалық шаралар бұл саладағы көрсеткіштерді айтарлықтай жақсартып алмай келеді. Қоғамның қазіргі даму кезеңінде туризм адамның өмір сүруін қамтамасыз етуші, бос уақытта оның физикалық, рухани және зияткерлік күшін қалпына келтіруге бағытталған маңызды мемлекеттік мәселеге айналууда.

Әдебиеттер

1. Аппалуза//Польза и вред верховой езды //http://appalooza.at.ua/publ/polza_i_vred_verkhovoj_ezdy/1-1-0-1
2. Возвращаясь к корням: как в Казахстане будут развивать конный туризм. Электронды ресурс. Кіру тәртібі: www.zakon.kz/4985511-vozvrashchayas-k-kornyam-kak-v.html
3. Конный туризм: где в Казахстане заняться верховой ездой. Электронды ресурс. Кіру тәртібі: <http://www.nur.kz/1787014-konnyj-turizm-gde-v-kazahstane-zanatsa-verhovoj-ezdoj.html>

4. Қазақстан Республикасының 2009 жылғы 18 қыркүйектегі қабылданған “Денсаулық сақтау” туралы заңы. Халық денсаулығы және денсаулық сақтау жүйесі туралы. Электронды ресурс. Кіру тәртібі: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/K090000193>

А. ОРАЛБЕК, А. ТЫНЫШҚҰЛ

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

Н. ЖОЛМАНОВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

БЕЛСЕНДІ ТУРИЗМ – ЖАСТАРДЫ САУЫҚТЫРУ ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Мақалада белсенді туризм жастарды сауықтыру құралы ретінде қарастырылған. Белсенді туризм – бұл демалысты өткізудің ерекше тәсілі. Белсенді туризм – бұл арзан, экологиялық таза, әлеуметтік үйлесімді және сапалы туризм түрі.

Кілт сөздер: белсенді туризм, саяхат, табиғат.

В статье рассматривается активный туризм как средство оздоровления молодежи. Активный туризм-это особый способ провести отпуск. Активный туризм-это недорогой, экологически чистый, социально гармоничный и качественный вид туризма.

Ключевые слова: активный туризм, путешествия, природа.

«Өмір жолы» - бұл философиялық және әлеуметтанулық ұғым, жеке тұлғаның, әлеуметтік топтың, тұтастай алғанда қоғамның типтік өмір типтерін өмір жағдайымен бірлікте қамтиды. Бұл тұжырымдама адамдар өмірінің негізгі салаларын өзара байланыста қарастыруға мүмкіндік береді: еңбек, күнделікті өмір, мәдениет, саяси өмір және т.б. Адам - табиғаттың ең жоғарғы жаратылысы. Бірақ оның қазынасынан ләззат алу үшін ол кем дегенде бір талапты орындауы керек: дені сау болу керек. Әдетте жастар денсаулық туралы ойлауға бейім емес. Жас кездерінде барлық қиындықтар, соның ішінде аурулар кенеттен және лайықсыз нәрсе ретінде қабылданады. Алғашқы қадамдар ең гүлденген жаста, спортпен және дене шынықтырумен дос болуды тоқтатқанда, жаман әдеттерге бой алдырғанда жиі жасалады. Ал денсаулықты жас кезінен қорғау керек. Сондықтан балаларды мектеп кезден бастап-ақ белсенді туризммен шұғылдануды үйрету керек. Мысалы, (2017 жылдың 31 наурызында «Қостанай қаласы әкімдігінің білім бөлімінің Бауыржан Момышұлы атындағы №5 орта мектебі») ММ «Туризм – оқушылардың белсенді жазғы демалу саласы, патриоттық, эстетикалық және дене тәрбиелеудің құралы ретінде» тақырыбы бойынша семинар өткізген. Осындай семинарлардың өткізілуіне байланысты оқушыларды қызықтыра алмыз.

Белсенді туризм – бұл демалысты өткізудің ерекше тәсілі. Бұл саяхаттау, экотуризм және ашылу турының мәдени аспектілерін біріктіретін жаңа саяхат философиясы. Белсенді туризм – бұл арзан, экологиялық таза, әлеуметтік үйлесімді және сапалы туризм түрі. Белсенді туризмнің негізгі үш мақсаты бар:

Демалыс: демалыс кезінде күнделікті жұмыс жоспарынан алшақтату. Белсенді туризм көңілді және сізге қалаған барлық ләззаттарды ұсына алады. Жаттығу жасау және ойын-сауыққа белсенді қатысу арқылы ақыл-ойыңызды босаңсытып, денеңізді қуаттайсыз.

Білім: Белсенді турист оқуға құштар және басқа мәдениет пен өмір салтымен жақынырақ танысқысы келеді. Демалыс көкжиегін кеңейтуі керек. Тіл үйренуге, әдеттегі тамақты жеуге, жергілікті дәстүрлерді бағалауға және басқа адамдардың мәдениеттері мен сенімдерін құрметтеуге дайын болу.

Жақсы жағы: Туризм келушілерге артықшылық беріп қана қоймайды, сонымен қатар жергілікті экономикаға көмектеседі және баратын жерлердің дамуына ықпал етеді. Белсенді туризмнің тиімділігі төмен, экологиялық және әлеуметтік тұрақты. Белсенді туризм табиғатты пайдаланады және бағалайды, биоәртүрлілікті қорғайды және адамдарға жұмыс ұсынады.

Елге барудың ең жақсы тәсілі-жергілікті досыңызбен саяхаттау, ол сізге барлық әдемі және қызықты жерлерді көрсетеді. Сізге жергілікті костюмдер, дәстүрлер, тарих, өнер және мәдениет туралы айтатын біреу. Сізді әдеттегі тағаммен тамақтандыратын біреу сізге қайда дүкен сатып алу керектігін көрсетеді және сізді басқарады. Сізге жергілікті табиғатты көрсететін және сізді приключенияға апаратын дос. Бұл шет елге барудың нақты жолы[1].

Біздің жастарда орманда, табиғатта демалу кезінде қауіпсіз мінез-құлық мәдениеті жоқ, экстремалды жағдайда өзін-өзі ұстаудың практикалық дағдылары жоқ. Өйткені, туристің көптеген басқа, кейде ұсақ және сезілмейтін дағдылары бар, олар адамды өмірге жарамды етеді. Ол отынның қайсысы жақсы, қайсысы жанбайтынын түсінеді. Ол тез от жағуды, тамақ пісіруді, дұрыс жүзуді және орманда адаспауды, киімдер мен аяқ киімдерді тез қалпына келтіруді біледі. Серуендеуге және экскурсияға қатысу жастардың ой-өрісін кеңейтеді, олар өз туған жерін және сол өз туған өлкесінің аумағын табиғатымен таныстырады, туған жерге деген сүйіспеншілікті тәрбиелейді. Кез-келген ауа-райында табиғаттың ортасында болып, оның кейбір құпияларын түсіне отырып, жастар оның күйі үшін жауапкершілік сезімін дамытады, тірі және жансыз табиғаттың барлық түрлері мен түрлерін құрметтеу қажеттілігін түсінеді, бұл қажет оның белсенді қорғаушысы. Таза ауада болу, қатаң режимді сақтау және үнемі спорттық жаттығулар жасау балаларды шынықтырады. Туризм мен денсаулық бір-бірінен ажырамайды. Мақал арқылы белгілі: «Дені саудың – рухы сау». Бірақ қарама-қарсы тұжырым кем емес шындыққа айналады: «Салауатты денеден – дені сау рух». Туризм осы екі салауатты ұстанымның адами тұлғасын үйлесімді дамытуға көмектеседі. Рухтың күші адамның санасын жақсы ойлар мен жағымды эмоцияларға бағыттай алады.

Жалпы, туризм жастарға:

- 1) қуанышты тәжірибелер (эмоционалдылық);
- 2) қызықты, пайдалы ақпарат (таным);
- 3) денсаулықты нығайту;
- 4) физикалық даму;
- 5) жарқын әсер (қабылдау);
- 6) әр түрлі пайдалы икемділік мен дағдылар[2].

Қазіргі кезде жастардың денсаулық және салауатты өмір салты туралы идеялары мен білімдерін, олардың салауатты өмір салтының нормаларын сақтау қажеттіліктерін және студенттердің салауатты өмір салтын ұстанбайтын себептерін ашатын көптеген әлеуметтік зерттеулер бар. Сұрақты тұжырымдау қазіргі проблеманы шеше алмайды және оның өзектілігі бүгінгі күнге дейін сақталып отыр. Осы саладағы кейбір зерттеулерді талдау біздің елдің тұрғындарының көпшілігінде, әсіресе мектеп оқушылары мен студенттерінде денсаулық пен салауатты өмір салтына байланысты құндылықтар қалыптаспағанын және бұл құндылықтарға деген қатынас динамикасы жыл сайын төмендейді.

Жастар, ең белсенді дамып келе жатқан әлеуметтік топ ретінде, әр түрлі қауіп-қатерге жиі ұшырайды және денсаулықты сақтау және жақсарту үшін денсаулық мәдениеті мен салауатты өмір салтын жүргізу дағдыларына байланысты білімді қажет етеді. Жастар өз денсаулығының болашақ үшін маңыздылығын әлі түсінбейді және көбінесе оның құндылығын төмендетуге бейім. Өкінішке орай, әр түрлі университеттерде оқитын студенттердің көпшілігінде денсаулық және салауатты өмір салты туралы дұрыс білімі жоқ, дене тәрбиесіне деген қызығушылығы дамымаған. Сондай-ақ, профилактикалық мәдениет индикаторларының өмір салтының, өмір салтының денсаулық жағдайына және алға қойған өмірлік мақсаттарға жетуіне әсерін анықтайтын басқа құндылықтармен тығыз байланысы туралы дүниетаным қалыптасқан жоқ. Социологиялық зерттеулер жастардың өз денсаулығы туралы формальды екенін растайды. Оларға салауатты өмір салтын жүзеге асыруға бағытталған іс-шаралар жетіспейді, бұл ең алдымен нақты мінез-құлықта көрінеді. Бұл жастардың жасамайтындығынан болуы мүмкін салауатты өмір салтын түсінуді тек дұрыс тамақтану және жаман әдеттерден бас тарту сияқты аспектілерге бағыттай отырып, бұл мәселеге әмбебап көзқараспен қарайды. Жағдай көбінесе оларға салауатты өмір салтын

ұстану принциптері сыртынан таңылып, жастар оларды мінез-құлқының негізі етпейтін жағдайда пайда болады. Осыған байланысты студенттерге денсаулық аспектілері, денсаулыққа қауіп төндіретін факторлар туралы, денсаулықты нығайту, сақтау және қалпына келтіру үшін дене шынықтыру жаттығуларының рөлі туралы, шындаудың мәні және оның денсаулық үшін маңызы туралы білім беру қажет. денсаулықты сақтауға бағытталған және сол арқылы жастардың денсаулығын болашақта теріс әсер ететін қауіп-қатерге ұшыратпай, олардың әлеуметтік әл-ауқаты мен қабілеттерін төмендетпей өмірден ләззат алуға мүмкіндік беретін негіз жасауы керек мінез-құлқыны түсіну. өмір бойы өз функцияларын орындау[3].

Қорытындылай келе айтарымыз, жоғары оқу орындарының білім беру ортасында бұқаралық ақпарат құралдарымен және мектептерде семинарлар өткізумен салауатты өмір салтын насихаттауды жүзеге асыру қажет. Студенттер арасында алкогольді, темекіні, есірткіні қолданудың алдын-алуға бағытталған шаралар жүйелі шаралар болып, ұзақ мерзімді, білім беру бағдарламаларының ажырамас бөлігі болуы керек. Соңғы кезде жас ұрпақтың психикалық денсаулығын сақтау проблемасы өзекті бола бастады. Осыған байланысты жастар өмір салты және дені сау баланы тәрбиелеудегі отбасының рөлі туралы, ата-аналардың қандай зиянды әдеттері балалар денсаулығына әсер ететіндігі, отбасының өмір салты физикалық дамуы мен денсаулығына қалай әсер ететіні туралы білімдермен қарулануы қажет. Бала, отбасының психикалық денсаулығы, оны сақтаудың ерекшеліктері мен жолдары туралы. Университетті бітіргеннен кейін жас мамандар өмірдің көптеген салаларында дербес бастамашылық танытады. Сондықтан дене шынықтыру жас адамның жалпы және кәсіби мәдениетінің ажырамас бөлігі ретінде және оның жеке кәсіби өсуінің маңызды сапалық сипаттамасы ретінде әрекет етеді. Салауатты өмір салты біздің қоғамда адамдардың қажеттіліктері мен құндылықтары иерархиясында әлі де бірінші орынды иеленбейді. Бірақ егер біз балаларды жас кезінен өз денсаулығын бағалауға, қорғауға және нығайтуға үйрететін болсақ, онда болашақ ұрпақтың дені сау және жеке, интеллектуалды, рухани тұрғыдан ғана емес, сонымен қатар дамыған болады деп үміттенуге болады. Туризм - тәрбиенің тамаша және тиімді құралы сау және сабырлы адам. Бұл бұлшықеттердің басқа спорт түрлері сияқты дамуын бермесін, айталық, гимнастика, күрес, бокс және т.б., бірақ екінші жағынан, туристердің денсаулығына көпшілік қызғана алады. Ол аяғын сулаудан қорықпайды, желге суық тиюден, жаңбырда суланудан қорықпайды. Туризмнің әсерін бағалауға болмайды. Бірте-бірте жастар құндылық ретінде өзінің денсаулығына деген көзқарасты дамытады және физикалық өзін-өзі дамытудың жағымды мотивін дамытады. Жастар туризмі - бұл жеке тұлғаның жан-жақты дамуына, адамның және жалпы қоғамның салауатты өмір салтын қалыптастыруға ықпал ететін денсаулық сақтаудың тиімді технологияларының бірі екендігіне көз жеткізе айтуға болады, бұл үлкен маңызға ие жас ұрпақты тәрбиелеу.

Әдебиеттер

1. Белсенді туризм <http://www.active-tourism.com>
2. Рощин Ю.А. Туризм және өлкетану: мектептен тыс мекемелер мен орта мектептерге арналған бағдарламалар. М., 1988.С.17.
3. Беспалова Т.А., Царева Н.М., Павленкович С.С., Спиридонова Е.А. Денсаулық мәселелері жас ұрпақ. ХХІ ғасырдағы денсаулық және білім туралы ғылыми мақалалар журналы. 2010 жыл.

Т.М.ДӘУЛЕТАЛЫҚЫЗЫ

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

Н.ЖОЛМАНОВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ КІРУ ТУРИЗМІНДЕГІ СЕРВИСТІК ҚЫЗМЕТТЕР

Мақалада еліміздің туризміне (оның ішінде кіру туризмі) және ондағы сервистік қызметтерге жалпы сараптама жасалып, баға беріледі. Автор тарапынан өзге де туризм саласында жетекші рөлге ие мемлекеттердегі туризмнің дамуына сервистік қызметтердің қосатын үлестері туралы айтылады. Еліміздегі сервистік саланың проблемалары мен оларды шешу жолында жасалып жатқан іс-шаралар туралы мәліметтер бар.

Кілт сөздер: Сервистік қызмет, туризм, кіру туризмі, UNWTO, статистика, “ЭКСПО-2017”

В статье проводится общая экспертиза и оценка туризма страны (в том числе въездного туризма) и сервисных услуг в нем. Автор рассказывает о вкладе сервисных услуг в развитие туризма в других государствах, которые играют ведущую роль в сфере туризма. Имеются сведения о проблемах сервисной сферы в стране и предпринимаемых мерах по их решению.

Ключевые слова: Сервисное обслуживание, туризм, въездной туризм, UNWTO, статистика, " ЭКСПО-2017”

Сервистік қызмет және кіру туризмдерінің теориялық анықтамалары мен байланыстары. Сервистік қызмет – адамдардың қарым-қатынас саласы. Бұл салада тұлғалар қажеттіліктері қанағаттандырылуы үшін келесі тараптың атынан қызметтер атқарылады [2]. Туризм саласында бұл, туроператорлар мен турагенттердің, қонақ үй қызметкерлері мен менеджерлердің қызметтеріне жатады. Туризм саласының өзін де туристердің қызығушылықтарын зерттеп, олардың қажеттіліктерін қанағаттыру қызметі екенін еске түсірсек, сервистік сала деп атауға болады. Кіру туризмі - шет ел тұрғындарының басқа бір аймаққа өтіп, сонда 24 сағаттан кем емес уақыттарын өткізуі. Кіру туризмі кез-келген туризмді дамытуға ниетті ел үшін басты фактор болып саналады. Бұл туризмнің түрі әсіресе табиғи немесе тарихи мағынаға ие ресурстарға бай елдер үшін пайдасын көп алып келеді. Себебі әлем тәжірибесі көрсеткендей, туристерді қазір қызықтырып отырған экотуризм. Кіру туризмін дамыту үшін келген туристерге жақсы қызметтер көрсетілуі қажет екені барлығымызға айтпаса да белгілі шығар. Көрсетілетін қызметтер сапасы жоғары болған сайын, туристер де жақсы әсер алады. Сервистік қызметтерді айтқанда біз тек ұтымды маршрутты немесе қолайлы жатын орынды ғана кіргізіп қоймай, тиімді баға, аттрактивтілікті, туристердің қауіпсіздігі, қызметкерлердің вербалды және вербалсыз қарым-қатынастарын да жатқызамыз [3]. Басқа да Туркия, Испания, Италия, Швейцария сияқты туристік саланың жетекші елдерімен салыстырғанда қазіргі кезде елімізде тіристік-сервистік жұмысшылар саны мен сапасы әлде қайда төмендеу екені белгілі. Бізде осы орайда сервистік қызметті дамыту қажеттілігі туындап отыр. Қазіргі кезде елімізде туризм саласы, соның ішінде кіру туризмі кенжелеп келе жатқан салалардың бірі болып табылады. Кіру туризмінің межелеп қалуы тікелей сервистік қызметтердің дұрыс ұйымдастырылуына байланысты.

UNWTO болжамдарына сәйкес келесі екі онжылдықта экотуризм саласы қарыштап дамитын болады, ал экотуризмге жұмсалатын жаһандық шығыстар жалпы туризм индустриясымен салыстырғанда жоғары қарқынымен дамитын болады. Біздің елімізде табиғи ресурстар өте көп. Оларды көрсетіп, туристерді көп қабылдайтын болсақ елімізге айтарлықтай пайда келетіні анық. «Туризмді дамытуға арналған 2019-2025 жылдарға арналған» бағдарламадан алынған мәліметтерге қарасақ, бір шетел турисінен түсетін табысқа

баламалы кіріс үшін әлемдік нарыққа шамамен 9 тонна тас көмір, немесе 15 тонна мұнай, немесе 2 тонна жоғары сұрыпты бидай шығару керек. Бұл ретте шикізат сату елдің энергия жеткізгіштерін сарқиды, ал туризм ресурстарды жаңғыртады. Елге келетін әрбір турист әрбір сағат сайын шамамен 20 доллар жұмсайды, 30 турист 1 жұмыс орнын береді [1]. Бұл дегеніміз туристерді елге тарту үшін ресурстарға бай болу ғана жеткіліксіз деген сөз.

Елімізде кіру туризмі артта қалса да шығу туризмі жақсы дамыған. Себебі туристер барып жатқан мемлекеттерде сервистік қызметтер жақсы дамыған, маусымдық жеңілдіктер бар, туристер төлейтін ақшаларына байланысты да бірнеше санаттарға бөлінген, комфорттылық деңгейі жоғары. Тек осы ғана, қалғанының барлығы, Швейцариядағыдай табиғат, Нью-Йорктегідей ғимараттар, Азия мәдениеті, барлығы-барлығы бізде де бар. Сөзімізге дәлел ретінде www.adilet.zan.kz сайты ұсынған мына деректі алсақ болады. «Мысалы, Cambridge (Ұлыбритания) университетінің сарапшылық деректері бойынша АҚШ-та тек "Golden Gate" ұлттық паркіне жыл сайын 13,7 миллион адам, ал "Гранд Каньонға" 4,29 миллион адам келеді. Басқа елдердің де көрсеткіштері керемет: Ұлыбританияда – "Lake District" ұлттық паркі – 10,5 млн. адам, "New Forest" ұлттық паркі – 4,3 млн. адам, Канадада "Seven Montain" ұлттық паркі – 9,2 млн. адам және т.б.». Әрине, ол мемлекеттерге баратын туристердің әл-ауқаты да сан қилы екені белгілі. Алайда, олардың барлығы дерлік туристік қызметтерді ақылы түрде пайдаланады. Өйткені туристік –сервистік қызметтер де бірнеше санаттарға бөлініп қойған.

Ал бізде қалай? Бізде турист – ол турист. Бағалар арасында айтарлықтай айырмашылық жоқ. Осындай жағдайдың әсерінен, өз еліміздің азаматтары өзіміздің елдің демалыс орындарынан бастартып, шет елдерге кетіп жатады. Материалдық жағдайға сүйенетін болсақ, жалпы туристік ағында орта тап өкілдері басым. Сонымен бірге, арзан авиарейстердің таралуына, сапарлар мерзімдерінің қысқаруына (1-3 түн), орналасу мен көлік таңдауда баламалы таңдаудың пайда болуына байланысты бүкіл әлемде саяхаттардың құны төмендеу үстінде. Ал біздің елімізде туристерге саяхаттау үшін баға құны әлде қайда жоғарырақ болып табылады. Мысал ретінде “ЭКСПО-2017” көрмесін алуға болады. Өзім жеке барып, көрмеге қатысқанда, туристердің дәл осы сипатта әңгімелесіп, тіпті бағалардың қымбаттылығына шағым жатқанын көрдім. Сонда, біздің елімізде баға-жоғары, сапа -сын көтермейді. Негізі, сервистік қызметтерді жақсартамын десек, бұл тізбек керісінше тұруы қажет. Егер дәл осылай бір тарифтік бағаны әртүрлі бағадағы туристерге ұсныатын болсақ, шет елден келетін туристер санын төмендетіп алуымыз мүмкін. Карантинге байланысты соңғы 2 жылдағы туристік ақуалды есептемегеннің өзінде бізде, тұрақты маусымдық жағдайда 2018 жылы жалпы елге келушілер (ішкі және келу туризмі) 13,3 млн. адамды құрады, олардың ішінде орналастыру орындарында 5,3 млн. тіркелді, бұл елде тіркелген туристтердің шамамен 1/3 бөлігін құрады. Келушілердің қалғаны – шамамен 8 млн. адам басқа орналастыру орындарын пайдаланды (туыстарды, достарды және т.б.). Сондай-ақ, атап кететін жәйттердің бірі саяхаттаушылардың көп бөлігі өздерінің туысқандарында я болмаса жолдастарының үйлерінде немесе заңды емес жалдамалы пәтерлерде орналасуды жөн көрді. Отандық туристердің туризммен айналысатын қазақстандық кәсіпорындарға сенімсіздікпен қарауының бірден бір себебі көрсетілетін қызмет бағасының жоғару болуы және оның сапаға сай болмауында, сондықтан да болар саяхаттаушылардың көп бөлігі ұйымдастырылмаған туризм түрімен айналысуды қолға алған.

Барлық туристік ағымдарды талдау үшін ресми статистика деректеріне әкімшілік көздерінің (ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың, Қазақстан Республикасы Ұлттық қауіпсіздік комитетінің Шекара қызметінің деректері бойынша), сондай-ақ үй шаруашылықтарын тексеруден және шетел қонақтарының деректері кіретініне қарамастан, қонақүйлердің толуына байланысты көрсеткіштер әлі де нақты көрсетілмейді. Жоғары дәрежедегі қонақүйлер орташа жылдық жүктемелері бойынша нақты деректерді жасырады деп болжам жасауға болады. Толтырылуға қатысты фактілердің бұрмалануы қызмет көрсетілген келушілердің саны (курорттық аймақтарды қоса алғанда), көрсетілетін қызметтер көлемі және т.б. сияқты басқа да статистикалық деректерге әсер етіп, қателіктерге

алып келеді, бұл жағдай өз кезегінде шетелдік туристер мен инвесторлар үшін қазақстандық туристік дестинация тартымдылығының төмендеуіне әсер етеді [4].

Елімізде кіру туризмі бойынша мәселелер барлық дерлік туризм түрлерінде бар. Мысалы, мыналар медициналық кіру туризмін дамыту үшін негізгі тежеуші факторлар болып табылады: құқықтық базаның және қалыптастырылған медициналық туристік өнімнің болмауы, оның ішінде талдау үшін басым медициналық көрсетілетін қызметтер тізімінің және олардың бәсекелік артықшылықтарын ілгерілетудің болмауы, медициналық ұйымдарда және санаторийлерде клиникалық мүмкіндіктерге сәйкес келетін менеджмент пен сервистің жеткіліксіз деңгейі, пациенттер мен туроператорлар үшін ақпараттық негіздің, сондай-ақ туроператорлар мен клиникалар арасында жедел коммуникацияның болмауы, келетін, іштегі және шығатын медициналық туристердің жетілмеген және шынайы емес статистикасы, Қазақстан Республикасы Денсаулық сақтау министрлігінің тарапынан орталықтандырылған үйлестірудің жеткіліксіз деңгейі [2].

БЭФ пікірінше, туризм саласында қазақстандық рейтингті мына факторлар айтарлықтай төмендетеді:

- туристік инфрақұрылым сапасының төмендігі (отельдер, курорттар, мәдени-сауықтыру объектілері және т.б.) – 121-орын;
- әуе қатынасының жеткіліксіз ашықтығы – 121-орын;
- визалық режимнің күрделілігі – 114-орын;
- жолдар сапасының төмендігі – 106-орын;
- автокөлікті жалға алу бойынша компаниялардың аздығы – 113-орын.
- маркетинг пен брендингтің төмен тиімділігі – 102-орын.

Бұл дегеніміз шет елден туристерді шақыру үшін алдымен мемлекет ішіндегі туристік қызметтер сапасын жақсарту керек сөз. Сервистік қызметтерді жақсарту үшін елімізде бірнеше шаралар жасалып жатыр «Онлайн туризм академиясы», Халықаралық Туризм және Меймандостық университетінің құрылуы, «Туризмді дамытуға арналған 2019-2025 жылдарға жоспар» бағдарламасы, «Kazakh tourism» мекемесінің құрылуы енді осы жасалып жатқан шараларды дамытуымыз қажет деген ойдамын.

Әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019 - 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы. //URL: <http://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (жүгінген мезгіл : 8.04.2021)
2. Туризмдегі сервистік қызмет және олардың тұтынушылары. //URL: <https://sdamzavas.net/1-62725.html> (жүгінген мезгіл : 10.04.2021)
3. Что такое туризм? //URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-takoe-turizm> (жүгінген мезгіл : 10.04.2021)
4. Қазақстандағы туризм //URL: http://testent.ru/publ/studenty/kazak_tili_sabagi/aza_standa_y_turizm/3-1-0-697 (жүгінген мезгіл : 11.04.2021)

Ж.САБЫРКЕН, Б.КУАНЫШБЕКОВА

/Туркестан/, Студенты, Международный университет туризма и гостеприимства

Н.Ж. ЖОЛМАНОВА

/Туркестан/, Научный руководитель, Международный университет туризма и гостеприимства

ПОТЕНЦИАЛЬНО-ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ МЕСТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ СПЕЛЕОТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

В статье содержится основное понятие о спелеотуризме, раскрываются проблемы и перспективы развития спелеотуризма в Республике Казахстан.

Ключевые слова: спелеотуризм, рекреация, пещеры, снаряжения, природа, подземные пути, спелеология.

Мақалада спелеотуризм туралы негізгі түсінік берілген, Қазақстан Республикасында спелеотуризмнің даму мәселелері мен перспективалары ашылған.

Кілт сөздер: спелеотуризм, демалыс, үңгірлер, жабдықтар, табиғат, жер асты жолдары, спелеология.

Спелеотуризм — посещение пещер со спортивной или познавательной целью, это разновидность спортивного туризма. Смысл спелеотуризма заключается в путешествии по естественным подземным полостям точнее пещерам и преодоление в них различных препятствий таких как сифоны, колодцы и т.д. с помощью различного специального снаряжения например: акваланги, карабины, верёвки, крючья, индивидуальные страховочные системы и др. Открытие новых спелеотуристических маршрутов сопряжено с исследованием пещер — спелеологией.

Эдуард-Альфред Мартель был первым человеком, который специализировал спелеологию и впервые совершил спуск и исследование Гуффр-де-Падирак во Франции в 1889 году, но самый первый полный спуск 110-метровый мокрой вертикальной шахты Зияющей Жабре был только в 1895 году. Таким образом он разработал собственную технику, основанную на веревках и металлических лестницах. Мартель посетил Кентукки и, в частности, Национальный парк Мамонтовая пещера в октябре 1912 года. Американский знаменитый спелеолог Флойд Коллинз провел важные исследования в этих местах в 1920-х годах, а в 1930-х годах, когда спелеология стала все более популярной, небольшие исследовательские группы как в Альпах, так и на карстовых высоких плато юго-западной Франции (Коссы и Пиренеи) превратили исследование пещер как в научную, так и в рекреационную деятельность.

Представляем вам правила безопасности под землей:

1. Один в поле не воин – это означает что одному под землю спускаться категорически запрещено и не рекомендуется.

2. Обязательное использование индивидуальных средств защиты-таких как каски, специальная обувь, средства освещения, кислородной маски (при необходимости). Страховочные системы необходимо использовать при малейшей угрозе падения.

3. Запрещено самостоятельно, без участия специально обученных специалистов, разбирать завалы.

4. Техника передвижения так же аналогична технике передвижения на горных рельефах, поэтому никаких резких движений и прыжков.

Так же будет плюсом уточнить некоторые особенности спелеотуризма:

- Высокая сложность маршрута, обусловленная наличием самых разнообразных препятствий – такие как узкие щели, завалы, колодцы, подземные реки и озера.

- Отсутствие естественного освещения.

- Отсутствие возможности естественной ориентировки на местности.

- Высокая степень автономности во время экспедиции (с «землей» отсутствует даже связь).

- Высокая степень влажности (часто почти 100%).

Каждый участник обязан быть полностью экипирован, и иметь личное снаряжение: комбинезон, каска, налобный фонарик, ручной фонарь, батареи запасные, гидрокостюм, пояс абалаковский, брезентовые рукавицы, петля из репшура для самостраховки, свисток, нож, карабины, сапоги, кеды, шерстяное белье, рюкзак-спальный мешок со вкладышем, полиэтиленовая накидка, штормовой костюм, обеденный инвентарь, одежда для работ под землей и на поверхности.

Самое главное снаряжение для каждого участника это иметь по два источника света. Для занятия спелеотуризмом необходимо так же специальное оборудование и снаряжение. Прохождение даже самых легких пещер невозможно без снаряжения. Так же одно из самых необходимых оборудований это- крюконоги. Они предназначены для технических восхождений с использованием искусственных точек опоры. Позволяют забивать крючья с шагом более 1,5м. Крючок на крюконогах регулируется по высоте. На лесенках по 7 колец (5 ступенек, на двух верхних кольца для второй ноги). Вес обеих крюконог около 785грамм, стоимость порядка 3000 рублей. Верхняя обвязка это-Топик. Это регулируемая грудная обвязка для поддержки устройства CROLL. Силовые коуши позволяют заблокировать Топик с нижней обвязкой. Стальная пряжка для быстрой регулировки. 4 компактные петли для развески снаряжения. Выпускается в трех размерах. Вес обвязки 175-195грамм, стоимость от 600 рублей. Обвязка нижняя Лемминг. Это практичная и удобная беседка, разработанная специально для спелеологии. Низкая точка подвеса позволяет делать длинный шаг при подъеме по веревке. Износостойкий протектор на ножных охватах. Защитный протектор на поясной пряжке. Специальные мягкие швы. С внешней стороны нашиты 3 петли для развески снаряжения. Обвязка комплектуется удобным мешочком для снаряжения. Вес обвязки 450грамм, стоимость от 950 рублей. Педаль регулируемая. Длину педали легко изменять, передвигая одной рукой надежную пряжку. Вес педали 104-112грамм, стоимость от 300 рублей. Подтяжка для кроля. Это простая многофункциональная подтяжка для кроля. Вес подтяжки 80 грамм, стоимость от 100 рублей. Для прохождения пещер может понадобиться дополнительное снаряжение: палатка, спальные мешки, топоры, веревка основная 35 м х 2, веревка основная 10 м, репшнур 15 м х 4, карабины альпинистские - 10 шт., крючья скальные - 5 шт., молоток, лестницы тросовые 30 м и 15 м, каски, комбинезоны, фонари налобные и карманные, батареи, рукавицы рабочие, компас горный, компас жидкостный, рулетка, альтиметр, журналы для съемки, фотоаппараты, фотопленка.

Теперь давайте поговорим о спелеотуризме в Казахстане. Удивительная природа земли Казахстана привлекает любого туриста. Таким образом можно привести пример такой регион как гора Казыгурт, расположенная в Южно-Казахстанской области. Гора Казыгурт очень богата туристическими ресурсами, одним из которых являются ресурсы спелеотуризма.

Гора Казыгурт отличается географическим положением, климатом, большим количеством туристических ресурсов. Одним из них является основание спелеотуризма – пещерные святилища или казыгуртские пещеры. В северо-восточном горном хребте, известном как Алмалык горы Казыгурт, есть священная пещера. Его конец заканчивается подземным путем, который продолжается со старым Сайрамом. Пещер здесь много и по количеству, и по тайнам, и по истории.

Самые известные в Дунае пещеры, такие как Флинт-Мамонтова (гора Аппалачи, США, 563 км); Оптимистская (Подольская возвышенность, Украина, 207 км) и самая большая в Европе "Красная пещера" (17 км), отличаются красотой, соленостью, мраморностью ОЗ. «Капля воды» внутри пещеры может свидетельствовать об этом. Кроме того, расположение горы Казыгурт вдоль «Великого Шелкового пути» может стать основой для развития туризма.

Развитие спелеотуризма на горе Казыгурт включает не только решение проблем мировой экономики, но и вопросы социальной, экологической, а также национальной культуры отдельных стран:

- развитие внутреннего и въездного туризма
 - решение общемировых экологических проблем и природоохранных сфер;
 - решение общественных проблем (бедность, безработица)
 - диверсификация сельскохозяйственного производства и успешное производство товаров и услуг на сельской территории;
- формирование здорового образа жизни;

Еще одна достопримечательность казахской земли – пещера Кенесары, расположенная в 0,5 км к юго-западу от озера Бурабай, Бурабайский район Акмолинской области. Высота полости при входе в пещеру составляет 3 м. Он состоит из двух частей, которая соединяется узкой полостью друг с другом. Основная пещера имеет округлую форму диаметром 5-6 метров и высотой 1-3 метра. Температура внутри пещеры отличается от внешней температуры 2-3 градусами. Пещера Кенесары-одно из самых посещаемых туристами мест на курорте «Боровое». Это связано с великим именем Кенесары Касымулы. Карстовые и приморские пещеры хорошо развиты в Мангыстау. Исследователь по имени Э. Тейле написал данные о двух пещерах на полуострове Мангыстау, названных Жынгылды, Урикеек, в 1915 году, а также о пещерах в Босаге, Ужассе и Коргансае. Хотя спелеология Мангыстау до сих пор не до конца изучена, нам известно более 30 крупных пещер. Длиной и глубиной среди них отличаются Булойык и Утебайские пещеры.

Кроме того, к числу известных пещер на Устюрте и полуострове Мангыстау можно отнести пещеры Улыколтык, Карачек, Тузбайыр, Карабауыр, Сагындык, Жазтурлы, Карамая, Борлимуйс, Жыланды, Ушауз и другие. Пещера имеет огромное познавательное, туристическое значение. Поэтому их надо изучать и пропагандировать.

В завершении хотим сказать что у нас есть все возможности для продвижения и привлечения иностранных туристов через пещеры, которые богаты историческими реликвиями, могут привлечь иностранных туристов на казахскую землю. Однако все же причиной недостаточного развития спелеотуризма в Казахстане является отсутствие научных обоснований, факторов, необходимых для развития туризма. Развитие сферы спелеотуризма невозможно без высококвалифицированных специалистов в этой сфере туризма.

Литературы

1. Caving in New Zealand (from Te Ara: The Encyclopedia of New Zealand, Accessed 2012-11.)
2. "Many find caving's challenges, thrills illuminating". NewsOK. 8 June 2008. Retrieved 12 November 2012.[permanent dead link]
3. Pearson, Anna. "Caving in New Zealand". Stuff.co.nz - Fairfax NZ News. Retrieved 12 November 2012.
4. Виды снаряжений для спелеотуризма. Электронды ресурс. Кіругәртiбi: https://studbooks.net/1569535/turizm/vidy_snaryazheniy_speleoturizma
5. Спелеотуризм: описание, виды, снаряжение, фото, видео, правила безопасности. Электронды ресурс. Кіру тәртiбi: <https://zclub-caspian.ru/turizm-stati/speleoturizm-pisanievidysnaryazheniefotovideopravila-bezopasnosti/.html>

С.Г. ЮЛДАШЕВА

/Туркестан/, Студент, Международный университет туризма и гостеприимства

Г.И. АБДИЕВА

/Туркестан/, Научный руководитель, Международный университет туризма и гостеприимства

НЕКОТОРЫЕ ВОПРОСЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ В ПРОЦЕССЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ

В статье рассматриваются некоторые вопросы профессиональной компетентности в процессе подготовки специалистов. Компетентность - это образ коммуникабельного, знающего, осведомленного и авторитетного человека в сфере своей профессиональной деятельности.

Ключевые слова: компетентность, специалист, профессиональность.

Мақалада мамандарды даярлау процесінде кәсіби құзыреттіліктің кейбір мәселелері қарастырылады. Құзыреттілік-бұл кәсіби қызмет саласындағы білімді, білімді және беделді адамның бейнесі.

Кілт сөздер: біліктілік, маман, кәсіпқойлық

В современное понятие компетентность - это образ коммуникабельного, знающего, осведомленного и авторитетного человека в сфере своей профессиональной деятельности. В процессе обсуждения вопроса профессиональной компетентности педагога в современном обществе, попытаемся дать системное определение понятию профессиональная компетентность.

В современных условиях модернизации профессионального образования возникает необходимость пересмотра основных теоретико-методологических подходов к принятию и реализации решений, связанных с обучением будущих специалистов, их профессиональной подготовкой к динамично изменяющимся рыночным условиям.

Процесс адаптации выпускников ВУЗов к профессиональной среде, повысит их конкурентоспособность и востребованность на современном рынке труда, одна из актуальных вопросов современности. Сегодня во всех сферах все более востребованными становятся компетентные специалисты, владеющие несколькими языками, способные адаптироваться и эффективно функционировать в новых динамично развивающихся социально-экономических и политических условиях. Поэтому цель профессионального образования состоит не только в том, чтобы теоретически научить будущего специалиста приобрести только профессиональную квалификацию, но и дать ему универсальную возможность справляться с различными жизненными и профессиональными ситуациями в социуме.

Современная практика образовательной деятельности показывает, что особую актуальность сегодня приобретает проблема учебно-методического обеспечения подготовки специалистов на основе инновационных подходов, к числу которых относится компетентностный подход. В процессе подготовки современных специалистов, особо важна переориентация оценки образовательного результата с понятий знания, умения, навыки (ЗУН) на понятия уровень «компетентности» будущего специалиста.

В процессе обсуждения вопроса профессиональной компетентности, научные исследования А.Н.Леонтьева, Л.С.Выготского, С.Л.Рубинштейна доказывают, что формирование профессиональной личности включает в себя не только усвоение определенного комплекса знаний, умений и навыков, но и формирование сложных психических систем регуляции социального поведения личности, накопление профессионального опыта и формирование профессиональной способности к дальнейшему его развитию. По мнению многих авторитетных психологов, занимавшихся вопросами формирования профессиональной компетенции, считают что оно закладываются с самого

рождением каждого человека и определяются индивидуально-психологическими особенностями каждого человека в процессе формирования как личности и профессионала. В ученые педагоги, исследующие проблему компетентности, смогли выделить высокую доминирующую активность, индивидуальную организованность каждой личности к достижению успехов в профессиональной деятельности.

Изначально, термин компетентность использовалась как научная педагогической науки. В 1965 году педагог Н.Хомский (преподаватель Массачусетского университета США) использовал данную научную категорию применительно к индивидуальным способностям выражать свои мысли в изучении и освоении иностранного языка. Под компетенцией ученый понимал индивидуальную способность формулировать и выражать свои мысли, средствами иностранного языка. И считал, что компетенция далеко не всегда совпадает со способностью индивида использовать имеющиеся знания в практике иноязычного общения [1]. Проблема определения профессиональной компетентности стала основным объектом исследования многих ученых психологов, педагогов, физиологов, специалистов-практиков для объяснения особенностей формирования и применения компетентности в различных сферах деятельности.

В Американской практике начало формироваться ориентированное на компетенции образование (competence-based education – CBE), целью которого было готовить специалистов, способных успешно конкурировать на рынке труда.

В классической педагогике понятие «компетентность» специалиста характеризуется способностью выполнять педагогические функции в соответствии с принятыми профессиональными нормами, стандартами и требованиями. Не одно поколение ученых-педагогов: Г. В. Горланов, Д. А. Мещеряков, А. В. Хуторской, Р. Уайт, Дж. Равен, Н.В. Кузьмина, А.К. Маркова, Э.Ф. Зеер, Г.Э. Белицкая, В.И.Байденко, Н.А. Гришанова), рассматривали понятие «компетенция» как системно заданное требование к профессиональной подготовке обучаемого, характеристика его профессиональной роли, компетентность - как мера соответствия этому требованию, степень освоения компетенции, личностная характеристика человека [2].

Рассматривая данную тему, необходимо выделить важность личностно - гуманной ориентации, которая является определяющим фактором профессиональной компетентности, который включает в себя умение системно воспринимать ситуационную реальность. Это свойство обеспечивает возможность целостного видения логики педагогических процессов, понимания закономерностей развития педагогической системы, облегчает конструирование целесообразной деятельности. Педагог способен рационально использовать всю совокупность индивидуального опыта в процессе воспитания и обучения, а значит, в достаточной степени владеет способами, методами и формами профессиональной реализации педагогической деятельности. Совокупность теоретического и практического опыта в профессиональной сфере, определяется как профессиональную компетентность.

На, наш взгляд, овладение теоретическими знаниями помогает педагогу успешно достигать результатов деятельности в соответствии с принятыми профессиональными целями и задачами. А результат педагогической компетентности проявляется в индивидуальной динамике профессиональной деятельности. Такая профессиональная ориентация педагога на результат является основой его личностных качеств как грамотность, организованность, аккуратность, дисциплинированность, ответственность, исполнительность, устойчивость. Комплекс данных личностных качеств, является основанием для самоконтроля, самореализации, самоактуализация поведения педагога в различных педагогических ситуациях. Именно, они раскрывают личностно-профессиональную уверенность и позитивный подход в проявлении педагога как Я-личности и как я профессионал своего дела. Такие позиции обеспечивают целенаправленность педагога к успешному осуществлению профессиональной деятельности в современной образовательной среде. На наш взгляд, «педагогическая компетентность современного педагога», его индивидуальная способность и личностное стремление к эффективной

реализации в педагогической практике установок в достижений педагогических результатов за счет профессионально-личностного саморазвития и рефлексии.

Понятие «профессиональная компетентность» многогранно. Значение понятия компетентность трансформируется в соответствии с социально-экономическими изменениями, происходящими в социуме и рассматриваются под разными углами зрения. В теоретическом плане понятие «профессиональная компетентность» характеризуется наличием и уровнем развития квалификации специалиста в профессиональной деятельности. В практическом плане, понятие «профессиональная компетентность», определяется умением «грамотно, правильно делать» и «успешно» реализовывать профессиональные обязанности в сфере своей деятельности.

Литературы

1. Шумилова Е.А. Концепция формирования социально-коммуникативной компетентности будущих педагогов в вузе: монография. Челябинск: Дитрих, 2011. С.20.
2. Разуваева Т.А. Компетентностный подход к образованию: краткий теоретический анализ //Вестник Костромского государственного университета им. Н.А. Некрасова. 2010 Т. 16 № 1 С. 266-269.

A.A. ERKENOV

/Turkestan/, Student, International University of Tourism and Hospitality

G.ZH. ARIPZHAN

/Turkestan/, Research advisor, International University of Tourism and Hospitality

THE RELEVANCE OF DEVELOPING TOURISM IN TURKISTAN

This article aims at determining the possibilities of creating a competitive tourism industry of Turkestan city, which will ensure an increase in the indicators of the region's socio-economic development.

Key words: tourism development, attracting tourists, tourism products, historical and cultural sites, heritage.

Бұл мақала Түркістан қаласының бәсекеге қабілетті туризм индустриясын құру мүмкіндіктерін анықтауға бағытталған, бұл аймақтың әлеуметтік-экономикалық даму көрсеткіштерінің өсуін қамтамасыз етеді.

Кілт сөздер: туризмді дамыту, туристерді тарту, туристік өнімдер, тарихи-мәдени орындар, мұра.

Целью данной статьи является определение возможностей создания конкурентоспособной туристической индустрии города Туркестан, которая обеспечит повышение показателей социально-экономического развития региона.

Ключевые слова: развитие туризма, привлечение туристов, туристические продукты, историко-культурные объекты, наследие.

Introduction. At present, Turkestan is the administrative center of the Turkestan region. Amazing, fast-growing Turkestan, which preserves the centuries-old history of great ancestors, is being modernized before our eyes day by day.

Turkestan obtained the status of a regional center on the basis of the decree on the formation of the Turkestan region signed by the first Elbasy Nursultan Nazarbayev on June 19, 2018. In the autumn of the same year, the First President signed two decrees on the general plan of the city and the creation of a special economic zone (SEZ) in Turkestan. Thus, after obtaining the status, it was planned to build 29 new objects, a unique tourist complex "Keruen-Saray" and its own airport. Last year, 62 streets were renovated.

In the first five months of 2019, the investment volume that was spent to the construction amounted to more than \$ 156 million at that rate. Additionally, another \$ 1 billion in investments. The money was allocated for the airport construction of, the KeruenSaray tourist complex (\$ 200 million), hotels, commercial facilities, banks and so on [1].

The development of this industry in Turkestan city is increasing its potential and attractiveness for guests are the main requirements of today. The first President - Elbasy N.A. Nazarbayev instructed to develop Turkestan not only as a regional center, but also as a cultural and spiritual capital of the Turkic world as a whole. To do this, in 2019, construction of 23 objects began in the city and 14 facilities have been commissioned in the administrative and business center.

This year the flow of tourists and the number of visitors is planned to increase to two million people. The KeruenSaray tourist complex and the Kaskasu tourist and recreational complex will open. In addition, they began to build a high-speed railway between Turkestan, Shymkent and Tashkent. "A quadripartite agreement was signed on the development of combined tours and their promotion in world markets for the tourism development at the international level, within the framework of the Forum of Interregional Cooperation between Uzbekistan and Kazakhstan with the participation of the heads of government, as well as the Tashkent, Samarkand, Bukhara and Turkestan regions. This year, a high-speed railway project is being implemented between Turkestan, Shymkent and Tashkent. This will help the development of economic cooperation and tourism between the two countries" stated UmirzakShukekeyev, the akim of the region. With a view to turning Turkestan city into the spiritual center of the Turkic world and to attracting tourists around the mausoleum of Kh. A. Yassawi, there is an open-air museum, an amphitheater and places of cultural recreation. Taking into consideration the need for personnel in Kazakhstan and improving the quality of services provided in the city, the International University of Tourism and Hospitality was opened in Turkestan.

The region is actively developing historical and educational tourism in the direction of the cities of Turkestan, Kentau and Otyrar, Ordabasy, Baidibek districts, health tourism in the resort of Saryagash, ecological tourism in Tulkubassky, Tolebi and Kazygurt districts. One of the directions is also the launch of the "Kaskasu Tourist and Recreational Complex" project. It occupies a special place in the development of tourism. In the historical center of Turkestan, a "Visit Center" was opened, where they inform about the tourist objects of the region, including historical, cultural, health-improving and natural places on the principle of "one window". In the center, tourists can get information about the history of the region, places of residence and catering in the city.

A multifunctional tourist complex "KeruenSaray", which has no analogues in the republic, is being built on the territory of the historical center of Turkestan at the expense of private investments. The complex, the investment volume of which is 88 billion tenge, covers markets, an oriental bazaar and shopping centers, water canals for boating and gondolas, an entertainment center, as well as international hotels. The project will make a significant contribution to the development of the region's economy and will create 600 jobs [2].

The main criteria for achieving a high level of tourism in a certain territory are illustrated in Figure 1.

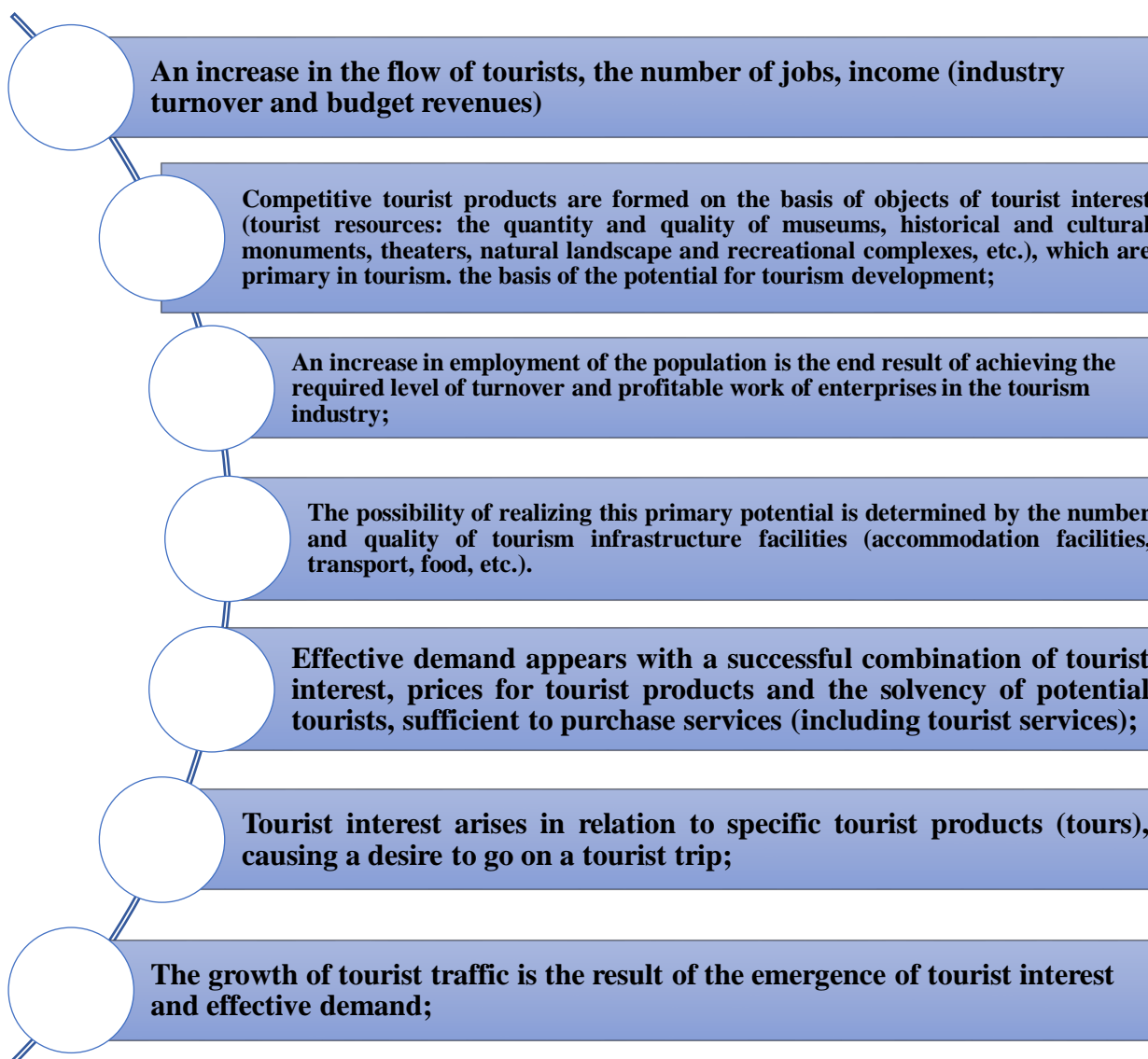
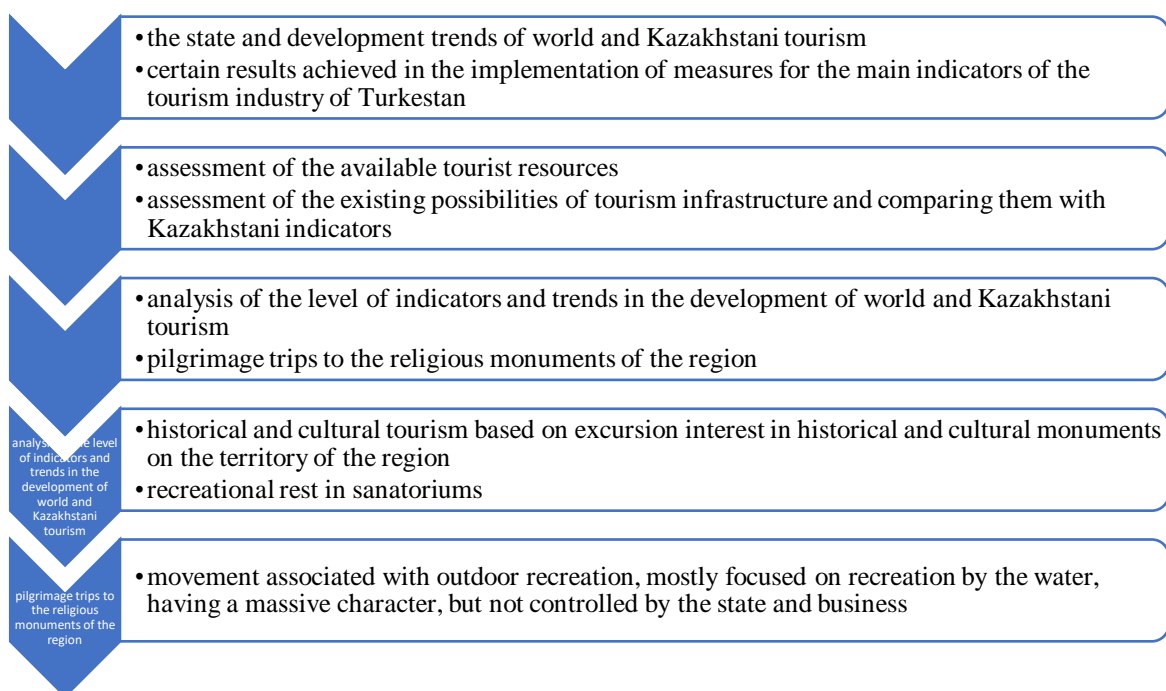


Figure 1. The main criteria for achieving a high level of tourism in the Turkistan region

Taking into account the analysis of the possibilities of the South Kazakhstan region, in particular the Turkestan tourist ring, Erzhanov and Erzhanova propose should include consideration of the following points:



The listed activities are typical for all regions with a similar set of basic (cultural, natural, etc.) resources.

Currently, Kazakhstan offers specialized, extreme tours, as well as tours along the Silk Road together with other countries. Nevertheless, the existing tourism products are not promising. A promising tourism product should be concentrated onto the services quality provision within the country.

Along with the tourism priority area that are considered in the table, the development of the following tourism types is possible in the Turkistan tourist area (Table 1).

Table 1. Types of tourism that are possible to develop in Turkistan city

Types of tourism		Description
1	Intensive, or incentive tourism	based both on collective visits to the region for excursion purposes, and on trips of employees of enterprises and institutions to tourist recreation areas; the prospects of this type of tourism are also determined mainly by the structure of consumer demand for tourist services;
	Specialized tourism	<ul style="list-style-type: none"> • licensed scientific (carrying out archaeological excavations on the territory of the city and the region, research works - on the basis of historical and cultural monuments); • scientific and educational tourism, which involves teaching the Kazakh language, restoration of monuments, studying ethnography, history, conducting archaeological expeditions, as well as other types of specialized tourism;
	Cultural and educational tourism	based on the unflagging interest in the huge cognitive potential of the region, which includes numerous monuments of architecture, history, literature, archeology. Maintaining the technical condition of monuments and display objects in proper condition. Conducting a historical and architectural assessment of display objects. Use of objects of historical heritage in the formation of tour programs;
	Weekend routes	The development of this type of tourism in combination with

		the popularization of ancient rituals, holidays, everyday life and culture of the Kazakh people will be especially successful at independent objects, the construction of which was provided for by various programs for the development of tourism (construction of tourist villages in the South Kazakhstan region);
	Ethnographic tourism	based on the interest of a potential consumer in the true life of the people, in acquaintance with folk traditions, rituals, creativity and culture. The most promising in this regard is the use of historical buildings as living decorations for events based on elements of folk culture and everyday life;
	Event tourism	based on attracting a mass contingent of tourists, taking advantage of any event in the cultural or spiritual life of the city. Formation of the event tourism program (festivals, competitions, city holidays, etc.). Development of the key event (s) of the year and timely informing about it. Development and implementation of major significant events in the cultural, scientific, spiritual life of the city, new festive programs, conferences, progress, round tables, attracting a large number of participants and guests from Kazakhstan and foreign countries;
	Ethnic tourism	serves as a development factor, given the past of our country, when many had to emigrate. Now people go to places where their ancestors once lived [3].

The growth of organized and unorganized pilgrims and tourists creates a growing demand for services, food and accommodation. There is an interest in familiarization and visiting historical and cultural heritage monuments located outside the zone of Turkestan. All this contributes to the expansion of the tourism zone. At present, it is already becoming legitimate to consider the area of pilgrimage and tourism in the area of Turkestan, which will include the territories of the city of Turkestan and its suburbs, which have substantial resources of historical and cultural heritage requiring restoration and regeneration work for the purpose of making them attractive to tourists.

The growth in pilgrimage and tourism activities has increased the spheres of construction, trade, agriculture and industrial processing. The multiplicative impact of the tourism sector on other sectors of the economy in 2011 alone amounted to approximately 6.0 billion tenge, or 21.6% of the total production in the sectors providing it with goods and services; 4.4 thousand people, or 16.3%, provided a multiplier effect, which in general gives grounds to declare significant prospects for the socio-economic development of the city of Turkestan and its suburbs due to the tourism development.

In addition, the economy of Turkestan city continues to preserve its agricultural, transport and trade specialization, which, in fact, does not fully apply the substantial unique chances of historical and cultural resources. The insufficient development level of the historical and cultural heritage resources does not make it possible to create acceptable conditions for the deployment of the corresponding tourism industry.

According to culturologists' forecasts, a significant inflow of pilgrims and tourists to the city of Turkestan is expected. Their number can increase from 1 million people. In turn, it will require the expansion of the tourist base and will cause the need to modernize the urban planning system, creation of a powerful historical and cultural base and engineering and tourist infrastructure for the provision of tourists with high-quality service and formation of a high image for tourist attractiveness.

The growth in the tourism industry scale expands the economic activity scale, creates additional jobs, ensures an increase in tax receipts through an increase in the production of

industrial and agricultural products, the construction industry, the development of transport, education, culture, services, etc.

However, the tourism development is slowed down by the fact that the city has created conditions only for accommodating a limited number of tourists, providing them with food and leisure. There are three types of routes for tourists: pilgrimage, educational and local history. In total, about half a million organized and unorganized tourists arrive in Turkestan a year. Almost 95% of the total number of tourists are pilgrims. In this regard, travel companies organize mainly short pilgrimage routes, which are implemented in a few hours in the territory of the KozhaAkhmedYassawi mausoleum complex.

Tourist routes are situated mainly at historical and cultural sites within the city.

Suburban routes have not received adequate development owing to poor objects readiness for tourist application. Furthermore, the lack of the necessary tourist services, poor quality roads and poor service do not motivate the tourists influx.

There is a somewhat overestimated value of the historical and cultural heritage objects, that in reality fail to meet the tourism business requirements.

To date, out of 96 historical and cultural monuments situated in the Turkestan suburbs, only 23 in terms of their value characteristics can be recognized as potential tourist sites. It is necessary to carry out a large amount of work on these objects on their restoration, reconstruction, regeneration and museumification. At the same time, comprehensive work should be carried out for the improvement of their territory, creation of an acceptable service and places of rest.

Problematic matters remain not only in the engineering and communications industry of the region. In the tourism industry of the region, there is an acute deficiency of highly qualified personnel, first of all, marketers, managers, qualified guides and tour guides (especially with knowledge of languages) and others [4].

Indubitably, the history, unique identity, lifestyle, customs and traditions of the Kazakh people are of great interest to everyone. Travelers from abroad are eager to see a different civilization. Apart from Europe and Asia, Uzbekistan is one step ahead of us in this respect. It has been a long time since they turned ancient cities such as Bukhara, Samarkand, Kokand and Khiva into tourist centers. In general, it is necessary to create conditions for the tourists influx to Turkestan. The city has both full opportunities and conditions for the formation of tourism potential. It's just a matter of time.

In conclusion, we are the descendants of wise people who have preserved the foundations of nobility and patriotism. We are a continuation of the people who said: "For a country that forgets the past, the future is bleak." The noble dreams and aspirations of our ancestors are a hostage for us and for the future generation. The country to whom this hostage was bequeathed has a lot to overcome and conquer!

References

1. <https://the-steppe.com/gorod/turkestan-kak-tehno-stolica-sredney-azii-o-vnutrennem-turizme-i-perspektivah-razvitiya-it>
2. inform.kz https://www.inform.kz/ru/kak-razvivaetsya-turizm-v-turkestanskoy-oblasti_a3755318
3. Analysis of the tourism industry state of the Turkestan tourist ring <https://articlekz.com/article/8536>
4. The Republic of Kazakhstan. Government. Program for the development of promising areas of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2010-2014. - Astana, 2010.

Д.М. АЛПЫСБАЙ, Т.КАНАТКЫЗЫ

/Туркестан/, Студенты, Международный университет туризма и гостеприимства

Д.М. ХАМИТОВА

/Туркестан/, Научный руководитель, Международный университет туризма и гостеприимства

ПРОБЛЕМЫ СЕРВИСНОЙ УСЛУГИ В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация. На сегодняшний день распространено понимание культуры обслуживания как совокупности правил вежливости. Гостиница должна быть не только местом ночевки, но и «домом вдали от дома», где их ждет покой и комфорт. В данной статье для развития сервисной услуги проанализированы и даны эффективные решения этих проблем.

Ключевые слова: гостиница; клиент; маркетинг; сервис-гиды; SMM.

Бүгінгі таңда қызмет көрсету мәдениетін сыпайылық ережелерінің жиынтығы ретінде түсіну кең таралған. Қонақ үй тек түнейтін орын ғана емес, сонымен қатар " үйден алыс үй " болуы керек, онда олар тыныштық пен жайлылықты күтеді. Бұл мақалада сервистік қызметті дамыту үшін осы проблемалардың тиімді шешімдері талданып, келтірілген.

Кілт сөздер: қонақ үй; клиент; маркетинг; қызмет көрсету нұсқаулықтары; SMM.

Часто мы слышим, что в Казахстане сервис услуги на низком уровне. Так ли оно в действительности? Давайте рассмотрим пару примеров.

Первое, что очень часто попадает на глаза это то, что персонал, который работает в гостиницах не знают английского языка. Очень банально и и очень проблематично. Влияет ли знание английского на уровень обслуживания клиентов? Естественно да, если на земле двести пятьдесят стран, в которых более ста десяти стран английский является официальным языком. Языковой барьер сильно влияет на имидж предприятия, особенно если у вас есть свой отель или гостиница.

Представьте себе ситуацию, где иностранец, остановившийся в вашей гостинице, спросил: «Где находится бассейн?». А ваш работник не понимая его, смутился, а еще и убежал не дав ответа вашему клиенту. Что почувствует клиент? В каком мнении он будет о вашей гостинице?

Чтобы предотвратить ряд таких неприятных ситуаций, первым делом, нужно обращать внимание на знание иностранного языка, особенно английского. Если ваш персонал не знает английского языка, вам нужно обязательно отправить на языковые курсы. Для вашего работника и для вас это послужит огромным плюсом. В выигрыше будете оба : имидж вашего предприятия будет в разы лучше, а ваш работник получит дополнительные знания. А еще, лучше брать на работу человека с хорошим знанием английского языка. Во-вторых, обеспечьте своих работников базовыми знаниями психологии общения. Пусть они будут обучены читать людей и определять их желания наперед.

Как поможет психология общения в работе с клиентами? Во-первых, задавая правильные вопросы, вы поймете за какими ощущениями они пришли и чего они хотят взять с этого отдыха.

Во-вторых, это оставит приятное впечатление у клиентов, то что вы тщательно хотите узнать их прихоти.

Клиент приезжает не в гости к работнику регистратуры или горничной. Ему не нужно их личное дружелюбие или личное отношение. Но персонал гостиницы должен с уважением относиться к потребностям клиента. Клиент, обращаясь к работнику гостиницы, может получить либо поддержку своему самоуважению, либо ощутимые уколы, ощущение недооцененности, пренебрежения, недостаточной заботы и т.д.

Человек, приезжающий в гостиницу для отдыха или по делам, хочет удовлетворения своих желаний. Для одного человека отдых — это возможность спать и не видеть других

людей, не придерживаясь какого-то жесткого распорядка дня, возможность побыть наедине с собой; для другого — новые впечатления и новые люди, возможность приобрести новые знакомства и прикоснуться к новым сторонам жизни. Такому человеку необходимо встречать других людей и находиться в оживленном и блестящем окружении. Ему нужны смена впечатлений, новые ощущения в течение тех нескольких дней или недель, которые он проводит в новой обстановке.

У потребителей гостиничных услуг можно выделить еще одну потребность — потребность в знакомстве с достопримечательностями. В очень многих гостиницах она признается существенной и в той или иной мере удовлетворяется. Гость довольно часто хочет узнать то место и ту местность, в которой он находится. В этом ему могут помочь местные экскурсионные бюро, особенно если гостиница предлагает хорошие условия для реализации таких программ и расположена в городе, где есть достопримечательности и места, объекты, интересные для обозрения.

Прочитав отзывы известных гостиниц и отелей, мы пришли к такому выводу, что персонал не умеет коммуницировать с клиентами. По их жалобам, можно понять что персонал хамит, грубит, не обращают должного внимания, слушают нелюбезно, не говоря уже о приветствии и улыбке на лице. «Клиент всегда прав, пока не доказано обратное» - следуйте этому девизу.

Чтобы понять поведение человека при выборе того, кто предоставляет ему услуги, надо различать две вещи: саму услугу (и по возможности постараться понять, какую именно потребность клиент хочет удовлетворить) и то, как она предоставляется. Последнее, по сути дела, представляет те отношения, которые клиент встречает и в которые он вступает с людьми (фирмой), предоставляющими ему услугу, так что в одном акте обслуживания содержатся два важнейших компонента — услуга и отношение к клиенту.

Есть один совершенно уникальный товар, который необходим каждому человеку, и этот товар нигде так концентрированно не может быть продан, как в сфере услуг, а значит, в гостиничном бизнесе. Название этого товара — уважение.[1.]

В-третьих, улучшить маркетинг в гостиничном сервисе. Особенно работать маркетингом в Интернете.

В связи с активным распространением digital-технологий произошли существенные позитивные изменения в упрощении поиска подходящего отеля через Интернет. Пользуясь Интернетом, клиент получает более широкий выбор, более простой, комфортный и дешевый способ резервирования, нежели пользуясь услугами турагентств.

Практически каждый отель имеет свой сайт, на котором указывается подробное его расположение, планировка и устройство номеров, их стоимость, перечень предлагаемых услуг, проводимые акции и выгодные предложения.

Существуют своего рода сервис-гиды, в которых для туристов предоставлена информация об отелях, всяческих достопримечательностях, а также ресторанах или местах общественного питания.

Такой сервис предлагает описание самого места с фотографиями и отзывами реальных людей, которые ранее его посещали.

Ведущую роль в этом процессе в последние годы стали играть новейшие специализированные сайты по подбору и бронированию отелей.

Нам можно было бы создать сайт как «Рум гуру». В котором :

- удобная раскладка, расширенная система фильтрации;
- сохранение истории поиска гостиниц;
- база данных, включающая около 5 000 000 вариантов проживания;
- рассылка новостей, позволяющая отслеживать изменения цен, указанных при подписке отелей;
- использование интерактивной карты;
- подбор вариантов без конкретных дат;

- бесплатные приложения Windows, iOS, Android.[3.]

Маркетинг услуг отеля: современные тенденции

Гостиничная сфера активно развивается, растет количество отелей различного уровня и других средств коллективного размещения. Стимулирующее воздействие на этот процесс оказывают проводимые в стране или регионе масштабные мероприятия.

Так, при подготовке к ЭКСПО в 2017г. было построено 24 новых гостиниц и 4 общежития, чтобы обеспечить жильем посетителей международной выставки «ЭКСПО-2017». Пятизвездочные отели в Нур-Султане были построены именно к ЭКСПО, прежде коллективных средств размещения такой категории в этом городе не было.

Соответственно, на данном рынке усиливается конкуренция, для преодоления которой уже недостаточно только уникального предложения (выгодная локация, развитая инфраструктура, экстра-предложения, и т. п.); на первый план выходит маркетинг услуг. Причем услуги должны пониматься шире, чем только то, что происходит в самом отеле. Маркетологам необходимо таргетировать свою аудиторию на категории по интересам (увлечениям, целям поездки), формулировать и продвигать отдельные, персональные предложения.

Для работы в таких условиях необходимо активизировать адекватные маркетинговые инструменты, рассмотреть современные тенденции их развития:

Персонализированный подход к гостю.

Персонал отеля должен быть максимально клиентоориентированным и настроенным на дружелюбное и доверительное отношение с гостем. Каждому работнику нужно объяснить, что их улыбка, комплимент в номере или оплошная медлительность при доставке багажа могут повлиять на плюсы и минусы в репутации отеля.

Работа e-commerce-менеджера.

Отели часто теряют прибыль из-за отсутствия в команде менеджеров, разбирающихся в digital-продвижении и инструментах поддержки. E-commerce-менеджер не должен быть простым исполнителем конкретных digital-задач вроде создания сайта. Он должен контролировать стратегию онлайн-продаж. В его задачи входит выбор тех технологий и инструментов, которыми отелю стоит пользоваться в текущий момент. KPI (коэффициент, определяющий эффективность работы) для такого сотрудника — это деньги, которые отель зарабатывает через Интернет.

E-mail-маркетинг.

Этот испытанный инструмент в наибольшей степени применим в сетевых отелях, если принимать во внимание их сетевую унифицированность и территориальную рассредоточенность. Инструменты digital-маркетинга с каждым годом дороже. Доступным, но от этого не менее эффективным, остается e-mail-маркетинг, особенно для повторных продаж. При его использовании нужно также принимать во внимание отложенный характер реакции на рассылку.

Mobile.

Мобильный трафик в Казахстане постоянно растет и делает понимание клиентской аудитории более точным и совершенным.

Мобайл сегодня весьма неоднороден. Доступ с персональных устройств в Интернет распределен таким образом: компьютеры и ноутбуки — 56%, смартфоны — 39%, планшеты — 4,9%, игровые консоли — 0,1% (по данным TheStateofDigitalMarketing).

Маркетологу предстоит по-разному работать с трафиком с планшетов и трафиком со смартфонов, потому что за ними стоят совершенно разные мотивы и клиенты. Нужно выстраивать информацию в продвигаемых предложениях так, чтобы это было доступно и наглядно для мобайл-клиентов, пользующихся различными гаджетами.

SocialMediaMarketing (SMM).

Использование сетей может быть весьма разнообразным; здесь появляются новые интересные возможности. Например, новый digital-инструмент — пиксель Facebook. Он

позволяет настраивать и нацеливать рекламу на потенциальных клиентов. Фактически это инструмент слежения за гостем. Пиксель Facebook включает в себя и отслеживание, и оптимизацию конверсии, и ретаргетинг, и динамическую рекламу — это уникальный инструмент для маркетолога.

При практическом использовании SMM маркетологам необходимо также иметь в виду следующую ситуацию: по данным SproutSocial, главными раздражителями пользователи соцсетей считают: 58% — большое количество рекламы, 38% — использование сленга и жаргона, 35% — отсутствие индивидуальности.

Передача маркетинга на аутсорсинг.

Экспертиза сторонних профильных организаций, как правило, выше внутрикорпоративной. Чем сложнее будет становиться digital-маркетинг, тем сложнее с ним будет работать специалистам отеля. При определенных условиях хорошие результаты приносит использование грамотной стратегии работы с внешним маркетинговым агентством. Таким образом, можно выделить главные тренды гостиничного маркетинга на ближайшие годы: инвестиции в digital-маркетинг, необходимость e-commerce-менеджера в штате отеля, адекватный мобильный сайт и высокий уровень сервиса [3.]

Литературы

1. https://studref.com/385396/turizm/psihologiya_obslyzhivaniya_industrii_gostepriimstva
2. <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=889157>
3. <https://be5.biz/ekonomika/m029/7.html>
4. https://spravochnick.ru/turizm/osobennosti_obslyzhivaniya_klientov_v_industrii_turizma/
5. https://spravochnick.ru/turizm/osobennosti_obslyzhivaniya_klientov_v_industrii_turizma/

Ж.С. РАКИШОВА

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

Т.А. ЕРИШЕВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ТАРИХИ ОРЫНДАРДЫҢ ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ РӨЛІ

Мақалада Қазақстан территориясындағы тарихи орындардың туризмді дамытудағы рөлі зерттелген. Мәдени-тарихи туризмнің ерекшеліктері талданған.

Кілт сөздер: тарихи орындар, жады орындары, туризм, тарихи тұлғалар, туристтер.

В статье исследована роль исторических мест на территории Казахстана в развитии туризма. Проанализированы особенности культурно-исторического туризма.

Ключевые слова: исторические места, места памяти, туризм, исторические личности, туристы.

The article examines the role of historical places in the territory of Kazakhstan in the development of tourism. The features of cultural and historical tourism are analyzed.

Keywords: historical places, places of memory, tourism, historical figures, tourists.

Әлемдегі мықты мемлекеттерде туризм саласы жақсы дамыған және бұл сала көптеген мемлекеттердің экономикасындағы негізгі бағыт болып саналады. Соңғы жылдары Қазақстанда туризм саласын дамыту қолға алынып отыр. 2019 жылы «Туристтік саланы дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы» бекітілді [1]. Туризм саласындағы мамандарды даярлау үшін Түркістан қаласында «Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті» ашылды. Туризмді дамытуда тарихи орындардың немесе «жады орындарының» орны ерекше. «Жады орындары» халықтың ұжымдық, мәдени, тарихи жадысының сақтаушылары [2, с. 631]. Посткеңестік кезеңде елімізде ата-бабалардан мирас

болып қалған ұлттық және аймақтық «жады орындары» – тарихи-мәдени ескерткіштер қалпына келтірілді. Қазақстанның әр өңірінен қазақ тарихы үшін маңызы орасан зор тарихи орындарды кездестіруге болады.

Тарихилық және ғылыми объективтілік принциптері мәселенің мәнін дұрыс бағалауға мүмкіндік берді. Мақаланы жазу барысында осы кезге дейін ғылымда қалыптасқан жалпы ғылыми және арнайы тарихи әдістер пайдаланылды. Тарих ғылымының проблемалық-хронологиялық және тарихи-салыстырмалық әдістеріне сүйендік.

Мәдени-тарихи туризм негізінен тарихи объектілерге негізделеді. Мәдени-тарихи туризм туристтерге сол елдің дәстүрімен, тарихымен, тарихи орындарымен және тарихи тұлғаларымен танысуға мүмкіндік береді. Мәдени-тарихи туризм факторының бір ерекшелігі әлемнің кез келген нүктесіндегі «жады» орындарына туристердің қызығушылығын оятады. Ол шағын тарихи ескерткіш, ауыл, қала болуы мүмкін, әр жердің өз тарихи бар. Қазақ халқы ғасырлар бойы тарихи оқиғалармен, тарихи тұлғалармен байланысты тарихи-мәдени ескерткіштерді қиратпай келесі ұрпаққа жеткізіп отырды. Халық жадында осындай тарихи орындарға қатысты аңыз-әңгімелер, шежірелер, жыр-дастандар сақталған.

2017 жылы 12 сәуірде жарияланған Н.Ә. Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» мақаласында тарихымыздағы көркем, рухани қастерлі жерлеріміздің біртұтас желісін жасау, яғни Ұлытау төріндегі жәдігерлер кешенін, Қожа Ахмет Ясауи мавзолейін, Тараздың ежелгі ескерткіштерін, Бекет ата кесенесін, Алтайдағы көне қорымдар мен Жетісудің киелі мекендерін және басқа да жерлерді өзара сабақтастырып, ұлт жадында біртұтас кешен ретінде орнықтыру мәселесін айтқан болатын. Сондай-ақ, аталмыш мақалада Н.Ә. Назарбаев туризмнің тарихи жерлермен байланысын «ішкі және сыртқы туризм халқымыздың осы қастерлі мұраларына сүйенуге тиіс. Мәдени маңыздылығы тұрғысынан біздің Түркістан немесе Алтай – ұлттық немесе құрлықтық қана емес, жаһандық ауқымдағы құндылықтар» [3] деп атап көрсетеді. Рухани жаңғыру бағдарламасының аясында «Қазақстанның киелі жерлерінің географиясы» жобасы жүзеге асырыла бастады.

«Ұлытау - 2019» халықаралық туризм форумында Қазақстан президенті Қасым-Жомарт Тоқаев Моңғолияның Шыңғыс хан тұлғасын халықаралық туризмді дамытуға тиімді пайдаланып отырғандығын айтып, Шыңғыс ханның үлкен ұлы Жошы хан есімін ұлықтау мәселесіне ерекше тоқталып өтті. Жошы хан тұлғасына әлем назарын аударып, Орталық Қазақстанда орналасқан Жошы хан кесенесін мәдени туризм нысанына айналдыру міндеті қойылды. Жошы хан кесенесі – Жезқазған қаласынан солтүстік-шығысқа қарай 50 км жерде, Қаракеңгір өзенінің жағасында орналасқан көне архитектуралық ескерткіш [4].

Жыл сайын туристердің тарихи орындарға қызығушылығы арта түсуде. Туризм арқылы біз Қазақстандағы тарихи орындарға әлем жұртшылығының назарын аударып аламыз. Тарихи жерлерді туризм аймағына айналдырып қана қоймай, сонымен бірге Қорқыт ата, Арыстан баб, Қожа Ахмет Яссауи, Алаша хан, Жошы хан, Абылай хан, Мәшһүр Жүсіп, Абай сияқты ұлы даланың тарихи тұлғаларының есімдерін туризм арқылы кеңінен насихаттау мүмкіндігі туып отыр. Шетелден келетін туристерді әлемдік тарихи тұлғалармен немесе әлемдік тарихи оқиғалармен байланысты «жады орындары» қызықтырады.

Туризмнің дамуын Түркістан облысындағы Отырар ескерткіштеріне келіп-кетушілер санының артып отырғанынан байқауға болады. Кеңес одағы кезінде, 1980-1990 жылдары Отырар музейіне келушілер саны тұрақсыз, әр жылда әртүрлі, небәрі 2 мыңнан 7,5 мыңға дейін баратын. Егемендік алған соң Отырар қорық-музейі нысандарына жыл сайын 1991-1997 жылдар аралығында келушілер саны 18 мыңнан 38 мыңға дейін өсті. Әсіресе, соңғы жылдары туристер санының күрт өсуі байқалады. Астанада өткен ЭКСПО-2017 көрмесі Оңтүстік Қазақстан аймағына қосымша турист келуіне әсер етті. ЭКСПО-2017 көрмесінің арқасында оңтүстікке 151 мың турист келді. Ең көп саяхаттайтын нысандар Қожа Ахмет Ясауи кесенесі, Арыстан баб, Домалақ ана, Ақмешіт үңгірі, Ақсу-Жабағылы қорығы. Қожа Ахмет Ясауи кесенесін өткен жылы 1 млн адам тамашалапты [5].

Әлемнің көптеген мемлекеттерінде тарихи туризм жақсы дамыған. Жылына миллиондаған туристтер тарихи орындарға саяхат жасауда. Қазақстан территориясында

тарихи туризмді дамытуға мүмкіндік беретін тарихи жерлер жетерлік. Қазақстанда тарихи туризмді дамытудың перспективалары – ескі қалаларды, көрнекті орындарды, кесенелерді және басқа да тарихи объектілерді көргісі келетін туристердің санының артуы.

Туризм саласын дамыту мәселесі мемлекеттің назарындағы мәселелердің бірі. Жылдан-жылға Қазақстанның туристік потенциалы мен мүмкіндіктері артуда. Тарихи орындар немесе «жады» орындарының қазақ жерінде туризмді дамытудағы рөлі орасан зор. Болашақта тарихи орындарды миллиондаған туристер көруге асығатын орынға айналдыруға болады.

Әдебиеттер

1. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019 - 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 мамырдағы № 360 қаулысы. - <http://adilet.zan.kz>

2. Сандыбаева У., Альжанова Г. «Места памяти» как культурный капитал региона: сакральный потенциал Баянаула. - //Мир Большого Алтая. – с. 629-647

3. Назарбаев Н.Ә. «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру». – 2017. – 12 сәуір. - <http://www.akorda.kz>

4. Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың «Ұлытау – 2019» халықаралық туристік форумында сөйлеген сөзі. – 2019. – 24-тамыз. - <http://www.akorda.kz>

5. Байсариева Г. Тарихи ескерткіштер елімізді танытады. //Егемен Қазақстан. – 2018. – 26 шілде. - <https://egemen.kz>

Н. ӘМІРБЕК

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

Ғ.І.ӘБДИЕВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ҰЛЫ ДАЛАНЫҢ ДАРА ҰСТАЗЫ

Мақалада ұлы даланың дара ұстазы Ы.Алтынсарин туралы қарастырылған. Дара ұстаз - Ыбырайдың әрбір шығармалары халқымыздың салт – дәстүрі мен әдет - ғұрыптарын сипаттайтын еңбектерінде құнды. Ы.Алтынсарин, тек ұстаз ғана емес, – қазақтың салт – дәстүрін зерттеумен айналысқан ғалым этнограф ретінде білеміз. Ыбырай, бұл техниканы меңгеріп зор игілікке ие болады, жаратылыстың тілін білді, оны өзінің айтқанына көндірді, халықтың жалпы мәдениетін көтерумен қатар негізінен олардың тұрмысын жақсартуды назарға алды.

Кілт сөздер: ұлы дала, дара ұстаз, салт-дәстүр, әдет-ғұрып, тәрбие.

В статье рассказывается об учителе Великой степи Ы. Алтынсарине. Каждое произведение индивидуального учителя - Ибрая ценно трудами, описывающими традиции и обычаи нашего народа. И. Алтынсарин, как ученый – этнограф, занимавшийся изучением казахских традиций, является не только учителем. Авраам, овладев этой техникой, пользовался большим благом, знал язык творения, убеждал его в том, что он говорит, принимал во внимание, в основном, улучшение их быта, а также повышение общей культуры народа.

Ключевые слова: Великая степь, учитель, традиции, обычаи, воспитание

Болашақта қуатты мемлекет, зиялы қоғам құруға жас ұрпақ атсалысып жатқан кезен. Қазіргі уақыттың негізгі талабы, бесіктегі балдырғанаң бастап, мектептегі шәкірттерді тектілікке, инабаттылыққа, имандылыққа тәрбиелеуді. Осы талап пен міндеттерді орындалудағы ең бір негізгі құрал – оқу, жүйелі тәлім – тәрбие жұмыстарында халықтық құндылықтардың алтын мұрасын пайдалану болып табылады.

Қазіргі таңда білімнің басты мақсаты – бәсекеге қабілетті, кәсіби құзыреттілікті, жаңаша ойлайтын мамандар даярлау мен табысты жеке тұлға қалыптастыру. Қазақ тарихында өзіндік ерекше орны бар зиялы ұлдар баршылық. Жасөспірім ұрпақа тәрбиесі нышының қалыптастыратын, олардың ауқымды ой пікірлерін зерделеп, жинақтақтап, зерделеріне ұстап, үлкен үлгі болатын талып тұлғалардың өмір мен халқым деп қалдырған іздері болып келеді.

Сондай ерекше, қайталанбас тұлғаның бірі - Ыбырай Алтынсарин. Қазақ халқының тағдырына ерекше мән берген ұлы ағартушы – алғашқы ұлы дала ұстазы дейміз. Ы.Алтынсарин ұстаз, бұрынғы қазақ даласындағы білім беруден мүлдем басқа сара жол салғанын байқаймыз. Ы.Алтынсарин педагогикасының мұраларының негізгі идеяларының бірі – адамның өзара қарым – қатынасы, жасөспірімдерді еңбекке дұрыс, үлкен қажетілікпен және жүйелі баулу. Басты айтып, кететін, өзекті мәселелердің бірі жеткіншектер, жасөспірімдер бойына жан-жақты ұлттық тәрбие қалыптастырып, жетілдіруде қазақ халқының ғасырлар бойы жинақталған тәжірибесін негізге алу қажет деген пікірді берген Ыбырай Алтынсарин. Ол қазақ жас ұрпақты оқытып-тәрбиелеу ісіне ең басты мәселе деп қарады. “Халық үшін қызмет ететін білімді адамдардың қатарын көбейту арқылы қазақ қоғамының мешеулігін жоюға болады, сондықтан жастарды оқытып-тәрбиелеу ісінен артық еш нәрсе жоқ” [1], деген. Ы. Алтынсарин кәсіптік білім берудің маңызын жете түсінді және жақтады. Дара ұстаз қазақ даласында мектептер ашу, оқушыларға арнап тұңғыш оқулықтар жазумен бірге, мектептің материалдық базасын күшейтуге назар аударды.

Ыбырай бала жастан халықтық педагогикадан алған тәлім – тәрбиесін, үлгі – өнегесін көңіліне түйгендерін оқу ағарту істері арқылы қазақ балаларының бойына қалыптастыруды мақсат еті. Ы. Алтынсариннің ұлттық эстетикалық тәрбие проблемаларын қозғайтын арнайы еңбектерін жазып қалдырмаған мәлім. Ұлы педагог ұлттық – эстетикалық тәрбиеге қатысты педагогикалық еңбектерінде орын алды.

Дара ұстаз - Ыбырайдың әрбір шығармалары халқымыздың салт – дәстүрі мен әдет - ғұрыптарын сипаттайтын еңбектерінде құнды. Ы.Алтынсарин, тек ұстаз ғана емес, – қазақтың салт – дәстүрін зерттеумен айналысқан ғалым этнограф ретінде білеміз. Ыбырай, бұл техниканы меңгеріп зор игілікке ие болады, жаратылыстың тілін білді, оны өзінің айтқанына көндірді, халықтың жалпы мәдениетін көтерумен қатар негізінен олардың тұрмысын жақсартуды назарға алды.

Ы.Алтынсарин жастарды оқу – білімді зердесіне сіңіру түрлі ұстаздық амал тәсілдерді қолданады деп айтқан. Ы.Алтынсарин шығармаларында еңбекті сүйу, білімдіден үйрену, талпыну, адамды сыйлау деген қасиеттерге назар аударылады. Сол себептен, еңбек тақырыбы – Ыбырай әңгімелерінің арқауы. Ы. Алтынсарин еңбек процесінің бала тәрбиесіндегі ерекше маңызын көре біледі. Сондықтан оның көптеген педагогикалық иойларында, Абай айтқандай «Еңбек етсең ерінбей, тояды қарның тіленбей» [2] деген қағиданың төңірегінде топтасқан. Ұлы ұстаз Ы.Алтынсариннің «Қазақ хрестоматиясы», «Таза бұлақ» деген оқу – әдістемелік педагогикалық еңбектері қазақ халқының рухани мәдениетінің даму тарихында бағаланады.

Ы.Алтынсарин алдыңғы қатарлы орыс педагогтарының оқу құралдарын басшылыққа ала отырып, қазақ ауыз әдебиеті мен салт-дәстүрлеріне негізделген “Қазақ хрестоматиясы”, “Қазақтарға орыс тілін үйретудің бастауыш құралы” оқу құралдарын 1879 жылы жазып, бастырып шығарады.

Біздің заманымызда ұлы ұстаз - Алтынсариннің педагогикалық, ғылыми зерттеулері, өлеңдері мен прозалары, аудармалары өзінің тиісті бағасын алды. Ы.Алтынсарин, әңгімелерінде еңбек процесінің адамның сана – сезімін, психологиясын қалыптастыруда ерекше орын алатынын жақсы түсінген. «Ұяда не көрсең, ұшқанда соны ілесің» дегендей жасөспірімдердің басында кездесетін түрлі жаман мінездерді отбасындағы тәрбиемен терең қарады. Адамның жеке басының мінез – құлқын қалыптастыру, оның бойынан жойылып бара жатқан адамгершілік қасиеттерді сіңіру, иман жүзді етіп тәрбиелеу ата – ананың тікелей әсерімен отбасынан басталып, мектепте жүзеге асатынын ескерген жөн. Ыбырай

келешегінен үміт күткен, өз халқын ерекше көрген, халқының мәдени үшін бойындағы бар күш жігерін аянбай жұмсаған нағыз патриот азамат болған.

Ы. Алтынсариннің ұлттық эстетикалық тәрбие проблемаларын қозғайтын арнайы еңбектерін жазып қалдырмаған. Ұлы педагого ұлттық – эстетикалық тәрбиеге қатысты оның педагогикалық қызметінен орын алды. Кел, балалар, оқылық, Оқығанды көңілге Ықыласпен тоқылық! [3] – деген өлеңінде Ыбырай жалпы білім алуға шақырған. Жастар өмірде оқу, өнер, ғылым басты байлық екенің айтқан. Ұлы халқымыз, "өнерді үйрен, үйрен де жирен" деп айтқан. Болашақ ұрпақтың ақыл ойы мен жеке тұлғаны қалыптастыруда адамгершілік, эстетикалық еңбек дағдылары мен қасиетін тәрбиелеудің негізі болып есептеледі. Жеке тұлғаны оқу мен өнерге, мәдениетке, адамгершілікке тәрбиелеуде Ы.Алтынсарин аса бағалы, бай қор – қазақ фольклорына ерекше назар аударды.

Ұлы дала ұстазы - Ы.Алтынсарин педагогикалық еңбектерінде жас буынды тәрбиелеудегі, адамгершілік пен ізгілік, еңбек пен зейінділік, өнер мен білімге мән беріп, ерекше көңіл аударып отыру керек деген. Ал сол қажет білім мен өнерді игерудің басты сара жолы мектептерді ашу арқылы жүзеге асады деп санаған. Әр кезде, Ы.Алтынсарин қазақ балалары үшін зайырлы мектептер ашуды армандап, Торғай қаласында қазақ балалары үшін бастауыш мектеп мен қыз балаларға арналған мектептер ашылып. Мектеп – қазақтарға білім берудің басты құралы. Біздің барлық үмітіміз, қазақ халқының келешегі осында, тек осы мектептерде ғана деп жазған болаты. Сонымен қатар жасөспірімдерге кәсіптік училищелер ашу арқылы жалпы және кәсіптік білім беру ісінің негізін қалағанында айтуға болады.

Алтынсарин, өз заманының ақылды тұлғасы, қоғам қайраткері, қазақ халқының дамуын, қазақтың мәдениетті ұлт болып, жаппай сауатты, оқыған ел болуына үлес қосқан асыл азаматы. Қазақ педагогикасының дамуына, үлес қосқан, қазақ балаларына алғаш мектеп және Бірғыз қазақ қыздарына арналған мектеп – интернат ашқан, «Қазақ хрестоматиясын», «Қазақтарға орыс тілін үйретудің бастауыш құралын» жазған - ұлы даланың алғашқы педагогы. Ыбырай жас кезінең ұлттық негізден алған тәлім – тәрбиесін, үлгі – өнегесін көңіліне түйгендерін педагогикалық ойлары мен іс-әрекеттері арқылы қазақ балаларының бойына сіңдіре білген. Ы. Алтынсарин қызметінде балаларды оқыту мен тәрбиелеу жұмысы ерекше орын алып, жүйелі іске асырылады. "Мектептегі оқыту мен тәрбие процесін жүргізуші мұғалім" [4] деп таниды. Қазақ халқының ғасырлар бойы жинақталған құндылықтар бар. Елбасы Назарбаев Нұрсұлтан Әбішұлының «Тарихты танып зерделеу керек, тарихты таразылау керек, сонда тағдырыңды, бүгінгі тұрпатыңды танысың, келешегіңді бағдарлайсың, алдағы жүрер жолыңның сілемін табасың» [5] Бұл сөздер арқылы ұлт тарихының шексіз тағылымына назар аударамыз.

XXI ғасырда білім сапасы жалпыға ортақ, жаңашыл сипатқа ие. Осы бағытта, ұлы дала ұстазы Ыбырай Алтынсариннің игілікті педагогикалық ісін ықыласпен қолдап, оны егемен елдің білім беру жүйесінде оқыту мен тәрбиеде тиімді қолданып, оқыту міндеттерінің басты талабы болуы керек.

Әдебиеттер

1. Ы.Алтынсарин тағылымы. Алматы 1991 ж
2. «Қазақ тілі мен әдебиет» журналы. 2008ж, № 4,5
3. Ы.Алтынсарин. Таңдамалы шығармалары. 320 бет
4. Ы.Алтынсарин тағылымы. Құрастырған М.Жармұхамедов
5. «Өзіндік таным» № 2 2007 № 5-6 2006ж

THE IMPORTANCE OF ENGLISH IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Abstract: The paper addresses the subject of foreign languages in hospitality management. Multilingualism offers a competitive advantage to both companies operating in the global hospitality market as well as people who pursue a career in it. The key findings indicate a contradiction between theoretical acknowledgement of the importance of foreign languages in hospitality management and its practical promotion, particularly in regard to fluency in foreign languages, in service training initiatives and level of offered.

Keywords: language, linguistics, tourism, communication, hotel management.

Аннотация: В статье рассматривается тема иностранных языков в управлении гостиничным хозяйством. Многоязычие является конкурентным преимуществом для компаний, работающих на мировом рынке гостеприимства, а также для людей, стремящихся к карьере в этой сфере. Ключевые выводы указывают на противоречие между теоретическим признанием важности иностранных языков в управлении гостиничным хозяйством и его практическом продвижении, особенно в том, что касается свободное владение иностранными языками, инициативами по обучению обслуживанию и уровень предлагаемых услуг.

Ключевые слова: язык, лингвистика, туризм, коммуникация, гостиничный менеджмент.

Introduction. What is English, English is a West Germanic language that was first spoken in early medieval England and is now a global lingua franca. It is an official language of almost 60 sovereign states and the most commonly spoken language in sovereign states including the United Kingdom, the United States, Canada, Australia, Ireland, New Zealand and a number of Caribbean nations. It is the third-most-common native language in the world, after Mandarin and Spanish. It is widely learned as a second language and is an official language of the European Union and of the United Nations, as well as of many world organizations or group. Being the most widely spoken language in the world, it makes sense that English is vital within the hospitality sector. Whether a person is employed by a hotel, restaurant or travel agents in a non-English speaking country, you can expect them to have a good level of English.[1]

The Importance of English in the Hospitality Industry

In the race for Tourism, the program of the English class is structured around the specific needs of the professional profile of the student, bearing in mind the actual communicative situations which will confront and develop them in a way very practical.[1]

The current scenario is the one where the traveler looks for a Global experience. The employees of hotels play one of the most crucial parts in providing this experience. The emphasis is on employing human resources who will successfully provide the level of services leading to guest delight. There are certain competencies that are required. Personality, communication, attitude, technical know-how, to name a few. It has also been an observation that English language communication amongst the hotel employees is also a crucial requirement, and hence a factor considered for employability. It is vital to assess the importance of English language proficiency, identify the areas that employees lack and attempt to bridge the gap. This is possible when the stakeholders of the Hospitality Industry – hotels, academia and potential employees come together and address the issue.[2]

You need to know: 1.In the area of the lexicon must contain a steady stream of Anglo-Saxon words that continually appear in the language of tourism.

2.Should be able to deliver written documents such as letters, budgets and schedules.

Hospitality Industry

1. Hotel career offers jobs in one of the world's fastest growing sectors, more flexible working hours than your typical 9-5 jobs.

Means gaining valuable skills which will earn you money

Employers provides uniforms, meals, pension, incentive programs.

2. Consists of companies within the food services, accommodations, recreation, and entertainment sectors.

Hospitality is the right career for you if you have excellent organizational skills, communication skills, interpersonal skills, working with and for people, are prepared for the long hours, maintain a Professional Appearance, have “Common Sense” (be able to think on your feet to respond to guests’ needs).

Different levels of hospitality positions you might enter into.

1.Entry-Level: This is where you start; the experience and skill you will gain in these positions can prepare you for advancement in your career. Typically the tasks are related to your position and are a valuable component to the success of the hospitality entity.

2.Skilled-Level: This is the next step where you will develop specific skills and capabilities that can be transferred from one position to another (you are on your way).

3.Manageial-Level: This is when your experience, training and initiative are combined to create your ability to lead employees and manage business.

Being bilingual helps them to excel in the hospitality service, opens a wide range of networking opportunities, as well as demand and supply of labor available for all bilingual and multicultural professional within the tourist area.[3]

SWOT analysis

<p>Strengths</p> <ul style="list-style-type: none"> •A wide range of services (with knowledge of English). •High volume of potential customers. •The English is important for us in hotel management this is because our can easily or faster to receive or to get the information from the different kind of the guest. •Also can increase the profit of the hotel. 	<p>Weaknesses</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recruitment challenges. • Understaffed. • Career growth. • Loss of potential customers. • Unsatisfactory recommendations.
<p>Opportunities</p> <ul style="list-style-type: none"> •Salary increase for employees with knowledge of English. •The emergence of new patners, investors and sponsors for the hospitality industry. •Development of information resources in English. •To collect experience from foreign hotels. •International development. 	<p>Threats</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inadequate wages for employees. • Dissatisfaction of guests. • Limitations in the development of the sphere. • Small profit. • Failure to meet many standards.

Conclusion

To conclude, in the global era, playing its multifarious roles, English has been reasserting it is ‘World Language’ status which no other language as yet could command, nor lay claim to. Beyond doubt, the impact of English is all-pervasive now. Some of the important roles played by English, point to the ever-growing relevance and importance of English. Good working knowledge of English signals a much brighter future and ensures easy mobility and suave communication skills for travelers, tourists, and for all those engaged in hospitality industry. So, English is very important for staff in tourism industry or in hotel.[4]

References

1. (<https://www.ukessays.com/essays/tourism/why-english-is-very-importance-for-hotel-management.php#citethis>)
2. (https://www.researchgate.net/publication/307871855_A_study_of_Importance_of_English_Language_Proficiency_in_Hospitality_Industry_and_the_Role_of_Hospitality_Educators_in_Enhancing_the_Same_Amongst_The_Students)
3. (https://prezi.com/r_-3ewemlqxt/the-importance-of-english-in-the-hospitality-industry/)
4. (https://www.researchgate.net/publication/330555468_Role_of_English_in_Travel_Tourism_Hospitality_Industry)

А.АМАНТАЙ

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

Ғ.І. ӘБДИЕВА

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

МЕКТЕП ОҚУШЫЛАРЫНЫҢ САЛАУАТТЫ ӨМІР САЛТЫН ОҚУ-ТӘРБИЕ ҮДЕРІСІНДЕ ТАБЫСТЫ ҚАЛЫПТАСТЫРУЫНЫҢ ЗАМАНАУИ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Мақалада мектеп оқушыларының салауатты өмір салтын оқу-тәрбие үдерісінде табысты қалыптастырудың заманауи мәселелері қарастырылған. Мектеп оқушыларының салауатты өмір салтын табысты қалыптастыруы арқылы алған білімдерін болашақта денсаулығын сақтау, жақсарту, нығайту болып табылады.

Кілт сөздер: салауатты өмір салты, оқу-тәрбие үдерісі, оқушы, мектеп.

В статье рассмотрены современные проблемы успешного формирования здорового образа жизни школьников в учебно-воспитательном процессе. Сохранение, улучшение, укрепление здоровья в будущем знаний, полученных школьниками через успешное формирование здорового образа жизни.

Ключевые слова: здоровый образ жизни, учебно-воспитательный процесс, ученик, школа.

Қазіргі таңда салауатты өмір салтындағы маңызды мәселе болуы жас ұрпақтың жаман әдетке бет бұруы аландатып отырған жәйіттердің бірі. Мектеп оқушыларының салауатты өмір салтын табысты қалыптастыруы арқылы алған білімдерін болашақта денсаулығын сақтау, жақсарту, нығайту болып табылады. Мектеп тарапынаң оқушылардың салауатты өмір салтын қалыптастыру үшін оны оқу-тәрбие үдерісінде жаң-жақсы насихаттау, жалпы мәдениеттің қалыптасуын, білім бағытын жүйелі жетілдіру керек.

Оның басты себептері: жанұяның әлеуметтік - экономикалық жағдайы, отбасындағы келеңсіз жайттар, алдына мақсат қоймай, уақытын бос өткізу, интернет желісіне аландау. Қазіргі кезде білім беру мекемелерінің алдында тұрған күрделі міндеттердің бірі – жас ұрпақтың салауатты өмір сүруге көзқарасын қалыптастыру, олардың денсаулығын сақтауға, қоршаған ортасын таза ұстауға және жоғары, сапалы білім алып, сол білімді келешектегі өмірінде табысты пайдалана білуге тәрбиелеу. Мектеп оқушыларының салауатты өмір салтын табысты қалыптастыруы арқылы алған білімдерін болашақта денсаулығын сақтау, жақсарту, нығайту болып табылады. Мектеп тарапынаң оқушылардың салауатты өмір салтын қалыптастыру үшін оны оқу-тәрбие үдерісінде жаң-жақсы насихаттау, жалпы мәдениеттің қалыптасуын, білім бағытын жүйелі жетілдіру керек.

Бүгінгі таңда өз тәуелсіздігін алған егеменді еліміз осы бағытта Қазақстан мектептеріне жан-жақты дамыған, денсаулығы мықты, салауатты өмір салтын мұрат тұтқан дара да табысты тұлғаларды тәрбиелеу басты талап етіп қойылған. Мектеп тарапынаң

салауатты өмір салты бойынша ұйымдастырылатын іс-шара түрлері келесі бағытты **болу керек**: сабақтарда, сабақтан тыс уақытта, спорт секцияларында, дене шынықтыру сәттерін күн сайын ұйымдастыру, дене шынықтыру сабақтарында қызықты ұлттық ойындар қолдану, волонтерлық қозғалыстар; дене тәрбиесі және салауатты өмір салты сабақтары, спорттық секциялар мен үйірмелер, ақпараттық-ағарту курстары, экологиялық форумдар, ғылыми жобалар, сенбіліктер, семинар-тренингтер, денсаулық фестивальдері, спартакиадалар, қауіпсіздік бағдарлары, «сенім қызметтерін» ұйымдастыру арқылы қолайлы жағдайлар жасау қажет. Баланың дене, әлеуметтік – психологиялық, биологиялық, физиологиялық денсаулығын сақтау арқылы, жас ұрпақ тұлғасының өзара үйлесімділігін қалыптастыру болып келеді.

Әрбір мемлекет өз азаматтарының денсаулығын сақтауды мақсат тұтады. Салауатты өмір салтын қалыптастыруды жүзеге асыру денсаулық сақтаудың басты жұмысы болып табылады. Қазақстан азаматтарының денсаулығын нығайту, салауатты өмір салтын ынталандыру туралы Елбасының жолдауын, егемендіктің негізгі кілтін ұстар жас ұрпақтың болашағына апаратын, алтын бағыт десе де болады. «Дені сау адам - табиғаттың ең қымбат жемісі» деп тегін айтылмаған. Елбасымыз «Салауатты өмір салтын ынталандыру әрқайсымыздың дене тәрбиесімен айналысуымызға, дұрыс тамақтануымызға, есірткілерді, темекі мен алкогольді тұтынуды қойып, тазалық пен санитария шараларын сақтауымызға бағытталған»[1]. «Қазақстан-2030» стратегиясында салауатты өмір салтын ұстануға байланысты төмендегі іс-шаралар маңызды деп көрсетілген: нашақорлық пен наркобизнеске қарсы күрес, темекі мен алкогольді тұтынуды қысқарту, тамақтануды, қоршаған орта мен экологияның тазалығын жақсарту [2]. Мемлекет тарапынаң қарастырылып жатқан мәселелер, адам өмірінің басты құндылығы адам денсаулығын жақсарту мен нығайту мәселесіне байланысты болып келеді.

Салауатты өмір салты баланың өзіне, жан-жақты көп көмегін береді. Өз-өзіне қызмет жасау, денсаулығын нығайту, сақтауға негізделген. Жеке адамның сапалы тіршілік етуге бағытталған мүмкіндіктерін қалыптастыру болып саналады. Адамның әлеуметтік – психологиялық және биологиялық жақтан салауатты өмір салтын қалыптастыруға мына жағдайлар негіз бола алады: белсенді қозғалыс нәтижесінде ағзаны шынықтыру; дене тәрбиесі немесе спортпен шұғылдану; жеке және әлеуметтік гигиеналық талаптарын жүзеге асыру; қарым – қатынас және экологиялық мәдениеті қалыптастыру; дұрыс жыныстық тәрбие алу; зиянды әдеттерден аулақ болу.

Қазіргі кезде білім беру ошақтарындағы дене шынықтыру сабағындағы салауатты өмір салтының негізгі қағидаттардың бірі–белсенділік болып табылу керек. Ол дене шынықтыру мен айналысатындардың ойластырылған негізде, терең түсінуін қамтамасыз етіп, дене шынықтыру - спорт шараларына тұрақты үлкен шынайы қызығушылық мен қажеттілік тудыруға, барынша белсенді болуға жетелеуге бағытталған басты мәселелердің бастамасы деп білеміз. Бұл қағидатты іске асыру дене шынықтырумен айналысатындардың түрлі жаттығуларды орындау техникаларын біліп, терең түсініп, дене шынықтыру үдерісіне саналы және байсалды, үлкен қызығушылықпен қарауға көмектеседі деп ойлаймыз. Өйткені, белсенділік–адам орындайтын басты іс-шаралардың өлшемі, оның жұмысқа тартылу деңгейі болып табылады. Мысалы, дидактикалық тұрғыдан алғанда, белсенділік деп білім, білік және дағдыларды саналы түрде игерудің алғы шарттары мен нәтижесін атаймыз. Проблемалық оқыту әдісі теориялық сабақтарда да, тәжірибелік дене шынықтыру сабақтарында да қолдану керек. Мысалға алғанда, проблемалық оқыту әдісі қолданылатын сабақта бастауыш сынып оқушылары тірек-қозғалыс дағдыларын дамыту мәселесін қарастырғанда оларға мынадай сұрақтар қойылуы мүмкін: Аяқпен неше түрлі жолмен қозғала аласың? Оқушылар бұл қозғалыс түрлерін дене шынықтыру сабағы барысында көрсету керек.

Жоғарыда аталған дене шынықтыру сабағына тән ортақ белгілері: оқушы мен мұғалімнің арасындағы тығыз қарым-қатынасты дамыту; дене шынықтыру барысында ойлау қызметі жоғары деңгейде іске қосу; ұжымдық жұмыс түрлері мен жеке жұмыс түрлерінің бірге нәтижелі қолдану; оқушыларға әсер ететін эмоционалды деңгейін артыру; танымдық

тұрғыдан оқушылардың дербестігін қарастыру; өз бетінше білім алуға ынталандыру, саралау әдісін іске асыруға мүмкіндік беру; оқу үдерісінің тиімділігі артыру болып табылады. Бұның барлығы оқушы білімінің сапасына қазіргі замануи дене шынықтыру сабағында да қойылатын маңызды талаптардың бірі – оқушының денсаулық жағдайын, дене бітімінің дамуын, қимыл-қозғалыс маңыздылығын, психикалық даму ерекшеліктерін ескеру, саралау және жекешелендіру тәсілін қолданудың маңызы зор болып келеді.

Бүгінгі күні, дене шынықтыру сабағында нәтижелі түрде саралау тәсілі бар оқышылармен қоса, қорсеткіші төмен оқушылар үшін де маңызды болып табылады. Әдетте қимыл-қозғалысқа нашар, дене бітімінің дамуы баяу оқушының бұл сабақта үлгерімінің төмен болуының басты себебі болып жатады. Ал орташа оқушыға есептелген сабақта деңгейі, спортта жетістігі жоғары, икемі бар оқушыға қызықсыз болады. Оның үстіне, дене шынықтыру сабағында балалар негізгі, дайындық және арнайы топ деп бөлінеді. Сондықтан, тапсырмаларды да, сабақ мазмұнын да, оқу материалын игеру қарқынын да, нәтижелерді бағалауды да саралау қажет.

Дене шынықтыру сабағында оқытуды тиімді түрде саралай білу әрбір оқушыға білім бере отырып, оларды лайықты әрі шабыттандырушы түрде жұмылдыруға жағдай жасап отыру маңызды. Дене шынықтыру мұғалімі, оқушыларының ішкі мүмкіндігін арттыру үшін бір қатар педагогикалық оқыту тәсілдерін қолдануға болады. Мысалы: оқушылардың қызығушылығын туғызып, олардың қажеттіліктері мен ұмтылысына сай келетін тапсырмалар орындауды қамтитын жаттығуларды әзірлеу және жетілдіру. Бұл оқушылардың ізденісі арқылы әлемдік, отандық спортшылардың өмір жолдары арқылы спортқа деген қызығушылықтарын оята білу керек. Олардың дене шынықтыру сабағы арқылы жаттығулары мен айналысу тәжірибесі арқылы мүмкіндіктерін байқауға болады. Оқушылардың білетіні және қолынан келетіні мен істегісі келетінінің арасында қалай байланыс орнатуға болады деген сұраққа да, дене шынықтыру сабағы барысында жауап алуға болады. Осылар арқылы, дене шынықтыру мұғалімі оқытуға қалай тиімді кіріктіре алуға болады деген сұраққа да жауап алуға болады. Сондай-ақ, мұғалім оқушылар өздері баратын спорт секцияда үйренген дағдыларын көрсетуді өтініп, сол арқылы спорттық мүмкіндіктері төмен оқушылардың, салауатты өмір салтына деген ықыластарын оятуға болады.

Сол себептен, оқушылардың табысқа жетуге арналған ортаны қалыптастыру үшін, күнделікті оқыту барысында жаңа әдістерді қолданып, сабақты қызықты және нәтижелі өткізу болады. "Ынтымақтастық педагогика" негізінде оқушылар ортасында топтық жұмысқа ынталандыру керек. Бұл мұғалімдер мен оқушылардың арасын тығыз байланыстырып ғана, қоймай сонымен қатар, жақсы кері байланыс орнатып, сапалы білім алуға және салауатты өмір салттың қалыптастыруға қолайлы мүмкіндіктер туғызатыны анық.

Балалар спортты мектеп кезінен жақсы көретіні анық, сол себептен мұғалімнің негізгі міндеті - олардың спортқа деген ынта-ықыласын, сүйіспеншілігін дене шынықтыру сабағы арқылы арттыра түсу керек. Салауатты өмір салты – кәзіргі кезде бұл ең әуелі денсаулықты сақтауға және нығайтуға бағытталған сауықтыру жолындағы белсенді де жүйелі іс-әрекеттердің жиынтығы. Оқушылардың жастайынан спортқа қызығушылық танытуы, келешекте оның дені сау, табысты тұлға болып шығарына мүмкіндік береді. Сондықтан, мектептегі дене шынықтыру пәндері арқылы спортқа қызығушылығы оянған әрбір оқушының салауатты өмір салтын сақтап жүруге жетелейтіні сөзсіз. Сондықтан, жас кезінен оқушының салауатты өмір салтын қалыптастырып, денсаулықтарына аса зор көңіл бөліп, жас ұрпақ тұлғасының «денсаулық - әдемілік айнасы» - деп бекерден айтпаған халқымыз.

Әдебиеттер

1. Назарбаев Н.Ә. Қазақстан – 2050 стратегиясы – қалыптасқан мемлекеттің жаңа саяси бағыты. Ел Президентінің Қазақстан халқына жолдауы.
2. Назарбаев Н.Ә. Қазақстан – 2030. Ел Президентінің Қазақстан халқына жолдауы. Білім, 1998.

A.ARGYNOVA, A.BAGDAT

/Turkestan/, Student, International University of Tourism and Hospitality

G.E. ORAZALIYEVA

/Turkestan/, Research advisor, International University of Tourism and Hospitality

THE PROBLEMS OF TOURISM DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN

Today tourism is a powerful and relevant global industry. Since gaining independence, Kazakhstan has opened up new prospects for itself in the field of tourism. The development of tourism, and especially international tourism, would make it possible to increase the inflow of foreign exchange, replenish the budget, reduce unemployment, expand the job market, increase the income of the population and the standard of living and, ultimately, to the prosperity and sustainable development of the Republic of Kazakhstan. In this report, we will talk about the development of tourism in Kazakhstan and share the problems that we think exist, as well as share our suggestions.

Key words: analysis, tourism, international tourism

Сегодня туризм является мощной и актуальной мировой отраслью. С момента обретения независимости Казахстан открыл для себя новые перспективы в сфере туризма. Развитие туризма, и особенно международного туризма, позволило бы увеличить приток иностранной валюты, пополнить бюджет, снизить безработицу, расширить рынок труда, повысить доходы населения и уровень жизни и, в конечном счете, способствовать процветанию и устойчивому развитию Республики Казахстан. В этой статье мы расскажем о развитии туризма в Казахстане и поделимся проблемами, которые, по нашему мнению, существуют, а также поделимся нашими предложениями.

Ключевые слова: анализ, туризм, международный туризм .

Introduction. International tourism is currently one of the most dynamically developing foreign economic activities. It becomes obvious that tourism is turning into a large independent branch of the national economy, whose activities are aimed at meeting the specific needs of the population. Tourism is one of the factors of global integration processes, and the tourism business is now becoming an important sector of the economy. The development of tourism in the world is influenced by scientific and technological progress, an increase in the quality of life of the population, an increase in the duration of free time, vacations, economic and political stability and a number of other factors. Kazakhstan, possessing unique natural resources and the original culture of the nomadic people, has a huge unrealized potential for the development of tourism in the international and regional markets. And it is worth noting that the tourism industry in the Republic of Kazakhstan at the state level is recognized as one of the priority sectors of the economy.

Analysis. Kazakhstan has significant potential for the development of almost all types of tourism: from environmental to business. This is facilitated by a rich history, which left many archaeological and historical monuments on the territory of the country. This is provided due to the unique geographical position, thanks to which in Kazakhstan you can find untouched corners of nature in a variety of landscapes. This is also achieved thanks to the development of tourism infrastructure, constant work to simplify the visa regime and many other factors.

We believe that tourism in Kazakhstan has several constraining factors for development:

- lack of an effective strategy for the development of the tourism industry and management of territories;
- tourist objects exist and are considered locally, not forming a single tourist product;
- undeveloped tourist infrastructure (objects and events of the Soviet type);
- there is no concept of year-round use of territories.

What do the ratings say about the development of tourism in Kazakhstan?

In the World Economic Forum's Global Competitiveness Index for Sustainable Tourism Policies, we rank 80th out of 140 countries. Even Uruguay is ahead of us - it is in 74th place. For comparison: Russia is in 39th place in this rating. Top three: Spain, France, Germany.

In which cities is tourism most developed? If we take business tourism, then these are definitely our megalopolises. While the central cities are ready to welcome guests, the rest of Kazakhstan is not attractive even for domestic tourism. Let's go, for example, to Alakol. What do we see there? Untouched nature, healthy air, clean lake and lack of infrastructure. Starting from the road to Alakol and ending with entertainment. The seating areas may be new, but the rooms will only have a bed and bedside table. Like in some modest hostel.

Limited use of modern technologies and innovative methods. Kazakhstan is just entering the era of digitalization, but this process has been going on for a long time, as our first President said, Kazakhstan is indeed undergoing evolutionary development. Modern tourists need modern technology.

Lack of qualified personnel for the tourism industry. Domestic tourism is in dire need of technologically competent young professionals, extraordinary thinking, fluent in the state and foreign languages. Experts believe that it is necessary to raise the prestige of the profession of a guide and be sure to carry out licensing for knowledge of the subject.

Lack of information about the country. If we are talking about Italy, then we represent the sea and pasta, while talking about Switzerland we think about mountains, chocolate and watches, etc. And Kazakhstan is still considered a part of Russia and Borat is remembered. Many people believe that we still live in yurts and travel on horseback. It is necessary to create an image and image of the country that will be remembered and make a pleasant impression. How to do it? Marketing, advertising. Everywhere we see and hear posters about holidays in Turkey or Egypt. This is because they know how to sell their product and attract attention. If we also shot a high-quality video, cheered up posters with our beautiful places everywhere, and paid more attention to advertising tourist places and the country as a whole, perhaps there would be more people who know our country.

Take an example from foreign countries. In all countries of the world, they try to ensure that people have a rest in their country. 75% of Swiss rest at home, and all the conditions have been created for this. Kazakhstan needs to adopt this experience and create conditions, the same as, for example, in Turkey, where the citizens of Kazakhstan like to travel. When you come to foreign tourist countries, you immediately find yourself in paradise. All conditions and everything is there, different entertaining show programs, for children and adults, all inclusive and reasonable prices. Many Kazakhstanis say that it is better to have a rest abroad than to spend so much money for a holiday with us. The value for money is poor. Much depends on the service and staff. Competently trained personnel who have knowledge in the psychology of service management.

What is the government doing to eliminate these problems? It is certainly encouraging that changes are taking place. Take Turkestan, for example. Over the year, the city has changed a lot. The state is developing this small city and the city is transforming before our eyes.

Research method. While researching tourism in Kazakhstan, we found one site. The Ministry has developed an official tourist website visitkazakhstan.kz, which fully complies with international standards and represents Kazakhstan as a new tourist destination. The site is full of attractions, tours, hotels with online booking, a constantly updated feed of events and news from all regions of the country. The site is navigated in three languages: state, Russian and English.

Conclusion. We concluded that everything starts with ourselves. Now everything needs to be done in parallel, to start developing tourism from ourselves, from the local population, of course, to develop infrastructure, primarily for ourselves, not for foreigners. Teach people to travel, get to know their country. As in China, there are top 8 destinations that every Chinese person should visit, this is their national idea. In our country, some residents of Northern Kazakhstan do not know what Turkestan, Saraishyk or Beket ata are in the west. The development of the tourism industry contributes to the strengthening of interstate relations and culture, an increase in the inflow of foreign exchange, an increase in the balance of payments, stimulation of the export of goods and

services, an increase in employment, the construction and reconstruction of infrastructure facilities, as well as the acceleration of the diversification of economic sectors. By developing tourism, we will be concluded that in the near future we will have about 200 thousand new jobs, including 72 thousand permanent ones, and the net profit from tourism activities for all interested parties - the state, business and employees - will increase to 200 billion tenge per year (at the moment, the profitability is about 118 billion tenge). We believe in the bright future of our country and our profession is connected with this area, we hope that we will be able to contribute to the prosperity of our great country.

References

1. [<https://informburo.kz/stati/kak-v-kazahstane-razvivayut-turizm-i-chto-s-nim-ne-tak.html>];
2. [https://www.dknews.kz/inner-news.php?id_cat=11%20&&%20id=65883];
3. [https://www.dknews.kz/inner-news.php?id_cat=11%20&&%20id=65883];
4. [<https://articlekz.com/article/10784>].

А.АЯТ, А. ЖАРЫЛҚАСЫН

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

Ә.МАМАТОВ

/Түркістан/, Студент, Республикалық спорт колледжі

Ә.Ж.ТАСТАНОВ

/Түркістан/, Ғылыми жетекші, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ОҚУШЫЛАРҒА ДЕНЕ ШЫНЫҚТЫРУ САБАҒЫ БАРЫСЫНДА ВОЛЕЙБОЛ ОЙЫНЫНЫҢ ТЕХНИКАЛЫҚ ӘДІСТЕРІН ҮЙРЕТУ ЖОЛДАРЫ

Бұл мақалада мектеп оқушыларына волейбол ойынын үйретуге арналған қозғалмалы ойындардың түрлері, оларды тиімді қолдану әдістері сонымен қатар жеке тұлғаны жан-жақты дамыту үшін дене шынықтыру және спортпен айналысудың маңызы жайлы қарастырылған.

Кілт сөздер: дене шынықтыру, спорт, салауатты өмір сүру салты, қозғалмалы ойын түрлері, волейбол, дене қасиеттерінің дамуы.

В данной статье рассмотрены виды подвижных игр для обучения школьников волейбольским играм, способы их эффективного применения, а также Значение занятий физической культурой и спортом для всестороннего развития личности.

Ключевые слова: физическая культура, спорт, здоровый образ жизни, виды подвижные игровые, волейбол, развитие двигательных качеств.

Methods of teaching students the technical techniques of playing volleyball during a physical education lesson. The content of this article is reflected in the types of outdoor games designed to teach schoolchildren in the game of volebol, methods of their effective use, as well as the importance of physical culture and sports for the comprehensive development of the individual.

Keywords: physical culture, sports, healthy lifestyle, outdoor sports, volleyball, development of motor skills.

Денсаулығы мықты жан-жақты жетілген ұрпақ елдің ертеңгі жарқын болашағы. Ал денсаулықтың бірден бір кепілі – спорт болып табылады. Осы тұрғыда Ғабит Мүсірепов спортқа қатысты былай деп «Дұрыс жолға қойылған дене шынықтыру ойындары оқу-білім алуға бөгет емес, қайта бойды сергітіп, ойына жәрдем ететін нәрсе» атап көрсеткен. [1] Олай болса, осы салаға көбірек көңіл бөліп, ғылыми зерттеу жұмыстарын жүргізу қазіргі таңда өзекті мәселелердің бірі деуге әбден болады. Осыған орай қазіргі таңда спортқа деген көзқарас елімізде күн санап өсіп келеді. Өйткені спорт оқушылардың дене болмысын

шынықтырып, салауатты өмір салтын қалыптастырды. Әр оқушының сүйіп ойнайтын спорт түрімен айналысу олардың көңіл-күйін көтеріп, жұмыс өнімділігін арттырады. Міне, сондықтан, мектеп оқушылары арасында « Дене шынықтыру » пәнін өткізу барысында аталмыш ерекшеліктерді ескерген абзал. Себебі, осы мектеп жасынжағы балаларда күрделі қимыл-қозғалыс дағды- машықтары белсенді түрде қалыптасады, дене қасиеттері дамиды. Өз кезегінде, бұл мектеп жасындағы оқушылар спортпен жүйелі түрде айналысқан, спорт түрінен оқытушының ықпалы емес, өздері таңдаған жағадайда, жоғарыда аталған көрсеткіштердің өсуіне тиімді ықпал жасайды. [2]

Егер біз зерттеулер нәтижелеріне жүгінетін болсақ, басқа спорт түрлеріне қарағанда волейболды үйретудің тәрбиелік мүмкіндіктері мол екендігін атап көрсете аламыз. Себебі спорттың бұл түрінде жылдамдығы сағатына 180-210км. жылдамдықтағы доп берулер, доппен көз ілеспес алдамшы қимыл-қозғалыстар, тау тасын жаңқалатып жіберердей шабуылдық соққылар, тосқауыл қоюлар және допты қабылдай алумен оны еденге түсірмеуі үшін ойыншының адам сенгісіз аяқ-қол, денесін жинау, еденге үйлесімді дұрыс құлауы- бұның бәрі волейбол ойынының өте қызықты әрі тартымды спорт түрлерінің бірі екенін көрсетеді. Жоғарыда аталған әрекеттерге шыдап, оған төтеп беруге үйрету арқылы оқушылардың дене қабілетті арттыруға, белсенділігін қалыптастыруға болады. Бала спорттың қай түрімен шұғылданса да, өзінің жас ерекшелігі мен ағзасының құрылысы, құбылысының хабар болуы керек.

10-15 жастағы жасөспірімдердің мінез-құлқы мен сана сезімінде әлі де болса тұрақтылық бола бермейді. Демек, олар өзінің спортпен шұғылданудағы әрекетін өз санасына қажет деп, белгілі бір жүйеде бақылап та отырмайды. Жасөспірімдердің спорттың қай түріне қабілеті бар екенін жаттықтырушы мен мұғалімдерден сұрап, ақылдасып барып, содан кейін ғана жаттығуды бастауы керек. [3]

Зерттеу мақсаты: 10-15 жастағы жасөспірім оқушыларға волейбол ойынының техникасы мен тактикасын үйрету әдістеріне бақылау жұмыстарын жүргізіп көрсеткіштерін анықтау.

Зерттеу міндеттері:

-волейбол ойынының тарихына сараптама жүргізу, Қазақстандағы волейбол ойынының тарихын қарастырып, зерттеу;

-волейбол ойынының техникалық қабылдау жіктемесін анықтау;

-10-15 жастағы жасөспірімдердің дене тұрқы мен антропометриялық негіздерін дәлелдеу;

-мектептегі дене шынықтыру сабағындағы волейбол техникасы мен тактикалық іс-әрекеттерін ұйымдастырудың тәжірибелік негіздеу.

Зерттеу әдістері: зерттеу тақытыбы бойынша ғылыми және әдістемелік әдебиеттерді зерттеу, мамандардың тәжірибесін жинақтау, сауалнама жүргізу, волейболшылардың дене дайындығы мен арынайы сапаларын тестен өткізу, өңдеу әдістері.

Зерттеу нәтижелері мен сараптамасы: Педагогикалық бақылаулар жасөспірімдер командалардың қатысуымен әртүрлі дәрежедегі ресми ойындар жағадайларында жүзеге асырылды. Бақылау жұмыстарының қортындылары арнайы дайындалған хаттамаларға енгізіліп отырды.

Педагогикалық бақылаудың мәселелері орташа арифметикалық шаманы, орташа арифметикалық шаманың қатесін және әр көрсеткіштің көрсеткіштердің қосынды санын есептей отырып, математикалық статистика әдістерімен өңделді.

Педагогикалық эксперимент зерттеудің мақсаты мен міндеттеріне сәйкес екі түрдегі: констатациялаушы және табиғи ашық педагогикалық эксперименттер жүргізілді.

Констатациялаушы педагогикалық эксперимент барысында допты қабылдау, шабуылдау, тосқауыл қоюды тестілеу нәтижелері бойынша жасөспірім волейболшылардың техникалық деңгейлері анықталды. Коррекциялық және факторлық талдаулармен жасөспірім волейболшылардың техникалық даярлығының құрылымы анықтарды, ол жасөспірім волейболшылардың техникалық даярлау процесінің мазмұнына және жүзеге асырылуына бағдарламалық әдістерді жасап шығару үшін негіз болып табылды.

Жасөспірім волейболшылардың техникалық даярлауды бағдарламалауды эксперименттік түрде табиғи ашық педагогикалық экспериментте жүзеге асырылды.

Бірінші кезеңде зерттеп отырған мәселе бойынша ғылыми – әдістемелік және арнайы әдеби зерттеулерді талданды. Таңдаудың негізінде жасөспірім волейболшылардың жарыс ойындарындағы дене қасиеттерінің даярлығын және қозғалу белсенділігін сипаттайтын көрсеткіштер жинағы анықталды. Бұл көрсеткіштер педагогикалық бақылауда констатациялаушы педагогикалық экспериментке қатысушылардың қозғалыс қасиеттері бойынша сынамалар жүргізген кезде пайдаланылды.

Екінші кезеңде педагогикалық констатациялаушы эксперимент жүргізіліп, оның барысында педагогикалық бақылау, 16 жасөспірім волейболшылардың техникалық даярлығына тестілеу жүргізілді. Констатациялаушы эксперименттің нәтижелерінің негізінде спортшылардың жарыстағы әрекеттерінің тиімділігін қамтамасыз ететін техникалық шеберліктер құрылымы анықталды.

Жасөспірім волейболшылардың техникалық даярлығы волейболдан спорт мектептерінде арналған бақылау сынақтарының негізінде анықталды. (1-кесте)

1-кесте – бақылау және эксперименттік топтардың снаманы орындау көрсеткіштері.

Сынама түрлері	Эксперименттік топ			Бақылау тобы		
	X1	X2	Өсімі	X1	X2	Өсімі
Допты төменгі тәсілмен ойынға қосу (10-рет) дұрыс орындалған саны есепке алынады	10/4	10/8	8	10/2	10/3	3
Допты төменгі тәсілмен қабылдап алу (10-рет) дұрыс орындалған саны есепке алынады	10/3	10/7	7	10/2	10/4	4
Әр аймақтан шабуыл жасау (10-рет) дұрыс орындалған саны есепке алынады	10/2	10/5	5	10/1	10/3	3
Қарсы тосқауыл қою (10-рет) дұрыс орындалған саны есепке алынады	10/2	10/3	3	10/1	10/1	1

Кестеден көріп тұрғандарыңыздай екі топтың көрсеткіштерінің пайыздық өсімін біршама айырмашылықтар табуға болады. Мысалы: Допты ойынға қосуда бақылау тобының көрсеткіші 2-допқа артса, эксперименттік топта 8-допқа дейін жеткізген. Допты төменгі тәсілмен қабылдап алу, бақылау тобы берілген мүмкіндіктің 4-дұрыс орындаса, эксперименттік топ берілген мүмкіндіктің 7-доп айырмасына дейін арттырды. Әр аймақтан шабуыл жасауда бақылау тобының көрсеткіші 3-допты айырмасын құраса, эксперименттік топта бұл көрсеткіш 5-допқа артқандығын байқауға болады. Қарсы тосқауыл қою сынамасынан екі топта да ең төменгі өсімді көруге болады.

Берілген тақырып бойынша зерттеу жұмыстарының нәтижелерінен төмендегідей қорытынды жасауға болады:

1. Волейбол ойыны адам баласына аса пайдалы табиғи қозғалыс пен дене мүшелерінің қимылынан жүгіру, жүру, секіру, лақтыру т.б. жаттығулардан тұрады. Бұл ойынды 10-жасағы баладан бастап қай жаста болмасын, бәрі ойнай беруге болады. Сондықтан валејбол

ойыны дене тәрбиесі пәнінің негізгі бір бөлімі ретінде ең тиімді, ағзаға пайдалысы жоғары спорттық ойындардың бірі десек қателеспейміз.

2. Вoleyбол, спорт ойындарының бір түрі ретінде барлық оқу орындарының бағдарламасына енгізілген. Сол себепті жалпы білім беретін мектептерді аяқтаған оқушылар Арынайы оқу орындарының студенттер қатарына қабылданған кезде вoleyбол ойынын ойнап, белгілі бір деңгейде дайындықпен келеді деп есептейміз.

Әдебиеттер

1. Ақпарат дерек көзі: https://massaget.kz/mangilik_el/tup_tamyir/asyil_soz/63
2. Аршавин И.А. Физиологические механизмы и закономерности индивидуального развития. – М.: Наука, 1982. - 270 с.
3. Мектепте вoleyболды оқыту методикасы. Алматы, 1990, 120 бет

N. IMASHEVA

/Turkestan/, Student, International University of Tourism and Hospitality

G.E ORAZALIYEVA

/Turkestan/, Research advisor, International University of Tourism and Hospitality

MODERN TURKESTAN FOR TOURISTS

The article deals with modern Turkestan for tourists. The city of Turkestan, located in the middle of the arid steppes of the extreme south of Kazakhstan, is a real gift from the history of the tourism industry

Key words: tourism, tourist, industry.

В статье рассмотрена о современном Туркестане для туристов. Город Туркестан, расположенный посреди засушливых степей крайнего юга Казахстана, является настоящим подарком из истории туристической индустрии

Ключевые слова: туризм, турист, индустрия.

Introduction. The city of Turkestan, located in the middle of the arid steppes of the extreme south of Kazakhstan, is a real gift from the history of the tourism industry. While neighboring Uzbekistan has a whole bunch of cities on the Great Silk Road with sights of the same scale and splendor, Kazakhstan has remained on the sidelines of trade routes and does not particularly boast of settlements with a long history. Turkestan is a happy exception. This city with 1500 years of history is today one of the most important centers of Muslim pilgrimage in Central Asia, and the mausoleum of the Sufi poet Khoja Ahmed Yasawi, built by Tamerlane, is also a major tourist attraction.

Analysis. Turkestan deserves to become a world tourism center.

The development of this industry in the city of Turkestan, increasing its potential and attractiveness for guests are the main requirements of today. Akim of the Turkestan region Umirzak Shukeyev at a reporting meeting with the population shared the plans outlined in the tourism sector this year. "The first President - Elbasy N. A. Nazarbayev instructed to develop Turkestan not only as a regional center, but also as a cultural and spiritual capital of the Turkic world as a whole. To do this, in 2019, construction of 23 objects began in the city. To date, 14 objects have been commissioned in the administrative and business center "

Note that in order to turn the city of Turkestan into the spiritual center of the Turkic world and to attract tourists around the mausoleum of Kh. A. Yassau, there is an open-air museum, an amphitheater and places of cultural recreation. Taking into account the need for personnel in Kazakhstan and improving the quality of services provided in the city, the International University of Tourism and Hospitality was opened in Turkestan.

In the historical center of Turkestan, a "Visit Center" was opened, where they inform about the tourist objects of the region, including historical, cultural, health-improving and natural places on the principle of "one window". In the center, tourists can get information about the history of the region, places of residence and catering in the city.

A multifunctional tourist complex "Keruen Saray", which has no analogues in the republic, is being built on the territory of the historical center of Turkestan at the expense of private investments. There will be covered markets, an oriental bazaar, shopping centers, water canals for boating and gondolas, an entertainment center, as well as international hotels. The project will make a significant contribution to the development of the region's economy and create jobs.

Conclusion. Note that the International University of Tourism and Hospitality was created on the initiative of Elbasy and on behalf of the head of state. "This ancient city was not chosen by chance to open an educational institution," the rector said. Many UNESCO sites are concentrated here.

The government is focusing on increasing the number of tourists in order to develop the city further. Most tourists come for the purpose of pilgrimage, since Turkestan was called the center of the Turkic world. Here are the mausoleum of Khoja-Akhmet Yassau, the mausoleum of his teacher Arystan Baba.

Ideas for improving service

Firstly, you can make photo studios with Kazakh national clothes of that time and make the appropriate locations, memorable beautiful photos will remain for tourists. Our time is Instagram time, so these photos will also serve as advertising, which will increase the number of visits

Secondly, not all of Turkestan is able to receive tourists, since there are very few signs in English and they are only in the center. To simplify this task, you can place QR codes everywhere so that visitors can read information directly from the phone, which is very convenient

Thirdly, it is necessary to develop transport services so that it can be ordered in the morning, at night and over long distances.

References

1. [<https://tonkosti.ru/%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B0%D0%BD>];
2. [https://www.inform.kz/ru/kak-razvivaetsya-turizm-v-turkestanskoy-oblasti_a3755318].

К.В. САМСОНОВА

/Туркестан/, Студент, Международный университет туризма и гостеприимства

Г.И. АБДИЕВА

/Туркестан/, Научный руководитель, Международный университет туризма и гостеприимства

ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ И СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ ДЛЯ УКРЕПЛЕНИЯ ПСИХОФИЗИЧЕСКОГО ЗДОРОВЬЯ ЧЕЛОВЕКА

В статье рассмотрена Лечебно-оздоровительный и спортивный туризм для укрепления психофизического здоровья человека. Лечебно-оздоровительный и спортивный туризм оказывает большое влияние на основные отрасли экономики, политики, логистики, строительства, производства товаров.

Ключевые слова: Лечебно-оздоровительный туризм, спортивный туризм, здоровья человека.

Мақалада адамның психофизикалық денсаулығын нығайту үшін медициналық-сауықтыру және спорттық туризм қарастырылған. Емдеу-сауықтыру және спорт туризмі

экономиканың, саясаттың, логистиканың, құрылыстың, тауарлар өндірісінің негізгі салаларына үлкен әсер етеді.

Кілт сөздер: емдеу-сауықтыру туризмі, спорт туризмі, адам денсаулығы

Лечебно-оздоровительный и спортивный туризм оказывает огромное влияние на ключевые отрасли экономики, политики, логистики, строительство, на производство товаров, т.е. выступает своеобразным стабилизатором экономического развития любого современного государства. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании, активизации внешнеторгового экономического баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечение занятости населения в целом. В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы такие как: демографические, природно-географические, социально-экономические, культурно-исторические, религиозные и политико-правовые.

История возникновения лечебно-оздоровительного и спортивного туризма уходит корнями в прошлое и существует с античных времен. Еще древние греки и римляне использовали целебные источники и места с благоприятным климатом для того, чтобы поправить свое физическое, а также психическое здоровье.

Одним из таких в период Античности было святилище Асклепия в Эпидавре и Кос, в которых были комплексные гостиницы, бани, палестры (школы гимнастики и психологического релакса), источники минеральных вод. В Риме знаменитым был светский приморский курорт Байи. Даже природные факторы в лечебно-оздоровительном туризме носил целебные свойства не только для физического оздоровления, но и психологического улучшения состояния человека. Во все времена, лечебно-оздоровительный и спортивный туризм, был как вид экологического туризма, представляющий собой разновидность санаторно-курортного лечения и оздоровления человека с точки зрения технологии системного путешествия. И поэтому оздоровительный туризм относится к профилактике различных заболеваний человека и спектр его широкого отдыха.

Например, в XVIII веке Петр I, лечился в заграничных курортах. Именно, Петр I в свое время, предложил идею широко развития лечебно-курортного дела и освоение источников минеральных вод в России. Во второй половине XIX века были обследованы лечебно - климатические местности в Сибири - Ямаровка и Дарасун, минеральные воды и грязей, минеральные источники Охотского моря, который в 1868 году исследовал ученый Афанасий Бушуев [1].

В истории казахского народа широко использовалось лечение напитком кумыс и благоприятное психологическое воздействие климата, питание (кисло-молочные продукты) на общее психическое состояние человека в любой возрастной категории (горы, широкие степи, просторы, воздух). Человек в казахской степи, смог без ограничения насладиться чистым воздухом, природными красотами и занимался различными видами спорта. И все это приводило к правильному и гармоничному развитию, лечению, релаксу. Человек оздоравливался не только от физического недуга, но и смог решить свои эмоционально-психологические проблемы.

Лечебно-оздоровительный и спортивный туризм осуществляется с целью укрепления психофизического здоровья человека, который осуществляется пребыванием в санаторно-курортных учреждениях. Такие учреждения, как правило располагаются в экологических чистых зонах, с правильным питанием и предлагают различные виды системного оздоровительного лечения человека в любое время.

На сегодня, часто стали использовать понятие «рекреационный туризм», который охватывает все виды отдыха, как санаторно-курортное, оздоровительное лечение, спортивный туризм, любительский спорт. С 1960-х годов XX века было введено понятие «рекреационный туризм». Рекреационный туризм - это передвижение людей в свободное время в целях отдыха, необходимого для восстановления физических и душевных сил человека [2]. Именно в этот период сформировались крупные районы лечебно-оздоровительного отдыха:

Кавказские Минеральные Воды, Черноморское побережье России, Абхазии, Грузии, горные курорты Кавказа, курорты Иссык-Куля, Национальные парки Средней Азии и горы Казахстана.

Современный ритм жизни заставляет каждого человека быть активным и мобильным. На сегодняшний день во всем мире и в Казахстане стоит острая проблема психофизического здоровья населения. Быстрый ритм, эмоциональная загруженность не всегда позволяет расслабляться и негативно сказывается на общем психологическом самочувствии человека. Поэтому, на сегодня, лечебно-оздоровительный туризм (декреационный туризм), спортивный туризм позволяет устранить и ослабить воздействие на человека неблагоприятных факторов повседневной действительности (эмоциональной перегрузки, избыточного питания, эмоционального выгорания жителей мегаполисов).

Восстановление физического (сердечно-сосудистые заболевания, заболевания опорно-двигательного аппарата, неврологические заболевания) состояния организма, и психического состояния (тревога, склонность к резким перепадам настроения, повышенная возбудимость, вспышка гнева, паника) помогут лечебно-оздоровительные мероприятия, которые способствуют общему укреплению организма человека.

Задачи такой лечебно-оздоровительного (декреационный туризм) туризма является психофизический полноценный отдых человека средствами туризма. Любое рекреационное туристское мероприятие имеет так же и оздоровительную физическую и психологическую направленность, а процесс оздоровления проходит «сам по себе» в контексте пассивного или активного отдыха по выбору человека.

Природно-географическая территория (Алаколь, курортной зоны Боровое и Баянаул, побережье Каспийского моря, предгорья Заилийского и Джунгарского Алатау, курорт Шымбула, «Медео», Тургеньские водопады, озеро Иссык, Чарын, Аксайское ущелье) Казахстана благоприятствуют развитию туризма во всех направлениях. Природные ресурсы, так же, как и географические, послужили первоначальной основой для развития туризма как доходной сферы для развития государства. Природные ресурсы имеют многочисленные функции, однако одной из важнейших является возможность использования в качестве средства восстановления физических и психологических сил человека.

Казахстан прекрасное место не только для лечебно-оздоровительного туризма, но и спортивного туризма по таким направлениям, как горнолыжный туризм, альпинизм, водный туризм, конный туризм, велотуризм и многое другое. Особенностью здесь является активное использование лечебных природных ресурсов: горячих источников, лечебных грязей, целебного климата.

На сегодня, в Казахстане практикуется кумысотерапия, использование минеральных вод, пантолечение. Лечебно-оздоровительные центры, оснащенные современным оборудованием, находятся с «природными базами». В таких центрах люди, могут поправить своё физическое здоровье, или просто отдохнуть и собраться с силами. Потому что природа Казахстана дает уникальные возможности и условия для занятия лечебно-оздоровительным или спортивным спортом, включая и экстремальные.

Горы Казахстана – это идеальная возможность для развития альпинизма и спортивного туризма. Всем известно, что Центральный Тянь-Шань является центром мирового альпинизма с наивысшей точкой Казахстана пиком Хан-Тенгри, гора считается одной из красивейших вершин Центрального Тянь-Шаня.

Таким образом, в современном мире большой интерес привлекают лечебно-оздоровительный и спортивный туризм. В частности, в Казахстане лечебно-оздоровительным и спортивным туризмом интересуются те, кто желает восстановить свое здоровье и психологически расслабиться, получить максимальное количество развлекательных мероприятий. На сегодня туристическая индустрия в Казахстане одна из приоритетных развивающихся отраслей экономики. Потому, что Казахстан, обладая уникальными природными ресурсами и самобытной культурой кочевого народа,

имеет огромный потенциал для развития лечебно-оздоровительного и спортивного туризма на международном уровне.

Литературы

1. Таймазов В.А. Федотов Ю.Н. Теория и методика спортивного туризма. М., 2014
2. В.С. Сенин, «Организация международного туризма», Москва, 1999 г.

Ұ. САПАР

/Түркістан/, Студент, Халқаралық туризм және меймандостық университеті

РУХАНИ ЖАҢҒЫРУ – ҰЛЫ СЕРПІЛІС

Рухани жаңғыру мақаласы ұлт болашағын, еліміздің бүгінгі мен ертеңін ұштастыратын ұлы жолға нақты бағыт-бағдар сілтейді.

Кілт сөздер: рухани жаңғыру, тарих, болашақ.

Статья Рухани жаңғыру дает четкий ориентир на Великий Путь, соединяющий будущее нации, настоящее и будущее страны.

Ключевые слова: духовное возрождение, история, будущее.

Елбасымыз Нұрсұлтан Назарбаевтың «Егеменді Қазақстан» газетінде жарияланған «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты мақаласын тебіреніссіз оқып шыққан жан кемде-кем болар. Атының өзі ұрандай елең еткізетін аталмыш мақалада ұлт болашағын ойлаған Елбасы еліміздің бүгінгі мен ертеңін ұштастыратын ұлы жолға нақты бағыт-бағдар сілтейді.

Мақаланы мемлекетімізді нығайтуға мақсатталған жолдау деп қана емес, Елбасының жүрек толқынысынан шыққан халқына деген жан сыры деуге де болады. Тәуелсіз мемлекетіміздің көшін Нұрсұлтан Әбішұлы бастағалы еліне арнаған жолдауы-жалғыз бұл емес. Экономикалық және саяси реформалардың қағаз бетінде ғана емес, іс жүзінде орындалғанына барша жұрт куә. Ендеше, рухани жаңғыру да біздің мемлекетіміздің дамыған 30 елдің қатарына қосылу жолындағы талпынысына үлкен серпін, басты бағыт болары сөзсіз. Президент өз мақаласында: «Мен халқымның тағлымы мол тарихы мен ықылым заманнан арқауы үзілмеген ұлттық салт-дәстүрлерін алдағы өркендеудің берік діңі ете отырып, әрбір қадамын нық басуын, болашаққа сеніммен бет алуын қалаймын», -дей келе ХХІ ғасырда ұлттық сананың рухани даму жолдарын айқындап берген. Ең алдымен Елбасы айтқан бәсекелестік қабілет бүгінгі қоғамның жаһандану кезеңінде әрбір қазақстандықтың компьютерлік сауаттылығын арттыру, шет тілдерін меңгерту, мәдени болмысының деңгейін көтеру сияқты алғышарттардың орындалуын талап етеді.

Таяудағы он жылдықтың ұраны-прагматизм болуы тиіс. Ол дегеніміз - Абай бабамыз жырлағандай, бойымыздағы «бес дұшпанымыздан» арылып, «бес асылымызды» көрсете білу. «Прагматизм – өзіңнің ұлттық және жеке байлығыңды нақты білу, оны үнемді пайдаланып, соған сәйкес болашағыңды жоспарлай алу, ысырапшылдық пен астамшылыққа, даңғойлық пен кердеңдікке жол бермеу деген сөз. Қазіргі қоғамда шынайы мәдениеттің белгісі орынсыз сән-салтанат емес. Керісінше, ұстамдылық, қанағатшылдық пен қарапайымдылық, үнемшілдік пен орынды пайдалану көргенділікті көрсетеді», -деп толғайды Елбасы. Президент халықты ұлттық бірегейлікті сақтауға шақыра отырып, ұлт санасын жаңғыртудағы екі ережені басшылыққа алуды ұсынады:

«Біріншісі – ұлттық код, ұлттық мәдениет сақталмаса, ешқандай жаңғыру болмайды.

Екіншісі – алға басу үшін ұлттың дамуына кедергі болатын өткеннің кертартпа тұстарынан бас тарту керек». Шынымен де, ұлттық құндылықтарымызды, салт-дәстүріміз, дініміз, тіліміз, әдебиетіміз бен өнерімізді, тарихымызды, мәдениетімізді, бір сөзбен айтқанда рухани байлығымыздың інжу-маржанын ұрпақ санасына сіңіре білмесек, ұлттық

кодымыздың мәңгі жасауы екіталай. Сондай-ақ, ұлт арасында белең алған рушылдық, жершілдік, діни сауатсыздықтан туындаған кертартпалықтан да арылғанмыз жөн. Мақаланың әрбір жолында терең мағына, астарлы ой жатыр. Оның тағы бір дәлелі- Нұрсұлтан Әбішұлы білімге басты назар аударып отыр. Болашақ-жастардың қолында. Бүгінгі жеткіншек-ел тізгінін қолға алатын ертеңгі азаматтар. Көзі ашық, көкірегі ояу саналы ұрпақ қана халықтың мақсат- мүддесін іске асыра алады. Білім-дүниенің кілті, өмірдің қазығы. Алдыңғы қатарлы елдер мен бәсекеге қабілетті болу үшін де адамға ең алдымен білім қажет.

Сондықтан да технологияның дамыған заманында білімнің салтанат құруына бөлінетін қаржы да қомақты. Білім бағдарламасындағы озық тәжірибелер тәуелсіздіктің алғашқы жылдарында-аққолға алынғаны баршамызға белгілі. Бүгінде білім мазмұнын жаңарту бағытындағы атқарылып жатқан іс-шаралар қаншама.

Елбасы білімге басымдылық бере отырып: «Табысты болудың ең іргелі, басты факторы білім екенін әркім терең түсінуі керек. Жастарымыз басымдық беретін межелердің қатарында білім әрдайым бірінші орында тұруы шарт. Себебі, құндылықтар жүйесінде білімді бәрінен биік қоятын ұлт қана табысқа жетеді», - дейді.

Осы тұста Елбасының «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» атты мақаласының ұстаздар қауымына да асқан жауапкершілік пен биік талап қойып отырғанын айта кеткім келеді және әріптестерімді осы ұлы көштің алдында көрінуге шақырамын.

Қазақ халқының тарихын зерделеп отырсақ, талай зобалаңды бастан кешіпті халқымыз. Алысқа кетпей-ақ, ХХ ғасырдың салған қасіреті қаншама, революциялық сілкіністерден көз ашпаған бұл кезеңнен де ұлтымыз біраз сабақ алғаны рас. Бүгінде тәуелсіздікті – туындай, бейбітшілікті-тәңір сыйындай дәріптейтін халқымыз ұрпағының да ертеңі - жарқын, аспаны – ашық болса деп тілейді. Мемлекетіміздің рухани жаңғыруы үшін Қазақстанның революциялық емес, эволюциялық даму бағытын ұстануы тарихтың өзі таңдап берген сара жол екенін әркім түсінері хақ. Сондай-ақ, Нұрсұлтан Әбішұлы мақалада бұқаралық сана – сезімнің ашықтығына тоқтала отырып, қолда барды ғана қанағат тұтып отыра бермей, экономикасы мен мәдениеті өріс алған ірі мемлекеттердің озық тәжірибелерінен бас тартпай, жақсысын үйренуге үндейді.

Елбасының ой толғауында айтылған барлық мәселелерді бір мақала көлеміне сыйдырып, тарқатып шығу әрине мүмкін емес. Сонда да Президент белгілеген таяу жылдардағы міндеттерге тоқтала кетуді жөн көрдім.

Оның бірі - бүгінде ел назарында жүрген – латын әліпбиіне көшу мәселесі. Бұрын да тіл тарихында қолданыста болған латын әліпбиі шетел тілін үйренуге тиімді екендігі нақты айтылған. Бұл бағдарлама 2025 жылға дейін жүзеге аспақшы. Тағы бір қуанарлығы – білімнің ілгерілеуіне жол ашатын «Жаңа гуманитарлық білім. Қазақтіліндегі 100 жаңа оқулық» жобасы.

Келешек ұрпақ үшін патриоттық тәрбиенің қайнар көзі болып табылатын «Туған жер» бағдарламасын, елімізді әлемге танытатын «Қазақстанның қасиетті рухани құндылықтары» жобасын, елімізде еңбегімен, өнерімен, білімі мен дараланған ұлы тұлғаларды ұлт қатаныстыратын «Қазақстандағы 100 жаңа есім» жобасын ұсынуы- Қазақстанның рухани жаңғыру үрдісі Елбасының тек қана арманы емес, игі бастамаларға толы нақты қадамы деп білемін.

Сөз соңында айтарым, кемел көшбасшының бұл мақаласы әр қазақстандықтың жүрегіне - сенім, көңіліне – серпін, жанына - шабыт ұялатқаны сөзсіз. Жаңалықты жатсынбайтын, тарихтың толқынында жақсыны да, жаманды да көрген, қарт Торғайдың рухы биік, жаны жайсаң перзенттері – Арқажұртшылығы да «Рухани жаңғыру» сынды бетбұрыстың қазанында бірге қайнап, ортақ мүдде үшін аянбай тер төгетініне кәміл сенемін.

Әдебиеттер

1. Т. Назарбаев Н.Ә. « Қазақстанөздамуындаалғажаңасерпілісжасауқарсаңында » 2006 жыл .
2. Бөрібеков Қ.Қ. « Әдістемелікұсыныстаржинағы » Астана , 2002 жыл
3. Журнал « Информатика и образование » , № 7 – 2006ж . (41-45 б)
4. Журнал « Информатика и образование » , № 2 -2006ж . (49-57 б)
5. Журнал « Информатика негіздері » № 1 – 2005 ж (11-14 б)
6. «2005-2010 жылдары Қазақстан Республикасында білімді дамытудың Мемлекеттік бағдарламасы »
7. https://www.akorda.kz/kz/events/akorda_news/press_conferences/memleket-basshysynyn-bolashakka-bagdar-ruhani-zhangyru-atty-makalasy
8. https://www.inform.kz/kz/ruhani-zhangyru-bilim-salасыnyn-zhana-kokzhiegi_a3059941

А.И. СЕЙДИГАЛИ

/Түркістан/, Студент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті

ҒАРЫШТЫҚ ТУРИЗМ

Мақалада ғарыштық туризм туралы қарастырылған. Ғарыштық туризм – болашағы жарқын туризм түрі.

Кілт сөздер: туризм, ғарыш, ғарыштық туризм, турист.

Статья посвящена космическому туризму. Космический туризм-перспективный вид туризма.

Ключевые слова: туризм, космос, космический туризм, турист.

Ғарышқа ұшу әрбір адамның арманы десек еш қателеспейміз. Әзірше туризмнің бұл экзотикалық түрі тек қалтасы қалың,бай адамдарға арналғаны рас. Алайда ғарышқа қызығушылардың саны өте көп, аспан денелерін көзбен көру үшін миллиондаған долларларын бергісі келетіндердің саны да азаймай тұр. Ғарышқа еш тәжірибесі жоқ адамды ұшыру үлкен жауапкершілігі талап етеді,сондықтан болар, бұл турдың бағасы түсер емес.

Сонымен, ғарыштық туризм дегеніміз не? Алдымен, осы тұжырымдамаға анықтама берейік. «Ғарыштық туризм» термині адамның немесе адамдар тобының белгілі ақы төлеу арқылы (әрине,барып - қайтуға) ғарышқа сапар шегу мүмкіндігін білдіреді. Схема қарапайым: біз ақша төлейміз, оқу курсынан өтіп, ұшуға барамыз. Ғарышта валюта айырбастау пункттерімен алданып, шет тілін үйреніп, консулдықтардың есігін қағып, өзіңізбен бірге карточка алып жүрудің қажеті жоқ,керемет емес пе !? [1]

Ғарышты игеру дамып жатты, алайда адам балсын ол жаққа жіберу үлкен қорқыныш болды.Көп жазушылар ғарыштық туримді өздерінің фантастикалық шығармаларына қосты,режиссёрлар кинолар түсіріп,көптеген адамды ғарышқа ұшу туралы арманмен байлап қойды.Қуанышқа орай адамзаттың Айға аяқ басқанын,ғарышқа саяхат жасағанын көру бізге бұйырған екен.

Ғарышты коммерциализациялаудың алғашқы әрекеттері 1967 жылы қолға алынды. Алайда, ол кезде адамдар ғарышты туризм нысаны ретінде қабылдауға дайын емес еді, сондықтан бұл идеялардан бас тартуға тура келді. Қазіргі уақытта ғарыштық турлар сирек емес және өте жиі ғылыми мақсатта жүзеге асырылады. Осыған байланысты ғарыштық туризм өз бастауын алды. Алғашқы туристік рейсті 2001 жылы Денис Титоның рейсі деп санауға болады. Ол бірінші өз есебінен ғарышқа шыққан адам.Осы уақыттан бастап сегіз турист ғарышқа барды:

№	Ғарыштық турист	Ұшқан	Ұшқан уақыты	Ұшқан
---	-----------------	-------	--------------	-------

		ғарыш кемесі	мен күні	уақытының ұзақтығы
1	<u>TITO</u> <u>Dennis Anthony</u>	Союз ТМ-32 / Союз ТМ-31	2001.04.28 07:37:20 2001.05.06 05:41:28	007c22:04:08
2	<u>SHUTTLEWORTH</u> <u>Mark Richard</u>	Союз ТМ-34 / Союз ТМ-33	2002.04.25 06:26:35 2002.05.05 03:51:40	009c21:25:05
3	<u>OLSEN</u> <u>Gregory Hammond</u>	Союз ТМА-7 / Союз ТМА-6	2005.10.01 03:54:53 2005.10.11 01:09:48	009c:21:14:55
4	<u>ANSARI</u> <u>Anousheh</u>	Союз ТМА-9 / Союз ТМА-8	2006.09.18 04:08:42 2006.09.29 01:13:37	010c21:04:55
5	<u>SIMONYI</u> <u>Charles (Károly)</u>	Союз ТМА-10 / Союз ТМА-9	2007.04.07 17:31:14 2007.04.21 12:31:04	013c18:59:50
6	<u>GARRIOTT</u> <u>Richard Allen</u>	Союз ТМА-13 / Союз ТМА-12	2008.10.12 07:01:33 2008.10.24 03:36:50	011c20:35:17
7	<u>SIMONYI</u> <u>Charles (Károly)</u>	Союз ТМА-14 / Союз ТМА-13	2009.03.26 11:49:18 2009.04.08 07:15:22	012c19:26:04
8	<u>LALIBERTÉ</u> <u>Guy</u>	Союз ТМА-16 / Союз ТМА-14	2009.09.30 07:14:44.923 2009.10.11 04:31:43,1	010c21:16:55

Ескерту – кесте осы сайттан алынды: [2]. Орбитальные полёты космических туристов, [Электронды ресурс], кіру тәртібі: <http://www.astronaut.ru/crossroad/406.htm>.

• Олардың ішінде әйелдер арасында алғашқы ғарыштық турист болған **Ансари Анушені** айтсақ болады. Ол 2008 жылдың 18 қыркүйегінде өзіміздің мақтанышымыз болып табылатын Байқоңыр қаласынан ұшқан.

• Ғарышқа ұшуға үлкен мүмкіндігі бола тұра, арманынан бас тартқан әнші, актриса **Сара Брайтманды** ерекше атап өтуге болады. Ол 2015 жылдың 13 мамыр күні ұшу керек болатын, бірақ пресаның айтуынша ол отбасылық жағдайына байланысты ұшудан бас тартыпты.

• **Ричард Аллен Гэрриот** – программист, көптеген ойын әзірлеушісі. Ричард 2008 жылдың 12-24 қазан аралығында ғарышта болған. Оның айтуынша, сол кездегі ғарыштық тур бағасы 30 млн долларды құраған екен.

• Өз мансабын цирк әртісі ретінде бастап, кейін «Күн циркі» деп аталатын компанияны ашқан **Ги Лалиберте** де ғарыштық турист болған. Ол 2009 жылдың 30 қыркүйегінде ғарышқа ұшқан.

• Атақты **Грегори Олсен** – философия ғылымының докторы өзінің 60 жасында ғарышта болып келген.

• Ғарышқа бір рет емес, тіпті, екі рет ұшып келген **Чарльз Симони** «International Software» компаниясының бастығы болып табылады. Ол бесінші және жетінші ғарыштық турист болып табылады (2005, 2007).

• Ал ең алғашқы ғарыштық туристке келсек, американдық мультимиллионер - **Деннис Тито**. Ол 2001 жылы 28 сәуірде ғарышқа ұшты.

• Төртінші ғарыштық турист ол – **Дайсукэ Энмото**. Жапон ұлтынан шыққан Дайсукэ 2006 жылы Халықаралық Ғарыш станциясында болды.

Ғарышқа не үшін ұшамыз? Елу жыл бұрын сұрақтың жауабы жеңіл еді. Айға жету үшін! Әрине, енді жаңа ашылымдар үшін. Ал мемлекет деңгейінде – турасын айтқанда, мәртебе үшін!

Бүгін осы сауалды қойсаңыз, неше түрлі жауап естисіз. Зерделеп қарауға тұратын дүние көп, өйткені, не істеп жатқанымызды немесе не істеуді көксеп отырғанымызды ұғынбай, ғарышқа баруымыз керек не керек еместігін түсіне алмайсыз [3].

Ғарыштық туризм – біреуге арман болса, басқалар оған қарсы. Олардың айтуынша, ғарыштық туризм – Жер экологиясын ластайды, сондай-ақ Жердің озон қабатына көп зиянын тигізеді.

Ғарыштық туризм алға қойылып, жоспарды артығымен орындайтын болса, онда кемелерден түсетін қалдықтар азаматтық авиалайнерлерге қарағанда, Жерді артығымен ластайтын болып шығады. Ұшақтардан түсетін толықтай жанып болмаған жанармай қалдықтары төменгі биіктерде қалып қояды. Ал суборбиталық кемелердің қалдықтары 40 км жоғарыда концентранцияланып, ондаған жылдардың көлемінде сонда жатады... Ал сыншылардың пікіріне сүйенсек, олар туризмнің аталған түрін қауіпті деп санамайды. Керісінше, зерттеушілердің кей тобын нақты дәлелдер мен тұжырымдармен сөйлеуге шақырады. Өзірге анық-қанығы: барлық ғарыштық кемелер жанармайдың қоюын бірдей қолданбайды: ал толық жанбаған жанармайлар қозғалтқыштың әсерінен шайқалады екен [4].

Байқоңыр – біздің мақтанышымыз деп сенімді айта аламын. Мүмкін көптеген зиянын тигізіп жатқан шығар, алайда ол тарихта аты қалатын, ең алғаш адам баласы ғарышқа ұшқан ұлы ғарыш алаңы.

1961 жылы ғарышқа ұшқан ең алғашқы адам Байқоңыр ғарыш айлағынан ұшып, тарихта үлкен ізін қалдырды. Бұл ғарыш айлағы 1955 жылы Қызылорда қаласы Қармақшы ауданында құрылды. Алғашында ғарыш айлағы КСРО-ның бастауымен соғылған. Елімізде орналасқан Байқоңырдан 1957 жылы дүниежүзіндегі ең бірінші жердің жасанды серігі жіберілді. Сол үшін де бұл ғарыш аймағының біз үшін алатын орны ерекше. Байқоңыр соғылмай жатып арнайы факторлар ескерілді. Ол экватор жазықтығына жақын, сонымен қатар ракета ұшыруға қауіпсіз жер болып табылады. Және ғарыштан оралған объектілер үшін де қолайлы. Мұнда ғарышқа сапар шегуге барлық мүмкіндіктер қарастырылған. Осы ерекшеліктерінің арқасында ол бүкіл әлемде ең мықты ғарыш айлағының бірі болып табылады. Ракета тасығышқа арналған арнайы тұғырлар мен энергия, сумен қамтамасыз ететін жүйелер де бар. Байқоңырдан орбитаға осы кезге дейін 130-дан аса ракета ұшырылды. Жасанды серіктерді жіберу арқылы адамдар күнделікті өміріне қажетті ақпараттарды алады. Байқоңырдағы 15 негізгі кешеннің 9-ы зымыран ұшыруға арналған. Ал қазіргі таңда Байқоңыр Ресейге жалға берілген. Бұл шешімді Н.Ә. Назарбаев 2004 жылы 9-10 қаңтарда қабылдады [5].

Ғарыштық туризм – болашағы жарқын туризм түрі. Бағасы да, қауіпі де көп болғанымен, бұл әркімнің өмірінде бола бермейтін мүмкіндік.

Менің ойымша, болашақта біз Байқоңыр ғарыш айлағы арқылы ғарыштық туризмді дамыта аламыз. Тіпті, Байқоңыр ғарыштық айлағын көруге келетін туристтер де, яғни біз

олардың санын арттырып, танымдық туризмді дамытуға да көп мүмкіндігіміз бар. Тек Қазақстанның экономикасы көтерілсе болғаны, оған біздің де қосар үлесіміз зор болуы тиіс. Және біздің болашақта адам баласы жер бетін аралағандай, ғарышта да еркін саяхаттайды деген үмітіміз зор!

Әдебиеттер

1. Космический туризм: путевка в другой мир, ([Арсений Герасименко](#)), [Электронды ресурс], кіру тәртібі: <https://3dnews.ru/editorial/space-ships>;
2. Орбитальные полёты космических туристов, [Электронды ресурс], кіру тәртібі: <http://www.astronaut.ru/crossroad/406.htm>;
3. Жаңа ғарыш дәуірі! [Электронды ресурс], кіру тәртібі: <https://nationalgeographic.kz/2019/07/18/10858.html> ;
4. Ғарыштық туризм, [Электронды ресурс], кіру тәртібі: <https://massaget.kz/layfstayl/bilim/gumanitarly-lyymdar/1881/> ;
5. Байқоңыр ғарыш айлағының пайдасы мен зияны, [Электронды ресурс], кіру тәртібі: <https://martebe.kz/baj-o-yr-arysh-ajla-yny-pajdas-y-men-zijany/> .

А.Ж. ТАРИХОВ

/Туркестан/, Студент, Международный университет туризма и гостеприимства

Г.И. АБДИЕВА

/Туркестан/, Научный руководитель, Международный университет туризма и гостеприимства

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

В статье рассмотрены современные проблемы в индустрии туризма и гостеприимства. Индустрия туризма и гостеприимства самая динамично развивающаяся отрасль экономики в мире. Туризм - это выбор человека, возможности. Гостеприимство – понятие, направлено на удовлетворение потребностей не только туристов, но и потребителей.

Ключевые слова: туризм, индустрия, гостеприимства.

Мақалада туризм және қонақжайлылық индустриясындағы заманауи мәселелер қарастырылады. Туризм және қонақжайлылық индустриясы әлемдегі экономиканың ең қарқынды дамып келе жатқан саласы. Туризм-бұл адамның таңдауы, мүмкіндігі. Қонақжайлылық-бұл туристердің ғана емес, тұтынушылардың да қажеттіліктерін қанағаттандыруға бағытталған ұғым.

Кілт сөздер: туризм, индустрия, қонақжайлылық.

Индустрия туризма и гостеприимства самая динамично развивающаяся отрасль экономики в мире. Индустрия фокусируется на потребностях, на новых впечатлениях и в получении нового опыта. Туризм - это выбор человека, финансы, психология людей, возможности и выбор человека. Гостеприимство – понятие, направлено на удовлетворение потребностей не только туристов, но и потребителей.

История возникновения туризма и гостеприимства уходит далеко в древность. Люди путешествовали, открывали новые земли, познавали окружающий мир. Первое упоминание о гостиничных предприятиях были найдены в древних манускриптах - в кодексе законов царя Вавилонии – Хаммурапи (1700 год д.н.э.). Слово «гостеприимство» происходит от старофранцузского – «ospis» – странноприимный дом, от латинского «hospitalis» [1]. Большую роль в появлении предприятий гостеприимства сыграл Ближний Восток, Азия и Закавказье. По этим территориям проходили крупнейшие торговые пути, по которым длинными потоками двигались караваны. Инфраструктуру дополняли бани, уличные театры,

торговые лавки, так развивалась индустрия туризма и гостеприимства еще с древних времен. С каждым периодом усовершенствовались предприятия, менялось время, развивались технологии, быстрый темп интеграции стран, что вывело на новый уровень туризм и гостеприимство.

Каждый человек, путешествует, останавливается в гостиничном комплексе, посещает рестораны и кафе. Индустрии гостеприимства, непрерывный сложный процесс. Она называется индустрией, потому что она огромна и постоянно развивается. Туризм и гостеприимство очень важен для экономики любой страны. Ведь эта отрасль, приносит большие инвестиции государства. В развитых странах, активно поддерживают предпринимательство в сфере туризма. Предприниматели будут делать грамотно, чтобы произвести впечатление, совершенствоваться, внедрять новые технологии для получения огромной прибыли.

На сегодня в мире в сфере туризма заняты около 350 миллионов людей. Сфера ресторанного дела и гостиничного бизнеса приносит не только огромные деньги, но и предоставляет новые рабочие места. Страны получают доход, и инвестируют в инфраструктуру и в новые проекты. Люди открывают для себя новый мир, культуру, ценности и менталитет народов разных стран куда путешествуют. Человека, совершающего такое путешествие, называют туристом, путешественником или посетителем.

Психологической особенностью индустрии туризма и гостеприимства является непосредственный контакт с людьми. Люди путешествуют, открывают для себя невиданные красоты нашей планеты, исторические памятники культуры и архитектуры, курортные места и отдыха и многое другое. В этой области множество причин, почему люди покидают свои дома, чтобы побывать на другом конце планеты. И с уверенностью можно сказать, что люди в сфере туризма и гостеприимства встречают туристов с доброжелательностью. Служащие сделают все возможное для удовлетворения потребностей их клиентов. Важной особенностью является то, что услугами туризма и гостеприимства можно пользоваться, а не приобретать. Как правило, именно в этой области работают больше всех и без выходных, чем любой другой сфере бизнеса. Цель индустрии гостеприимства – удовлетворение потребности человека.

Современный человек готов хорошо провести время выделенное на отдых. По мнению Р. Браймера [2], индустрия гостеприимства – это секрет любого заботливого обслуживания. Забота, проявленная по отношению к гостю, способность чувствовать потребности клиента, неуловимые, но столь очевидные черты в поведении служащего в этой области. Поэтому люди в сфере туризма и гостеприимства в высших учебных заведениях помимо основных предметов, изучают общую психологию, психологию управления, конфликтологию, осваивают «секреты» взаимодействия с клиентами, узнают о особенностях индивидуальной коммуникаций, знакомятся с особенностями вербального и невербального общения, обращают внимание на индивидуально-психологические особенности каждой личности, и все это необходимо для успешного взаимодействия с клиентами работников. Поэтому, по общим профессиональным требованиям обслуживающий персонал должен владеть базовыми навыками психологической науки. Потребитель товара в сфере туризма и гостеприимства, замечает уважительное отношение к себе со стороны обслуживающего персонала. Умение дать почувствовать клиенту, что ему рады, с достоинством продемонстрировать ему уважение, оказывать любезность. Это все азы данной сферы. Важное значение имеет корпоративная культура в гостиницы или ресторана. И в этом, на наш взгляд идеальна модель корпоративной культуры Marriott. Цель, которой добиться, чтобы гости вдали от дома, чувствовали себя так, словно они находятся среди друзей и знакомых, которые по-настоящему их ценят и уважают. Индустрия туризма и гостеприимства развивается под воздействием ряда факторов, которые можно разделить на две группы – внешние и внутренние. Внешние определяются воздействием компонентов окружающей действительности, не связанных с функционированием индустрии гостеприимства. Внутренние факторы связаны с особенностями организации и функционирования

предприятий. К внешним факторам относятся: безопасность путешествий, экономические и финансовые, культурные, демографические, развитие торговли, новые и новейшие технологии. Особое место занимает и фактор сезонности (лето - пляж, море, курорты; зима – лыжи, коньки, горы). сезоном для туристского района принято считать период года, когда ежемесячное количество прибывающих туристов превышает среднемесячное число за год.

Туризм один из приоритетных факторов для экономики страны. И поэтому уделяют должное внимание этой сфере. Считаем, что методами решений данной проблемы можно отнести любую страну мира и развить там туризм и гостеприимство. Идеи для развития туризма страны: Развитие инфраструктуры. Внедрение новых технологий. Спортивный Туризм. Цифровизация города. Развитие частного предпринимательства.

На сегодняшний день, мировая индустрия туризма и гостеприимства находится в жестких конкурентных условиях в борьбе за клиентов. Не смотря на экономическую ситуацию в мире, гостинично-туристический бизнес продолжает развиваться быстрыми темпами. Вследствие чего увеличивается рост предлагаемых услуг. Но, как все сферы бизнеса ресторанное дело и гостиничный бизнес претерпевает ряд проблем. Связаны они с политической, экономической ситуациями в стране (эпидемии 2020 года – Covid 19). Нанесла огромный ущерб владельцам ресторанов и отелей, закрылись на карантин. Существование ресторанов и гостиниц стало под угрозой исчезновения. Несколько тысяч ресторанов не смогли платить аренду и зарплату работникам, закрылись т.е мировой кризис влияет на гостиничный и ресторанный бизнес.

Еще одной проблемой является недостаток квалифицированных кадров, в компетентных специалистах, руководителей, менеджеров. В гостиничном и ресторанном деле, руководитель должен разбираться во всех отделах своего бизнеса (кухня, отдел продаж, бухгалтерия, служба приема и размещения). Чтобы стать квалифицированным, имеющих опыт работы менеджером гостиницы, ему необходимо поработать в этой сфере и получить опыт. После нескольких лет, такой человек уже готов взяться профессионально за дело. Но, проблема в том, в будущем понадобятся тысячи опытных менеджеров и руководителей.

В каждой сфере туризма и гостеприимства есть минусы, плюсы, возможности и угрозы. И если делать SWOT анализ, в мировой индустрии туризма можно выявить свои пробелы. Внимательно изучив литературу, описываем проблемы в индустрии туризма и гостеприимства: недостаток квалифицированных кадров, слабо развитый туризм, конкуренция.

Сейчас развитые страны понимают важность туристической сферы для экономики страны. И связи с тем, они делают огромные вложение в технологии. Мы предлагаем ввести новое приложение Travel. Где турист, не выходя из дома, может посмотреть интересные места в городе сидя дома через смартфон. Человек платит деньги, и ему открывается online вид на город, чтобы путешествовать. Такой технологией пользуются многие страны и получают доход на ВВП. В основном оно предназначена для людей, которые хотят поехать в страну или город, чтобы убедиться есть ли там что-то, что его заинтересует. Приложение предназначено для людей с физическими или финансовыми ограничениями. Например, не все могут позволить себе путешествие, но с этим приложением они дешевле виртуально смогут посетить город. И таким образом, поддерживая качественный сервис для всех людей независимо от финансовых возможностях, сможем решить многие проблемы туристического бизнеса.

Предлагаем необходимость развития спортивного туризма в Республике. Для развития туризма в Туркестане можно проводить массовые спортивные мероприятия (международные соревнования, марафонские забеги). При грамотной организации и проведение таких марафонских забегов, можно привлечь внимание более 40000 иностранцев из разных континентов. Например, Нью-Йоркский марафон ежегодно принимает 50 000 человек с разных стран, участие которого стоит 400\$. И того получается 20 000 000 \$ в ВВП страны, не считая проживание, питание, экскурсии. Если проводить такие забеги при участии 20-25000 человек с взносом 100-300 \$, то в сумме получается 500 000 \$ ежегодно.

Цифровизация города, на наш взгляд, одна из возможностей, развитие туристического бизнеса. Предлагаем, ввести карту городов в популярное приложение 2gis, которым пользуются страны как Казахстан, Италия, Чехия, Чили, ОАЭ, Киргизия, Украина, Узбекистан, Азербайджан, Кипр. Также необходимо чтобы были доступны сайты города на международных языках (английский, китайский, испанский), которые занимают лидирующий рейтинг в сфере туризма. Чтобы турист мог видеть на электронной карте все гостиницы и рестораны. Развитие частного предпринимательства, один из возможностей развития туризма. Индустрия туризма и гостеприимства самая динамично развивающаяся отрасль экономики в мире и с развитием новых технологий, она растет быстрыми темпами. Индустрия фокусируется на роскоши, удовольствиях, впечатлениях и получении нового опыта. Гостеприимство это секретный элемент любого заботливого обслуживания (отель лучший). Индустрия приносит огромные средства и большое количество рабочих мест. Делая вывод можно сказать, что люди всегда будут пользоваться услугами ресторанов и гостиниц. А с развитием новых технологий все больше улучшится сфера индустрии туризма и гостеприимства применяют так называемые автоматизированные системы управления, который развивает всю индустрию, который будет улучшать качество сервиса и быстроту функционирования, появлением новых востребованные профессии, компетентных кадров, грамотно организованного сервис. Будущее за туризмом и гостеприимством!

Литературы

1. Ожегов С.И. Толковый словарь русского языка М.: Технологии, 2005.
 2. Браймер Р.А. Основы управления, управления в индустрии гостеприимства. М., 1995.
- С.382

**«Ғылым және білім» атты Студенттер мен жас ғалымдардың
Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
Международной научно-практической конференций студентов и
молодых ученых «Наука и Образование»**

**PROCEEDINGS
Of the International Scientific and Practical Conference
Students and Young Scientists "Science and Education"**

Ғылыми электронды басылым
Научное электронное издание

Түркістан
2021