



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ТУРИЗМ ЖӘНЕ СПОРТ
МИНИСТРЛІГІ



INTERNATIONAL UNIVERSITY
OF TOURISM AND HOSPITALITY



ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ
ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ
МИНИСТРЛІГІ

**«ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫҢ ДАМУ
ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ (ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА)»
ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҒЫЛЫМИ-ТӘЖІРИБЕЛІК КОНФЕРЕНЦИЯНЫҢ
МАТЕРИАЛДАРЫ**

**МАТЕРИАЛЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ
КОНФЕРЕНЦИИ «ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ
ДЕСТИНАЦИЙ (НА ПРИМЕРЕ ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ)»**

**MATERIALS INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL
CONFERENCE «PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT
OF TOURIST DESTINATIONS (BY THE EXAMPLE OF THE
TURKESTAN REGION)»**



ТҮРКІСТАН, 2023

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНЫҢ МӘДЕНИЕТ ЖӘНЕ СПОРТ МИНИСТРЛІГІ
ХАЛЫҚАРЫЛЫҚ ТУРИЗМ ЖӘНЕ МЕЙМАНДОСТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ И СПОРТА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН
МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

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

**«ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫҢ ДАМУ ПЕРСПЕКТИВАЛАРЫ
(ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА)»**

атты халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференциясының материалдары
14 сәуір 2023 ж.

**«ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ
(НА ПРИМЕРЕ ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ)»**

материалы международной научно-практической конференции
14 апреля 2023 г.

**"PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF TOURIST
DESTINATIONS
(ON THE EXAMPLE OF THE TURKESTAN REGION)"**

materials of the international scientific and practical conference
April 14, 2023

Түркістан - 2023

УДК 338.48
ББК 65.433
A15

Под общей редакцией Председателя правления - Ректора
НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»
Сакенова Айдоса Мерекеевича

Редакционная коллегия:
К.А. Адилова, Н.У. Абишов, А.П. Ермухамедова, Ж.М. Акимов,
М.Н. Абдикаримова, Т.К. Абдрасилов, Г.Б. Аширбек.
Н.О. Ёбдиқадір (отв. секретарь сборника)

ISBN 978-601-08-3601-3

В сборнике рассматриваются актуальные вопросы современного туризма, обмен мнениями на основе научных дискуссий по актуальным вопросам развития туристских дестинаций в настоящее время, обмен опытом применения новых технологий и стратегий специалистами в области туризма других стран и регионов.

Рассчитан на широкий круг сферы туризма, руководителей государственных служб, преподавателей и студентов.

Сборник материалов Международной научно-практической конференции «Перспективы развития туристских дестинаций (на примере Туркестанской области)» проведенной в рамках проекта внутреннего грантового финансирования Международного университета туризма и гостеприимства "Агротуризм как фактор устойчивого развития сельских территорий Туркестанского региона"

ISBN 978-601-08-3601-3

УДК 338.48
ББК 65.433
A15
© МУТиГ, 2023

¹Doç. Dr., HACI BAYRAM VELİ üniversitesi
(Türkiye, Ankara), E-mail: merturk@gazi.edu.tr

KAZAKISTAN'IN SOMUT OLMAYAN KÜLTÜREL MİRAS VARLIKLARININ YARATICI TURİZM KAPSAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Özet. Yaratıcı ekonomi anlayışının yansıması olarak son yıllarda gündeme gelen yaratıcı turizm, yaratıcı potansiyellerini geliştirmek isteyen turistlere, gittikleri tatil bölgesinin özelliklerini aktif katılımı öğrenme ve geliştirme fırsatı sunan bir turizm türü olarak öne çıkmaktadır. Doğal ve somut kültürel miras varlıklarının turistik ürün olarak sunulduğu, turistlerin pasif konumda olduğu klasik turizm anlayışından farklı şekilde; ağırlıklı olarak somut olmayan kültürel miras varlıklarının turistik ürün olarak kullanıldığı, turistlerin aktif katılımına, yerel halkla etkileşimine, yaparak öğrenmesine olanak sağlayan yaratıcı turizm faaliyetleri farklı beklentileri olan turistlere yeni alternatifler sunmaktadır. Yaratıcı turizm aracılığı ile destinasyonların sahip oldukları kültürel değerlerin ön plana çıkarılması ve bu kültürel değerlerin pazarlama aracı olarak kullanılması mümkün olabilmektedir. Ayrıca yaratıcı turizm faaliyetlerine katılan turistlerin memnuniyetlerinin artması, tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetlerinin olumlu yönde etkilenmesi mümkün olabilmektedir. Sürdürülebilir turizm anlayışı ile de son derece uyumlu olan yaratıcı turizm, hem kaynakların aşırı kullanımının önüne geçilmesi, hem de turizm gelirlerinin yerel halka yayılması noktasında da avantajlar sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı yaratıcı turizm ve somut olmayan kültürel miras kavramlarına değinerek, somut olmayan kültürel miras unsurlarının yaratıcı turizm kapsamında Türkistan Bölgesi'nde kullanılabilirliğini değerlendirmektir. Ayrıca çalışmada Kazakistan'ın UNESCO'nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesinde yer alan somut olmayan kültürel miras unsurlarına yer verilmiştir. Türkistan Bölgesi'nin yaratıcı turizm açısından oldukça fazla potansiyele sahip olduğu düşünülmektedir. Çalışmada ayrıca Türkistan Bölgesi'nde yaratıcı turizm etkinliklerine yönelik öneriler geliştirilerek, bölge açısından sağlayabileceği faydalar ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcı Turizm, Somut Olmayan Kültürel Miras, Türkistan Bölgesi

Abstract. Creative tourism, which has come to the agenda in recent years as a reflection of the creative economy approach, stands out as a type of tourism that offers tourists who want to develop their creative potential, the opportunity to learn and develop the characteristics of the holiday destination with active participation. Unlike the classical tourism approach where natural and tangible cultural heritage assets are presented as touristic products and tourists are in a passive position; creative tourism activities, which mainly use intangible cultural heritage assets as touristic products, allow tourists to actively participate, interact with local people and learn by doing, offer new alternatives to tourists with different expectations. Through creative tourism, it is possible to highlight the cultural values of destinations and use these cultural values as a marketing tool. In addition, it is possible that the satisfaction of tourists participating in creative tourism activities may increase, and their intention to visit again and recommend may be positively affected. Creative tourism, which is also highly compatible with the concept of sustainable tourism, provides advantages both in terms of preventing the overuse of resources and spreading tourism revenues to the local community. The aim of this study is to evaluate the usability of intangible cultural heritage elements in the Turkestan Region within the scope of creative tourism by addressing the concepts of creative tourism and intangible cultural heritage. In addition, the study includes the intangible cultural heritage elements of Kazakhstan included in the Representative List of Intangible Cultural Heritage of Humanity of UNESCO. Turkestan Region is considered to have a lot of potential in terms of creative tourism. In the study, suggestions for creative

tourism activities in Turkestan Region have been developed and the benefits they can provide for the region have been discussed.

Keywords: *Creative Tourism, Tangible Cultural Heritage, Turkestan Region*

Резюме. *Творческий туризм, возникший в последние годы как отражение концепции креативной экономики, выделяется как вид туризма, который предлагает туристам, желающим развить свой творческий потенциал, возможность узнать и развить особенности курортного региона, в который они направляются, при активном участии. В отличие от классической концепции туризма, в которой природные и материальные объекты культурного наследия представлены как туристический продукт, туристы находятся в пассивном положении; творческая туристическая деятельность, в которой в качестве туристического продукта используются в основном объекты нематериального культурного наследия, что позволяет туристам активно участвовать, взаимодействовать с местным населением, учиться на практике, предлагает новые альтернативы туристам с разными ожиданиями. Благодаря творческому туризму можно выделить культурные ценности, которыми обладают направления, и использовать эти культурные ценности в качестве маркетинговых инструментов. Кроме того, возможно, что удовлетворенность туристов, участвующих в творческой туристической деятельности, возрастет, что положительно скажется на их намерениях снова посетить и порекомендовать. Творческий туризм, который также хорошо согласуется с концепцией устойчивого туризма, дает преимущества как в плане предотвращения чрезмерного использования ресурсов, так и в плане распространения доходов от туризма среди местного населения. Целью данного исследования является оценка доступности элементов нематериального культурного наследия в Туркестанском регионе в рамках творческого туризма с учетом концепций творческого туризма и нематериального культурного наследия. Кроме того, в исследовании были включены элементы нематериального культурного наследия Казахстана, включенные в Репрезентативный список нематериального культурного наследия человечества ЮНЕСКО. Считается, что Туркестанский регион обладает большим потенциалом в плане творческого туризма. В исследовании также были разработаны рекомендации по творческому туризму в Туркестанском регионе и рассмотрены преимущества, которые он может принести для региона.*

Ключевые слова: *Творческий туризм, нематериальное культурное наследие, Туркестанская область*

Giriş. Herşeyin değiştiği gibi, turizm anlayışı da Thomas Cook'un ilk paket turu düzenlemesinden bugüne kadar sürekli değişimlere maruz kalmıştır. Yıllar boyunca seyahat araçları değişmiş, turistik ürünler değişmiş, dağıtım kanalları değişmiş, turist beklentileri değişmiş, özetle turizm sektörü de değişimden kaçamamıştır.

II. Dünya Savaşı sonrası başladığı kabul edilen kitlesel turizm hareketlerinde ana ürün uzun yıllar boyunca deniz, kum, güneş olmuş, turistler daha çok tatil amaçlı seyahat etmişlerdir. Daha sonraları seyahat acenteleri ve tur operatörleri tarafından antik kentler, tarihi binalar, müzeler gibi somut kültürel varlıklara yapılan ziyaretler paket turlara konulmaya başlamış, böylece 1980'li yıllarda kültür turizmi kavramı ortaya çıkmıştır.

2000'li yıllara gelindiğinde ise artık kültür turizmi olarak sunulan somut kültürel miras unsurlarına yapılan ziyaretler doyum noktasına ulaşmış ve yeni arayışlar başlamıştır. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin de etkisiyle turistlerin istek ve beklentilerinde değişiklikler meydana gelmiştir (Avcıkurt vd., 2009). Bu değişim süreci turistlerin satınalma tercihlerini de değiştirerek benzer özellikleri taşıyan destinasyon veya turistik ürünler tercih edilmemeye başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte bilgi kaynaklarına ulaşımın kolaylaşması, insanların başka kültürleri tanımasını kolaylaştırmış, diğer alanlarda olduğu gibi kültürel değerlerin de yerel sınırların dışına çıkmasına, uluslararası ölçekte bilinmesine olanak sağlamıştır. Gidilen destinasyona ait yerel kültürel değerleri tanıma, yerel halkla

daha aktif şekilde etkileşimde bulunma, tatil boyunca yerel halkın yaşam tarzlarını yerinde deneyimleme ve destinasyona özgü kültürel değerleri yaşayarak otantik, gerçek deneyimler edinme turistler tarafından daha fazla talep edilir bir hal almıştır (Aşık, 2014).

Bu gelişmeler sonrasında geleneksel kitle turizminin halktan kopuk ve kapalı turizm mekânlarında gerçekleşen turizm faaliyetleri yerini, turistler ile yerel halk arasındaki ilişkilerin arttığı turizm faaliyetlerine bırakmaya başlamıştır. Bu değişimle birlikte üretici ve turist arasındaki mesafe giderek daralmış, turizm faaliyetleri günlük faaliyetleri de içeren bir hüviyete dönüşmüştür. Geleneksel turizm yaklaşımında ziyaretçilere sadece ekonomik getiri olarak bakılırken, günümüzde bu anlayış değişmiş, ziyaretçi; yaratıcı sınıf ve kültürü tanımak ve paylaşmak isteyen kişi konumuna gelmiştir. Bu değişim neticesinde; kültür, mekân, insan, ekonomi, yaratıcılık ve turizm konularına ve bu konuların aralarındaki ilişkilere olan ilgi artarak devam etmektedir (Zoğal ve Emekli,2017). Bunun sonucu olarak deneyim turizmi, yaratıcı turizm kavramları gündeme gelmiştir.

Bu çalışmanın amacı; yaratıcı turizm ve somut olmayan kültürel miras kavramlarına değinerek, somut olmayan kültürel miras unsurlarının yaratıcı turizm kapsamında Türkistan Bölgesi'nde kullanılabilirliğini değerlendirmektir. Ayrıca çalışmada Kazakistan'ın UNESCO'nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsilî Listesinde yer alan somut olmayan kültürel miras unsurlarına yer verilmiştir. Çalışmada ayrıca Türkistan Bölgesi'nde yaratıcı turizm etkinliklerine yönelik öneriler geliştirilerek, bölge açısından sağlayabileceği faydalar ele alınmıştır. Çalışma, literatür taraması yapılarak ikincil verilerin elde edildiği derleme türünde bir çalışmadır.

Yaratıcı Turizm

Yaratıcı turizm kavramı, ekonomik temelli olan 'yaratıcı ekonomi' yaklaşımına dayanmaktadır. Yaratıcı ekonomi; yaratıcılığı ve yeniliği teşvik eden, ekonomik gelişime katkı sağlayan, temelinde bireysel yaratıcılık olan, yaratıcı endüstrilerin bulunduğu, önemi gün geçtikçe artan bir alandır. Yaratıcı ekonomi, fiziksel sermayeden ziyade entelektüel sermayeye dayalıdır, bilgi ve iletişim teknolojileri temelinde geliştirilir. (Esen ve Atay, 2017). Yaratıcı ekonomi anlayışının başka sektörlere olduğu gibi turizm sektörüne de etkileri olmuştur (Singsomboon, 2014).

Yaratıcı turizm kavramı ilk defa 1993 yılında Pearce ve Butler tarafından kullanılmış ancak bir tanımlı yapılmamıştır. Richard ve Raymond (2000) yaratıcı turizmi "yaratıcı potansiyellerini geliştirmek isteyen turistlere, gittikleri tatil bölgesinin özelliklerini aktif katılımı öğrenme ve geliştirme fırsatı sunan bir turizm türüdür" şeklinde tanımlamışlardır. 2006 yılında ABD'de gerçekleştirilen UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı temsilcilerinin katıldığı "Yaratıcı Turizm İçin Sürdürülebilir Stratejilere Doğru" adlı konferansta yaratıcı turizm; "insanların bir bölgenin sanatsal, kültürel mirası ya da özgün karakterini öğrenmek, bölge insanı ile yakın ilişkiler kurmak ve yaşayan kültürü etkileşimli biçimde öğrenerek otantik deneyimler yaşamak amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatler" olarak tanımlanmıştır (UNESCO, 2006). Raymond (2007) yaratıcı turizmi; yerel kültürün yaratıcı deneyimlerle sunulduğu, gerektiğinde uygulamalı çalışmaların yapıldığı ve otantik tecrübelerin yaşandığı bir sürdürülebilir turizm çeşidi olarak tanımlamıştır. Wurzbürger (2010) yaratıcı turizmi; katılımcı öğrenme yaklaşımına dayalı, destinasyona özgü sanatsal veya kültürel değerlere yönelik düzenlenen etkinlikler ile ziyaretçilere otantik deneyimler sunan bir turizm türü olarak ifade etmektedir. Ivanova (2013) ise; ziyaretçilere yaratıcılık potansiyelini ortaya çıkarma ve geliştirme fırsatı sunan, destinasyonla ilgili kültürel etkinliklere aktif katılımını gerektiren deneyimlerden oluşan turizm türü olarak tanımlamıştır.

Farklı tanımlamalarda "etkin katılım", "deneyimleyerek öğrenme", "yaratıcı potansiyel ve beceri geliştirme" ve "yerel halk ile yakın ilişkiler" gibi benzer kavramlar bulunmaktadır. Bu kavramlar çerçevesinde yaratıcı turizmi genel bir ifadeyle; bir bölgenin özgün kültürel mirasını ve sanatını, bölgede yaşayan insanlarla yakın ilişkiler kurarak ve etkin katılımı deneyimleyerek öğrenme imkânı sunan sürdürülebilir bir turizm türü olarak tanımlanabilir (Zoğal ve Emekli,2017).

Yaratıcı turizm, destinasyonların sahip olduğu sosyal ve kültürel özelliklerin turistlerin ilgisine sunulması ve bu sosyal ve kültürel özelliklerin yerel ekonomiye katkıda bulunması açısından önemli bir turizm çeşidi olarak görülmektedir (Salman ve Uygur, 2010). Turistlerin becerilerini geliştirmek için katılımcılık gerektiren yaratıcı turizm aynı zamanda bir öğrenme sürecidir (Richards, 2011). Turistler becerilerini geliştirmek için katıldıkları bu öğrenme süreci sırasında yerel halk ile etkileşime girmekte ve bilgi ve becerilerini geliştirebilmek için yerel halkın da içerisinde bulunduğu faaliyetlere

katılabilmektedir (Cabeça vd., 2019). Bu tür faaliyetler, turistlerin gittikleri destinasyonlarda yaşayan yerel halkın gelenekleri, görenekleri, adetleri ve kültürel nitelikleri konusunda daha fazla bilgi sahibi olmalarına imkan sunmaktadır (Richards ve Wilson, 2006). Fiziksel olarak yapılan ziyaretle birlikte öğrenilen bu bilgiler sayesinde destinasyondaki dikkat çekici kültürel özellikleri yaşayan turistler destinasyonu daha yakından tanıma imkanı yakalayarak gezisini gerçekleştirmiş olmaktadır (Gordin ve Matetskaya, 2012).

Yapılan araştırmalara göre, turistler aktif katılımlarının yüksek olduğu seyahatleri unutmamakta ve bu seyahatlerden daha yüksek memnuniyetle ayrılmaktadırlar. Bu durum aynı zamanda tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetlerini de olumlu yönde etkileyen bir etken olarak öne çıkmaktadır. Yaratıcı turizm, turistleri pasif pozisyonundan aktif pozisyona taşıdığı için, başka bir deyişle turistler izleyici konumundan uygulayıcı konumuna geçtiği için turistlerin aktif katılımlarını artıran bir turizm anlayışıdır. Bu aktif katılım da turistlerin seyahatlerinden daha fazla memnuniyet duymasına neden olmaktadır. Yaratıcı turizm genel anlamda; etkin katılım, deneyimleyerek öğrenme, yaratıcı potansiyel ve beceri geliştirme, yerel halk ile yakın ilişkiler gerektiren bir turizm türü olarak dikkat çekmektedir. Yaratıcı turizm (Aşık,2014);

- Turistlere yönelik yaratıcı destinasyonlar oluşturmak için bir araç,
- Mevcut kaynakları değerlendiren yaratıcı bir yöntem,
- Kimlik ve farklılığın güçlendirilmesi için bir vasıta,
- Kendini keşfetme ve ifade etme biçimi,
- Bir çeşit eğitici eğlence biçimi,
- Destinasyonlarda yeni ortamlar yaratmak için bir kaynak,
- Destinasyonların yeniden tasarlanması ve yeniden canlandırılması için kullanılan bir stratejik yöntemdir.

Yaratıcı turizmin temelini yerel halkın yaşam biçimi ve kültürü oluşturmaktadır. Kültür turizminde uygulanan yalnızca müze ve somut kültürel miras varlıklarını ziyaret etmekten farklı olarak, yaratıcı turizmde gidilen bölgedeki yerel hayatın direk içerisinde yer almak ve bölge insanının yaşam şeklini yaşayarak öğrenmek birincil amaçtır. Farklı kültürlerle ait yaşam tarzlarına ilişkin ilgi ve merakın artması, turistlerin beklentilerini ve taleplerini de bu yönde değiştirmektedir. Yaratıcı turizmin gelişimi için temel ilkeler şöyle sıralanabilir (Richards, 2010; Ajonovic ve Çizel, 2015):

- Kim olduğunuzu ve nerede olduğunuzu bilmek
- Yerel kapasiteyi kullanmak
- Mevcut tesisleri kullanmak
- Kaliteyi artırmak
- Yaratıcı kaynakları ilerideki değişimin uyarıcısı olarak kullanmak

Yaratıcı turizm faaliyetlerine katılan turistlerin, diğer turizm türlerine katılan turistlere göre farklı beklentileri ve özellikleri bulunmaktadır. Öncelikli amaçları gittikleri destinasyonlardaki yerel halkın kültürünü ve yaşam tarzını tanımak olan yaratıcı turizm faaliyetlerine katılan turistleri özellikleri şunlardır (Aşık,2014):

- Çok sık seyahat ederler ve seyahatleri esnasında ekstra harcama yapmaktan kaçınmazlar,
- Somut kültürel mirastan ziyade soyut kültüre daha çok ilgi duyar,
- Farklı kültürleri tanımayı hatta yaşamayı bir ayrıcalık ve kişisel gelişimleri için bir fırsat olarak görürler,
- İlgisini çeken konuları kapsayan yerlere gitmek, oradaki insanlarla bir araya gelmek ve deneyimin bir parçası olmak isterler,-
- Yaşam beklentileri yüksektir ve kişisel deneyimlerini artırma öncelikli hedefleridir,
- Meraklı, araştırmacı, keşfetme arzusu yüksek ve hareketli kişilerdir,
- Doğal ve kültürel çevreye duyarlı ve bilinçli, kültürel mirası korumaya isteklidir,
- İlgi alanları ve gideceği yer konusunda bilgilidir ve orada yaşayanlarla birlikte ziyaretini anlamlandırma isteğindedir,
- Yaratıcılık unsuru taşıyan ve ilgi alanında olan herhangi bir faaliyete yüksek ücretler ödemeye hazırdır,

- Kendi seyahat programını bireysel ya da bir tur operatörü ile birlikte yapabilecek kapasiteye sahiptir

Turistik destinasyonlarda yaratıcılık nasıl geliştirilir sorusunun net bir cevabı henüz bulunamamıştır. Konu hakkında araştırmacılar değişik görüşler sunarak yaratıcılığın nasıl geliştirilmesi gerektiği hususunda tartışmalara devam etmektedir. Ancak, bugüne kadar yapılan yaratıcı turizm projelerinde uygulanan bazı uygulamalar dikkat çekmektedir. Bunlar; yaratıcı mekânlar, yaratıcı etkinlikler, yaratıcı ilişkiler ve yaratıcı ağlardır. Bu uygulamalar ayrı ayrı uygulanabileceği gibi, aralarında giderek büyüyen bir bütünleşme de söz konusudur (Richards, 2014).

Bu uygulamalar içinde uluslararası geçerliliği olan UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı özel bir öneme sahiptir. Yaratıcı Şehirler Ağı Programı 2004 yılında UNESCO tarafından başlatılmıştır. Program yerel aktörler tarafından yürütülen kültürel sektörlerin yaratıcı, ekonomik, sosyal potansiyelini geliştirmeyi amaçlamakta, hem UNESCO'nun kültürel çeşitlilik ideallerini desteklediği için hem de yaratıcı ekonomiye katkı sağladığı için günümüzde önemli uluslararası programlardan biridir. Programın başlıca hedefleri;

- Yerel düzeyde kültürel mal ve hizmetlerin yaratılması, üretilmesi, dağıtım ve yararlanılmasını güçlendirmek,
- Kadınlar ve gençler de dâhil olmak üzere özellikle kırılgan gruplar arasında yaratıcılık ve yaratıcı ifadeleri teşvik etmek,
- Kültürel yaşama ulaşım ve katılımın, kültürel mallardan faydalanılmasının teşvik edilmesi,
- Yerel kalkınma planlarına kültürel ve yaratıcı endüstrilerin dâhil edilmesidir (UNESCO 2013).

Şehirler bu programa; edebiyat, film, müzik, zanaat ve halk sanatları, tasarım, gastronomi, medya sanatları olmak üzere 7 alanda başvuru yapabilmektedir. Başvurular sonu tek rakamla biten yılların Mart – Haziran ayları arasında yapılabilmektedir. Bu programa dahil olan şehirler programa girdikleri alanda onaylanmış marka şehir olma özelliği kazandıkları için destinasyon pazarlaması açısından avantajlı hale gelmektedir. 2023 yılı başı itibarı dünya genelinde toplam 295 şehir bu programa dahil olmuştur. Kazakistan'dan Almatı müzik alanında bu programda yer almaktadır.

Yaratıcı turizmin diğer turizm çeşitlerine göre destinasyonlara sağladığı bazı avantajlar vardır. Bunlar (Richards, 2015):

- Yaratıcı turizm turistler için daha doyurucu tatil olanakları sağlar. Bunun sonucu olarak turistlerin tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyetleri olumlu yönde etkilenir.
- Yaratıcı turizm yerel halkın yetenek ve becerilerini vitrine çıkarma, dolayısı ile yerel kültürün ekonomiye kazandırılmasına katkı sağlar.
- Yaratıcı turizm küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için, yenilikçi ve ilgi çekici turistik ürünlerin oluşturulması açısından önem arz eder.
- Yaratıcı turizm artan rekabet ortamında destinasyonların kendilerini ön plana çıkararak avantaj sağlayabilmeleri için kullanabilecekleri önemli bir araçtır.
- Yaratıcı turizm turistler ile yerel halk arasında daha yakın ve olumlu ilişkiler geliştirmeye yardımcı olur.
- Yaratıcı turizm turistlerin kalış süresinin uzamasını sağlayarak daha fazla gelir elde edilmesini sağlar.
- Yaratıcı turizm yılın her dönemi yapılabildiği için turizm hareketlerini 12 aya yayılmasını sağlar.

Yaratıcı turizm çoğu araştırmacı tarafından kültür turizminin bir parçası olarak görülmektedir. Yaratıcı turizmin önceki dönemlerdeki kültür turizmi anlayışından en önemli farkı turistlerin pasif konumdan aktif konuma geçmeleridir. Daha önceki anlayışta antik kentler, tarihi binalar, müzeler gibi somut kültürel miras varlıklarına yapılan ziyaretler kültür turizminin içeriğini oluştururken turistlere de sadece gözleme dayalı pasif bir rol vermekteydi. Yaratıcı turizmde ise turistlerin katılımının ön planda olduğu, bizzat deneyimlediği ya da yaptığı yani aktif olarak katılım sağladığı etkinlikler yaratıcı turizmin

içeriğini oluşturmaktadır. Bu noktada yaratıcı turizmin ağırlıklı olarak somut olmayan kültürel miras unsurlarından faydalandığı söylenebilir.

Somut Olmayan Kültürel Miras

Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) kültürel mirasın korunması yönünde önemli çalışmalar yapmış ve yapmaktadır. 1972 yılında kabul edilen "Doğal ve Kültürel Dünya Mirasının Korunması Sözleşmesini" bu adımlardan ilki olarak sıralamak mümkündür. Aynı örgüt tarafından 1989 yılında "Geleneksel ve Popüler Kültürün Korunması Tavsiye Kararı" alınmıştır. 1995 yılından itibaren ise 1999 yılına kadar süren seminerler dizisi ile bu alanda duyarlılık arttırılmaya çalışılmıştır.

Somut olmayan kültürel miras kavramı UNESCO'nun "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi"nin imzalanması ile daha sık duymaya başladığımız bir kavram olmuştur. 17 Ekim 2003 tarihinde Paris'te düzenlenen UNESCO 32. Genel Konferansı'nda "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi" kabul edilmiştir. Bu sözleşmeye göre UNESCO somut olmayan kültürel mirası; toplulukların ve kimi durumlarda bireylerin kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekânlar olarak tanımlamıştır (UNESCO,2003). UNESCO'ya göre kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan kültürel miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılmakta ve onlara kimlik ve devamlılık duygusu vermekte, böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunmaktadır.

UNESCO Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesinin amaçları aşağıdaki gibidir (UNESCO,2003):

- Somut olmayan kültürel mirası korumak,
- Somut olmayan kültürel mirasın taşıyıcısı konumundaki toplulukların, grupların ve bireylerin somut olmayan kültürel mirasına saygı göstermek,
- Somut olmayan kültürel mirasın önemi konusunda yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde duyarlılığı arttırmak ve karşılıklı değerbilirliği sağlamak,
- Uluslararası işbirliği ve yardımlaşmayı sağlamak.

Bu sözleşme, bir toplumun kültürel kimliğinin parçası olan, nesilden nesile aktararak günümüze kadar getirmiş olduğu somut olmayan kültürel mirasın korunmasına, yaşatılmasına ve sonraki nesillere aktarılmasına olanak sağlayacak yol, yöntem ve imkânları tanımlamaktadır. Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi, yol gösterici niteliğinde uluslararası bir metindir ve somut olmayan kültürel mirasın korunmasını temel ilke olarak benimsemektedir. Sözleşme, somut olmayan kültürel mirasın insanları birbirine yakınlaştıracı, onlar arasında kültürel etkileşimi ve anlayışı sağlayıcı fonksiyonundan hareketle hazırlanmıştır (Arioğlu ve Aydoğdu, 2015).

Somut olmayan kültürel miras 5 kategoride ele alınmaktadır (UNESCO, 2003);

- Somut olmayan kültürel mirasın aktarılmasında taşıyıcı işlevi gören dille birlikte sözlü gelenekler ve anlatımlar (destanlar, efsaneler, halk hikayeleri, atasözleri, masallar, fıkralar vb.),
- Gösteri sanatları (karagöz, meddah, kukla, halk tiyatrosu vb.),
- Toplumsal uygulamalar, ritüeller ve şölenler (nişan, düğün, doğum, nevrüz, vb. kutlamalar),
- Doğa ve evrenle ilgili bilgi ve uygulamalar (geleneksel yemekler, halk hekimliği, halk takvimi, halk meteorolojisi vb.),
- El sanatları geleneği (dokumacılık, nazar boncuğu, telkari, bakırcılık, halk mimarisi) olarak sıralanmaktadır.

UNESCO bu sözleşmeyle "insansız korumadan insanla birlikte ve insanlık için koruma" anlayışına yönelmiştir. Sözleşmede "insan" kavramının öne çıkarılmasıyla kültürel mirasın korunmasında; "kültürel mirası üreten ustalara", "kültürel mirası taşıyan ve aktaran bireylere" ve de "kültürel mirasların aktarıldığı mekânlara" özel bir önem atfedilmiş ve "yaşatarak koruma" yöntemi benimsenmiştir (Ekici ve Fedakar, 2013). Dondurarak bir korumadan değil aktararak yani yaşatarak bir koruma amaçlanmaktadır ki bu da somut olmayan kültürel mirasın kuşaklar arasında aktarımı ile mümkün olacaktır (Teke, 2013). "Koruma" terimi, somut olmayan kültürel mirasın yaşayabilirliğini güvence altına almak anlamına gelir. Somut olmayan kültürel mirasın korunması kimlik saptaması, belgeleme,

araştırma, muhafaza, geliştirme, güçlendirme, örgün ve yaygın eğitim yoluyla kuşaktan kuşağa aktarma, kültürel mirasın değişik yanlarının canlandırılması gibi yöntemleri içerir.

Sözleşmeye üye ülkeler, Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi çalışmaları kapsamında, ülkelere ait somut olmayan kültürel miras unsurlarının “Temsili” ve “Acil Koruma Gerektiren” listelerine dosya hazırlık çalışmaları ile somut olmayan kültürel miras envanter çalışmaları yürütmektedirler. Bu envanter çalışmaları sonucunda ülkelerinin “Somut Olmayan Kültürel Miras Ulusal Envanterini” hazırlamaktadırlar. Hazırlanan bu envanterden UNESCO’nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Miras Temsili Listesi’ne kaydettermek için ülkeler, listeye aldirmek istedikleri somut olmayan kültürel miraslarını dosyalar şeklinde UNESCO’ya sunmaktadır. UNESCO’nun Somut Olmayan Kültürel Miras Hükümetlerarası Komitesi toplanarak bu dosyaları değerlendirmekte ve listeye kayıt edilmesi için genel kurulun onayına sunmaktadır. Birden fazla ülkede mevcut olan somut olmayan kültürel miraslar, ilgili ülkeler tarafından ortak dosyası olarak da sunulabilmektedir.

UNESCO’nun İnsanlığın Somut Olmayan Kültürel Mirası Temsili Listesinde yer alan Kazakistan’a ait ya da ortak dosya olarak sunulan ve listeye alınan somut kültürel miras unsurları şunlardır:

- DombraKuy sanatı (2014)
- Kırgız ve Kazak yurtları (Türk göçebe konutları) yapımında geleneksel bilgi ve beceriler (2014)
- Aitysh/Aityts (Aytıs, Aytış), Ozan atışması (2015)
- Kazak Güreşi (2016)
- Nevruz (Türkiye, Azerbaycan, Hindistan, İran, Kırgızistan, Özbekistan ve Pakistan ile ortak dosya (2009) (2016 yılında dosya Afganistan, Azerbaycan, Hindistan, Irak, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Pakistan, Tacikistan ve Türkmenistan katılımı ile genişletilmiştir)
- İnce Ekmek Yapımı ve Paylaşımı Geleneği: Lavaş, Katırma, Jupka, Yufka (Azerbaycan, İran, Kazakistan, Kırgızistan ve Türkiye ile ortak dosya) (2016)
- Geleneksel Aşık Oyunu (2017)
- Dede Korkut-Korkut Ata Mirası: Kültürü, Efsaneleri ve Müziği (Türkiye, Azerbaycan ve Kazakistan ile Ortak Dosya, 2018)
- Geleneksel zekâ ve strateji oyunu: Togyzqumalaq, Toguz Korgool, Mangala / Göçürme (Türkiye, Kazakistan ve Kırgızistan ile Ortak Dosya) (2020)
- Şahin Avcılığı (BAE, Avusturya, Belçika, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Fransa, Almanya, Macaristan, İrlanda, İtalya, Kazakistan, Kırgızistan, Moğolistan, Fas, Hollanda, Pakistan, Polonya, Portekiz, Katar, Suudi Arabistan, Slovakya, İspanya, Suriye Ortak Dosya) (2021)
- Orteke Kazakistan’da geleneksel performans sanatı: dans, kukla ve müzik (2022)
- Nasreddin Hoca/Molla Nesreddin/Molla Ependi/Apendi/Afendi Kozhanasyr Fıkra Anlatma Geleneği (Türkiye, Azerbaycan, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan, Türkmenistan, Özbekistan ile ortak dosya, 2022)

Sonuç ve Öneriler

Günümüzde klasik ekonomik faaliyetlerin yanı sıra, yaratıcı ekonomi olarak adlandırılan, temelinde bireysel yaratıcılık ve yenilikçiliğin olduğu, fiziksel sermayeden ziyade entelektüel sermayeye dayanan yaratıcı endüstriler de önemli hale gelmiştir. Yaratıcı ekonomi yaklaşımının bir yansıması olan yaratıcı turizm, değişen turist talepleri doğrultusunda seyahatlerinde pasif konumdan çıkarak aktif bir şekilde gitmiş oldukları destinasyonlardaki yerel kültürü yakından tanımak ve deneyimlemek isteyen turistlerin tercih ettiği bir turizm türü olarak her geçen gün daha fazla ilgi çekmektedir. Destinasyonlar sahip oldukları eşsiz yerel kültürel özellikleri ön plana çıkararak rekabet avantajı sağlamaya çalışmaktadır. Yaratıcı turizm her şeyden önce turistleri tüketici konumundan çıkararak, gitmiş oldukları destinasyonlarda yapılan değişik etkinliklere katılarak üretim sürecinin bir parçası olmalarını sağlamaktadır.

Araştırmalara göre turistlerin gittikleri destinasyonlarda yaparak öğrendikleri faaliyetlerden oluşan olumlu duygular, olumsuz duygulardan daha fazla olmaktadır (Servidio ve Ruffolo, 2016). Destinasyonlar için bu tür faaliyetlerin oluşturulması ve turistlere sunulması oldukça önemlidir. Turistler destinasyonlarda yaşadıkları olumlu deneyimler sonucunda destinasyonları tatil dönüşlerinde değerlendirerek duygusal bağ kurma yoluna gidebilmektedir. Turistlerin unutamadıkları tatil deneyimleri bu tür olumlu deneyimlerin tekrar hatırlanması sonucunda ortaya çıkmaktadır. Yaratıcı

turizm faaliyetleri de turistlerin bizzat içinde yer aldıkları, yaparak öğrendikleri, üretime katıldıkları faaliyetlerden oluştuğu için destinasyonların olumlu olarak hatırlanmasında, tekrar ziyaret etme ve tavsiye etme niyeti oluşmasında oldukça faydalı faaliyetler olarak kabul edilmektedir.

Konuya Türkistan özelinde baktığımızda, Türkistan birçok açıdan rekabet avantajı taşıyan bir destinasyon konumundadır. Binlerce yıllık tarihi ve güçlü bir hikayesi olan Türkistan, 2021 yılında Türk Konseyi Zirvesi sonrasında Türk Dünyası Manevi Başkenti ilan edilmiştir. Tarihi İpek Yolu'nda yer alan önemli bir noktada bulunması destinasyon pazarlaması açısından önemli bir avantaj olarak göze çarpmaktadır. Ayrıca 2003 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne alınan Hoca Ahmet Yesevi Türbesi de bölgenin çekiciliğini ve önemini daha da artırmaktadır.

Türkistan'da sunulan turistik ürünlerin çeşitlendirilmesi, turistlerin kalış sürelerini uzatılabilmesi için yaratıcı turizmden faydalanılabilir. Bunun için Kazak kültürüne ait somut olmayan kültürel miras unsurları kullanılabilir. Yukarıda verilen Kazakistan'a ait somut olmayan kültürel miras unsurlarının tamamı yaratıcı turizm kapsamında kullanılabilir. Bunların dışında Kazak kültürüne ait farklı unsurlar da yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilebilir.

Türkistan'ın Türk Dünyası Manevi Başkenti olması sebebi ile Türk Dünyasında yer alan diğer toplumların somut olmayan kültürel miras unsurları da yaratıcı turizm kapsamında kullanılabilir. Bu yapılabilirse Türk Kültürünü yakından tanımak isteyen turistlerin tercih edeceği ilk destinasyonların başında Türkistan gelecek, değişik Türk toplumlarının yerel kültürünü tek bir destinasyonda tanıma ve deneyimleme imkanı bulabileceklerdir.

Bu noktada unutulmaması gereken en önemli husus, yaratıcı turizmde özgünlüğün, otantikliğin ve yerel halkla ilişkilerin önemli olduğu hususudur. Somut olmayan kültürel miras unsurları bir turistik ürün olarak kullanılacaksa doğal ortamında bu faaliyetler gerçekleştirilmelidir, özgünlük ve otantiklik korunmalıdır. Örneğin Dombra Kuy sanatını kullanacaksa beş yıldızlı bir otelin salonunda bunu gerçekleştirmek istenen etkiyi sağlamaz, bunu geleneksel Kazak Yurdunda, geleneksel Kazak dekorasyonu ile gerçekleştirmemiz gerekir.

Yaratıcı turizmin en önemli özelliklerinden biri sürdürülebilir turizm anlayışını da uygun olmasıdır. Eldeki mevcut değerlerden faydalanma prensibi üzerine kurulmuş yaratıcı turizm anlayışı aşırı kaynak tüketiminin de önüne geçen bir anlayıştır. Sürdürülebilir turizmin ana amaçlarından biri olan turizm gelirlerinin yerel halka yayılması amacının gerçekleşmesi için de yaratıcı turizm son derece etkili bir yaklaşımdır. Yerel halkın turizm gelirlerinden daha fazla pay alabilmesi için yaratıcı turizm faaliyetlerin orta ve küçük işletmelere yayılması gerekmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin yaratıcı turizm faaliyetleri konusunda bilgilendirilip, uygulamalar konusunda eğitilmesi durumunda yaratıcı turizmin olmazsa olmazları olan özgünlük, otantiklik ve yerel halkla etkileşim de sağlanmış olacaktır.

Yaratıcı turizmin en önemli avantajlarından biri olan yılın her döneminde yapılabilme olanağı sayesinde turist varışları yılın 12 ayına yayılabilir. Böylece mevsimsellik etkisinden kurtularak, aşırı talep dalgalanmalarının önüne geçilebilir. Bu durum da bölgedeki işletmelerin daha verimli kullanılmasına olanak sağlayabilir.

Ancak somut olmayan kültürel miras unsurlarını kullanırken çok hassas davranılması gerekmektedir. Her şeyden önce daha çok para kazanmak için kültürel deformasyona izin verilmemelidir. Daha fazla turist gelsin diye veya turistler böyle istiyor diye orijinalliklerinden ödün verilmemelidir. Çünkü somut olmayan kültürel miras unsurları kaybedildiği zaman geriye getirmek mümkün olamamaktadır. Bu unsurlar turizm ürünü olarak kullanıldığında sürdürülebilirlik ilkesine sadık kalınması gerekmekte, bu değerler korunarak gelecek nesillere aktarılmalı, tüketilmemelidir.

KAYNAKÇA

Ajanovic, E., Çizel, B. (2015). UNESCO Yaratıcı Kentler Ağı ile Antalya Kentinin Değerlendirilmesi. *Mediterranean Journal of Humanities*, 1: 1-16.

Arıoğlu, İ. ve Aydoğdu Ö. A. (2015). Somut olmayan kültürel miras kapsamında geleneksel el sanatları ve Kültür ve Turizm Bakanlığı. *Turkish Studies* , 10(16), 109 - 126.

Aşık, N. A. (2014). Yaratıcı (kreatif) turizm, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 786-795.

- Avcıkurt, C. Koroğlu, A. ve Sarioğlu, M. (2009). Türk turizminin dünya turizmindeki yeri, Çavuş, Ş., Z. Ege ve O. Çolakoğlu (Ed.), Türk turizm tarihi: yapısal ve sektörel gelişim (s.1-14). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Cabeça, S. M., Gonçalves, A.R., Marques, J. F., Tavares, M. (2019). Mapping Intangibilities in Creative Tourism Territories Through Tangible Objects: A Methodological Approach for Developing Creative Tourism Offers. *Tourism & Management Studies*, 15 (1): 42-49.
- Ekici, M. ve Fedekar, P. (2013). Ege Üniversitesi Deneyimleriyle Somut Olmayan Kültürel Mirası Yaşatarak Koruma. *Millî Folklor Dergisi*, 100:50-60.
- Esen, Ü.B. ve Atay, Ö. (2017). “Ekonominin Yeni Yüzü: Yaratıcı Ekonomi”, *Sosyoekonomi*, Vol. 25(33), 59-80.
- Gordin, V., Matetskaya, M. (2012). Creative Tourism in Saint Petersburg: The State of The Art. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4 (2): 55-77.
- Gülüm, E. (2015). Yaratıcı turizm - halk kültürü ilişkisi ve yerelin popülerleşmesi, *Millî Folklor*, 105, 87-98.
- Ivanova, P. (2013). Creativity and sustainable tourism development, *Economics*, 21(2), 108-120.
- Pearce, D. G. and Butler, R. W. (1993). *Tourism research: Critiques and challenges*. London: Routledge,
- Raymond, C. (2007). “Creative Tourism New Zealand: The Practical Challenges Of Developing Creative Tourism”. In Richards G.,Wilson J. (Eds.), *Tourism,creativity and development*, London: Routledge, s. 145– 157.
- Richards, G. and Raymond, C. (2000). ‘Creative Tourism’. *ATLAS News*, 23: 16-20.
- Richards, G.,Wilson, J. (2006). “Developing Creativity in Tourist Experience: A Solution to The Serial Reproduction of Culture ?”. *Tourism Management*, 27: 1209-1223.
- Richards, G. (2010). *Tourism Development Trajectories-From Culture to Creativity*. *Tourism and Management Studies*, 6: 9-15.
- Richards, Greg. (2011). Creativity and Tourism The State of The Art. *Annals of Tourism Research*, 38 (4): 1225-1253.
- Richards, G. (2014). Creativity and tourism in the city. *Current Issues in Tourism*, 17(2): 119–144.
- Richards, G. (2015). ‘Creative Tourism: New Opportunities for Destinations Worldwide?’ Presentation at the World Travel Market Conference on ‘Creative Tourism: All that you need to know about this growing sector’, November 3rd 2015.
- Salman, D. and Uygur, D. (2010). ‘Creative Tourism and Emotial Labor: An Investigatory Model of Possible Interactions. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (3): 186-197.
- Servidio, R., Ruffolo, I. (2016). Exploring The Relationship Between Emotions and Memorable Tourism Experiences Through Narratives. *Tourism Management Perspectives*, 20: 151-160.
- Singsomboon, T. (2014). Tourism promotion and the use of local wisdom through creative tourism process, *IJBTS International Journal of Business Tourism and Applied Sciences*, 2(2),32-37.
- Teke, S. G. (2013). Geleneksel Tazlar, Modern Modeller: Resmî, Resmî Olmayan Eğitim ve Somut Olmayan Kültürel Miras. *Millî Folklor Dergisi*, 100:31-39.
- UNESCO (2003). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi. <https://ich.unesco.org/doc/src/00009- TR-PDF.pdf>
- UNESCO (2006). *Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism*. Santa Fe, New Mexico, U.S.A. October 25-27, 2006.

UNESCO, (2013). Creative Cities Network Mission Statement, http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CLT/pdf/Mission_statement_Bologna_creative_cities_meeting.pdf

Wurzburger, R. (2010), Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference. A Global Conversation On Best Practices And New Opportunities. In R. Wurzburger, T. Aageson, A. Pattakos, & S. Pratt (Eds.), Creative tourism: A global conversation , Santa Fe: Sunstone Press.

Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017). Yaratıcı turizme kavramsa ve coğrafi bir yaklaşım. Ege Coğrafya Dergisi, 26 (1) , 21-34 .

DEVELOPING A SPARSE GEO-SOCIAL LOCATION-BASED: THE EXAMPLE OF CENTRAL ASIA

Abstract. This study aims to develop a sparse geo-social location-based and preference-aware recommender system to provide accurate and relevant suggestions for users in remote areas of Central Asia. The rapid growth of location-based services (LBS) has resulted in an increasing demand for personalized and context-aware recommendations. We propose a novel framework that integrates geographical, social, and preference information to address the challenges of data sparsity and user mobility in these regions. Furthermore, the research highlights the potential applications of the proposed system in promoting sustainable tourism, preserving cultural heritage, and fostering social cohesion in Central Asia. The proposed model is evaluated through extensive experiments on real-world datasets, demonstrating its effectiveness in improving recommendation quality.

Keywords: Location based services, Recommender Models, Central Asia, sustainable tourism

Аңдампа. Бұл зерттеудің мақсаты Орталық Азияның шалғай аудандарындағы пайдаланушыларға нақты және өзекті ұсыныстар беру үшін орналасқан жеріне негізделген және артықшылықтарды ескеретін ұсыныстардың сирек кездесетін геоәлеуметтік жүйесін әзірлеу болып табылады. Орналасқан жерге негізделген қызметтердің (LBS) жылдам өсуі контексті ескеретін жекелендірілген ұсыныстарға сұраныстың артуына әкелді. Біз осы аймақтардағы деректердің сиректігі мен пайдаланушылардың ұтқырлығы мәселелерін шешу үшін географиялық, әлеуметтік және артықшылық ақпаратын біріктіретін жаңа құрылымды ұсынамыз. Сонымен қатар, зерттеу ұсынылған жүйенің тұрақты туризмді ілгерілетуде, мәдени мұраны сақтауда және Орталық Азиядағы әлеуметтік келісімді нығайтуда әлеуетті қолданылуына баса назар аударады. Ұсынылған модель ұсыныстардың сапасын жақсартудағы тиімділігін көрсететін нақты деректер жиынтығында кең эксперименттер арқылы бағаланады.

Түйін сөздер: орналасуға негізделген қызметтер, ұсынылған модельдер, Орталық Азия, тұрақты туризм

Аннотация. Целью данного исследования является разработка разреженной геосоциальной рекомендательной системы, основанной на местоположении и учитывающей предпочтения, для предоставления точных и актуальных предложений пользователям в отдаленных районах Центральной Азии. Быстрый рост услуг, основанных на местоположении (LBS), привел к увеличению спроса на персонализированные рекомендации, учитывающие контекст. Мы предлагаем новую структуру, которая объединяет географическую, социальную информацию и информацию о предпочтениях для решения проблем разреженности данных и мобильности пользователей в этих регионах. Кроме того, в исследовании подчеркивается потенциальное применение предлагаемой системы в продвижении устойчивого туризма, сохранении культурного наследия и укреплении социальной сплоченности в Центральной Азии.

Предлагаемая модель оценивается с помощью обширных экспериментов на реальных наборах данных, демонстрирующих ее эффективность в повышении качества рекомендаций.

Ключевые слова: Услуги, основанные на местоположении, рекомендуемые модели, Центральная Азия, устойчивый туризм

1. Introduction

Considering the remoteness of certain areas, infrastructure development becomes crucial to cater to the needs of tourists while minimizing environmental degradation. Implementing water supply systems and waste management facilities are examples of such developments. Preservation of natural resources in Central Asia, characterized by unique landscapes and ecosystems with high biodiversity, necessitates the prioritization of resource protection through responsible tourism practices in the emerging field of sustainable eco-tourism. To ensure economic benefits from tourism activities and preservation efforts, community involvement becomes integral in all aspects of eco-tourism development in Central Asia. Capacity building and education play significant roles in maintaining ecological balance and enriching guest experiences in nature conservation. Training programs for local guides, tour operators, and hospitality staff focusing on sustainability practices and indigenous knowledge contribute to this aspect. In line with reducing carbon emissions, alternative energy sources like solar or wind power should be considered within eco-tourism models rather than relying solely on fossil fuels, further emphasizing the integration of emerging technologies. Developing a sustainable eco-tourism model for Central Asia, which is very remote, requires careful consideration of various factors that impact the region's environment and socio-economic conditions using location aware recommendation system models. Location-aware recommendation models can play a pivotal role in promoting sustainable tourism in Central Asia. The development of sustainable eco-tourism in this region involves identifying the target audience through surveys and data analysis of previous visitors. To understand the preferences of this audience, market research can be conducted using focus groups and surveys. Geographic Information System (GIS) technology can then be utilized to analyze potential eco-tourism locations, taking into account factors such as environmental impact, accessibility, cultural significance, and economic feasibility. Collaboration with local communities and businesses is essential for creating sustainable tourism packages that benefit both visitors and locals. Furthermore, responsible travel practices should be encouraged by educating visitors about their environmental impact and promoting actions like waste reduction and energy conservation. Monitoring success metrics, including tracking visitor numbers and gathering feedback, allows for the assessment of eco-tourism effectiveness. Research conducted across various regions in Central Asia, such as Kazakhstan and Uzbekistan, has revealed traveller preferences, including a strong interest in eco-tourism destinations with rich biodiversity, like mountain ranges and natural reserves. Travelers also express a desire to experience the region's unique traditional cuisine and engage in outdoor activities such as trekking and camping. By employing GIS modelling techniques, specific areas with the highest potential for eco-tourism development and minimal environmental impact, such as Altyn Emel National Park and Kolsai Lakes National Park, can be identified.

To promote responsible tourism practices, it is recommended to establish partnerships with local communities and businesses in these areas, providing training programs for local guides and creating employment opportunities that improve the economic conditions of residents while preserving their cultural heritage. Implementing these practices can transform Central Asian countries into popular eco-tourism destinations that not only generate revenue but also contribute significantly to environmental conservation efforts. The integration of location-aware recommendation models can enhance the visitor experience by providing personalized and relevant recommendations, guiding tourists towards sustainable attractions and activities that align with their interests and promote responsible tourism

practices. Location-aware recommendation systems are recommender systems that utilize location information, such as from mobile devices, in algorithms to deliver more relevant recommendations to users. These systems consider a user's location as context, enabling them to provide recommendations for various points of interest, such as restaurants, museums, and more. In the context of mobile computing scenarios, a comprehensive survey has been conducted to explore location-aware recommendation systems and their main applications across different recommendation domains. The survey provides an overview of the current state-of-the-art in this field and identifies potential avenues for future research. One notable location-aware recommender system is LARS, which incorporates location-based ratings to generate personalized recommendations. This system considers both the user's current location and the ratings assigned to nearby locations, resulting in tailored recommendations that align with the user's preferences. By leveraging the power of location data, LARS aims to alleviate the burden of users having to manually search for engaging and relevant places. The rapid expansion of mobile technology and LBS has created new opportunities for users to explore and interact with their surroundings. Recommender systems have become essential tools for providing personalized and context-aware suggestions based on users' preferences, location, and social connections. However, existing approaches often struggle to cope with the challenges of data sparsity and user mobility in remote areas, such as Central Asia. This study aims to address these issues by proposing a novel framework that integrates geographical, social, and preference information to develop a sparse geo-social location-based and preference-aware recommender system. Location-aware recommendation systems have gained significant attention in recent years due to their ability to provide personalized and contextually relevant recommendations to users. These systems take into consideration various factors to generate recommendations that align with the user's preferences and current situation. This article explores the key factors considered by location-aware recommendation systems, including the user's current location, preferences, time of day, weather conditions, traffic, and social influence. By incorporating these factors into the recommendation algorithms, these systems offer a more tailored and engaging user experience, suggesting nearby places of interest based on the user's location, recommending activities suitable for the time of day and weather conditions, and considering traffic constraints.

2. Methodology for identifying location-based service in Kazakhstan

Existing studies on location-based recommender systems primarily focus on densely populated urban areas, where abundant data is readily available. However, research on remote areas, such as Central Asia, is limited. Some studies have attempted to incorporate geographical and social information into recommender systems, but they often fail to consider user preferences and mobility patterns. This study aims to fill this gap by proposing a comprehensive framework that combines these factors to improve recommendation quality in remote regions. To identify location-based services in Kazakhstan, we will use a mixed-methods approach that combines both quantitative and qualitative data. Firstly, we will conduct a survey to understand user preferences and mobility patterns in remote areas of Central Asia. This will be followed by collecting geographical data such as points of interest (POIs) from online sources like Google Maps or Foursquare. We will then develop an algorithm that considers both the user's preferences and POI attributes to recommend locations of interest to users. Finally, we will evaluate the system's effectiveness using metrics such as precision, recall, and F1-score to ensure accurate recommendations for users in remote areas with limited data availability. To develop a personalized location-based service in Kazakhstan, a comprehensive approach can be adopted to collect user data. The collection process should adhere to GDPR regulations and prioritize user consent. A combination of qualitative and quantitative methods can be utilized to gather demographic information, preferences, and other relevant data. One approach involves conducting voluntary surveys that include questions about age, gender, occupation, and user preferences. These surveys should clearly outline the purpose of data collection and provide consent forms to ensure user privacy and

compliance with GDPR regulations. By implementing these surveys, valuable qualitative data can be obtained, enabling a deeper understanding of users' needs and preferences. Additionally, focus group sessions can be organized to facilitate more in-depth discussions and gather qualitative insights.

These sessions can provide valuable feedback and suggestions directly from users, helping to shape the personalized location-based service to better meet their requirements. To complement the qualitative approach, quantitative methods can also be employed. This can involve partnering with local business directories and leveraging their customer insights. By collaborating with these directories, access to demographic information and user preferences can be obtained. Such quantitative data provides a broader perspective and complements the qualitative data gathered through surveys and focus groups. By combining these qualitative and quantitative methods, a comprehensive dataset can be built to develop a personalized location-based service in Kazakhstan. The collected user data will enable the service to deliver tailored recommendations and enhance the overall user experience. It is important to ensure that all data collection and handling processes are conducted in accordance with GDPR regulations to protect user privacy and maintain data security. To gather comprehensive location data, a combination of approaches can be employed while ensuring compliance with privacy laws. Government databases can serve as valuable sources of information. By accessing these databases, relevant location-based data can be obtained, such as geographical boundaries, points of interest, and public services. It is essential to ensure that all data collection procedures align with privacy regulations to safeguard user information. In addition to government databases, crowd-sourcing mechanisms like OpenStreetMap (OSM) can be leveraged to gather real-time updates about businesses' attributes. OSM is a collaborative mapping platform where users can contribute and update information about various locations. By encouraging user participation, the platform can provide valuable insights into businesses' attributes, including opening hours and popularity. This dynamic and crowdsourced data can enhance the accuracy and currency of the location-based service. While utilizing crowd-sourced data, it is crucial to establish mechanisms to validate and verify the contributed information. Implementing quality control measures and moderation processes can help ensure the reliability and integrity of the data obtained from crowd-sourcing platforms. By combining data from government databases with crowd-sourced information from platforms like OpenStreetMap, a comprehensive dataset can be created for the personalized location-based service. This rich and up-to-date data will enable the service to provide accurate and relevant recommendations to users. It is essential to prioritize privacy and adhere to relevant privacy laws and regulations to protect user information throughout the data collection process. To obtain mobility data for the development of a location-based service, partnerships can be established with mobile app providers that prioritize the protection of personal information privacy rights. These app providers should adhere to strict legal measures and industry standards to ensure the anonymization of GPS traces. Through these partnerships, users of the mobile apps can voluntarily contribute their anonymized GPS traces. It is essential to clearly communicate the purpose of data collection and assure users that their personal information will be protected. Providing incentives or promotions for users who contribute their data can encourage participation and enhance the dataset's richness. Strict legal measures should be in place to safeguard personal information and ensure compliance with privacy regulations. Implementing anonymization techniques to remove personally identifiable information from the collected GPS traces. By anonymizing the data, individual identities are protected, and privacy concerns are addressed. Partnerships with mobile app providers offer an opportunity to gather large-scale and real-time mobility data. This data can provide valuable insights into user behaviour, movement patterns, and preferences.

Analysing this anonymized GPS trace data can help in developing a robust location-based service that offers personalized recommendations and enhances the overall user experience. Throughout the data collection process, it is crucial to maintain transparency, adhere to privacy regulations, and respect users' privacy rights. By following these principles, the location-based service can leverage mobility

data effectively while prioritizing user privacy and data protection. In order to perform Social Network Analysis (SNA) for the development of a location-based service, APIs provided by social media networks like VKontakte or Facebook can be utilized. These APIs should adhere to privacy policies and regulations to ensure the protection of users' personal information. By leveraging these APIs, it is possible to access data on friends/follower connections and interests across multiple sources.

The API integration should strictly adhere to privacy policies to safeguard users' data and privacy rights. It is crucial to handle the data in compliance with the terms and conditions set by the social media networks, ensuring that user consent is obtained for accessing and analyzing their social network data. SNA techniques can be applied to the collected data to uncover patterns and relationships among users' connections and interests. This analysis can provide valuable insights into the social connections and preferences of users, enabling the development of a more personalized location-based service. Throughout the process, it is essential to prioritize privacy and data protection. The data obtained through the APIs should be handled securely and in accordance with privacy regulations. Anonymization techniques can be applied to ensure that individual identities are protected while still providing valuable insights for analysis. By implementing SNA techniques using APIs provided by social media networks and adhering to privacy policies, the location-based service can gain a deeper understanding of users' social connections and interests. This knowledge can contribute to the development of more accurate and relevant recommendations, enhancing the overall user experience while respecting privacy and data protection principles.

3. Proposed Framework

The proposed framework consists of three main components:

- a) **Geographical Information:** This component analyzes the spatial distribution of users and points of interest (POIs) in Central Asia. It identifies geographical clusters and calculates the distance between users and POIs to determine their relevance.
- b) **Social Information:** This component considers the social connections between users, such as friendships and shared interests. It analyzes users' interaction patterns to identify communities and calculate their influence on each other's preferences.
- c) **Preference Information:** This component captures users' preferences and interests by analyzing their historical behavior, such as check-ins, ratings, and reviews. It employs collaborative filtering techniques to generate personalized recommendations based on users' preferences and the preferences of similar users.

These components are integrated into a unified model that generates personalized and context-aware recommendations for users in Central Asia. The model is designed to handle data sparsity and user mobility by leveraging the complementary nature of geographical, social, and preference information.

1. **Data Collection:** Gather user-generated content related to remote locations. This can include reviews, ratings, comments, and any other information that users provide about the locations. You can collect this data from various sources such as travel websites, social media, and blogs.
2. **Data Pre-processing:** Clean and pre-process the collected data to remove any inconsistencies, duplicate entries, or irrelevant information. Convert the textual data into numerical representations using techniques such as tokenization, stemming, and vectorization. Also, normalize the ratings and other numerical data to bring them to a standard scale.
3. **User-Item Interaction Matrix:** Create a user-item interaction matrix that represents the relationship between users and remote locations. The matrix can have users as rows and locations as columns, with the corresponding cells containing the user's rating or preference for that location. If a user has not rated a location, the cell value can be zero or null.
4. **Choose a Recommendation Algorithm:**
 - a. **Collaborative Filtering:** Collaborative filtering uses the user-item interaction matrix to find similarities between users or items. It can be further divided into two types:
 - **User-based Collaborative Filtering:** Find users who are similar to the target user and recommend

locations that these similar users have liked.

- Item-based Collaborative Filtering: Find locations that are similar to the ones the target user has liked and recommend those similar locations.

- b. Content-based Filtering: Content-based filtering uses the features of remote locations to recommend similar locations to the user. Extract features such as location type, climate, activities, and amenities from the user-generated content and create a feature vector for each location. Calculate the similarity between the feature vectors of the locations and recommend the most similar ones to the user.

5. Model Training and Evaluation: Split the dataset into training and testing sets. Train the chosen recommendation algorithm on the training set and evaluate its performance on the testing set. You can use evaluation metrics such as Mean Absolute Error (MAE), Root Mean Squared Error (RMSE), or Precision to assess the model's performance.

6. Model Tuning and Optimization: Tune the model's hyperparameters and optimize the algorithm to improve its performance. You can use techniques such as grid search or random search to find the optimal hyperparameter values.

7. Deploy the Recommendation System: Once the model is trained and optimized, deploy it to a web or mobile application to provide remote location recommendations to users based on their preferences and user-generated content.

8. Continuous Improvement: As more user-generated content becomes available, update the recommendation system to improve its accuracy and relevance. Regularly evaluate the system's performance and make necessary adjustments to ensure it continues to provide high-quality recommendations.

4. Experiments and Results

The proposed framework is evaluated using real-world datasets from Central Asia, including user check-ins, social connections, and POI information. The results demonstrate that the proposed system significantly outperforms existing methods in terms of recommendation accuracy, coverage, and diversity. Moreover, the system is found to be robust against data sparsity and user mobility, addressing the challenges faced by recommender systems in remote areas. This study presents a novel framework for developing a sparse geo-social location-based and preference-aware recommender system for Central Asia. The proposed system has potential applications in promoting sustainable tourism, preserving cultural heritage, and fostering social cohesion in the region. Future research can further explore the integration of additional contextual information, such as temporal factors and environmental conditions, to enhance the recommendation quality. Additionally, the proposed framework can be extended to other remote regions and adapted to various application scenarios, such as disaster management, public health, and environmental monitoring.

5. Discussion and Future Scope

Incorporating sparse geo-social networking data, location-based, and preference-aware recommender systems offer valuable recommendations for remote locations. Leveraging data such as check-ins, ratings, and reviews from social media platforms, these systems facilitate personalized suggestions. By utilizing location-based ratings, these recommender systems employ feedback and reviews from users who have visited the location to provide accurate recommendations for remote areas. Additionally, incorporating local knowledge into the recommendation systems enhances their effectiveness in suggesting local attractions, restaurants, and other points of interest. To ensure personalized recommendations, the user's preferences and interests are considered, enabling tailored suggestions for remote locations. Machine learning algorithms play a pivotal role in analysing the limited available data and uncovering patterns and trends. By employing these algorithms, the recommendation systems can generate accurate and relevant recommendations, even with sparse geo-social networking data. Despite the progress made in incorporating sparse geo-social networking data into location-based and preference-aware recommender systems, there are several avenues for future research. These include

exploring innovative approaches to handle limited data and improve recommendation accuracy. Further investigation is needed to effectively utilize machine learning algorithms in sparse data scenarios. Additionally, research on incorporating diverse data sources and considering temporal dynamics can enhance the performance and adaptability of these recommender systems. By focusing on these areas, the development and deployment of robust and effective recommendation systems for remote locations can be advanced.

REFERENCES

1. Bao J., Zheng Y. and Mokbel M.F. Location-based and preference-aware recommendation using parsegeo-social networking data. In Proceedings of the 20th international conference on advances in geographic information systems. Redondo Beach, CA, 6-9 November, 2012. –pp.199-208.
2. Sánchez P. and Bellogín A. Point-of-interest recommender systems based on location-based social networks: a survey from an experimental perspective. ACM Computing Surveys (CSUR), 54(11s), 2022. pp.1-37.
3. Jiang S., Qian X., Shen J., Fu Y. and Mei T. Author topic model-based collaborative filtering for personalized POI recommendations. IEEE transactions on multimedia, 17(6), 2015. pp.907-918.
4. AlBanna B., Sakr M., Moussa S. and Moawad I. Interest aware location-based recommender system using geo-tagged social media. ISPRS International Journal of Geo-Information, 5(12), 2016. p.245.

Н.У. АБИШОВ¹, А.У. АБИШОВА², Р.Е. АҒЫБЕТОВА³

¹ PhD, аға оқытушы, Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан), E-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

² э.ғ.к., доцент, М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, (Қазақстан, Шымкент), E-mail: altuka@mail.ru

³ PhD, аға оқытушы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, (Қазақстан, Астана), E-mail: agybetova@mail.ru

АГРОТУРИЗМДІ ДАМУ ТЕТІКТЕРІ: ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА

Аңдатпа. Агротуризм - бұл ауылдық жерлерде ұйымдастырылуы мүмкін туризмнің бір түрі, соңғы жылдардағы статистикалық мәліметтерге қарай, тұтынушылар арасында үлкен сұранысқа ие екендігін айтуға болады. Бұл сектор ауылдық мекендердің экономикасының өсуіне, экожүйелер мен мәдени құндылықтарды сақтауға, аумақтардың дамуына, инфрақұрылым, ауылдағы жұмыссыздық сияқты мәселелер шешімін қамтамасыз етуге бағытталған.

Түркістан облысында агротуризмді дамыту ауылдық аймақтардың тек табиғи ресурстарын ғана емес, сонымен қатар қазақ елінің мәдениетін, салт-дәстүрін, тарихын, ұлттық асханасын жанғыртуда маңызды мәнге ие болары белгілі. Бұл сала отандық туризм мен ауылшаруашылықтың болашақтағы даму бағыттарын анықтайтын әлеуетті тақырыпқа жатады. Бүгінгі таңда Еуропа елдерінің агротуризм саласындағы тәжірибесін, Түркістан облысының кейбір өңірлері үшін қолдана білу де пайдалы болары сөзсіз. Осыған орай, мақаланың зерттеу нысаны ретінде еліміздегі ауылшаруашылығы дамыған өңірлерінің бірі Түркістан облысы таңдалынды. **Мақсаты** – Түркістан облысының агротуризмге бейімділігі мен әлеуметтік-экономикалық әлеуетінің факторларын жан-жақты айқындап көрсетуге негізделеді.

Зерттеу нәтижелері – Түркістан облысындағы агротуризмді дамыту ресурстарының жеткілікті екендігі анықталған; жергілікті мемлекеттік органдар тарапынан агротуризмнің кейбір бағыттарын қолдауға қаржылай көмектердің жеткілікті екендігі айтылған; агротуризмді дамытудың мүмкіншіліктері қандай аудандарында жоғары екендігіне қатысты талдау жасалынып, ұсыныстар көрсетілген; агротуризм - аграрлық кәсіпкерліктің табысты туристік бағыт ретіндегі өзгешеліктері көрсетілді.

Түркістан облысының агротуристік ресурстары басқа өңірлерінен ерекшеленуіне байланысты оны кәсіби тұрғыда қолға алу міндеті пайда болуда. Осыны ескере келе ғылыми жұмыс өңірдің агротуристік әлеуетінің ресурстарына егжей-тегжейлі талдау жасалынды.

Кілт сөздер: ауылдық туризм, агротуризм, туристік кластер.

Abstract. The development of agrotourism in the Turkestan region is important for the development of not only the natural resources of rural areas, but also culture, national cuisine, history and traditions of the Kazakh people. This industry belongs to a potential topic that determines the directions of the future development of domestic tourism and agriculture. Agrotourism is a type of tourism that can be organized in rural areas, which in recent years, according to statistics, is in great demand among consumers. This sector is aimed at the economic growth of rural settlements, the preservation of ecosystems and cultural values, the development of territories, as well as providing solutions to issues such as infrastructure, unemployment in rural areas. Definitely, it will be useful to

use the experience of European countries in the field of agrotourism for some regions of the Turkestan region. In this regard, the Turkestan region, one of the most developed regions of the country's agriculture, was chosen as the object of study of the scientific article.

The goal - is to comprehensively identify the factors of socio-economic potential and propensity of the Turkestan region to agrotourism.

Research results - it was found that there are enough resources for the development of agrotourism in this area; it was noted that financial assistance to support some areas of agrotourism is sufficient from local government agencies; recommendations were analyzed and given on which areas have the highest opportunities for the development of agrotourism; the features of agrotourism as a successful tourist destination of agricultural entrepreneurship in general are shown.

Conclusions - due to the fact that the agro-tourism resources of the Turkestan region differ from other regions, the task of its professional development arises, for example, in the Almaty region of Kazakhstan, the first mechanisms for the development of agro-tourism have been formed. Consider this, a detailed analysis of the resources of the agro-tourism potential of the region was carried out in the scientific work.

Keywords: Turkestan region, rural tourism, agro tourism, economic analysis, tourist cluster.

Аннотация. Развитие агротуризма в Туркестанской области имеет важное значение для развития не только природных ресурсов сельских районов, но и культуры, национальной кухни, истории и традиций казахского народа. Данная отрасль относится к потенциальной теме, определяющей направления будущего развития отечественного туризма и сельского хозяйства. Агротуризм - это вид туризма, который может быть организован в сельской местности, который в последние годы согласно статистическим данным пользуется большим спросом среди потребителей. Этот сектор направлен на рост экономики сельских поселений, сохранение экосистем и культурных ценностей, развитие территорий, а также обеспечение решения таких вопросов, как инфраструктура, безработица в сельской местности. Однозначно, будет полезно использовать опыт Европейских стран в области агротуризма для некоторых регионов Туркестанской области. В этой связи, объектом изучения научной статьи выбрана Туркестанская область, один из наиболее развитых регионов сельского хозяйства страны.

Цель - всестороннее выявление факторов социально-экономического потенциала и склонности Туркестанской области к агротуризму.

Результаты исследования - установлено, что ресурсов для развития агротуризма в данной области достаточно; отмечено что финансовой помощи на поддержку некоторых направлений агротуризма достаточно со стороны местных государственных органов; проанализированы и даны рекомендации относительно того, в каких районах наиболее высоки возможности развития агротуризма; показаны особенности агротуризма - как успешного туристского направления аграрного предпринимательства в целом.

Выводы - в связи с тем, что агротуристические ресурсы Туркестанской области отличаются от других регионов, возникает задача ее профессионального освоения, например, в Алматинской области Казахстана сформированы первые механизмы развития агротуризма. С учетом этого в научной работе был проведен детальный анализ ресурсов агротуристического потенциала региона.

Ключевые слова: Туркестанская область, сельский туризм, агротуризм, экономический анализ, туристский кластер.

Кіріспе. Агротуризм бүгінгі таңда демалушылар арасында белсенді түрде танымалдылыққа ие болып келеді. Агротуризм – ауылды мекендердің табиғи, тарихи-мәдени және басқа да

кайталанбас ресурстары мен сипаттарын қолдана отырып агротуристтік өнімнің кешенін құруға бағытталған туризмнің ерекше секторы болып табылады. Шетелдік ғалымдардың зерттеулеріне қарағанда қала тұрғындарының 30% жуығы ауылды мекендерде демалуды дұрыс көреді [1]. Мысалы, Еуропа елінде қала тұрғындарының 50% жуығы агротуризм нысандарында демалғанды ұнатады [2]. Еуропада агротуризмді қолдаудың алғашқы мемлекеттік заңнамалық және ұйымдық мәртебесі Францияда 1955 жылы қалыптасты. Онда Ауылшаруашылығы мен туризм Ассоциациясы құрылды және үлкен бастамаға айналды.

Агротуризмді дамыту қандай нәтижелерге қол жеткізуге мүмкіндік береді дейтін болсақ, біріншіден, агротуризм ұйымдастырылған әңірдің дамуына; екіншіден, әңірдің оң бейнесін қалыптастыруға; үшіншіден, жергілікті тұрғындардың жұмысбастылығын арттыруға; төртіншіден, табиғи өнімдердің өндірісі мен сұранысын арттыруға және қалыптастыруға; бесіншіден, жергілікті бизнес субъектілерінің қызметін жандандыруға ықпал етеді.

Қазақстанда туристік индустриясы енді ғана қалыптаса бастады, сондықтан еліміздің ауылдық аумақтарының – табиғи, тарихи, мәдени, этнографиялық әлеуеті әлі де сұранысқа ие емес.

Агротуризмді демалу немесе ауыл шаруашылығы субъектілерінің қызметімен танысу мақсатында туристердің ауылдық жерлерде уақытша болуын көздейтін, ауылдық жерлер мен оның тұрғындарының табиғи, мәдени-тарихи және басқа да ресурстарын пайдалануға бағытталған туризм түрі ретінде анықтауға болады.

Агротуризмнің (ауыл туризмі) болашағы зор. Соңғы жылдары біздің елімізде, бүкіл әлемдегі сияқты, туристер ағынын сырттан ішкі бағытқа бағыттау үрдісі байқалды, елдің табиғи аймақтарында және де басқа да аймақтарда демалуға деген қызығушылық арта бастады. Барған сайын экологиялық фактордың маңыздылығы жоғары болғандықтан, дамыған курорттық аймақтардағы қоршаған ортаға жүктемені төмендетуге байланысты, жаңа туристік аймақтар ізденуде.

Қазақстанда бұл сала енді дамып келе жатқан туризм бағытына жатады. Бірақ, бірқатар ел өңірлері осы саланы жолға қоюда бірқатар нәтижелерге қол жеткізді. Түркістан облысының бұл бизнестің дамуындағы ұсынатын мүмкіндіктері жеткілікті, себебі, Түркістан облысында еліміздегі дамыған аграрлық сектор мен туристік инфрақұрылым қалыптасқан деуге негіз бар. Өңірде аграрлық туризмді дамытуға ұмтылушы бірнеше кәсіпкерлік нысандарының бар екендігіне зерттеу барысында көз жеткіздік.

Бірақ, ол кәсіпкерліктердің аграрлық туризмді дамытуға белсенді кірісуіне бірнеше факторлар әсер етіп отыр, оның бірі ретінде аграрлық секторлардың қожайындарының туристік фирмалармен нашар қарым-қатынасы және интернет ресурстарын пайдалануға ынтаның жоқтығы. Туристік фирмалармен келіссөздерде әріптестік келісімшарттың соңына дейін түзілмеуі және онда мүдделі тараптардың өзара қайшылықтарының шешім таппауын түйінді мәселеге жатқызамыз.

Қазіргі таңда Қазақстанның ауылды елдімекендері аграрлық индустрияның белгілері бойынша бірқатар алға жылжуларды көрсетіп отыр. Оның ішінде Түркістан облысының ауылдар айтарлықтай жетістіктерге жетіп отыр. Ауыл тұрғындары үкіметтің аграрлық кәсіпкерлікті дамыту бағдарламалары бойынша бірқатар жеңілдіктерге ие болуда және салық тқлеу индикторлары аясында жақсы көрсеткіштер айқындады. Яғни, ауыл тұрғындары экономикалық-әлеуметтік және өзін-өзі жұмыспен қамтамасыз ету тұрғысында жоғары нәтижелерге қол жеткізуде.

Алайда, қосымша үндеу ретінде сыртқы және ішкі нарықтың аграрлық сектордағы бәсекелестігі арту үстінде. Сыртқы нарықтан Қазақстанның ауылшаруашылығы саласының өнімдеріне арзан ұсыныстар келіп жатқандығы мәлім. Түркістан облысының ішкі нарығын да да аграрлық кәсіпкерлік бойынша өзара бәсекелестіктің артып жатқандығын байқау қиын емес. Сонымен қатар, демографиялық өсімнің қарқыны өңірде қарқынмен өсуде. Ал, бұл фактор жер

көлемінің азаюына келетіндігі сөзсіз. Жердің өндірілмейтін табиғи ресурсқа жататындығын ескере отырып, оның жылдан-жылға азаятындығына көңіл аударған жөн. Бұл қажеттіліктер қолда бар жер ресурстарын тиімді пайдалануға жетелейтіндігі сөзсіз. Осыған орай, аграрлық салада жаңа тәсілдер мен идеяларды қолдану, болашақтағы өңірдің дамуының табыс кепілі болып табылмақ.

Түркістан облысы мәдени-архитектуралық тұрғыда туристер үшін маңызды аймақтардың бірінен саналады. Облыс аумағына жыл сайын миллионнан астам туристер келіп тамашалайды. 2021 жылы облыс орталығы Түркістан қаласына келген туристердің саны (жергілікті тұрғындарды қосқанда) миллионнан асқан. Осы үлкен туристік ағымның кем дегенде 30% жуығын агротуризммен танысуға бағыттаса, онда ол ауылды елдімекендердің дамуына серпіліс беретіндігі сөзсіз [3].

Аграрлық туризмді дамыту ауыл тұрғындары үшін, табыс табудың балама түріне айналатындығын уақыт нақтылауда. Бұл бір жағынан жыл сайын санмен өсіп келе жатқан қала тұрғындарының табиғат аясында демалуына жағдай жасап, осы арқылы ауыл халқының өзін-өзі қаржылай қаматамасыз етуіне алып келетін бағытқа айналады. Бұл тәжірбиені Қазақстанның өзге облысының ауыл кәсіпкерлері жоғары дәрежеде қолданып келе жатыр [4].

Түркістан облысының табиғи ландшафты мен бау-бақша алқаптары туристердің демалатын белсенді аймақтарына айналуына жергілікті биліктің де мүддесі зор. Бұған олардың іске асырған әкімшілік қадамдары мен шешімдерінен көз жеткіземіз. Аграрлық туризмді дамытудың субъектілері болып – ақпараттық, кеңестік, әдіснамалық және ұйымдастырушылық қолдаулар болып табылады. Бұл бағытта Қазақстанның Ауылшаруашылығы министрлігі түрлі шаралар ұйымдастырып, қаржылай-материалдық жәрдемдер ұсынуда.

Бұл мақалада Түркістан облысындағы аграрлық туризмнің қазіргі даму ахуалы мен оның болашақтағы ұсынатын нәтижелері бойынша ғылыми талдау жасалынған. Мақаланың өзектілігі ретінде оның әдіснамалық-ақпараттық тұрғыда ауыл кәсіпкерлеріне ұсынатын материалдық база тұрғысындағы маңызын атауға болады.

Зерттеу материалдары мен әдістері. Зерттеу материалдары ретінде агротуризм мен маркетингтік қызмет көрсету салалары бойынша теориялық қолданыстағы батыстық ғалымдардың еңбектері мен тұжырымдары қолданылды, себебі агротуризмді бизнестің белгілі бір түріне айналдырып, экономикалық моделін жетілдіруде американдық зерттеушілердің рөлі жоғары. Бұл американдық зерттеушілердің теориясында агротуризмнің даму бағыттарын анықтайтын модельдер мен әдістер талқыланды [5]. Бұл теориялар нарықтың субъектілерін өз қызметтерінде «жеке қарым-қатынас» деңгейінде жаңа технологияларды қолдануға шақыруды көздейді, яғни, бизнес ол – жаңа технологиялар аясында жеке қарым-қатынасты дамытуға аса мүдделі болып табылады. Бүгінгі таңда, Түркістан облысындағы ауылдық жерлердегі туризмді дамытуда тосқауыл болып тұрған мәселелердің қатарына - туристік компаниялар мен фермерлердің арасындағы өзара келісімнің жоқтығы, билік пен кәсіпкерлердің арасындағы түсінбеушілік факторларының болуы мен технологиялардың жетіспеуін атауға болады.

Осыны ескере отырып, біз Түркістан облысында агротуризмді дамыту бойынша кедергілерді анықтау мен қолда бар менеджмент және маркетингтік технологияларды одан әрі жетілдіруді шешуге көмектесетін статистикалық іріктеу, факторлық талдау, әдебиеттерге шолу жасау және т.б. әдістерді белсенді қолдануға ұмтылды.

Нәтижелер. Аграрлық туризм - бүгінгі таңда Қазақстанның туризм саласындағы перспективті бағыттардың бірі болып табылады. Бұл бірінші кезекте ауылды жерлердің әлеуметтік-шаруашылық әлеуетін көтеруде үлкен серпіліс беретін күш болып табылады. Жалпы қарастырғанда агротуризм ауылдық аймақтардың әлеуметтік-экономикалық мәселелерін шешуде кешенді шешімдер мен мүмкіндіктерді ұсына алады. Оның жандануы арқасында ауылды елдімекендерде орта және шағын кәсіпкерлікті дамытуға, жолдарды салу мен жөндеуге,

ауылшаруашылығы өнімдерін өндіру мен қайта өңдеу, тарихи және этнографиялық ресурстарды игеру, инновациялық технологиялардың тартылуы қамтамасыз етіледі. Сонымен қатар, ең бастыларының қатарында ауылды жерлердегі жұмыссыздық мәселесінің шешілуінде балама қызметін атқаруға көмектесе алады.

Түркістан облысы еліміздің облыстарының ортасында халық саны жөнінен ең үлкен аймақ болып табылады. Ауылдардың саны мол және тығыз орналасқан. Жұмыссыздық мәселесінде өзара бәсекелестіктің рөлі жоғары. Қолда бар табиғи және материалдық ресурстарды пайдала отырып жұмыс көздерін ашу қоғамның әл-ауқатын одан әрмен жақсартатындығы сөзсіз.

Мал шаруашылығы түрлерінен ферма ұйымдастыру арқылы туристерге экскурсия ұйымдастыра алатын агробизнесті құрудың тәжірбиесі Қазақстанда қалыптасып үлгерді деуге болады. Мысалы, Алматы облысының Еңбекшіқазақ ауданының Аймен ауылында «Фауна» страус өсіретін фермасы осы бағытта бірқатар танымалдылыққа ие болып үлгерді, бұдан бөлек алма бақтары және балық фермаларын айта кеткен жөн [6].

Жоғарыда аталған ферманың негізіндегі шаруашылық нысандары Түркістан облысында да көрініс таба бастады. Бірақ, оларға туристік тартымдылықтың деңгейі салыстырмалы тұрғыда жоғары көрсеткіштерге ие емес. Мысалы, Түркістан облысының Бәйдібек ауданында асылтұқымды гиссар қойларын өсірумен айналысатын «ДОДА» фермасы айналысады [7]. Бүгінгі таңда, гиссар қойларының саны бірнеше жүзді құрайды және туристердің тамашалауына ұсынатын ерекшеліктері бар болып табылады. Бірақ, аудан аумағына тарихи-мәдени зияратпен келуші туристер аталған шаруашылықтың өмір сүруінен бейхабар екендігіне көз жеткізді. «Домалақ Ана» кесенесіне зияратпен келуші 5 туристен «ДОДА» шаруашылығы туралы сұрағанымызда, олардың хабары жоқтығы мәлім болды.

Осыдан соң, жергілікті тұрғындардан аталған ферманың мекен-жайын сұрау барысында олардың тек біреуінің хабардар екендігіне көз жеткіздік. Осыған қарап, жергілікті ерекше шаруашылық түрлерімен айналысатын фермалардың қоғамдағы танымалдылық деңгейін анықтауға болады.

Облыстағы туристер үшін тартымды аудандардың бірі Бәйдібек ауданы болып табылады. Аудан аумағында тарихи-мәдени ескерткіштермен қатар, табиғи қызықты нысандардың мол екендігі айқын. Мысалы, ауданның таулы өлкесінде орналасқан «Ақмешіт» үңгіріне жыл сайын елімізден ғана емес, шетелден де туристер ағылып келеді. Олардың бірқатарын, жылқы, қой шаруашылығымен айналысатын фермалардың қызметімен танысуға бұру, мал шаруашылығының дамуына үлкен ынталандыру сыйлайтындығы сөзсіз.

Облыс аумағының бақ-бақша өндірісіне бай екендігін ескере келе, осы саланы дамытуға көп еңбек жұмсау қажеттігін мойындау қажет. Табиғи ресурстарды тамашалаумен қатар, туристерге жасанды табиғи өндіріс ресурстарын көрсету және осы арқылы кіріс түсіру кезек күттірмейтін міндеттердің қатарына жатады.

Агротуризм моделіне тән ерекшеліктерді қарастыратын болсақ, Еуропа үшін агротуризм негізінен ауыл шаруашылық өндірістегі дағдарыс салдарын жоюдың тетігі ретінде қалыптасты. Мамандар еуропалық агротуризмнің дамуының бірнеше «толқындарын» бәліп қарастырды. Бірінші кезеңді немесе «толқынды» агротуризмнің әмбебап моделі (британдық, немістік, итальяндық, француздық) шеңберінде қалыптасқан классикалық үлгі ретінде сипаттайды. Ал, екінші кезең Болгария, Венгрия, Греция, Польша және Румыния тәрізді елдерде агротуризмнің пайда болуы, сонымен қатар тарихи, мәдени және этникалық сипаттамалары бар агротуризм баламаларының қалыптасуымен ерекшеленген [8].

Түркістан облысының агротуристік тартымдылық бойынша аудандарының жіктелуі біздің зерттеуіміз бойынша маңызды саналады. Облыс құрамында 14 аудан орналасқан. Олардың туристік тартымдылығы түрлі факторларға тәуелді. Мысалы, Түлкібас ауданы өзінің керемет табиғи көрінісімен туристерді тартады. Аудан жеріндегі ауылдар туристерге бау-бақша, бал

өнімдерінен түрлі ұсыныстар әзірлейді. Демалыс аймақтарындағы үйлер, емдік-саулық орталықтары, бассейндер, атпен қыдыру қызметтері жолға қойылған. Бірақ, қазіргі таңда трендке ене бастаған глэмпинг (шатыр) демалу қызметін ұсыну әлі дамымай отыр. Бірақ, Түлкібас, Төле би аудандарының ауыл тұрғындары туризмнің арқасында жұмыс, жол, көлік қатынасы мәселелерін шешуге қол жеткізді.

Аудан аймағында жалпы құны 347 млн. теңгені құрайтын «Жайлау» емдеу-сауықтыру орталығы салынуда. Ол алдағы уақытта сыйымдылығы 100 орындық орталыққа айналып, 50 жаңа жұмыс орнын қамтамасыз ететін болады [10]. Ауданның табиғи ландшафты жылқы шаруашылығын дамыту мен оның өнімдерін жандандыруға қолайлы факторлар туғызады. Соның бірі саумалмен емдеу орталығы болып табылады. Саумал қазіргі таңда туристер мен жергілікті тұрғындар арасында үлкен сұранысқа ие. Осыған байланысты, Түлкібас ауданының орталығында саумалмен емдеу орталығын ашу жоспарлануда. Бұл агротуризмнің дамуын жаңа деңгейге шығаратыны ықтимал. Түлкібас ауданының әкімшілігінің хабарлауынша 2025 жылы ауданға 20 мыңнан астам туристерді тарту көзделінген және олардың 10% шетелдік болуы болжамдалынған.

Облыс аумағында жаңадан құрылған Сауран ауданының елдімекендеріндегі тарихи ескерткіштер мен киелі орындардың орналасуын ескере отырып, онда этнографиялық бағыттағы туристік көрмелер мен шағын нарықтардың даму перспективасы жоғары болып табылады. Ауылды аймақтарда қолөнер бұйымдары мен тарихи ескерткіштердің бейнелері бейнеленген бұйымдардан тұратын көрмелер мен дүкендерді алға жылжытудың факторлары Сауран, Отырар аудандарында мәнге ие.

Агротуризмді Түркістан облысының аумағындағы ауылдарда дамытудың негізгі бағыттарының санатына келесідегідей белгілерді жатқызамыз:

- Түркістан облысына туристік мақсатта келуші туристер ағымының артуы және олардың агротуризм нысандарына қызығушылығының ұлғаю үрдісі;
- ауыл туризмінде қызмет етуші нарық иелерінің кәсіби деңгейін жетілдіру;
- үй шаруашылығы өнімдерінің ассортиментін өсіру;
- органикалық егіншілікті дамыту;
- ауылды елдімекендерде шағын бизнес ұйымдарының санының артуы;
- жеке шаруашылық пен фермерлік шаруашылықтың ауылды аймақтардағы өндіріс көлемінің жүзеге асуын ұлғайту;
- жергілікті сәулет ескерткіштерін, халықтың өнері мен әдет-ғұрыптарының элементтерін сақтау және насихаттау;
- туристік қызметке аса көңіл бөле отырып, қызметтер саласының кеңеюін қамтамасыз ету.

Жоғарыда аталған бағыттардың ішінде халықтың әдет-ғұрыптарын сақтау және салт-дәстүр элементтерін бизнестік мақсатта қолданудың маңызы зор деп пайымдаймыз, себебі, Түркістан облысында еліміздегі негізгі салт-дәстүр ошақтары орналасқан және оларға қызығушы республика тұрғындарының саны жылдан-жылға арту үстінде.

Қорытынды.

Қорытындылай алғанда, аграрлық туризм Түркістан облысының аумағындағы ауылды мекендерді дамыту мен өмір сүру деңгейін арттырудың маңызды элементі саналады. Пандемия цифрлық технологиялардың дамуына қозғалыс беріп, үкімет тарапынан бірқатар маңызды қадамдар жасалды. Осы инновациялық технологиялардың көмегімен облыс аумағындағы бау-бақша өндірісін дамыту және оған келушілердің санын ұлғайтуға тамаша мүмкіндіктер туып отыр.

Агротуризм ауылдық аумақтарда ұйымдастырылатын демалыспен бірге, ауыл шаруашылық жұмыстарына араласуға, жергілікті гастрономияны, қол әнершілікті дамытуға, ерекше

қорғалатын табиғи аумақтарда ұйымдастырылатын экскурсияларға қатысуға мүмкіндік берері сөзсіз.

Біздің зерттеу жұмысымыздың пікірі бойынша агротуризм саласы Түркістан облысында жаңадан қалыптасып келе жатыр және болашақта үлкен перспективалық маңызға ие болып табылады. Бұл үшін, облыстың табиғи және адами ресурстары жеткілікті деңгейде әрі үкіметтік қолдау белсенді түрде жалғасуда. Осымен қатар, зерттеу барысында атап өткеніміздей жергілікті фермерлердің туристік фирмалармен қоян-қолтық жұмыс атқаруына ақпараттық-кеңестік жәрдемдер қажет. Фермерлердің электрондық ресурстар арқылы өнімдерін насихаттау мен өткізу әдістеріне тың идеялар мен өзгерістерді түсіндіру жұмыстарын жүйеге қою да кезекті міндеттердің қатарынан саналады.

Түркістан облысында орналасқан қалалар сонымен қатар Батыс Қытай-Батыс Еуропа дәлізінің орналасуы, маңындағы ауылдар мен демалыс орындарының қызметіне деген сұранысты арттыратындығы сөзсіз. Себебі, озық дамыған шетелдік мемлекеттердің тәсілі бойынша қонақжайлылықтың қалыптасуына орай, үкіметтік жобалар жақын маңдағы елдімекендердің даму картасын өзгертуге шешімдер қабылдайды. Біздің көзқарасымыз бойынша, облыс аумағындағы ауылдарда инновациялық агрокешендердің салынуы мен замануи ақпараттық-коммуникациялық технолоияларды тиімді қолдануға басым назар аударған жөн болып табылады.

Әдебиеттер тізімі

- [1] Слинкова О.К. Агротуризм в системе туристского мирового рынка / Слинкова О.К. // Научный результат. – 2017. - №3. – С. 74-82.
- [2] Raj, A. 6-differences in COVID-19 case fatality: do we know enough? / A. Raj // The Lancet Global Health.- 2020.- Vol. 9.- N. 1.- P.14-15.
- [3] Senapati, N., Semenov, M. Global wheat production could benefit from closing the genetic yield gap / N. Senapati, M. Semenov // Nature Food. - 2022. - Vol. 3. — P. 532-541.
- [4] Hirzel, J., Undurraga, P., León, L., Panichini, M., Carrasco, J., González, J., & Matus, I. Durum wheat grain production, grain quality, and plant nutrient concentration in response to different residue levels from two biannual crop rotations / J. Hirzel, P. Undurraga, L. León, M. Panichini, J. Carrasco, J. González & I. Matus // Journal of Plant Nutrition. - 2021. - Vol. 3. — 44. — N.5. — P. 619-628.
- [5] Zhang, Q., Zhang, F., Wu, G. & Mai, Q. Spatial spillover effects of grain production efficiency in China: Measurement and scope / Q. Zhang, F. Zhang, G. Wu & Q. Mai // Journal of Cleaner Production. - 2021. - Vol. 278. —P.121062.
- [6] Falkendal, T., Otto, C. Grain export restrictions during COVID-19 risk food insecurity in many lowand middle-income countries / T. Falkendal, C. Otto // Nature Food volume. - 2021. - Vol. 2. — P. 11–14.
- [7] Смагулова, Ш.А. Инвестициялар Қазақстанның АӘК-ін дамытудың ынталандырушы факторы ретінде / Ш.А. Смагулова // Проблемы агрорынка. – 2021. - №4. - Б.31-40.
- [8] Р. Шоқан, М. Каменова, Б. Аймурзина. Агротуризм ауылдық аумақтарды дамытудың перспективалық бағыты ретінде. Аграрлық нарық проблемалары, № 2, 2023
- [9] Қазақстандық агро және ауылдық туризм қауымдастығының ауыл тұрғындарына агротуризмді ұйымдастыруға арналған нұсқаулығы. Алматы, 2022 жыл, 5-бет.
- [10] Smagulova, Sh., Yermukhanbetova, A., Akimbekova, G., Yessimzhanova, S., Razakova, D., Nurgabylov, M., Zhakupova, S. (2022). Prospects for Digitalization of Energy and Agro-Industrial Complex of Kazakhstan / Sh. Smagulova, A. Yermukhanbetova, G. Akimbekova, S. Yessimzhanova, D. Razakova, M. Nurgabylov, S. Zhakupova // International Journal of Energy Economics and Policy. - 2022. - Vol. 12. — N.2. — P.198-209.

С.Н. НУРИМБЕТОВА¹, Б.У. СЫЗДЫКБАЕВА²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті,
(Қазақстан, Астана), E-mail: nurimbetovas99@mail.ru

²э.ғ.д., профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті,
(Қазақстан, Астана), E-mail: alya1960@list.ru

ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНДАҒЫ ҚОНАҚ ҮЙЛЕРГЕ ИННОВАЦИЯНЫ ШЕТЕЛ ТӘЖІРИБЕСІ АРҚЫЛЫ ЕНГІЗУ

Аннотация. Бұл мақалада Түркістан қаласындағы қонақ үйлерге инновацияны дамытудағы проблемалар мен перспективалары негізіне тереңінен тоқтала отырып, шетелдегі қонақ үйлердегі инновацияны Түркістанға енгізу туралы баяндалды. Сонымен қатар, Түркістан қаласындағы туристік кешендердің ашылуы, инвестициялардың көлемі, жаңа қонақ үйлердің ашылуына да қатысты атап өтілді. Халықаралық қонақ үй бизнесіндегі инновациялық технологиялар қарастырылды. Шетел тәжірибесі арқылы қонақ үй қызметінің сапасы жоғары болуы үшін қай бағытта тоқталу керек екені ұсынылды.

Кілт сөздер: Қонақ үй, инновация, перспектива, экономика, туристік индустрия, шетел тәжірибесі

Abstract. In this article, it was described in detail about the introduction of innovations in hotels abroad in Turkestan, focusing in detail on the problems and prospects for the development of innovations in hotels in Turkestan. The opening of tourist complexes in the city of Turkestan, the volume of investments, the opening of new hotels were also noted. Innovative technologies in the international hotel Bin are considered. And the same foreign experience suggested in which direction to stop so that the quality of hotel services was high.

Keywords: hotel, innovation, perspective, economy, tourism industry, foreign experience

Аннотация. В данной статье было подробно рассказано о внедрении инноваций в гостиницах за рубежом в Туркестане, подробно остановившись на проблемах и перспективах развития инноваций в гостиницах города Туркестан. Также было отмечено открытие туристских комплексов в городе Туркестан, объем инвестиций, открытие новых гостиниц. Рассмотрены инновационные технологии в международном гостиничном бизнесе. Через зарубежный опыт было предложено, в каком направлении остановиться, чтобы качество гостиничных услуг было высоким.

Ключевые слова: гостиница, инновации, перспектива, экономика, туристическая индустрия, зарубежный опыт

Кіріспе. Халықаралық қонақ үй бизнесі қазіргі әлемдік экономикада өте маңызды орын алады. Соңғы онжылдықта ол экономикалық қызметтің ең екпінді келе жатқан және өте тиімді түрлеріне жатады. Туризм экономикасы әлемдік жалпы ішкі өнімнің (ЖІӨ) 5% құрайды, ал ол шамамен 8% толық жұмыспен қамтамасыз етеді.

Қонақ үй кәсіпорнының сәттілігі көптеген факторларға байланысты: ассортимент, қызмет көрсету және оның сапасы, басқару моделі, нарықтық факторлар, бәсекелестік орта және тағы да басқа, алайда, қонақ үй секторының инвестициялық тартымдылығының өсуі жағдайында,

нарықта өмір сүру және қажетті бәсекелестік позицияларға қол жеткізу үшін қонақ үй бизнесінде қызмет көрсетудің тек жоғары стандарттарын сақтау жеткіліксіз. Сондықтан қазіргі таңда қонақ үйлерде инновациялық технологиялар қызметтің тиімділігін арттырудың практикалық құралы ретінде белсенді қолданылады. Осыған байланысты қонақ үй шаруашылығын басқарудың инновациялық әдістерін әзірлеу мен қолданудың қажеттілігі мен маңыздылығы аса маңызды рөлді атқарады. Й.Шумпетер "Экономикалық даму теориясы" (1911) атты өзінің жұмысында алғаш рет дамудағы өзгерістердің жаңа комбинацияларының мәселелерін қарастырып, инновациялық процестің толық сипаттамасын берген болатын. Инновация деп ол тұтыну тауарларының жаңа түрлерін, жаңа өндірістік, көлік құралдарын, нарықтарды және өнеркәсіпте ұйымдастыру нысандарын енгізу және пайдалану мақсатындағы өзгерісті білдірді [1].

Түркістан қаласындағы қонақжайлылық индустриясы

Қонақжайлылық индустриясындағы әлемдік тенденцияларды талдау бұл - қызмет көрсету сапасы жоғары даму қарқынына ие және оған жоғары көңіл бөлінетін елдерге айтарлықтай табыс әкеледі деген ой түйіндеуге болады. Қазіргі заманғы Түркістан қаласындағы қонақжайлылық индустриясы қалыптасу процесінде, оның жолында туындайтын кедергілерді жеңу қиынға соғады. Отандық нарық үшін бизнесті әрі қарай қалыптастырудың жаңа нысандарын іздеу және пайдалану қонақжайлылық индустрия саласын тиімді басқару үшін маңызды сәт болып жатыр.

Қазіргі уақытта Қазақстандағы қонақ үй шаруашылығының жұмыс істеу тәжірибесі нарықтың заманауи талаптарына толықтай сәйкес келмейді, бұл қонақ үйлерді пайдалану мен басқаруға байланысты үлкен шығындардан туындаған кәсіпорындардың төмен пайдасынан көрінеді. Қонақжайлық бизнесіндегі отандық кәсіпорындары негізінен шетелдік компаниялармен салыстырғанда олардың бәсекеге қабілеттілігі жоғары екені анық. Егер оған не себеп екеніне назар аударатын болсақ, отандық қонақ үйлерден айырмашылығы, шетелдік қонақ үйлер бәсекелестік ортада жұмыс істеуге, айрықша сапалы қызмет көрсетуге, әлемдік тенденцияларды іздену арқылы инновацияны жиі енгізуге және соңғы жетістіктерді тек осындай қызмет көрсету бөлігінде ғана емес, сонымен қатар басқару құрылымына да қатысты енгізуге дайын екенін байқауға болады.

Түркістан қаласында қонақ үй және туристік қызмет жақында дами бастады. Және де қазіргі уақытта көп уақыт әрі назар бөлінуде. Әлі әр қонақүйде сіз озық, инновациялық технологияларды таба алмайсыз. Бірақ қонақ үй бизнесін әр түрлі инновациялар мен әзірлемелерді өз бизнесіне үнемі енгізіп, әрі қарай дамыту үстінде.

Түркістанда «Керуен-Сарай» туристік кешені ашылды, ол аумақ отағы ең ауқымды жобаға айналды. «Керуен-Сарай»-да 113 нөмірге есептелген екі премиум-класты қонақ үй, жылына 300 мың адам жүретін сауда және отбасылық-ойын-сауық орталықтары, сондай-ақ панорамалық аттракцион, SPA-орталықтар, 8D форматындағы жаңа технологияларды пайдаланатын ұшатын театр қарастырылған. Бұдан басқа, Түркістан қаласында 120 нөмірлі 5 жұлдызды «Rixos Turkistan» қонақ үйі пайдалануға берілді. Қонақ үй кешені сыйымдылығы 1200 орындық конференция залымен толтырылған, сондай-ақ қонақ үй индустриясының халықаралық стандарттарына сәйкес салынған. Қонақ үйде 2 мейрамхана, банкет залы, 2 конференция залы, сауда-ойын-сауық кешені, жабық жүзу бассейні, құрғақ және ылғалды сауна, түрік моншасы, бес жұлдызды қонақ үйлердің талаптарына сәйкес келетін басқа да нысандар мен құрылыстар бар [2].

Қонақжайлылық индустриясындағы инновациялық қызмет трендтері

Шетелдік мысалда келтірсек қазіргі кезеңде қонақ үй кешенін басқарудың тиімді жүйесін қалыптастырудың негізгі құралдары ретінде озық технологияларды (соның ішінде инернет

желісін) пайдалану, энергия тиімділігі, пайдаланушылардың сұранысына бейімделу, көпфункционалдылық, икемділік, әлеуметтік және экологиялық жауапкершілік, операциялық шығындарды реттеу болып табылады. Интернет желісінің дамуы қонақ үй мен туристік бизнеске тиімділікті арттыру, шығындарды азайту, тіпті шағын компаниялар үшін де тұтынушыларға қол жетімділікті жеңілдету сияқты артықшылықтарды береді. Электрондық пошта маркетингі әсіресе тез дамып келеді.

Халықаралық қонақ үй операторлары өз жұмысында инновациялық технологияларды сәтті қолдануда: 2017 жылдан бастап "Starwood" басқаратын қонақүйлер тұтынушыларға мобильді қосымшалар арқылы қонақүй бөлмелеріне кіруге мүмкіндік беретін "smart keys" жүйесін қолданады. Тәжірибесінде менеджмент ресурстарды үнемдейді және көшіру қиын болатын технологиялық экожүйені құру арқылы бәсекелестік артықшылықты қалыптастыру арқылы орналастыру уақытын қысқартады. Marriott қонақ үй бренді маркетингтік акциялар ретінде инновациялық технологияны пайдаланады: виртуалды шындық көзілдірігі әлеуетті қонаққа желідегі қонақүйлердің бірінде виртуалды экскурсияға баруға мүмкіндік береді. Ресейлік қонақ үй тізбектері де инновация ретінде негізінен электронды басқару жүйелерін пайдаланады. Қонақ үйлер сату арналарының тиімділігін талдайтын, квоталарды, ассортиментті және тарифтерді басқаратын мамандандырылған жүйелерге қосылады. Сондай-ақ, сату және брондау менеджерлерінің функциялары бар персоналдың бір бөлігін алмастыратын онлайн брондау жүйелері заманауи қонақүйлердің өміріне мықтап енді және де Түркістан қаласындағы қонақ үйлерде де жаппай енгізілген [3].

Келесі тоқталатын шетел инновациясы ол - туристерді өнер құралдарымен тартумен қатар, премиум-класс қонақ үй қызметтерін ілгерілету бойынша кеңейтілген әлемдік тәжірибе-бұл түпнұсқа қонақ үй өнімін жасау үшін клиенттердің тар сегментіне шоғырлану. Мысалы, бүкіл әлемде Women only қонақ үйлерінің саны артып келеді. Мұндай алғашқы қонақ үй (әйелдерге арналған барбизон қонақ үйі) XX ғасырдың басында пайда болды. Бұл "тек әйелдерге арналған" қонақ үй феминизмнің символы ретінде қабылдануы керек еді. Алайда, XX ғ. 80-ші жылдардан бастап радикалды ережелер жеңілдетілді, барлық адамдар қонақ үйде тұра алады. Қазіргі кезеңде қонақ үй АҚШ-тың тарихи орындарының ұлттық тізіліміне енгізілген [4].

Бостон қаласындағы Mandarin Oriental – дан бастап, Редвуд-Сити қаласындағы Holiday in Express қонақ үйлерде келген туристтерді кәдімгі күтушілер емес, роботтар қызмет көрсетеді. Олар клиенттердің жүктерін арнайы камераларға өздері орналастырады, бөлмелерді жинайды. Ұмытылған заттарыңыз болса, бір мезетте жеткізіп береді. Қонақ үй боттарында әдетте қонақүй формасына ұқсайтын галстуктан тұрады. Бұл инновацияның түрі қызметкерлер жеткіліксіз болғанда өте тиімді [4].

Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, қонақ үй кәсіпорындарының заманауи брондау жүйелерін, адалдық бағдарламаларын, виртуалды шындық технологияларын, интерактивті мессенджерлерді, "ақылды үй" сияқты автоматтандырылған басқару жүйелерін және т.б. қолдану арқылы автоматтандырылған қызмет көрсетуге көшуі уақыт шығындарын айтарлықтай үнемдеуге, қызметтердің сапасын арттыруға және өзіндік құнын төмендетуге мүмкіндік береді. Осылайша, қонақ үй шаруашылығындағы менеджменттегі инновацияның рөлі тұрақты түрде артып келеді.

Осылайша, инновациялық технологиялар бірнеше функцияларды орындайды:

1. репродуктивті-инновациядан түскен пайда ресурстар көзі ретінде пайдаланылады;
2. инвестициялық-алынған пайда одан әрі инновациялық әзірлемелерді қаржыландыру үшін пайдаланылуы мүмкін;

3. ынталандырушы-инновацияларды енгізу осы бағыттағы одан әрі қозғалысты, дамуды және жаңа жаңалықтарды іздеуді ынталандырады.

Шетелдік тәжірибеде туризм және қонақжайлылық саласындағы инновациялық бағыт:

- туристік өнімдердің, мейрамхана өнімдерінің, қонақ үй қызметтерінің және т. б. жаңа түрлерін шығару;
- дәстүрлі өнімдерді өндіруде жаңа жабдықтар мен технологияларды пайдалану;
- бұрын пайдаланылмаған жаңа туристік ресурстарды пайдалану;
- дәстүрлі туристік өнімдерді, қызметтерді өндіруді және тұтынуды ұйымдастырудағы өзгерістер және т. б.;
- жаңа маркетинг, жаңа менеджмент;
- өнімді өткізудің жаңа нарықтарын анықтау және пайдалану.

Түркістан қаласындағы қонақ үйлерді инновация арқылы дамыту бойынша ұсыныстар

Түркістан қаласының туризм саласы жоғары табысты болуы үшін туризмді дамытудың әлемдік тәжірибесі көрсетіп отырғандай, туристік нарықтың, мемлекеттік және жеке секторлардың барлық қатысушыларының күш - жігерін шоғырландыру қажет екенін атап өткім келеді. Мұнда да республика үкіметінің рөлі мемлекетаралық, мемлекеттік және жеке деңгейлерде туристік индустрияда даму саясаты мен жоспарлауды үйлестіруді қамтамасыз ету болып табылады.

Қонақүйде инновациялардың пайда болуы мыналарды қамтиды:

- шығындарды азайту және ресурстарды үнемдеу;
- жаңа тұтынушыларды тарту;
- жаңа өндірістік күштерді тарту;
- өнімділік пен еңбек тиімділігін арттыру;
- бренд туралы хабардарлықты арттыру;
- бәсекеге қабілеттілік деңгейін арттыру.

Жоғарыда келтірілген бағыттар бойынша, Түркістан қаласындағы қонақ үйлерге инновация енгізу арқылы дамытуға болады. Сонымен, қонақ үй бизнесінің даму тенденциялары қызықты жаңалықтарды пайдалануға мүмкіндік береді. Және де Түркістан қаласындағы қонақ үйлерге атап өткен инновациялардың келесідей түрлерін енгізуді ұсынамыз:

- Кәдімгі ұялы телефонның көмегімен нөмірдің ашылуы мен жабылуын басқаруға арналған карталарды ауыстыру. Мысалы, Хилтон немесе Starwood Hotels and Resorts сияқты қонақүйлерде бұл нағыз брендке айналды десек болады. Мұндай жүйе клиенттердің тұруын ыңғайлы ете отырып, кілттің жоғалмауына толығымен кепілдік береді.
- Айнада орналасқан сапалы теледидар жуынатын бөлмелерде, бассейнде болған кезде қызықты бағдарламаларды көруге мүмкіндік береді. Мұндай жаңа инновацияны әлемнің көптеген қонақ үйлерінен көруге болады. Әрине қаржы тұрғысынан қымбатқа түседі, алайда көптеген туристтерді қызықтыратыныны сөзсіз.
- Тез жылдамдықты интернет желілері аса маңызды және кеңінен сұранысқа ие. Бұл қазіргі уақытта қызметтің негізгі көрсеткіші. Барлық қонақтар тек демалуға ғана келмейді. Кейбіреулерді жұмыс барысымен келеді. Түркістан қаласында интернет жылдамдығымен мәселе болғандықтан, бұл маңызды рөлді атқаратыны анық.
- Шетелдерде көптеген қаржы байланыссыз қызмет көрсету қызметтеріне кетті. Дәл осы себеп жоғары нәтижелерге қол жеткізуге көмектесті, әсіресе пандемия дәуірінде, көптеген елдердің экономикасы үлкен шығынға ұшырады, алайда соның арқасында қонақтарға тез әрі сапалы қызмет көрсету арқылы тағы бір дәрежеге көтерілді.

Қазіргі уақытта басқа да инновациялық шешімдер бар, олардың басты мақсаты қонақ үй саласындағы қызметтерді жақсартуға бағытталған. Кейбір технологиялар зерттеуді әлі де жалғастыруда. Инновациялар саны үнемі өсіп келе жатқанын және қонақжайлылық саласының жіктелуі одан да танымал бола бастағанын байқауға болады. Дегенмен, осы инновацияларды ақырындап Түркістан қаласындағы қонақ үй желілеріне қосқан жағдайда одан әрі дами түсетіні анық.

Қорытындылай келсек, Түркістан қаласындағы қонақ үйлерге инновацияны дамытуда қонақ үй кәсіпорнының негізгі мақсаты-қонақтарға қызмет көрсетуді тұрақты жақсарту арқылы оның кірістілігін арттыру. Қонақжайлылық саласындағы технологиялар тез дамып келеді. Бұл міндеттерді инновациялық шешімдерсіз жүзеге асыру мүмкін емес. Әр қонақ үшін күрес қонақ үйлерден олардың барлық қызмет салаларында модернизацияны талап етеді. Осылайша, қонақүйлер құрылысында инновацияларды пайдалану ғана туристік маршруттардан өту жолында ресурстар тапшылығы жағдайында олардың жайлылық деңгейін көтере алады. Өз бизнесін Қазақстанның қонақ үй шаруашылығымен байланыстыруды шешкен жеке кәсіпкерлер туризмді, көлікті және байланыс құралдарын дамытудың перспективалық бағыттарына бағдарлануы және де көрсетілген инновацияларды қолданылуы тиіс деп санаймыз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР

1. Гареев Р. Инновации в гостиничном и туристском бизнесе: учебное пособие. – М: Кнорус, 2021. – 229 с.
2. Түркістан облысының туризм басқармасы. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/turkestan-turizm?lang=kk> (17.03.2023)
3. Tourism investing in energy and resource efficiency. United Nations Environment Programme. 2010.
4. Vila M., Enz C., Costa G. Innovative Practices in the Spanish Hotel Industry // Cornell Hospitality Quarterly.- 2012. - Vol. 53, №1.- P. 75–85.

¹з.ғ.к., доцент, Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті
(Қазақстан, Ақтөбе қ.), E-mail: gulnar_kubesova@mail.com

²Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті студент
(Қазақстан, Ақтөбе қ.), E-mail: kundyz04aytbay@gmail.com, ulpan.omirbekovnaa@mail.ru

АҚТӨБЕ ОБЛЫСЫ БАЙҒАНИН ЖӘНЕ ШАЛҚАР АУДАНДАРЫНДА ШӨЛ ТУРИЗМІН ДАМУ

Аңдатпа. Мақалада шөл зонасының жағдайында туризмді дамытудың теориялық мәселелері мен өзектілігі қарастырылған. Қазақстан Республикасының шөлді аудандарында осы бағытта дамытудың емдеу-сауықтыру мүмкіндіктері мен перспективалары анықталды. Ақтөбе облысының Байғанин және Шалқар аудандарының шөлді аймақта туризмнің дамуына қолайлы жағдайлары мен факторлары көрсетілген. Шөлді аудандарда туристік саланы дамыту бойынша қорытындылар мен ұсыныстар жасалған.

Кілт сөздер: туризм, емдік-сауықтыру туризмі, шөл туризмі, ішкі туризм, рекреациялық ресурс.

Abstract. The article discusses theoretical issues and the relevance of tourism development in desert conditions. Therapeutic and health-improving opportunities and prospects for the development of this direction in the desert areas of the Republic of Kazakhstan have been identified. The conditions and factors of the Bayganinsky and Shalkarsky districts of the Aktobe region favoring the development of tourism in the desert zone are shown. Conclusions and recommendations on the development of the tourism industry are made in desert areas.

Keywords: tourism, health tourism, desert tourism, domestic tourism, recreational resource.

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические вопросы и актуальность развития туризма в условиях пустынь. Выявлены лечебно-оздоровительные возможности и перспективы развития данного направления в пустынных районах Республики Казахстан. Показаны условия и факторы Байганинского и Шалкарского районов Актюбинской области, благоприятствующие развитию туризма в зоне пустынь. В пустынных районах сделаны выводы и даны рекомендации по развитию туристской отрасли.

Ключевые слова: туризм, лечебно-оздоровительный туризм, пустынный туризм, внутренний туризм, рекреационный ресурс.

Кіріспе. Шөл-өзіне тән ландшафты, өмір сүру және даму заңдылығы бар географиялық құбылыс. Шөл - ауа температурасы құбылмалы, жауын-шашын өте аз түсетін климат жағдайында қалыптасатын ландшафтың бір түрі. Шөлдер Жер шарының 16,5 шаршы км алып жатыр. Яғни ол құрлықтың 43 % алып жатыр деген сөз. Шөлдің 15% бөлігінде халықтар шоғырланған. Шөлді аймақтар туристік көрікті жерлер болып табылады, өзінің ерекше табиғи тілі және көрікті жерлері мен экотуризмді бар.

Шөл туризмі - туризм саласының бір түрі, яғни шөлді аймақпен танысып, қыр-сырын білу. XX ғасырдың екінші жартысында жер шарының әр бұрышынан саяхатшылардың баруы жиілей бастады. Оның ішінде осы шөлді аймаққа саяхаттап келушілер кездеседі. Оған мысал ретінде, шөлді аймақтарда ерте заман өркениетінің сақталып қалуы ықпал етті.

Қазіргі таңда шөлді аймақта саяхатшылар санының өсуі, туристердің адам ізі түспеген табиғатта экстремалды жағдайда өзін байқап көрулері кездеседі. Шөлдерде көбінде туристерге сафари және түйеге мініп серуен жасау, оазистерге экскурсиялар ұсынады. Шөлдегі экстремалды туризмді қарастырсақ, мұнда құм үстінде джипп, велосипед, квадроцикл секілді көлік түрлерін қолдану арқылы жарыстар жүргізуге болады. Әуе шарымен шөлді биіктіктен бақылауға т.б туристерге қызықты экскурсиялар жасауға болады. Шөлдің жергілікті халқымен, әдет-

ғұрпымен, ұлттық тағамымен танысуға, киіз үйлер тігіп туристерді қабылдауға және екі өркешті түйелерге мініп серуен жасауға болады. Шөлдегі емдік туризмге келсек, климаты демікпелік және тұмау ауруларына шалдыққан ауруларды емдеу үшін өте қолайлы болып есептелінеді. Шөлді аймақта тұратын тұрғылықты халық қана құмға түсу, балшыққа түсу т.б. емдік қасиеттерін пайдаланып келе жатқанын байқауымызға болады. Мұндай шөлдің емдік қасиеттері еліміздің аумағында кездескенімен, әлі күнге дейін қолданылмауда. Негізгі себептері: туристік қажеттілігінің ғылыми түрде толығымен анықталмағандығы, осы салада қолданылмауы, басты мәселелердің бірі деп санауға болады. Қазіргі уақытта бірқатар шөлді аймақта орналасқан елдерде шөл туризмі жақсы дамыған, мысалы, Моңғолия, Сауд Арабиясы, Пәкістан және т.б.

Зерттеудің мақсаты - шөл туризмінің әлеуетін анықтау, денсаулық сақтау мен медицинадағы перспективалық бағыт ретінде қарастырып дамыту.

Зерттеу әдістері: салыстырмалық-аналитикалық әдіс, салыстырмалы-географиялық әдіс және т.б.

Бастапқы деректер. Тақырып бойынша арнайы әдебиеттер мен ғылыми жұмыстар қарастырылған: Александрова А.Ю., Ердавлетов С.Р., Сафонов Д.А. және т.б.

Қазақстан Республикасының табиғи аймақтарының картасына қарасақ, ең үлкен аумақты шөл зонасының алып жатыр шамамен 40 %-дан астам, ал басқа зоналар мен таулы аймақтар 60% алып жатқандығы белгілі [1]. Шөл зонасы 48-49° с.е. оңтүстікке қарай таралып, еліміздің негізгі бөлігін алып жатыр. Климат түзуші факторлардың әсерінен қалыптасқан климаттың ерекшеліктерін атап өту қажет. Жауын-шашын орташа жылдық мөлшері 200 - ден 100 мм-ге дейін төмендейді. Орташа шілде температурасы 24-28° С, орташа қаңтар айының температурасы -12 - 2°С. Жаз мезгілінде климат өте ыстық және құрғақ. Шөлдер еліміздің оңтүстік және көбіне оңтүстік-батыс бөлігін алып жатыр. Қазақстанның шөл зонасы солтүстік пен оңтүстік болып екіге бөлінеді. Солтүстік шөлдерге Үстірт пен Тұран жазығының солтүстік жартысы, Бетпақдала таулы қыраты, Мойынқұм, Балқаш маңы құмдары, оңтүстік шөлдерге Үстірт пен Қызылқұм маңындағы Тұран жазығының оңтүстік жартысы жатады. Шөлдің солтүстігінде жеңіл сұр қоңыр топырақ тараған болса, шөлдің оңтүстігінде сұр - қоңыр топырақ басым. Қазақстанда шөлдің әртүрлі кездесетін болғандықтан, бізде әр түрлі туризм бағыттарын қолдану маңыздылығын анықтап, дамыту сұрақтарымен айналысу қажет. Құмды шөлдердің ең ірілеріне Қызылқұм, Арал маңындағы Қарақұм, Мойынқұм, Сарыесік-Атырау және Каспий маңы ойпатының құмдарын жатқызуға болады. Мысалы, Ақтөбе облысындағы Үлкен және Кіші Борсықты құмдарын туризм саласында қолдануға болады. Қазақстанның батыс аймағында орналасқан Ақтөбе облысындағы атап өткен шөлдерінде туристерді қызықтыратындай емдік туризмнің басқа түрлері, экстремалды, сафари және аң аулау, шөлмен танысу ретінде бағдарламалар жүргізу осы аймақтарда шөл туризмін дамытуға мүмкіндіктер ашады [2].

Ақтөбе облысының батыс бөлігінде Каспий маңы ойпаты, оңтүстігінде Үстірт үстірті, оңтүстік-шығысында Тұран ойпаты, солтүстігінде және орталығында Орал таулары орналасқан. Облыстың көп бөлігі өзен аңғарларымен бөлінген жазық, биіктігі 100-200 м орта бөлігінде Мұғалжар тауы (ең биік нүктесі Үлкен Боктыбай тауы, 657 м) созылып жатыр [3].

Ақтөбе облысының көп бөлігін шөл және шөлейт зоналары алып жатыр. Қазіргі таңда осы аймақта орналасқан елдерде мысалы, Моңғолиядағы Гобиде шөл туризмі жақсы деңгейге көтеріліп келе жатыр. Яғни, олар өздерінде бар ресурс көздерін тиімді пайдаланып жатыр деп айтсақта болады. Қазақстанның көп бөлігін алып жатқан табиғи зона түрі шөл болғанымен, әлі күнге дейін шөл туризмінің даму деңгейі төмен. Шөл туризмін дамытуда ең бастысы бар рекреациялық ресурстарды тиімді пайдалану. Мысал ретінде қарастырсақ өз жеріміздегі Үлкен және Кіші Борсықты құмды шөлі мен Моңғолия аумағындағы Гоби шөлін қарастырып көруімізге

болады. Екі шөлдіңде физикалық-географиялық ұқсастықтары кездеседі. Мысалы, жер бедерлерінің үстіртті болуы және климаттардың ұқсастықтары, яғни бір зонада және бір географиялық белдеуде орналасуына байланысты. Бірақ Гоби шөлінің көп аумағын шөлдер емес тозған жартастар алып жатқанына қарамастан, сол аумақты қамтитын мемлекеттерде шөл туризмі жақсы деңгейде дамыған. Ал, Үлкен және Кіші Борсықты құмды шөлінің жер бедері тиімдірек болғанымен, туризм саласы жағы төмен деңгейде. Себебі, мемлекетімізде мұндай игерілмей қалған жерлерде туризм саласын дамыту мақсатында қажетті көлемде қаржы бөлінбейді. Осы мәселе аясында Ақтөбе облысы бойынша Байғанин және Шалқар аудандарындағы осы атап өткен туризм түрін қалыптастыру және дамыту жолдары туралы қарастырылады (кесте 1).

Кесте – 1. Байғанин және Шалқар аудандарының шөлді аймақтарындағы туризм саласының дамуына SWOT-талдау

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
- рекреациялық ресурстардың бар болуы; -жергілікті ЖОО туризм саласына қажетті мамандарды дайындау; -персонал; -ҚР туризм нарығына жаңа бағыт беру; -туристік саланы дамытуға арналған заңнамалық және нормативтік-құқықтық негіз; - экстремалды туризм; -емдік туризм; -шөлді аймақта көрнекті жерлердің бар болуы; -дамыту үшін жабдықтардың болуы; -ішкі нарықта бәсекелестік жоқ; -туристік инфрақұрылымның дамуы; -барлық шөлді аймақтарға темір жол магистралдары жүргізілуі. -халықаралық нарықта экотуризмге жоғары қызығушылықтың болуы;	- туризм саласындағы тәжірибенің аздығы; - ішкі туризм қарқынды дамымаған; -мемлекеттік бағдарламалардың толығымен іске аспауы; - рекреациялық ресурстарды бағалау деңгейінің төмен болуы; -жарнаманың аздығы және рәсімделуінің тартымды еместігі ; -еліміздің облыс деңгейлерінде шөл туризмін дамыту тәсілдерінің қалыптастырылмағандығы; -туристік объектілерге апарар жолдың сапасының төмендігі/ болмауы; -шөл өте ыстық аймақ; -ұзақ уақыт демала алмайсыз, кем дегенде екі күн жетеді; -шөл климатының кез-келген демалушының денсаулығына сәйкес келмеуі. -инвесторларға қаржылай қолдау мен салық жеңілдіктерін беру жүйесінің төмендігі;
Мүмкінділігі	Қауіптілігі
- ҚР ішкі туризмін дамуына үлес қосу; -ішкі туризм дамыту үшін инвесторларды тарту;	-инфляция; -көрші елдермен бәсекелестік;

- мемлекеттік қолдау;
- салықтың өсуі;
- туристер санының өсуі;
- экскурсия кезінде шөлдің жәндіктерінен қауіп (мысалы: жылан, сарышаян т.б).
- ұйымдастырылатын ірі шаралардың туризмнің дамуына әсер етуі;
- сапалы туристік өнімдерді жасап шығару;
- шетелдік тәжірибені меңгеру, еңгізу.

Ескерту: Кестені авторлар құрастырды

Талдауды нақтылайтын болсақ, Байғанин және Шалқар аудандарының шөлді аймақтарындағы туризм саласының дамуына SWOT-талдау бойынша күшті жақтары бұл ең бастысы бізде туристік-рекреациялық ресурс бар, ол шөлді аймақ. Бұл аймақта туризмді дамыту үшін орналастыру орындары, көрнекті жерлері болуы тиіс.

Шөл туризмін нығайту мақсатында табиғи, мәдени де көрнекті жерлер, табиғи-антропогенді ландшафтар болуы мүмкін екенін есепке алсақ, оны дамыту табиғи аумақтарға қаржылық қолдауды қамтамасыз етіп қана қоймай, сонымен қатар оларды сақтауға деген қажеттілікті туғызуға мүмкіндік береді.

Қорыта келгенде, шөлді аймақта туризмді дамыту бұл қазіргі кезде саяхатшылардың ғажайып, былай айтқанда тылсым дүниеге сапар шегуі. Туризмді дамыту үшін ең алдымен, танымал шөл туризмдерінің даму жолдарын және қалай жүргізу керек екенін қарастыру қажет. Байғанин және Шалқар аудандарының аумағында өзімізге белгілі шөлді аумақтар орналасқан. Бірақ әлі күнге дейін туризм дамымаған. Мысалға, Араб түбегіндегі елдер өз дәстүрлерін, өз ұлттық киімдерін дәріптей жүріп осы саланы жоғары деңгейге дейін дамытты. Сол секілді біздің өз ерекше ата-бабамыздан келе жатқан мәдениетіміз бен салт-дәстүрлеріміз жетерлік. Қай ел болмасын өз тарихын, өз дәстүрін сақтап қалу арқылы ел болып қалады.

Сонымен, Ақтөбе облысының Байғанин және Шалқар аудандарында салт-дәстүрді ерекше ұстанады деп айтумызға болады. Осы аталғандардың негізінде бірқатар ұсыныстар келтіруге болады:

1. Еш өзгеріссіз сақталып келе жатқан дәстүрімізді, ұлттық тағамдарымызды, киімдерімізді дәріптей отырып бізде шет ел туристтеріне өз мәдениетімізді дамыту.

2. Туристтерге күннің шығуы мен батуын тамашалай алатындай, құмды төмпешіктерде құрылған 15 киіз үй, яғни 30 адамға салынуы керек.

3. Туристтерді аймақтың табиғатымен, бірнеше ғасырлар бойы аймақты мекендеген көшпенділер дәстүрлерімен таныстырады, түйемен серуендер ұйымдастырады.

4. Шөлді аймақта тыныштық аясында, дәстүрлі тағамдары мен жергілікті шұбатын, кешкі асын ұсынады.

Ақтөбе облысының шөл зонасында бірқатар туризмнің түрлерін дамытуға мүмкіншілігі бар: спорттық сауықтыру, танымдылық, этнографиялық, экологиялық және т.б.

Шөл зонасындағы емдік туризмді дамытуға ұсыныстарды беруге болады. Сол себепті өз аумағымызда бар Байғанин және Шалқар аудандарындағы шөлді аймақтардағы шөл туризмін емдік мақсатта қолдану қажет. Күн сәулесі мен ыстық ауаның әсерінен тері мен бүйрек тамырлары кеңіп, нәтижесінде бүйректің қан айналымы күшейіп, аурудың нәтижесінде бұзылған қызметі қайта қалпына келеді. Аймақтың медициналық перспективаларының кең және күрделі екендігін байқауға болады.

Аймақта құм терапиясы келесі бағыттарда іске асыру, аяқтың қан айналымын қалпына келтіру, аяқ табанының қалыпты жағдайына қайта келуіне әсер етеді. Бел ауруларының алдын алу, иммундық жүйені күшейту, аяқтың бұлшық еттерін нығайту, қалқанша безінің қызметін жақсартады, жүректің, қанның және иммундық жүйенің жұмысын арттырады, ревматизмді емдейді, стресс пен мазасыздықты төмендетеді.

Нақтылап өтетін болсақ, шөл туризмі табиғи және мәдени ресурстарға, жергілікті экономиканы дамытуға мүмкіндік беретінін ескере отырып, бұл саланы дамыту және зерттеуге қажетті көлемде инвестициялар бағытталуы керек.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Ердавлетов С.Р. География туризма Казахстана, Алма-Ата: Гылым, 1992. – 192с.
2. Тауекелова Г.М. Геоморфология аридных территорий Казахстана. - Караганда, ч.1, ЦНТИ, 1997. – 120 с.
3. Савонов Д.А. История Оренбургского края. Оренбург: ОГПУ, 2006. – С. 9

А.И. ТУРЕНИЯЗОВА¹, К.В. СПРИШЕВСКИЙ²

¹к.ф.-м.н, доцент, Нукусский филиал Ташкентского университета информационных технологий

(Узбекистан, г. Нукус), E-mail: asiya.turenliyazova@gmail.com

²студент, Нукусского филиал Ташкентского Университета Информационных технологий

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПРИМЕНЕНИЯ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Аннотация. В статье на основе анализа различных публикаций приводится достаточно полный обзор вариантов применения искусственного интеллекта (ИИ) в индустрии туризма. Обсуждается использование ИИ на различных этапах организации путешествий, таких как обслуживание клиентов, транспорт, бронирование и резервирование, охрана, безопасность, устойчивость, доступность и персонализированные туристические маршруты. Рассматриваются преимущества ИИ в индустрии туризма, такие как повышение эффективности и качества услуг, повышение устойчивости, доступности и безопасности, а также обеспечение персонализированного опыта для туристов. Обосновывается необходимость баланса между ИИ и взаимодействием с человеком для создания уникального и запоминающегося туристического опыта.

Ключевые слова: искусственный интеллект, индустрия туризма, обслуживание клиентов, устойчивость, доступность, безопасность, персонализация.

Abstract. In this article a solid review of applications of artificial intelligence (AI) in the tourism industry is given, based on the analysis of various publications. It discusses the use of AI in various stages of the travel industry such as customer service, transportation, booking and reservations, security, safety, sustainability, accessibility, and personalized travel itineraries. The benefits of AI in the tourism industry are considered, such as improving the efficiency and quality of services, improving sustainability, accessibility and safety, as well as providing a personalized experience for tourists. The necessity of a balance between AI and human interaction to create a unique and memorable tourist experience is substantiated.

Keywords: artificial intelligence, tourism industry, customer service, sustainability, accessibility, security, personalization.

Аңдатпа. Мақалада әртүрлі басылымдарды талдау негізінде туризм индустриясында жасанды интеллектті (AI) қолдану нұсқаларына толық шолу жасалады. Клиенттерге қызмет көрсету, көлік, брондау және брондау, қауіпсіздік, қауіпсіздік, тұрақтылық, қолжетімділік және жекелендірілген туристік маршруттар сияқты саяхатты ұйымдастырудың әртүрлі кезеңдерінде AI пайдалану талқыланады. Қызметтердің тиімділігі мен сапасын арттыру,

тұрақтылықты, қолжетімділікті және қауіпсіздікті арттыру, сондай-ақ туристер үшін жекелендірілген тәжірибені қамтамасыз ету сияқты туризм индустриясындағы артықшылықтар да қарастырылады. Бірегей және есте қаларлық туристік тәжірибе жасау үшін жасанды интеллект пен адаммен қарым-қатынас арасындағы тепе-теңдік қажеттілігі негізделеді.

Кілт сөздер: *жасанды интеллект, Туризм индустриясы, тұтынушыларға қызмет көрсету, тұрақтылық, қолжетімділік, қауіпсіздік, жекелендіру.*

Введение. В последние годы индустрия туризма переживает значительный рост, и одним из движущих факторов этого роста являются технологии, в частности искусственный интеллект (ИИ).

ИИ используется на разных этапах туристической индустрии. Одной из основных областей, где применяется ИИ, является обслуживание клиентов. Чат-боты на базе ИИ используются в сфере обслуживания клиентов, чтобы обеспечить туристам круглосуточное обслуживание без вмешательства человека. Чат-боты могут предоставлять информацию о туристических направлениях, давать рекомендации по путешествиям и отвечать на вопросы о поездках и проживании. Использование ИИ в обслуживании клиентов привело к более персонализированному и эффективному обслуживанию туристов.[1]

Методология. ИИ используется на разных этапах туристической индустрии. Одной из основных областей, где применяется ИИ, является обслуживание клиентов. Чат-боты на базе ИИ используются в сфере обслуживания клиентов, чтобы обеспечить туристам круглосуточное обслуживание без вмешательства человека. Чат-боты могут предоставлять информацию о туристических направлениях, давать рекомендации по путешествиям и отвечать на вопросы о поездках и проживании. Использование ИИ в обслуживании клиентов привело к более персонализированному и эффективному обслуживанию туристов.

В данной статье излагаются результаты анализа публикаций последних лет об использовании технологии искусственного интеллекта в различных сферах жизнедеятельности человека для предоставления читателю наиболее полного обзора перспектив этой технологии.

При проведении обзора литературы по использованию искусственного интеллекта в индустрии туризма был проведен поиск в базах данных Scopus, Web of Science и Google Scholar. В обзор были включены статьи, опубликованные за последние 10 лет, с использованием таких ключевых слов, как искусственный интеллект, туризм, обслуживание клиентов, транспорт, бронирование и резервирование, безопасность, надежность, устойчивость и доступность.

Результаты. Одной из проблем, с которой пришлось столкнуться в ходе обзора публикаций по использованию ИИ в сфере туризма, было отсутствие стандартизации в определении и измерении влияния ИИ на индустрию туризма. Многие исследования были посвящены конкретным областям применения ИИ в туризме, таким как чат-боты или персонализированные рекомендации, без изучения более широкого влияния ИИ на отрасль в целом.

Несмотря на эти проблемы, обзор литературы дал всеобъемлющий перечень различных способов использования ИИ в индустрии туризма. В нем подчеркивается потенциал ИИ для преобразования отрасли - от улучшения обслуживания клиентов до содействия устойчивому развитию и повышения безопасности и доступности.

Сфера туризма старается идти в ногу со временем: сеть отелей Hilton запустила онлайн-консьержа, Facebook анализирует данные, чтобы предложить пользователю варианты размещения через контекстную рекламу, а Booking.com представил сервис Booking Experiences, который с помощью ИИ помогает туристу организовать досуг и приобрести билеты без очереди в популярных мировых столицах с помощью QR-кода.[2]

ИИ также используется для повышения эффективности туристических операций. Например, алгоритмы ИИ могут оптимизировать расписание работы персонала, управление запасами и графики технического обслуживания, что приводит к экономии средств и повышению эффективности работы. ИИ также может использоваться для прогнозирования спроса на

туристические услуги, что позволяет поставщикам лучше управлять запасами и избегать пере бронирования.

Кроме того, ИИ используется для повышения доступности туристических услуг для людей с ограниченными возможностями. С помощью чат-ботов на базе ИИ люди с ограниченными возможностями могут получить мгновенную помощь и информацию о доступности отелей, ресторанов и туристических достопримечательностей. ИИ также может быть использован для создания виртуальных туров по туристическим местам, доступных для людей с ограниченными возможностями передвижения или сенсорными нарушениями.

Еще одна область, где ИИ используется в индустрии туризма, — это создание персонализированных маршрутов. Анализируя данные клиентов, такие как история прошлых поездок, активность в социальных сетях и поведение в Интернете, алгоритмы ИИ могут создавать персонализированные рекомендации по путешествиям, которые учитывают предпочтения и интересы каждого клиента. Эта технология также может быть использована для предложения альтернативных направлений или видов деятельности с учетом погодных условий, загруженности дорог и других факторов.

Еще одна область использования ИИ в организации туризма, — это маркетинг. Маркетинговые инструменты на базе ИИ могут анализировать данные о клиентах и создавать персонализированные маркетинговые кампании, учитывающие интересы и предпочтения каждого клиента. Анализируя поведение клиентов, ИИ может определить, какие маркетинговые каналы и сообщения наиболее эффективны для охвата различных сегментов потребителей.

Наконец, ИИ может быть использован для улучшения общего впечатления от туризма путем предоставления возможностей дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR). Технологии AR и VR могут обеспечить иммерсионный опыт, который позволяет путешественникам исследовать места назначения и достопримечательности уникальным и увлекательным способом. Эти технологии также можно использовать для создания интерактивных образовательных программ, которые помогут путешественникам узнать о различных культурах и исторических событиях.

Обсуждение. Хотя ИИ способен произвести революцию в индустрии туризма, важно учитывать потенциальные этические и правовые проблемы, которые могут возникнуть при его использовании. Одним из таких вопросов является конфиденциальность и защита данных, поскольку ИИ основан на сборе и анализе больших объемов данных. Поставщикам туристических услуг важно обеспечить соблюдение законов и нормативных актов о конфиденциальности данных, таких как Общий регламент защиты данных (GDPR) в Европейском союзе.

Помимо вышеупомянутых применений, ИИ также используется для предоставления путешественникам услуг перевода в режиме реального времени. Эта технология была интегрирована в мобильные приложения, которые позволяют путешественникам общаться с местными жителями на их родном языке. Эта функция может значительно улучшить культурный опыт туристов и облегчить общение с местными жителями, что приводит к более глубокому и приятному восприятию путешествия.

Однако для того, чтобы взаимодействовать с разными потоками путешественников, переводчикам необходимо владеть не только наиболее используемыми языками. Автоматические переводчики позволяют управлять устными сообщениями и текстами, оптимизируя взаимодействие с социальными сетями и поисковыми системами, совершая качественный скачок от письменного сообщения к голосовому.

Вопрос потенциального влияния ИИ на занятость в туристической отрасли также немаловажен. По мере распространения технологий, основанных на ИИ, это может привести к перемещению работников на определенные должности, такие как обслуживание клиентов или бронирование. Поставщикам туристических услуг важно учитывать социальные и экономические последствия применения ИИ в своей деятельности и обеспечить поддержку своих сотрудников в переходный период.

Следует отметить, что хотя ИИ может обеспечить персонализированные и эффективные услуги, важно поддерживать баланс между ИИ и человеческим взаимодействием в индустрии туризма. Путешествие — это социальный и эмоциональный опыт, который предполагает взаимодействие с местными жителями и знакомство с различными культурами. ИИ не должен заменять уникальный и личный контакт, который обеспечивает человеческое взаимодействие, а скорее усиливать его, предоставляя более персонализированные и эффективные услуги. [2]

Заключение. Искусственный интеллект стал неотъемлемой частью индустрии туризма, изменив то, как туристы воспринимают и взаимодействуют с туристическими услугами. ИИ повысил эффективность и качество туристических услуг и предоставил поставщикам таких услуг новые возможности для расширения своей деятельности. В последние несколько лет сложилась благоприятная среда для использования технологий ИИ: мощности процессоров позволяют анализировать большие объемы данных, научные исследования в области машинного обучения достигли больших успехов и применяются во многих областях.

ИИ также используется для повышения устойчивости индустрии туризма. Устойчивый туризм приобретает все большее значение, и ИИ может помочь поставщикам туристических услуг достичь этой цели.[3]

ИИ трансформирует индустрию туризма во многих отношениях - от предоставления персонализированных рекомендаций по путешествиям до повышения безопасности и доступности. Отмечая широкие возможности, которые ИИ предоставляет поставщикам туристических услуг по расширению и улучшению своего сервиса, следует учитывать, что внедрение ИИ в индустрию туризма должно быть сбалансировано с человеческим участием, чтобы создать уникальный и запоминающийся опыт для туристов. При тщательном рассмотрении этических и правовых вопросов, связанных с ИИ, индустрия туризма может использовать весь потенциал этой технологии для улучшения обслуживания клиентов, повышения операционной эффективности и устойчивости предприятия.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Aykut Arslan. International Journal of Contemporary Hospitality Management. 2020, Vol. 32, Issue 5, pp. 1715-1734
2. Dimitrios Buhalis. "Tourism and Artificial Intelligence: A Potential New Paradigm". - International Journal of Tourism Research. 2021, Vol. 23, Issue 1, pp.1-2
3. Eduardo Fayos-Solà, Justina Su. "AI and Tourism: A Roadmap for Sustainable Development". - Journal of Sustainable Tourism. 2021, pp.1-17

Е. ШЕЛУДЬКО¹, Н.Ю. КИФИК²

¹выпускница образовательной программы «Туризм», Костанайский региональный университет им. А.Байтурсынова (Казахстан, г. Костанай)

²к.п.н., Костанайский региональный университет им. А.Байтурсынова (Казахстан, г. Костанай), E-mail: Kifik_nataly@mail.ru

СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ И ПРОГРАММЫ ПОДГОТОВКИ ЭКСКУРСОВОДОВ

Аннотация: В статье рассматриваются современные модели подготовки экскурсоводов, анализируется мировой опыт подготовки, при этом анализируются подходы подготовки экскурсоводов в Республике Казахстан, рассматриваются особенности прохождения сертификации экскурсоводов

Ключевые слова: экскурсовод, экскурсия, модель подготовки, сертификация, Национальный реестр, гид-переводчик

Abstract: The article discusses modern models of training guides, analyzes the world experience of training, while analyzing the approaches to training guides in the Republic of Kazakhstan, discusses the features of certification of guides

Keywords: guide, excursion, training model, certification, National Register, guide-translator

Аңдатпа: Мақалада гидтерді оқытудың заманауи үлгілері талқыланады, мамандарды даярлаудың әлемдік тәжірибесі талданады, Қазақстан Республикасындағы гидтерді оқытудың тәсілдерін талдай отырып, гидтерді сертификаттау ерекшеліктері қарастырылады.

Кілт сөздер: экскурсовод, экскурсия, дайындық моделі, сертификаттау, ұлттық тізілім, гид-аудармашы

Введение. В настоящее время экскурсионная деятельность – одна из самых популярных составляющих туристского сектора. Казахстан – страна с огромным потенциалом в данной области, где экскурсии могут выступать не только как инструмент для воспитания личности и патриотизма, но и как средство экономического роста страны.

Казахстанский экскурсовод Лютерович А.Г. дает следующее определение экскурсии: «экскурсия – это путешествие определенной аудитории в пределах 24 астрономических часов к учтенным маршрутом объектам, располагающимся в естественной обстановке, с целью приобретения новых знаний и впечатлений с помощью комплексного (визуального, вербального, эмоционального) восприятия, которое формирует квалифицированный руководитель» [2].

Экскурсия как вид социально-экономической деятельности совмещает в себе знания о закономерностях наиболее значимых социальных результатов, таких как оздоровление, раскрытие духовного потенциала и т.д., а также является средством познания целого ряда различных отраслей науки: от истории до экономики [3]. С точки зрения экономической значимости, экскурсионная деятельность является средством усиления экономики региона и ее развития. С социальной точки зрения, экскурсии выступают способом поддержки и развития народных ремесел, сохранения культурного наследия, а также повышения туристического имиджа региона.

Основное содержание. В Республике Казахстан представлен довольно широкий спектр образовательных программ туристской ориентации, но, несмотря на это, обозначена высокая потребность в практико-ориентированном образовании, профессиональной подготовке отдельных категорий специалистов туристской отрасли, в особенности экскурсоводов [1]. Нехватка квалифицированных специалистов – проблема, останавливающая развитие экскурсионной сферы не только в нашем Костанайском регионе, но и во всем Казахстане в целом.

В Национальном реестре экскурсоводов и гидов-переводчиков, созданном Казахстанской туристской ассоциацией (КТА), числится всего 95 специалистов экскурсионного дела. Это экскурсоводы официально подтвердившие свои профессиональные компетенции и получившие соответствующий сертификат. С более подробным распределением кадров по стране вы можете ознакомиться в таблице ниже [4].

Таблица – 1. Количество специалистов, зарегистрированных в официальном реестре гидов

№	Город/область	Количество зарегистрированных гидов
1	Алматы	67 человек
2	Акмолинская область	14 человек
3	Тараз	7 человек
4	Актобе	3 человек
5	Караганда	2 человек
6	Павлодар	1 человек
7	Уральск	1 человек

Представителей Костанайской области в реестре нет, что подчеркивает необходимость подготовки новых кадров.

Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности в Республике Казахстан» определяет, что «экскурсовод – профессионально подготовленное физическое лицо, обладающее соответствующей квалификацией для оказания экскурсионно-информационных, организационных услуг туристам по ознакомлению с туристскими объектами в стране (месте) временного пребывания» [5].

Подготовка современных и высококвалифицированных специалистов-экскурсоводов требует регулярного совершенствования как учебных планов и образовательных программ, так и основательного обновления содержания подготовки экскурсоводов в системе туристического образования [6].

Процесс подготовки специалистов в экскурсионной сфере в своих работах раскрывают такие авторы зарубежные и отечественные авторы, как Каспар С., Миллер Х., Абуков А.Х., Емельянов Б.В., Блохин В.Н. и множество других теоретиков и практиков туризма [7,8,9].

Емельянов Б.В., к примеру, считает, что «задача процесса подготовки новых экскурсоводов - сделать специалистов профессионалами-экскурсоводами, т. е. помочь каждому специалисту овладеть необходимой суммой знаний и навыков профессии экскурсовода. Необходимо так организовать дело, чтобы пришедший в экскурсионное учреждение работник не только сохранял,

но и продолжал совершенствовать свою специальность, т. е. укреплял тот базис, который позволяет ему успешно осуществлять экскурсионную деятельность» [10].

Блохин В.Н. пришел к выводу, что модель профессионального экскурсовода определяется известными подходами к моделированию профессионально-педагогической деятельности и охватывает следующие компоненты, указанные в таблице 2 [11].

Таблица – 2. Основные компоненты модели экскурсовода

Компонент	Характеристика
1	2
Целостно-мотивационный компонент	Заинтересованность и потребность в изучении профессии экскурсовода. Мотивы использования полученных в ходе обучения навыков, технологий, умений в будущей профессиональной деятельности. Потребность в реализации своего потенциала с помощью экскурсионной деятельности. Стремление к более высоким профессиональным позициям.
1	2
Когнитивный компонент	Знание: Основ психологии, как общей методологии. Логике, как науки о формах и законах мышления. Педагогики и психологии.
Процессуально-созидательный компонент	Умение эффективно усваивать, а после применять, полученные знания на практике. Выявлять альтернативные и самые оптимальные варианты решения задач, а также способы действий.
Оценочно-аналитический компонент	Умение специалиста давать объективную оценку своей деятельности и профессиональной подготовленности, анализировать свои ошибки и не допускать их при дальнейшей работе.

Мировой опыт по подготовке экскурсоводов. Казахстанское образование значительно отличается от европейского. Во многом из-за того, что в странах Европейского союза, как и в США, практические занятия и производственная практика занимают 50-70% от всего учебного времени.

Помимо этого, в зарубежных странах широко распространено дополнительное профессиональное образование, которое подразумевает прохождение круглогодичных курсов по подготовке специалистов для сферы туризма. Ниже рассмотрены основные особенности обучения экскурсоводов за границей [12].

Таблица -3. Опыт зарубежных стран по подготовке гидов-экскурсоводов

Страна	Программы обучения
---------------	---------------------------

Европа США	и Субъекты, занимающиеся дополнительной профессиональной подготовкой кадров: - Blue-bageUniversity (Великобритания); - Jaume I University (Испания); - International school of tourism sciences (Италия); - School of Tourist Guides in Greece (Греция); - Iceland Tourist Guide School (Исландия). Большая часть субъектов, подготавливающих экскурсоводов, входит в ассоциации и объединения (институты). На территории Европы и США действуют специальные организации, осуществляющие контроль за выдачей прав и сертификатов на право занятия туризмом и экскурсионной деятельностью (NFTGA (National Federation of tourist guide associations)). Программы обучения включают в себя: - изучение истории и географии того региона, где будет осуществляться деятельность; - обязательное изучение второго/дополнительного языка; - преподавание правильной речи; - изучение арт-культуры, искусства; - дополнительное изучение географии регионов всего мира. Особенности программ: 1) использование дополнительной программы intership, которая предполагает получение опыта в другой местности, т.е. обмен слушателями; 2) основной акцент обучения сделан на изучение теоретического материала и его дальнейшее использование на практике. Каждое учреждение, занимающиеся подготовкой, имеет свою собственную базу для оттачивания практических навыков, где на первых этапах обучения происходит моделирование различных ситуаций на маршруте, а на последующих – работа с уже реальными туристами; 3) постоянное использование самых современных <i>информационно-коммуникационных технологий в ходе подготовки</i>; 4) <i>получение международного сертификата/лицензии на оказание экскурсионных услуг: Tour guide sertificate (США), Carnet del a guia turistica (Европа). Получение такого документа позволяет экскурсоводам разместить свои данные в национальных реестрах.</i> В некоторых странах Европы требуется подтверждать лицензию экскурсовода каждые 3 года. В остальных странах документ является бессрочным, но подразумевает постоянное повышение своей квалификации.
Страны Азии Африки	и Субъекты, занимающиеся дополнительной профессиональной подготовкой кадров: - University of Hawai'i; Hawai'i International Hotel Institute; - The Singapore Hotel and Tourism Education Centre (SHATEC); - Haikou Vocational Tourism School;

	- Korea Tourism Organization; Indian Institute of Tourism and - Travel Management (ИТТМ); - East Asia Institute of Management (EASB). <i>Структуры координирующие ДПО:</i> Ассоциация гидов Южной Африки (Field Guide Association of South Africa), Правительство о. Хайнань (Китай), экспертный Центр (Appraisal Center) и центр развития профессиональных навыков (Training Center of Professional Skills), местные департаменты образования. Особенности программ обучения: 1) соответствие программ FGASA и стандартам Национального обучения; 2) практика на уже существующих маршрутах, а также в учебных агентствах по подготовке и реализации экскурсионной деятельности; 3) постоянное использование самых современных <i>информационно-коммуникационных технологий</i> и мультимедийных технологичных лабораторий; 4) <i>получение международного сертификата/лицензии на оказание экскурсионных услуг.</i> Организации, осуществляющие контроль за выдачей лицензий и сертификатов на оказание экскурсионных услуг: Ассоциация гидов Южной Африки (Field Guide Association of South Africa), Правительство о. Хайнань (Китай), экспертный центр (Appraisal Center) и центр развития профессиональных навыков (Training Center of Professional Skills), местные департаменты образования.
Австралия	<i>Субъекты, занимающиеся дополнительной профессиональной подготовкой кадров:</i> - William Angliss Institute; - International College of Management; - University of Ballarat, Flinders University; Особенности программ обучения: 1) ориентированы на тех, кто уже задействован в сфере туризма и экскурсионной деятельности, а также для тех, кто желает усовершенствовать свои знания и навыки; 2) огромный акцент на практике. Обучающиеся взаимодействуют непосредственно с туристами, чтобы сразу ознакомиться с реальными условиями работы; 3) постоянное использование самых современных <i>информационно-коммуникационных технологий</i> и всего комплекса информационно-коммуникативных инструментов: собеседование с практиками, мастер-классы, базы данных по объектам, шаблоны для разработки туров и т.д; 4) <i>важное условие для прохождения аттестации: обучающийся должен иметь</i> гарантийное письмо от будущего работодателя или документы на ведение частной предпринимательской деятельности; 5) <i>после обучения выдается карта экскурсовода, которая подтверждает соответствие всем квалификационным требованиям</i> Австралийской организации гидов (Guiding Organisations Australia).

Как можно отметить, что за рубежом немаловажное значение имеет процедура Сертификации. Однако, данная процедура в Казахстане на сегодняшний день не является

обязательной, но именно получение соответствующего сертификата является гарантом качества предоставляемых услуг, что является несомненным плюсом для экскурсовода. Более того, сертифицированные специалисты попадают в Национальный реестр экскурсоводов, о котором уже говорилось ранее. Сертификацией квалификации в стране занимается Казахстанская туристская ассоциация - некоммерческая, неправительственная организация, республиканская отраслевая Ассоциация, в состав которой входят:

- 1) Казахстанская ассоциация гостиниц и ресторанов (КАГиР);
- 2) Туристские, страховые и авиакомпании;
- 3) Вузы;
- 4) СМИ.

Таблица – 4. Цели и задачи сертификации квалификации, обозначенные КТА

Цель сертификации	Задачи сертификации
Объективная оценка уровня профессиональной квалификации специалиста требованиям производства и бизнеса, установленным соответствующим профессиональным стандартом, подтверждающая его возможности и право выполнять конкретные виды трудовой деятельности вне зависимости от места, времени и способа получения квалификации.	• Оценка соответствия квалификации заявителя требованиям профессиональных стандартов и подтверждение /присвоение квалификации. • Влияние независимой отраслевой сертификации на повышение качества профессионального образования в РК, путем пересмотра и совершенствования образовательных программ. • Содействие работодателям в подборе квалифицированных работников, сертифицированных по профессиям и уровням квалификации. • Снижение риска невостребованности выпускников учебных заведений ТиПО и ВУЗов из-за профессиональной некомпетентности. • Повышение конкурентоспособности кадров туризма и индустрии гостеприимства на внутреннем и внешнем рынке труда. • Стимулирование мотивации рабочих кадров в области непрерывного профессионального образования, обучения «в течение всей жизни».

Согласно положению, сертификация экскурсионной деятельности должна соответствовать следующим принципам:

- 1) добровольность. Процедуры оценки и сертификации квалификации должны проходить исключительно на добровольной основе;
- 2) конфиденциальность. Все персональные данные специалиста, затронутые в ходе проведения процедуры сертификации квалификации, являются конфиденциальными и огласке не подлежат;
- 3) адаптированность. Процедура оценки должна соответствовать всем изменяющимся требованиям к квалификациям;
- 4) независимость и объективность. Оценка квалификации проводится независимыми экспертами;
- 5) открытость. Все данные о процедурах, их своевременности и результатах сертификации должны быть достоверными и доступными [13].

Тем временем заявителями сертификации могут выступать:

- работодатели и их профессиональные сообщества;

- студенты и выпускники учебных заведений профессионального образования;
- физические лица, желающие подтвердить свою профессиональную квалификацию;
- кадровые агентства;
- службы занятости населения;
- образовательные учреждения.

Выводы: проанализировав опыт зарубежных стран, можно выделить следующие отличительные черты, которые позволяют подготавливать высококвалифицированных специалистов в сфере экскурсионной деятельности:

1. акцент на практической работе и применении теоретического материала в реальных условиях;
2. наличие современных *информационно-коммуникационных технологий* и программного обеспечения, которые могут быть задействованы в ходе обучения;
3. необходимость постоянного совершенствования навыков и повышения квалификации.
4. обязательное лицензирование и сертификация для оказания экскурсионных услуг;
5. отличительными особенностями сертификации в Казахстане является то, что она не является обязательной, экскурсионную деятельность можно осуществлять без официальной лицензии от КТА;
6. было отмечено, что сертификация имеет ряд преимуществ, так, специалисты, официально подтвердившие свою компетентность, автоматически попадают в Национальный реестр экскурсоводов, что служит для них своеобразной рекламой. Также, попадание в реестр является гарантом качества услуг, поэтому потенциальные работодатели отдают предпочтение уже проверенным специалистам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

- 1 ИПС «Әділет» // Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360> (дата обращения 13.01.2022)
- 2 Лютерович О. Г. Педагогические условия подготовки будущих экскурсоводов в высших учебных заведениях // автореферат - Алматы, 2010. – 2 с.
- 3 Студенческая библиотека Studbooks.net // Экскурсия как вид деятельности [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://studbooks.net/744185/turizm/ekskursiya_deyatelnosti (дата обращения 13.01.2022).
- 4 Официальный сайт Казахстанской туристской ассоциации // Реестр Экскурсоводов и Гидов-Переводчиков Республики Казахстан [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kaztour-association.com/o-nas/nashi-proekty/reestr-ehkskursovodov-i-gidov-perevodchikov-respubliki-kazahstan/> (дата обращения 13.01.2022).
- 5 ИПС «Әділет» // Закон О туристской деятельности в Республике Казахстан [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211_ (дата обращения 13.01.2022)
- 6 Курило Л.В Подготовка экскурсоводов в системе туристского образования // диссертация – Москва, 1998. – 2 с.
- 7 Емельянов Б.В. Профессиональное мастерство экскурсовода // Учебное пособие - М., УРИБ Турист, 1986.
- 8 Квартальнов В.А., Солодухин И.Д. Методика и педагогика профессионального обучения и подготовки специалистов для целей туризма в России // Учебное пособие - М., 1997.
- 9 Курило, Л.В. Подготовка экскурсоводов в системе туристского образования / Учебное пособие. - М., 1998.
- 10 Емельянов Б.В. Экскурсоведение // учебник - М.: Советский спорт, 2007. - 113 с.

- 11 Блохин В.Н. Профессиональная подготовка экскурсовода и обеспечение основных принципов проведения экскурсии // Научная статья - Баландинские чтения, 2014.
- 12 Родионова Е.В., Колодий Н.А., Конюхова Т.В. Анализ зарубежного опыта организации дополнительного профессионального образования в сфере туризма // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 2.
- 13 Официальный сайт Казахстанской туристской ассоциации // Все о сертификации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://kaztour-association.com/sertifikacionnyj-centr/vse-o-sertifikacii/>.

А.Б. ЕРКЕНОВА¹, Ш.К. КАКЕЖАНОВА²

¹студент «Туризм», Торайгыров университет
(Казахстан, г. Павлодар)

²старший преподаватель Торайгыров университета

(Казахстан, г. Павлодар), E-mail: verkesshha@mail.ru

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация. В последние годы экотуризм начинает активно развиваться в Казахстане, что обусловлено наличием уникальных природных объектов, вызывающих неподдельный интерес у людей со всего мира и значительно повышающих туристско-рекреационный потенциал большого количества казахстанских областей. Экотуризм — это небольшой, но быстро развивающийся вид туристической деятельности. Таким образом, цель данной статьи в изучении существующих проблем развития экологического туризма в Казахстане. Предмет изучения – процесс развития экотуризма в Казахстане.

Ключевые слова: экологический туризм, проблема, развитие, Казахстан, сложности построения, процесс, особенности.

Abstract. In recent years, ecotourism has begun to actively develop in Kazakhstan, which is due to the presence of unique natural objects that cause genuine interest among people from all over the world and significantly increase the tourist and recreational potential of a large number of Kazakhstani regions. Ecotourism is a small but rapidly growing type of tourism activity. Thus, the purpose of this article is to study the existing problems of the development of ecological tourism in Kazakhstan. The subject of study is the process of development of ecotourism in Kazakhstan.

Key words: ecological tourism, problems, Development, Kazakhstan, complexity of construction, process, features.

Аңдатпа. Соңғы жылдары Қазақстанда экотуризм белсенді дами бастады, бұл әлемнің түкпір-түкпіріндегі адамдар арасында шынайы қызығушылық тудыратын және көптеген қазақстандық аймақтардың туристік-рекреациялық әлеуетін айтарлықтай арттыратын бірегей табиғи нысандардың болуына байланысты. Экотуризм – шағын, бірақ тез дамып келе жатқан туристік қызмет түрі. Осылайша, бұл мақаланың мақсаты Қазақстандағы экологиялық туризмді дамытудың бар проблемаларын зерттеу болып табылады. Зерттеу пәні – Қазақстандағы экотуризмнің даму процесі.

Кілт сөздер: экологиялық туризм, проблемалар, даму, Қазақстан, құрылыстың күрделілігі, процесі, ерекшеліктері.

Введение. Экотуризм сейчас рекламируется как форма туризма, основанного на природе и так же, как «ответственное путешествие в природные зоны, сохраняющее окружающую среду и поддерживающее благосостояние местного населения» [1]. Учитывая это определение, термин экотуризм, таким образом, относится, с одной стороны, к определенному сегменту туристского рынка, а с другой стороны, к концепции, основанной на ряде принципов сохранности природы. Так можно выявить следующие основные элементы экотуризма:

- способствует сохранению биоразнообразия;
- поддерживает благосостояние местного населения;
- включает интерпретацию / обучение;
- предполагает ответственные действия со стороны туристов и туристической индустрии;
- требует минимально возможного потребления невозобновляемых ресурсов;
- подчеркивает участие местных жителей, их собственность и возможности для бизнеса, особенно для сельского населения.

При правильном планировании и управлении экотуризм может стать жизнеспособным источником экономических выгод как для правительства Казахстана, так и для отечественных предпринимателей и местных сообществ. Кроме того, он может служить эффективным инструментом для сохранения природных и культурных ценностей. Однако важно подчеркнуть, что все виды туристической деятельности, будь то отдых, бизнес, конференции или ярмарки, оздоровительный, приключенческий или экотуризм, должны стремиться к устойчивому развитию. Это означает, что планирование и развитие туристической инфраструктуры, ее последующее функционирование и маркетинг должны быть сфокусированы на экологических, социальных, культурных критериях устойчивости. Развитие экологического туризма в Казахстане в настоящее время требует выполнения ряда условий:

- развитие современной транспортной инфраструктуры в туристических местах;
- проведение разумной ценовой политики, делающей этот вид туризма доступным для широких слоев населения с относительно низким уровнем доходов;
- эффективная организация экологических туров, предполагающая постоянную разработку новых маршрутов в отдаленные уголки «дикой» природы;
- наличие привлекательных и уникальных природных объектов, способствующих экологическому и эстетическому воспитанию посетивших их туристов [2].

Казахстан богат природными ландшафтами - от просторных и солнечных степей до различных гор, красивых озер, густых лесов. В целом, развитие индустрии экотуризма имеет

потенциал для поддержки занятости, получения дохода и активной помощи рынку для стимулирования рекреационной деятельности на природных территориях Казахстана. Одной из наиболее выдающихся охраняемых природных территорий является Национальный парк «Алтын-Эмель», занимающий территорию более 1,2 млн. акров, расположенный в южном регионе страны [3]. Другими национальными парками и государственными природными заповедниками Казахстана являются следующие:

1. Национальный природный парк Бурабай
2. Баянаульский государственный национальный природный парк
3. Коргалжынский государственный национальный заповедник.
4. Бухтарминское национальное водохранилище,
5. Природный национальный парк «Чарынский каньон» и так далее [4].

Туристско-рекреационная деятельность в национальных парках осуществляется непосредственно национальным парком при наличии у него лицензии на туроператорскую деятельность, а также физическими и юридическими лицами, оказывающими туристские услуги. Важно отметить основную проблему, с которой сталкивается туристический бизнес — это подбор профессионального персонала в таком месте, как Казахстан, который все еще развивается в сфере гостиничного бизнеса и гостеприимства. Несмотря на то, что сегодня гостиничный бизнес Казахстана находится на подъеме, по сути, разрыв между мировыми тенденциями развития гостиничного сектора и его состоянием в Казахстане требует решения комплекса проблем организационного характера, к числу которых относятся отсталость инфраструктуры гостеприимства, низкий уровень сервиса, несоответствие качества предоставляемых услуг уровню цен, низкий квалификационный уровень персонала и другие. Экотуризм и путешествия в Казахстане остро нуждаются в подготовке, переподготовке и консалтинговых услугах в области туризма, маркетинга, связей с общественностью, управления персоналом, рекламы, психологии, ресторанного и гостиничного дела, иностранных языков. Это может принести выгоды из различных концептуальных областей, включая предпринимательскую ориентацию, потенциал, инновационное развитие, ориентацию на клиента и клиентский опыт. Прежде всего, необходимо признать, что гостиничный бизнес все еще новый вид сферы услуг на казахстанском рынке. Такой подход, естественно, требует радикального пересмотра политики гостиничной индустрии при экотуризме. Исследование выявило следующие основные проблемы развития экологического туризма в Казахстане на уровне местных органов власти:

- отсутствие системы налаженных механизмов, определяющих допустимые антропогенные нагрузки, и мониторинга воздействия на природные ландшафты;
- практически везде отсутствует инфраструктура необходимого качества - средства размещения, транспортные средства, туристические маршруты, оборудованные экологические тропы и другие;
- отсутствие информации от объектов показа (характеристики, распространение, особенности и т.д.).
- недостаток квалифицированных специалистов, а также должного опыта, необходимого для эффективной организации деятельности в индустрии туризма, прежде всего в сфере маркетинга, образовательных программ для различных категорий туристов, ценообразования, реализации качественных услуг;
- недостаток разнообразия платных дополнительных услуг, что негативно сказывается на общей прибыли от туризма;
- недостаточное вовлечение коренного населения в развитие экологического туризма [5].

Однако эти проблемы, среди прочего, можно обобщить следующим образом:

- отсутствие присущего туристского потенциала (природного, исторического, культурного и т.д.
- недостаток знаний и осведомленности. В Казахстане до сих пор отсутствует элементарное понимание экономической важности туризма как отрасли и его положительного влияния в качестве потенциального источника иностранной валюты и занятости.
- отсутствие технических ноу-хау и слабая рекламная деятельность.

- отсутствие инфраструктуры, связанной с туризмом. Недостаточная инфраструктура, необходимая для развития успешного туристического сектора. Основными среди них являются гостиницы и услуги по размещению, транспорт и связь, охрана и безопасность, а также информационные услуги в сфере туризма. Это затрудняет обеспечение стандартов удобств и услуг, которые требуются туристам.

- недостаток инвестиций в туризм.

- отсутствие последовательных стратегий и политики в области туризма. Во многих случаях это сочетается с отсутствием эффективного управления, регулирования и институциональных рамок туристической деятельности.

- недостаточная диверсификация туризма. Современная туристическая деятельность демонстрирует растущую тенденцию к диверсификации и изменениям.

- недостаточная безопасность туризма. Безопасность туристов является одним из основных факторов любой успешной индустрии туризма и, таким образом, должна быть одной из основных целей планирования и обеспечения туризма.

Следует обратить внимание на то, что для многих областей Казахстана, особенно расположенных в южной части Казахстана, экологический туризм является практически единственным эффективным способом привлечения больших туристических потоков со всего мира. В свою очередь, это значительно повышает инвестиционную привлекательность соответствующих территорий и становится условием их дальнейшего успешного социально-экономического развития. Все это должно предотвратить дальнейший отток населения страны, способствовать созданию новых рабочих мест и развитию малого и среднего бизнеса в сфере услуг и гостеприимства. Таким образом, для значительного увеличения объемов экологического туризма в Казахстане в ближайшие годы необходимо решить следующий ряд задач:

- формирование научно обоснованных стратегических программ развития экологического туризма;

- качественная подготовка современных специалистов в области экологического туризма;

- разработка дополнительных маршрутов и направлений в сфере экологического туризма;

- привлечение отечественных и зарубежных частных инвестиций в развитие экологического туризма в Казахстане;

- дополнительная защита природных территорий от воздействия на них возрастающих туристических потоков: своевременная и постоянная очистка природных туристических объектов от мусора, предупреждение и ликвидация лесных пожаров, защита животного и растительного мира от непродуманных действий отдельных граждан.

Многопрофильный характер экотуризма играет важную роль, так как спрос на различные виды услуг порождает разнообразие их предложения: размещение, транспорт, питание, услуги гидов и экскурсоводов, развлечения, местные ремесла и т.д. Наконец, местное население получит возможность найти свою собственную нишу среди широкого разнообразия ассортимента производства компонентов туристского продукта. Также необходимость развития экотуризма обосновывается также важностью сохранения собственной культуры, привития интереса к ней и воспитания подрастающего поколения, формирования патриотизма, понимания национальной самобытности.

В заключении отметим, что Казахстан, обладающий огромным природным разнообразием, имеет значительный потенциал для развития экологического туризма. В ближайшие годы Казахстан может значительно увеличить туристические потоки в привлекательные с экологической точки зрения регионы и существенно улучшить финансово-экономические результаты туристической деятельности в этой сфере. Вместе с тем, интенсивное развитие экологического туризма возможно только при условии преодоления обоснованных в данной статье проблем и решения приоритетных задач. Кроме того, более тесное взаимодействие между правительством и участниками туристического кластера приведет к конкурентным преимуществам для индустрии туризма. Хотя на сегодняшний день ранг страны довольно низок, в динамике изменения ее международной конкурентоспособности наблюдается устойчивая положительная тенденция. Казахстан имеет все основы, необходимые для привлечения как

иностранных, так и местных инвесторов в индустрию туризма, успех будет зависеть от способности заинтересованных сторон максимально использовать эти возможности.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Каирова Ш.Г., Есимова Д.Д., Маликова Ф.М. Устойчивый экологический туризм в Казахстане // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. - 2018. - 8.
2. Turekulova D. Analysis of Sustainable Development of SMEs and Factors Influencing to the Ecotourism Industry // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2019. – 13(1). - 211-222
3. Абдрказакова Л.С., Ким П.Г., Тулегенов А.М. Проблемы и перспективы развития экологического туризма на территории Республики Казахстан // Кронос. - 2022. - 4(66).
4. Газизова А.А., Фахруденова И.Б., Титова М.А. Жизненный цикл устойчивого экотуризма (на примере Казахстана) // Вестник науки и образования. - 2019. - 1(55).
5. Кисель П.А. Проблемы туристской отрасли в республике Казахстан // Экономика и управление в XXI веке: тенденции развития. - 2015. - 25.

Д.О. АТАШЕВА¹, А.Б. МОЛДАШЕВА², А.А. КАДИРБЕКОВА³

¹к.э.н., доцент, Таразский региональный университет им.М.Х.Дулати
(Казахстан, г. Тараз), E-mail: datasheva07@mail.ru

²к.э.н., доцент, Таразский региональный университет им.М.Х.Дулати
(Казахстан, г. Тараз), E-mail: altun_78@mail.ru

³старший преподаватель, Таразский региональный университет им.М.Х.Дулати
(Казахстан, г. Тараз), E-mail: aru.assanovna@mail.ru

ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Аннотация. Современная индустрия туризма как вид экономической деятельности играет важную роль в мировой экономике, а также является одной из бурно развивающихся отраслей мирового хозяйства и высокодоходных и коммерческих услуг для населения. В статье приводятся исследования возникновения туризма, роль в экономике страны и его дальнейшего развития. Приводятся предложения по интенсификации развития туризма, повышения качества гостеприимства.

Ключевые слова: Индустрия, туризм, гостеприимство, цифровизация, экономика.

Abstract. *The modern tourism industry as a type of economic activity plays an important role in the global economy, and is also one of the rapidly developing sectors of the world economy and highly profitable and commercial services for the population. The article provides a study of the emergence of tourism, the role in the country's economy and its further development. Proposals are given to intensify the development of tourism, improve the quality of hospitality.*

Key words: *Industry, tourism, hospitality, digitalization, economy.*

Андамна. *Қазіргі туризм индустриясы экономикалық қызмет түрі ретінде әлемдік экономикада маңызды рөл атқарады, сонымен қатар әлемдік экономиканың қарқынды дамып келе жатқан секторларының бірі және халыққа жоғары табысты және коммерциялық қызмет көрсету болып табылады. Мақалада туризмнің пайда болуы, ел экономикасындағы рөлі және оның одан әрі дамуы зерттеледі. Туризмді дамытуды жандандыру, қонақжайлылық сапасын арттыру бойынша ұсыныстар беріліп отыр.*

Кілт сөздер: *өнеркәсіп, туризм, қонақжайлылық, цифрландыру, экономика.*

Исследования позволили рекомендовать направления по повышению цифровизация, новые информационные технологии, ориентированные на создание комфортных условий для туристов. Современная экономика подтверждает, что индустрия туризма и гостеприимства самая динамично развивающаяся отрасль экономики в мире. Гостеприимство — это первая информация о тебе и о твоей территории. Индустрия фокусируется на потребностях, новых впечатлениях и в получении нового опыта. Туризм и гостеприимство имеет много общего. Туризм — это выбор человека, финансы, психология людей, возможности и выбор человека.

История возникновения туризма и гостеприимства уходит далеко в древность. Люди путешествовали, открывали новые земли, познавали окружающий мир. Истоки гостеприимства уходят вглубь веков, ко времени античности. Первое упоминание о гостиничных предприятиях были найдены в древних манускриптах - в кодексе законов царя Вавилонии – Хаммураби (1700 год до н.э.) [1, с.51].

Многие считают, что слово «гостеприимство» происходит от старофранцузского – «ospis» – странноприимный дом, от латинского «hospitalis». 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 и развивалась индустрия туризма и гостеприимства еще с древних времен. С каждым периодом усовершенствовали предприятия, менялось время, развивались технологии, шел быстрый темп интеграции стран, что и вывело на новый уровень туризм и гостеприимство.

Каждый человек, путешествует, останавливается в гостиничном комплексе, посещает ресторан и кафе. Но кто знает, что таится в этой области? Обзор литературы, дает основание сделать вывод, что предприятия индустрии гостеприимства работают 24 часа в сутки, 365 дней в году и это непрерывный сложный процесс [2, с.84]. 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 и казну государства. Исходя из этого в развитых странах, активно поддерживают предпринимательство в сфере туризма, что побуждает предпринимателей в этой сфере делать это грамотно, чтобы произвести впечатление, совершенствоваться, внедрять новые технологии для получения прибыли.

На сегодня в сфере туризма занято около 350 миллионов людей, позволяет делать выводы, что в настоящее время сфера ресторанного дела и гостиничного бизнеса приносит не только огромные деньги, но и предоставляет новые рабочие места, что особенно важно [3, с.45]. Страны получают доход, и инвестируют в инфраструктуру и в новые проекты. Потому что, 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. Работники сферы туризма и гостеприимства всех стран встречают туристов с доброжелательностью и делают все возможное для удовлетворения потребностей их клиентов. Важной особенностью является то, что услугами туризма и гостеприимства можно пользоваться, а не приобретать. Так как индустрия гостеприимства является востребованной сферой, она работает 24 часа в сутки, 365 дней в году [4, с.36]. 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, индустрия гостеприимства – это секрет любого заботливого обслуживания [5, с.41]. 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 особенности индивидуальных 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, при этом следует учесть, что особое значение имеет корпоративная культура в гостиницы или ресторана. И в этом, на наш взгляд идеальна модель корпоративной культуры Marriott, цель, которой добиться, чтобы любой человек, будучи вдали от своего дома, чувствовали себя так, словно они находятся среди друзей и знакомых, которые по-настоящему их ценят и уважают. Вот на такой идеологии строится политика большинства компаний индустрии туризма и гостеприимства.

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, санатории). Сезоном для того или иного туристского района принято считать период года, когда ежемесячное количество прибывающих туристов превышает среднемесячное число за год [6, с.19].

Туризм один из приоритетных факторов для экономики страны, и развитые страны понимают это. И поэтому уделяют должное внимание этой сфере. Мы считаем, что методами решений данной проблемы можно отнести любую страну мира и развить там туризм, а соответственно 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. Несмотря на экономическую ситуацию в мире, гостинично-туристский бизнес продолжает развиваться быстрыми темпами, вследствие чего увеличивается рост предлагаемых услуг. Но, как все сферы бизнеса ресторанное дело и гостиничный бизнес претерпевает ряд проблем, которые связаны они с экологической,

политической, экономической ситуациями в странах [7]. В частности, пандемия 2020 года – Covid 19, которая нанесла огромный ущерб владельцам ресторанов и отелей, все страны закрылись на карантин. В результате существование ресторанов и гостиниц стало под угрозой исчезновения, сотни миллионов ресторанов не смогли платить аренду и зарплату работникам, поэтому закрылись. Таким образом, следует вывод, что мировой экономический кризис сильно повлиял на гостиничный и ресторанный бизнес.

Еще одной проблемой является недостаток квалифицированных кадров. Эта сфера нуждается в профессионалах своего дела, а в частности грамотных руководителей, менеджеров. В гостиничном и ресторанном деле, руководитель должен разбираться во всех отделах своего бизнеса, это и кухня, отдел продаж, бухгалтерия, служба приема и размещения и многое другое. В этом плане, квалифицированных руководителей, разбирающихся во всех отделах мало. Немало важно играет опыт работы такого руководителя. Чтобы стать менеджером гостиницы, человеку необходимо поработать в каждом отделе и получить некий опыт, начинать с самых низов. После нескольких лет, такой человек уже готов взяться за дело. Но, проблема в том, что мало кто хочет менять свою работу каждые 2-3 года, при этом учиться ей заново. И мало кто хочет работать несколько лет в одной лишь гостинице или ресторана. Поэтому в будущем понадобятся тысячи опытных менеджеров и руководителей [8]. Безусловно, в каждой сфере туризма и гостеприимства есть и минусы, плюсы, возможности и угрозы. И если делать SWOT анализ, то и в мировой индустрии туризма и гостеприимства можно выявить свои пробелы. Обзор литературы позволяет описать современные проблемы в индустрии туризма и гостеприимства: недостаток квалифицированных кадров в индустрии; слабо развитый туризм; конкуренция.

Сейчас развитые страны понимают важность туристской области для экономики страны. И связи с тем, они делают огромные вложение в цифровые 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. Где он может путешествовать, просто водя пальцем по телефону. Такой технологией уже пользуются многие страны и получают значительный прирост ВВП. Эти технологии в основном предназначены для людей, которые хотят поехать в данную страну или город, чтобы убедиться есть ли там что-то, что его заинтересует, помимо этого эти приложения предназначены для людей с физическими или финансовыми ограничениями, которые не могут позволить себе путешествие, но с этим приложением они в разы дешевле виртуально смогут посетить город. Это позволяет поддержать представление качественного сервиса для всех людей независимо от финансовых возможностей.

Можно привести обоснование необходимости развития спортивного туризма, для развития туризма в Туркестане можно и отнести проведение массовых спортивных мероприятий как международные соревнования и марафонских забегов, что, несомненно, должно привлечь внимание иностранцев, так как на такие забеги приезжают более 20 000 человек. При грамотной организации могут приехать люди из других континентов. Например, Нью-йоркский марафон ежегодно принимает 50 000 человек с разных стран [5, 6]. Участие которого стоит 400\$. И того получается 20 000 000 долларов в ВВП страны, не считая проживание, питание, экскурсия. Это огромные средства в казну государства. Если проводить такие забеги при участии 20000 человек с взносом 100-300 долларов, то в сумме получается в среднем 5 000 000 долларов ежегодно. Наверное, возникнет вопрос: а зачем иностранцам сюда приезжать? Ответ прост: хорошая организации и грамотный маркетинговый план, эффективный продуманный план экскурсии и тому подобное как раз и привлечет людей из других стран, желательно проводить такие забеги поближе к памятникам и архитектуры. По цифровизация города. По нашему мнению, нужно ввести карту городов в популярное приложение 2GIS. Им пользуется такие страны как Италия, Чехия, Чили, ОАЭ, Киргизия, Украина, Узбекистан, Азербайджан и Кипр, несомненно, чтобы были доступны сайты города на международных языках: английский, китайский и испанский, которые языки занимают лидирующий рейтинг в сфере туризма. Турист всегда должен видеть на электронной карте все гостиницы и рестораны. Развитие частного предпринимательства, один из возможностей развития туризма. Чем больше будет бизнесменов, тем лучше будет сервис. Суть в

том, что в развитых странах частные организации делают все возможное, чтобы клиент выбрал именно их. Потому что зарплату платит не работодатель, а клиент. И это означает, что сервис всегда будет развиваться. А значит, соответственно и туризм будет развиваться [9].

На сегодня, индустрия туризма и гостеприимства самая динамично развивающаяся отрасль экономики в мире. 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). Как было ранее сказано, гостеприимство напрямую зависит от туризма в стране. Индустрия приносит огромные средства и большое количество рабочих мест. Делая вывод можно сказать, что люди всегда будут пользоваться услугами ресторанов и гостиниц. И за этим есть настоящее и прекрасное будущее. А с развитием новых технологий все больше улучшится данная сфера. Ведь уже сейчас во всех предприятиях индустрии туризма и гостеприимства применяют так называемые автоматизированные системы управления (АСУ), которые развивают индустрию туризма и гостеприимства и улучшают скорость и качество сервиса, что вызовет потребность в новых востребованных профессиях. Конечно, наши предложения требуют более глубоких исследований, но несомненно то, что их реализация даст толчок к формированию устойчивого туризма в Казахстане.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Текст сборника Законов Хаммураби в переводе: Пер. и комм. И. М. Волкова // Законы вавилонского царя Хаммураби. С 8 рисунками и картой // Под общ. ред. Б. А. Тураева. — М.: Товарищество скоропечатни А. А. Левенсон, 1914. — 81 с. — (Культурно-исторические памятники Древнего Востока, Вып. I).
2. Романов В.В., Елканова Д.И., Сорокина Е.В., Осипов Д.А. Основы индустрии гостеприимства: учеб, пособие. М.: Дашков и Ко, 2009, 189с.
3. Аймен А.Т., Аташева Д.О., Айменов М.Ж. — Анализ занятости в сфере туризма Казахстана // Вестник Национальной академии наук естественных наук РК, №3,2019, с.48-55.
4. Аймен А.Т., Аташева Д.О. Туризм: Состояние отрасли и занятость в Казахстане. В сборнике: Современная наука: проблемы и перспективы развития// Сборник статей IV Международной научно-практической конференции. В 3-х частях. Под редакцией А.Э. Еремеева. Омск, 2020. С. 35- 39.
5. <http://www.kukiani.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=14&p=44&s=181>
6. А. Браймер; пер. Е. Б. Цыганов. - Москва: Аспект-Пресс, 1995. - 382 с.
7. <https://works.doklad.ru/view/OLi2Jexlwl0.html>
8. <https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/631167>
9. <https://prohotel.ru/article-3303/0/>

А.Д. ВАЛЕУЛИНА¹, К.Ш. КАЗБОЛАТОВНА²

¹студент Торайгыров университета
(Казахстан, г. Павлодар), e-mail: avaleulina2021@mail.ru

²Старший преподаватель, Торайгыров университет
(Казахстан, г. Павлодар)

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

Аннотация. Одним из основных направлений современного туризма в Казахстане является экотуризм. Он возник из-за растущего числа экологических проблем и привлек внимание ученых, общественности, бизнес-сектора и государства. Различные организации экотуризма вкладывают в его понимание схожий по тенденции, но не абсолютно определенный смысл. Экологический туризм очень актуален и эффективен для поддержания целостности и аутентичности экосистем в нетронутых районах, так появляется необходимость в его изучении. Таким образом, цель данной статьи в изучении перспектив развития экологического туризма в Казахстане. Объект статьи – тенденции развития экотуризма.

Ключевые слова: перспективы развития, экологический туризм, Казахстан, тенденции, потенциал.

Annotation. One of the main directions of modern tourism in Kazakhstan is ecotourism. It arose due to the growing number of environmental problems and attracted the attention of scientists, the public, the business sector and the state. Various ecotourism organizations put into its understanding a similar trend, but not an absolutely definite meaning. Ecotourism is very relevant and effective for maintaining the integrity and authenticity of ecosystems in untouched areas, so there is a need to study it. Thus, the purpose of this article is to study the prospects for the development of eco-tourism in Kazakhstan. The object of the article is the trends in the development of ecotourism.

Keywords: development prospects, ecological tourism, Kazakhstan, trends, potential.

Аннотация. Одним из основных направлений современного туризма в Казахстане является экотуризм. Он возник из-за растущего числа экологических проблем и привлек внимание ученых, общественности, бизнес-сектора и государства. Различные организации экотуризма вкладывают в его понимание схожий по тенденции, но не абсолютно определенный смысл. Экологический туризм очень актуален и эффективен для поддержания целостности и аутентичности экосистем в нетронутых районах, так появляется необходимость в его изучении. Таким образом, цель данной статьи в изучении перспектив развития экологического туризма в Казахстане. Объект статьи – тенденции развития экотуризма.

Ключевые слова: перспективы развития, экологический туризм, Казахстан, тенденции, потенциал.

Введение. В настоящее время развитие экологического туризма является одним из приоритетных направлений для каждого региона нашей страны. Согласно определению А.С. Думина, экологический туризм — это ответственное путешествие в природные зоны, регионы, которое сохраняет окружающую среду и поддерживает благосостояние местных жителей [1]. Л.С. Абдрказова выделяет ряд преимуществ, наличие которых в Казахстане может сделать особо охраняемые природные территории основным звеном в развитии экотуризма:

- расположение в наиболее зрелищных, привлекательных, интересных с познавательной точки зрения местах;
- наличие отлаженной системы обслуживания туристических групп, отработанной системы туристических маршрутов, опыта организации просветительской работы;
- наличие специфической инфраструктуры и подготовленного персонала;
- позитивное отношение местных жителей к конкретному природному объекту и существующие экологические ограничения на хозяйственную деятельность на его территории [2].

Развитие туризма для национальных парков, в отличие от природных заповедников, является одним из наиболее важных и официально заявленных видов деятельности. Однако развитие туризма в национальных парках требует обеспечения эффективной инфраструктуры. Так, например, природа Каркаралинского государственного национального природного парка в Карагандинской области, предназначенного для сохранения биологического и ландшафтного разнообразия, использования уникальных природных объектов и объектов государственного природно-заповедного фонда, имеющих особую экологическую, научную, историко-культурную и рекреационную ценность, имеет прекрасные условия для успешного развития экотуризма в Центральном Казахстане. Однако стоит отметить, что взаимосвязь между количеством туристов, посещающих территорию, и состоянием ее экосистем, физическим состоянием окружающей среды, социальным воздействием и общей полезностью, получаемой посетителями, может иметь различные формы. Так общая полезность, получаемая посетителями, может продолжать расти с увеличением числа посетителей даже после того, как экосистемы показывают некоторое ухудшение. Поэтому для классификации и идентификации экологических маршрутов во всех регионах Казахстана, сначала необходимо рассчитать потенциальную емкость для устойчивого туризма.

В Казахстане находятся заповедники и национальные парки, несколько тысяч археологических и исторических памятников различной исторической и культурной ценности. Наиболее популярными и посещаемыми являются природные парки и заповедники: Бурабайский, Баянаульский, Коргалжынский заповедники, озеро Колсай, Бухтарминское водохранилище, озеро Алаколь, Чарынский каньон, Иле-Алатауский национальный парк. Но многие из них, такие как каньон Жаманты, озеро Жаланашколь, Жабыктау и многие другие посетить практически невозможно. К ним практически нет дорог, туристической инфраструктуры и домов отдыха, что делает невозможным дальнейшее развитие экологического туризма в этих территориях.

В Государственной программе по развитию туризма в Республике Казахстан экологический туризм признан одним из приоритетных направлений развития туризма в стране. Но несмотря на то, что данная программа была принята в 2019 году, в Казахстане не сформулированы единые организационные политики и подходы к развитию экотуризма. На практике экологический туризм ассоциируется с посещением туристами заповедных зон и сельской местности, увеличением национальных и международных потоков туристов и связанным с этим развитием туристической инфраструктуры в этих районах. Туристические операторы Казахстана в последнее время стали использовать приставку «бренд + эко», чтобы привлечь посетителей, так как это значительно повышает цену тура. Таким образом, малое количество уникальных природных объектов привело к тому, что на практике экологические туры создавались на основе существующих туров и маршрутов массового туризма. Не менее важны так называемые неденежные преимущества, которые не всегда можно оценить или которые лишь косвенно выражаются экономическими категориями. К ним в рамках перспективы развития относятся, например:

- создание новых рабочих мест;
- экологическое образование;
- повышение культурного уровня населения;
- развитие инфраструктурной сети;
- подъем экономики отсталых районов.

Многие ученые отмечают, что особо охраняемые природные территории, такие как национальные парки или природные заповедники, не должны быть полностью коммерциализированный, а их неиспользованные ресурсы истощены, поскольку негативное антропогенное воздействие приведет к экологическому ущербу для всей экосистемы [3]. Вместо этого они должны использоваться для предоставления «экологических услуг» людям в виде свежего воздуха, чистой воды или защиты биоразнообразия. Так ниже представлена потенциал развития экологического туризма в Казахстане на основе имеющихся природных территорий, памятников природы и так далее.

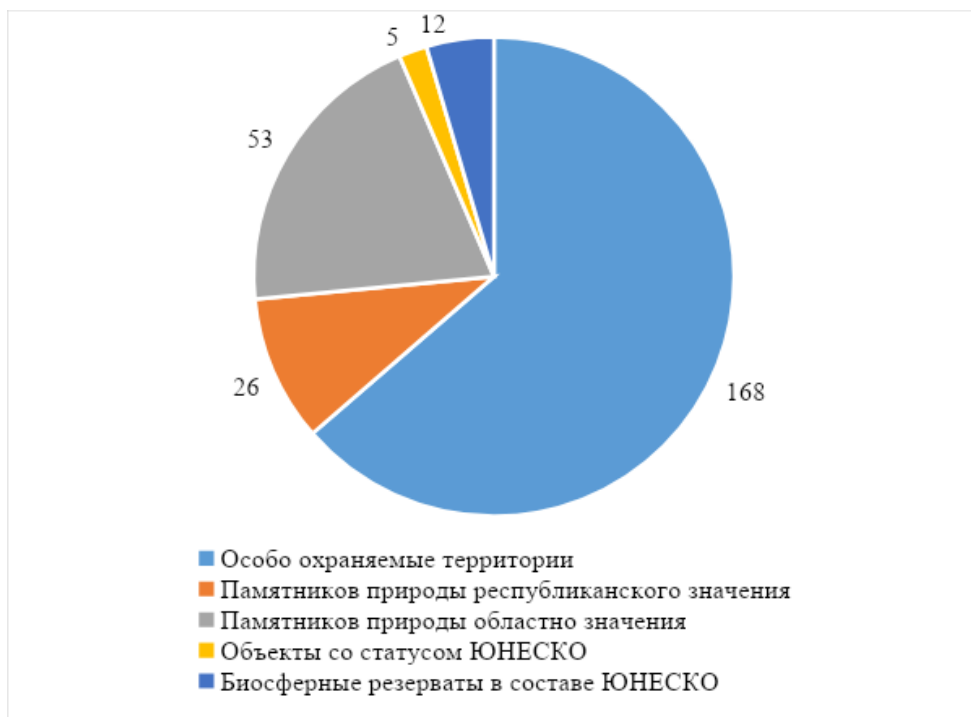


Рисунок - 1. Инфографика потенциала развития экологического туризма в Казахстане [4]

Наибольшим потенциалом для развития экологического туризма обладают национальные парки, основной задачей которых, наряду с охраной экосистем, является регулирование использования территории национального парка и его охранной зоны в экологических, образовательных, научных, туристических, рекреационных целях. Национальные парки и природные заповедники в Казахстане занимают около 8% всей территории и могут рассматриваться как курортные зоны, так и экологические зоны, которые должны быть как защищены, сохранены, так и развиты в рекреационных целях [5]. Более того, чтобы лучше понять, как развивается экологический туризм, необходимо понимать, что в процесс развития экологического туризма могут внести свой вклад следующие заинтересованные стороны:

- местные власти;
- местные корпорации и партнерства;
- частный бизнес, получающий прибыль;
- внешние инвесторы;
- местные жители;
- экологические и культурные группы, ассоциации;
- экономические и развивающие организации (НПП «Аматекен»);
- индустрия гостеприимства: туроператоры;
- организации маркетинга направлений, СМИ.

Заинтересованные стороны жизненно важны для соответствующих территорий назначения с развитием экологического туризма и рекреационной деятельности, поскольку каждая из них является неотъемлемой частью всего процесса сотрудничества в развитии экологического туризма. В свою очередь, местное население положительно относится к развитию экотуризма по таким аспектам, как сохранение культурных традиций, устойчивое развитие сообщества, планирование и управление экотуризмом.

В заключении отметим, что на основе анализа природных ресурсов и рекреационных возможностей Казахстана в рамках перспективы развития экологического туризма были определены такие признаки, как благоприятные климатические параметры, экологическая привлекательность элементов, рекреационные возможности, биоразнообразие, наличие памятников природы, культуры. В целом, экотуризм обеспечивает устойчивое развитие в социальном, экономическом и экологическом плане на территориях, поэтому существует необходимость его развития.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Думин А.С. Устойчивое развитие экологического туризма. – М.: Кронус,
2. Абдрказова Л.С., Ким П.Г., Тулегенов А.М. Проблемы и перспективы развития экологического туризма на территории Республики Казахстан // Кронос. - 2022. - 4(66).
3. Оспанов Г.М. Перспективы развития туристической отрасли в регионах Казахстана // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. - 2012. - 13-2.
4. Отчет программы развития ООН. Потенциал развития Казахстана. [Электронный ресурс] URL:<https://www.undp.org/ru/kazakhstan/stories/%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%BE%D0%B7%D0>.
5. Газизова А.А., Фахруденова И.Б., Титова М.А. Жизненный цикл устойчивого экотуризма (на примере Казахстана) // Вестник науки и образования. - 2019. - 1-1(55).

Т.Т. ТУРСЫНОВА¹, Ә.Р. БАТЫРБЕК²

¹*педагогика ғылымдарының кандидаты, доцент м. а*

Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
(Қазақстан, Астана қ.), E-mail: tangaltd@mail.ru
²магистрант, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
(Қазақстан, Астана қ.), E-mail: asse1.b@mail.ru

ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНЫҢ РЕКРЕАЦИЯЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ ПОТЕНЦИАЛЫ

Түйін. Егеменді елімізде экономикалық жағдайдың жақсаруы мен тұрақталуы, білім мен ғылым жүйесінің қалыптасуы қазіргі сұранысқа ие болып отырған туризмді дамытуда негізгі алғы шарттарының бірі. Осы тұрғыдан алғанда туризм мен демалыс индустриясын дамытуға мүмкіндік беретін рекреациялық ресурстарға бай өңірдің бірі Түркістан облысы. Оның туристік – рекреациялық ресурстарының алуан түрлілігі, табиғатының бірегейлігі әсемділігі мен өзіне тән ерекшеліктері туризмді дамытуға мүмкіндік береді. Географиялық тұрғыдан алғанда, Түркістан облысы Қазақстанның туристік – рекреациялық әлеуетін толықтыратын өзіне тән бірегей табиғи рекреациялық ресурстар мен тарихи - мәдени мұралары мол аудан. Сонымен қатар бұл өңір мінажаттық танымдық, ірі демалыс және емдік – сауықтыру туризмін дамытуға мүмкіндік беретін аймақ.

Кілт сөздер. Түркістан, туризм, рекреация, ресурс, демалыс

Annotation. Improvement and stabilization of the economic situation in the sovereign country, the formation of a system of education and science are one of the main prerequisites for the development of tourism, which is in demand today. From this point of view, one of the regions rich in recreational resources, which allows the development of the tourism and leisure industry, is Turkestan region. The diversity of its tourist and recreational resources, the uniqueness of nature, beauty and characteristic features make it possible to develop tourism. Geographically, Turkestan region is a district with unique natural recreational resources and historical and cultural heritage, which complements the tourist and recreational potential of Kazakhstan. In addition, this region is a region that allows you to develop religious educational, large – scale recreation and medical and health tourism.

Keywords. Turkestan, tourism, recreation, resource, recreation

Аннотация. Улучшение и стабилизация экономической ситуации, становление системы образования и науки в суверенной стране являются одними из основных предпосылок развития туризма, который сейчас востребован. В этом смысле Туркестанская область является одним из регионов, богатых рекреационными ресурсами, которые позволяют развивать индустрию туризма и отдыха. Разнообразие туристско – рекреационных ресурсов, уникальность природы и присущие ей особенности позволяют развивать туризм. Географически Туркестанская область – это район с богатыми природными рекреационными ресурсами и историко - культурным наследием, дополняющий туристско-рекреационный потенциал Казахстана. Кроме того, этот регион является зоной, способствующей развитию нравственного познавательного, крупного досуга и лечебно – оздоровительного туризма.

Ключевые слова. Туркестан, туризм, рекреация, ресурс, отдых

Кіріспе. Рекреациялық туризм-адамның рекреациялық қажеттіліктерін қанағаттандырудың ең тиімді әдістерінің бірі. Ол тек демалуды, сауықтыруды ғана емес, сонымен қатар мәдени-танымдық белсенділік пен қарым-қатынасты біріктіреді.

Бүгінгі таңда туризмді зерттеуде "рекреациялық туризм" ұғымын және оның құрамын анықтауға қатысты әлі күнге дейін түсінік қалыптасқан жоқ. Рекреациялық туризм демалыс, ойын-сауық, емдеу және сауықтыру мақсатында саяхат барысында пайда болатын құбылыстар мен қатынастардың жиынтығы. Туристік жүйеде рекреациялық туризмнің орны айтарлықтай, өйткені туризмнің бұл түрі жан-жақты және туризмнің басқа түрлері мен формалары енеді.[1]

«Рекреация» түсінігінің мәні уақыт өте келе тұрақты түрде өзгеруде. Бұрын рекреация демалыс, жұмыс үрдісінің барысында жоғалтқан күш-қуатты қалпына келтіру ретінде қарастырылған болатын. Әр түрлі елдердің ғалымдары рекреация түсінігіне әр түрлі анықтама бергенімен тұтастай алғанда оны демалыс, көңіл көтеру, ұйымдасқан немесе ұйымдаспаған түрде туризммен, спортпен айналысу, арнайы мекемелерде емделу арқылы денсаулықты қалпына келтіру ретінде қарастырады.

Бұл термин белгілі бір аумақта адамдардың демалысын, емделуін, көңіл көтеру мен туризмді ұйымдастырып жүзеге асыратын шаруашылық саласын көрсету үшін қолданылады.

Рекреацияның әлеуметтік-экономикалық мәні мен негізгі қызметтері туралы мәліметтер жеткілікті. Қазіргі кезеңде рекреация ағзаға түсер салмақтан арылтатын, еңбекке қабілетін қалпына келтіру үшін адамның қалыпты өміріне қажетті өндірісті өркендетуге қажетті жағдай қызметін атқаратын таңдалған іс-әрекет түрлеріне айналуға. Оның негізгі міндеті қоғамның әр бір мүшесінің физикалық және психологиялық күш қуаттарын қалпына келтіру, оның рухани әлемін жан-жақты дамыту [2].

Осы тұста ғылыми ізденіс барысында рекреацияның қоғамдық қызметінің жалпы қабылданған жіктемесі болмағанын анықталды. Оларды төменде көрсетілген үш негізгі топқа бөліп көрсетуге болады:

Рекреацияның медициналық-биологиялық қызметіне шипажайлық емделу мен сауықтыру жатады. Туризм арқылы сауығу адамның өндірісте және өндірістен тыс психологиялық шаршауы басу мәселесін шешудің ұтымды жолдарының бірі.

Рекреацияның әлеуметтік-мәдени қызметі—бұл рекреацияның жетекші қызметі. Мәдени немесе рухани бүкіл дүние жүзінің табиғатымен, тарихи-мәдени және әлеуметтік құндылықтармен танысуға жол ашады [3].

Рекреацияның экономикалық қызметі—қарапайым және жұмыс күштерін кеңейтуімен көзге түседі. Рекреация қоғамға қажетті уақытты сақтайды. Рекреациялық іс-әрекет нәтижесінде еңбекшілердің жұмысқа қабілеттерінің ұзақтығы күш-қуаты артып, олардың түрлі ауыруға ұшырауы азайады.

Түркістан облысы дүниежүзіндегі басқа аумақ ендігінде орналасқан туризмінің дамуы жоғары елдермен салыстырғанда теңіздің жоқтығына қарамастан өзіндік рекреациялық ресурстарға ие.

Тарихи тұрғыда мәдени бағытта қарастырсақ облыс аумағы арқылы Қытай мен Еуропаны жалғастырып жатқан тоғыз жолдың торабы осы жерде, Сібір мен Орта Азияны жалғастырушы көпір іспеттес. Мыңдаған жылдар сан ғасыр бойы киелі және қасиетті Оңтүстік жері өзге ұлттарды біріктіруші дипломатия мен сауда жолы болғаны тарихтан белгілі.

Түркістан облысының рекреациялық әлеуеті аумақты қоныстану кезеңінен бастау алады. Таяу шығыста орналасқан өркениетті елдердің еуразия материгінің шығысын жалғастырып жатқан Ұлы Жібек жолының (ҰЖЖ) рөлі өте жоғары.

Ең алдымен зерттеу аумағының туристік-рекреациялық әлеуетіне бағалау жасалуын жөн көрдік. Өңірдің туристік-рекреациялық әлеуетін бағалау оның рекреациялық ресурстарына кешенді сипаттама беруге негізделуі тиіс. Аумақтың табиғи рекреациялық ресурстары олардың сандық өлшемдерін өлшеу сапалық қасиеттерін сипаттау арқылы жүргізіледі.

Түркістан облысының аумағына талдау жасау негізінде біз географиялық орналасу қағидасына сәйкес зерттелетін өңірді рекреациялық даму болашағы бар, туристік тұрғыдан игерілу деңгейі әр түрлі 5 ауданға (зонаға) жіктедік. Олар: Созақ рекреациялық ауданы, Қаратау-Өгем, Қоржынтау-Ордабасы, Арыс-Қызылқұм, Мырзашөл-Шардара.

Әкім шілік аудандар	Қорық тар, ауданы, мың га	Қорықшалар, мемлекеттік ұлттық табиғат бақтарының ауданы, мың га	Тарихи- мәдени және табиғат Ескерткіш тері	Тарихи-мәдени және ұлттық тарихи- мәдени қорықтар мұражайлар, ботаникалық және дендробактар	Шипа жайлар
Созақ рекреациялық ауданы (зоны)					
Созақ		Жамбыл	Баба түкті Шашты әзіз Ысқақ баб Қарабура Саңғыл би кесенесі	Келіншек тау Таңбалы тас жолы	
Қаратау-Өгем					
Бәйдібек	Қаратау	Шалдар Темір, Боралдай	Ақмешіт Аппақ ишан күмбезі Бәйдібек ата Домалақ ана Шаппақ әулие кесенелері	Қаратау қорығы Кеңжиде тарихи аймағы	
Түлкібас	Ақсу- Жабағылы	Боралдай	Түркібасы әулиесі Шаппақата әулие Әулиесай дағы Майлықара Ақбиіктегі Сталактит үңгірлері	Ақсу Жабағылы қорығы Машат аңғары Дәубаба шатқалы Қара- үңгір тұрағы	Жабағылы Машат Дау баба Шаппақ баба
Кентау қ					Мейірім
Қоржынтау-Ордабасы					
Төлеби	Ақсу- Жабағылы	Сайрам-Өгем		МҰТБ	Біркөлік Тау самалы
Сайрам			Мәртөбе	Ақсу шатқалы	Манкент

		Ақдала қорықшасы	Ибраһим ата Қарашаш ана		
Ордабасы		Бадам Бөржар	Тутөбе	Ордабасы табиғи тарихи ұлттық бағы Қажымұхан мұражайы	Амангелді Темірлан
Қазығұрт			Ақбура әулие Қайып ерен қырық шілтен Көз ата Тесік тас Көктерек әулие	Қырық қыз табиғи ескерткіші Аққұм каньоны	Ембұлақ Ақбұлақ Майбұлақ Қотыр бұлақ Көктөбе
Шымкент қ			Қошқар ата Қарабура әулие кесенесі		Денсаулық
Арыс-Қызылқұм					
Арыс					Арыс- Арасан Тораптық
Отырар			Арыстан баб Отырар төбе	Отырар мемлекеттік археологиялық қорық мұражайы	Божбан
Түркістан қ.			Қ.А.Ясауи Гаухар ана Рабиға Сұлтан Бегім	Күлтөбе, Керуен сарай	Түркістан
Мырзашөл-Шардара					
Шардара					Денсаулық Ардагер
Сарыағаш					Сарыағаш Алтынай

					Арман Жетісу Алтын бұлақ Бәйтерек
Мақтарал		Задария			

Өңірдің рекреациялық әлеуетін бағалау нәтижесінде қарастырылатын аумақтың рекреациялық құндылықтарын көрсететін факторлар:

- *ерекше қорғауға алынған табиғи аумақтар* бойынша Қаратау- Өгем рекреациялық ауданының *жоғары*, Қоржынтау-Ордабасының *орташа*, қалған үш ауданда (Арыс-Қызылқұм, Мырзашөл-Сарыағаш, Созақ) төмен екенін;

- *емдік-сауықтыру шипажайлары* бойынша Мырзашөл-Сарыағаш рекреациялық ауданының *жоғары*, Қоржынтау-Ордабасының *орташа*, қалған аудандарда салыстырмалы түрде төмен;

- *тарихи-мәдени және ұлттық қорық мұражайлар, тарихи-археологиялық ескерткіштер* бойынша Арыс-Қызылқұм, Қоржынтау-Ордабасы рекреациялық ауданында *жоғары*, Созақ рекреациялық ауданында *орташа*, Мырзашөл-Сарыағаш, Қаратау- Өгем аудандарында *төмен* екенін көрсетті. ЕҚТА, емдік-сауықтыру шипажайларының, ботаникалық және дендробактардың, тарихи—археологиялық және табиғат ескерткіштерінің, тарихи-мәдени және ұлттық қорықтардың саны мен олардың алып жатқан шартты ауданы негіз болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Рекреационный туризм: учеб. пособие / С.Р. Ердавлетов, К.А. Искакова, А.М. Артемьев, С.М. Баяндинова. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – 214 с.

2. Мазбаев О.Б. Туристік рекреациялық іс-рекеттердің теориялық әдіснамалық аспектілері Материалы межд. науч.теоретич. конферен. «научно- инновационное развитие как фактор модернизации высшего образования » 27 апрель. Астана, 2012. -С.139-143

3. Веденин Ю.А., Мироненко Н.С. Оценка природных условий для организации отдыха //Изв. АН СССР. Сер. Геогр. 1969. -С. 51-60.

А.Б. МОЛДАШЕВА¹, Д.О. АТАШЕВА², А.А. КАДИРБЕКОВА³

¹э.ғ.к., доцент, М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті
(Қазақстан, Тараз қ.), E-mail: altun_78@mail.ru

²э.ғ.к., доцент, М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті
(Қазақстан, Тараз қ.), E-mail: datasheva07@mail.ru

³экономика магистрі, аға оқытушы, М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті
(Қазақстан, Тараз қ.), E-mail: aru.assanovna@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМНІҢ ҚАЗІРГІ ЖАҒДАЙЫ: ПРОБЛЕМАЛАРЫ МЕН БОЛАШАҒЫ

Аңдатпа. Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында туризм саласы ұлттық экономиканың индустриялық-инновациялық дамуының басым бағыттарының біріне айнауда. Мақалада Қазақстандағы кіру және ішкі туризмді дамытудың артықшылықтары мен перспективалары, отандық туризм индустриясы мен туристік бизнестің жеткіліксіз дамуы мен табысының себептері туралы айтылады. Оларды жақсарту және Қазақстанның туристік орталық ретінде тартымдылығын арттырудың өзекті және мүмкін шаралары қарастырылған.

Кілт сөздер: туризм, демалыс, экономика, табыс, даму, келушілер

Abstract. Currently, the tourism industry in the Republic of Kazakhstan is becoming one of the priority areas of industrial and innovative development of the national economy. The article discusses the advantages and prospects of the development of inbound and domestic tourism in Kazakhstan, the reasons for the insufficient development and success of the domestic tourism industry and tourism business. Current and possible measures to improve them and increase the attractiveness of Kazakhstan as a tourist center are provided.

Key words: tourism, recreation, economy, income, development, visitors

Аннотация. В настоящее время индустрия туризма в Республике Казахстан становится одним из приоритетных направлений индустриально-инновационного развития национальной экономики. В статье рассматриваются преимущества и перспективы развития въездного и внутреннего туризма в Казахстане, причины недостаточного развития и успешности отрасли внутреннего туризма и туристического бизнеса. Приведены текущие и возможные меры по их совершенствованию и повышению привлекательности Казахстана как туристического центра. **Ключевые слова:** туризм, отдых, экономика, доход, развитие, посетители

Қазақстан Республикасындағы туризм ұлттық экономиканың индустриялық-инновациялық дамуының басым бағыттарының бірі болып табылады. Қазақстанның белгілі бір экономикалық және бірегей табиғи әлеуеті бар екенін ескере отырып, елімізде туризмнің әртүрлі түрлерін дамытуға толық мүмкіндік бар: мәдени, білім беру, экологиялық, экстремалды, іскерлік, сауықтыру және т.б. Қазақстан тек мойындалған ұлттық мәдени-тарихи және табиғи-географиялық артықшылықтарға ғана емес, сонымен қатар жылдар бойы қалыптасқан құрылымдық, экономикалық және ұйымдастырушылық басқару кемшіліктеріне байланысты туризмді дамытуға ерекше рөл беруі керек [1]. Сонымен, көпшілігімізге белгілі, Республикада даусыз табиғи қасиеттер бар. Бұл елде шексіз дала кеңістігі мен бұлыңғыр шөлдер мен құмдар, қар басқан және орманды таулар, көлдер мен өзендер бар. Ол көптеген бірегей табиғи қорықтар мен ұлттық парктермен, археологиялық және тарихи ескерткіштер мен көрікті жерлермен, емдеу-сауықтыру мекемелерімен ұсынылған. Сондай-ақ туристердің назарын аударатын ерекше жерлер: жергілікті гидтер «Қазақ Швейцариясы» деп аталатын Бурабай көлі; Байқоңыр ғарыш орталығы; Қазақстандағы ең ірі қорық – «Алтын-Емел» ұлттық саябағы; Жеті сарқырамасымен, көлдері мен бұлақтарымен, дәрілік өсімдіктерімен, қылқан жапырақты ормандарымен және ыстық көздерімен әйгілі Түрген шатқалы; скиф-сақ дәуірінің археологиялық ескерткіші – Есік қорғаны; Американдық Колорадо штатындағы Үлкен каньоннан әдемілігі жағынан еш кем түспейтін Шарын каньоны; Көлсай көлдері – Солтүстік Тянь-Шаньның інжу-маржаны; үлкен алматы көлі. Ал, мысалы, 2006 жылы «Шымбұлақ» тау шаңғысы курорты (Алматы) ТМД елдеріндегі ең танымал тау шаңғысы курорттарының рейтингінде көш бастағанын Tengrinews.kz хабарлаған [2].

Қазақстан Еуропадан Азияға, Қытайдан Ресейге дейінгі жол айрығында қолайлы орналасуының арқасында Жібек жолының бөлігі және Еуразияның жүрегі болып табылады. Бүгінгі таңда ЮНЕСКО/ЮНВТО және Дүниежүзілік туристік ұйыммен Қазақстан, Қырғызстан және Қытай, екіншісі Тәжікстан, Өзбекстан және Қазақстан арқылы өтетін «Жібек жолы мұра дәліздері үшін туризмді дамыту стратегиясы» бірлескен жобасын жүзеге асыруға ерекше назар аударылуда. Осы халықаралық жобаларға қатысу олардың субъектілеріне елдің мүмкіндіктерін барынша тиімді пайдалана отырып және оның мәдени және табиғи мұрасын барынша сақтай отырып, өз аймағындағы кіру туризмін басқару мен дамытудың оңтайлы стратегиясын жасауға мүмкіндік береді [3]. 2000 жылдардың басында Қазақстанда мемлекет отандық экономиканың халықаралық аренадағы бәсекеге қабілеттілігін бағалау жобасын қолға алды. Осы жобаның басынан-ақ қазақстандық туристік индустрияның өкілдері Үкімет пен халықаралық сарапшылардан (М.Портер басқаратын американдық Austin Associates консалтингтік компаниясы) олардың қызмет саласын бақылауды сұрады. Жергілікті және шетелдік тұрғындар арасында қалыптасқан Қазақстан әлеуетті туристерді ұсынатын ештеңе жоқ деген пікірге қарағанда, сарапшылар инфрақұрылымның, қызмет көрсету сапасының дамуымен экотуризм, спорт түрлерін құруға алғышарттар бар деген қорытындыға келді. және республикадағы іскерлік туризм [4], және қазақстандық туристік индустрия қазақстандық және халықаралық сарапшылардың ұлттық бәсекеге қабілеттілік жобасын әзірлеу барысында стратегиялық басымдықтардың бірі ретінде танылды: шетелдік сарапшылардың пікірінше, Қазақстан Республикасында халықаралық бәсекеге қабілетті кластерлерді құруға болатын тоғыз сектордың ішінде экономика, туризм индустриясы үшін орын бар:

- құрылыс материалдары өнеркәсібі;
- туризм индустриясы;
- тоқыма өнеркәсібі;
- жиһаз өнеркәсібі;
- тағам өнеркәсібі;
- инвестициялық банктердің қызметтері;
- жүк тасымалдау;
- тау-кен өнеркәсібіне арналған жабдықтар өндірісінің саласы;
- металлургия өнеркәсібі.

Тәуелсіздік алғаннан бері Қазақстан Дүниежүзілік туристік ұйымға кірді, оның ұйымдастырушылық қолдауының арқасында Қазақстанда өзінің «KITF» туристік ұйымдарының жәрмеңкесі мен «SportExpo» көрмесі өтіп жатыр. Мұндай іс-шаралар отандық туристік компанияларға өздері туралы айтып, өздерінің туристік жобаларын көрсетуге, Ұлы Жібек жолының бағыттарына туристерді тартуға және түрлі байқаулар өткізу арқылы саяхаттарының географиясын кеңейтуге мүмкіндік береді. Қазақстан туристік ресурстарға бай екені сөзсіз. Қазақстанның табиғи-рекреациялық әлеуеті, сондай-ақ ұлттық салт-дәстүрлері мен ерекшеліктері, менталитеті мен әдет-ғұрыптары шетелдік туристер үшін әлеуетті тартымдылыққа ие, өйткені олар Еуропа мен Азия нарығында ұсынылатын туристік қызметтермен қаныққан [5]. Республикадағы туристік қызметті реттеуді Қазақстан Республикасы Индустрия және жаңа технологиялар министрлігінің Туризм индустриясы комитеті жүзеге асырады. Бүгінгі таңда Қазақстан Республикасында «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» Қазақстан Республикасының Заңы қабылданып, жұмыс істейді, Қазақстан Республикасын үдемелі индустриялық-инновациялық дамытудың 2014-2020 жылдарға арналған мемлекеттік стратегиясы әзірленді, онда туризм Қазақстанның халықаралық және ішкі туристік бағыт ретінде тартымдылығын қалыптастыруда ерекше рөл атқарады. Туризм, оның ішінде келу және ішкі туризм ұлттық экономиканы дамытудың маңызды әлеуметтік-экономикалық бағыттарының бірі ретінде Қазақстанның 2020 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспарында атап өтілген. Осы және басқа да мемлекеттік құжаттарда, сондай-ақ Қазақстан Президентінің сөйлеген сөздері мен мәлімдемелерінде туризм экономиканың шикізаттық емес секторын дамытудың маңызды кластерлерінің бірі ретінде айқындалған; Республикалық туризм индустриясының алдында жауапты міндет тұр: жақын болашақта әлемдегі бәсекеге барынша қабілетті 50 елдің қатарына кіру, соның ішінде, ішкі туристік бизнестен түсетін табыс бойынша [6].

Сондай-ақ Қазақстан Республикасының Президенті Н.Назарбаевтың «Әлеуметтік-экономикалық жаңғырту – Қазақстан дамуының басты векторы» атты Қазақстан халқына Жолдауының ережелерін ескере отырып, туризм индустриясын дамыту тұжырымдамасы әзірленді. Республиканың 2020 жылға дейінгі бағдарламасы әзірленді, оған сәйкес ішкі туризм бизнесін және туризм индустриясын дамыту еліміздің оң имиджін қалыптастыру және ұлттық және туристік инфрақұрылымды жақсарту, кәсіби кадрларды жетілдіру арқылы олардың тұрақты дамуына бағытталуы тиіс [6].

Алайда, бүгінгі таңда Қазақстан Республикасындағы туризм, өкінішке орай, қарқынды өсу сатысында емес. Туризмнің мүмкін түрлері белсенді дамымай отыр. Сандық жағынан да, сапалық жағынан да өсу жүріп жатқан қонақ үй индустриясының оң динамикасын, әрине, атап өтуге болады. 2000 жылдары – 2010 жылдардың басында деп айтуға болады. туристік фирмалардың саны және туризмде жұмыс істейтін адамдар саны жыл сайын өсті. Алайда, әлемдік экономикалық дағдарыстың тереңдеуімен және оның әсерінен 2021 жылдардың ортасында әлеуметтік-экономикалық жағдайдың нашарлауымен Қазақстан Республикасының өзінде бұл оң динамикалық процестер баяулады.

Еліміз үшін кіру туризмін дамыту маңызды екені белгілі. Бұл келу туризмінің экономикалық тұрғыдан алғанда бірқатар артықшылықтары бар екендігімен түсіндіріледі, соның ішінде:

- ваучерлерді сату және барған елде қызметтер мен тауарларды сатып алу арқылы шетел валютасы түріндегі елдегі қаржылық ресурстарды алу;
- елдегі қонақ үй секторының дамуын ынталандыру;
- дамыған туризм инфрақұрылымын қалыптастыруды ынталандыру;
- туризммен байланысты салаларды дамыту;
- қосымша жұмыс орындарын құру;
- қажетті туристік өнімді жасау үшін толық ауқымды социологиялық және маркетингтік зерттеулерді бастау.

Дегенмен, қазақстандық туристік саланың жағдайы қазақстандықтардың халықаралық туристік қызметтер импорты отандық туризм индустриясының экспортынан айтарлықтай жоғары болатыны анық. Бұған қазақстандық ресми статистиканың мәліметтері дәлел.

Төменде 1-ші кестеде Қазақстан Республикасы мен Жамбыл облысына туристер ағыны бойынша статистикалық деректер көрсетілген.

Кесте - 1. Қазақстан Республикасы бойынша қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны, адам

№	КӨРСЕТКІШТЕР	ЖЫЛДАР				АУЫТҚУ	
		2018	2019	2020	2021	+, -	%
1	Кіру және ішкі келушілер саны	6 839 433	7 062 769	8 081 504	4 786 130	-2 053 303	30,02
оның ішінде							
а	орналастыру орындарында тоқтағандар	5 279 406	5 526 864	6 266 563	3 581 340	-1 698 066	32,16
ә	санаториялық-курорттық ұйымдарда демалғандар	298 085	299 091	313 316	218 893	-79 192	26,57
б	ерекше қорғалатын табиғи аумақтарға барғандар	1 261 942	1 236 814	1 501 625	985 897	-276 045	21,88
2	«Өздігінен ұйымдастырылған» кіру және ішкі келушілер саны	3 947 962	4 209 855	4 519 336	4 460 287	512 325	112,98
* «2017-2021 жылдардағы Қазақстан туризмі». Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі Ұлттық статистика бюросы. Астана, 2022 ж.							

2018 жылдан бастап 2021 жылға дейін бес жыл ішінде Қазақстан Республикасы мен Жамбыл облысына келетін туристер санының азаюы байқалады. Қазақстан Республикасында туристер саны 2 053 303 адамға немесе 30% - ға азайды.

Туристер санының азаюының негізгі себебі сыртқы фактор болып табылады, ол мемлекет және бүкіл әлем бойынша туризм индустриясына әсер еткен Covid-19 пандемиясы.

Көріп отырғаныңыздай, Қазақстан Республикасындағы туризм республикадағы валюталық түсімдерді жұмылдырмайтын сала, керісінше, әсерлі ауқымдағы валютаның ағып кетуіне арналған арна болып табылады. Шетелде демалу ұсыныстарының көшкіні Қазақстанда сұранысқа ие болғаны анық, өйткені ол жерде туристерге тиімді бағамен жоғары сапалы қызмет ұсынылды. Сонымен қатар, отандық туристке Қазақстанға қарағанда шетелде демалу әлдеқайда арзан болатын жағдай жиі кездеседі. Халықаралық және қазақстандық сарапшылар қазақстандық

туризмді дамытудағы бірқатар проблемаларды атайды. Бұл, ең алдымен, әлсіз ұлттық және одан да көп туристік инфрақұрылым, білікті кадрлардың жетіспеушілігі, жалпы шағын кәсіпкерлікті және атап айтқанда шағын туризмді дамытудағы әкімшілік кедергілер, сондай-ақ нашар даму және жеткіліксіз мемлекеттің жағдайы, отандық туристік өнімдерді өткізуге көңіл бөлу. Біздің ойымызша, отандық өнеркәсіпте қаржылық ресурстардың жетіспеушілігі мәселесі де бар (көбінесе отандық бизнесмендердің ішкі туристік бизнесті дамытуға дұрыс бағдарланбауы және ынталандырылуы) [5].

Сарапшылар отандық туристік кластерді құру үшін қажетті мамандарды даярлау тұрғысынан ЖОО-ның білім беру жүйесін мемлекеттік-жекеменшік қолдаудың орындылығын атап өтеді: тур-менеджерлер, тур маркетингтер, туристік сайттардың мамандары (күзетшілер, гидтер, гидтер, аниматорлар және т.б.). Туризмнің негізгі инфрақұрылымына келетін болсақ, мұнда олар қымбат люкс қонақүйлер салудың кең таралған тәжірибесінен бас тартуға және «арзан» екі-үш жұлдызды қонақүйлер желісін құруға, қымбат емес ойын-сауық пен демалыс арсеналын арттыруға кеңес береді. өнеркәсіп [4]. Біздің ойымызша, жоғарыда айтылғандардың барлығынан басқа, қазақстандық туристік объектілердің маңында тұратын тұрғындарға олардың кіру және ішкі туризм бизнесіне қатысуының экономикалық орындылығы мен рентабельділігі туралы түсіндіру және ағарту жұмыстарын жүргізу өте маңызды: бұл оларды қосымша жұмыс орындарымен, жаңа табыс көздерімен қамтамасыз ету, олардың әлеуметтік-экономикалық жағдайының дамуына жәрдемдесу – бұған әлі де аздаған қазақстандық практикалық тәжірибе де дәлел [7, 486.].

Қорытындылай келе, қазіргі кезеңдегі Қазақстандағы туризмнің жағдайына талдау жасағанда, ең алдымен, оның дамуының белгілі бір оң динамикасын атап өту қажет. Жаһандық экономикалық дағдарыс енгізген шамалы түзетулерге қарамастан, Қазақстандағы туризмнің өсу қарқыны оң үрдісті көрсетуде.

Кіру және ішкі туризм дамушы мемлекет үшін ең тиімді болып табылады, өйткені олардың дамуымен елге ақша ағыны жүреді, осылайша оның бюджетін толықтырады. Кіру және ішкі туризм әлемдегі экономиканың ең табысты секторларының бірі болып табылады және ЮНВТО сарапшыларының пікірінше, 21 ғасырда, ештеңеге қарамастан, олардың өсуі жалғасады. Қазақстанның келу және ішкі туризмді және ішкі туризм бизнесі мен туризм индустриясын дамытудың маңызды перспективалары бар. Бірақ, қалай болғанда да, болашаққа қандай болжам жасалса да, бір негізгі қорытынды анық: туристік қызметте ХХІ ғасырда табысқа жету үшін ұлттық туризм индустриясы - біздің отандық туризм де ерекшелік емес! - клиенттің қажеттіліктеріне және заң талаптарын орындауға негізделген кәсіби маманды талап етеді, туристік өнімді өндіруді, жылжытуды және өткізуді ұйымдастыруға көзқарас. Әзірге жалпы Қазақстанда туризмнің даму деңгейі халықаралық деңгейге сай емес, бірақ оны дамыту мен жетілдірудің жолдары мен тәсілдері белгілі.

Туристік салада жоғарыда аталған жағымсыз құбылыстар бұрын болған, бірақ дағдарыс оларды уықтырды. Сарапшылардың пікірінше, егер Қазақстанда туризмді дамыту тәсілдерін өзгерту мүмкін болса, ол туристік саланы сапалы жаңа деңгейге шығаруға мүмкіндік беруі тиіс.

Қазіргі кезеңде Қазақстанда туризмнің дамуына жүргізілген талдауға сәйкес, біздің еліміздегі туристік сала Қазақстан экономикасының жетекші салаларының біріне айналғанға дейін әлі де көптеген кезеңдерден өтуі керек деген қорытынды жасауға болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Савичев А. У Казахстана большой туристский потенциал. – URL: <http://kapital.kz/expert/>
2. Вукулов В. О. Концепции развития туристской отрасли. // Мир путешествий. – URL: <http://mirp.kz/rus/articles/2/06>
3. Тулегенова Х. Дорожная карта развития туризма в коридорах Шелкового пути [Электрон.ресурс]. – 2013. – URL: <http://ortcom.kz/ru/news/dorojnaya-karta-razvitiya-turizma-v-koridorah-shelkovoputi.2244>

4. Ментальность – барьер, через который надо перепрыгнуть. – Астана, 28 января 2016. КАЗИНФОРМ// <http://www.nomad.su/?a=4-200501310130>
5. Малеев С. Туризм в Казахстане глазами иностранных экспертов. – 2011. – URL: <http://www.zakon.kz/4450912-turizm-v-kazakhstane-glazami.html>.
6. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 февраля 2013 года № О проекте Указа Президента Республики Казахстан «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года». – 2013. – URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1300000192>
7. Никитинский Е.С., Вуколов В.Н. Формирование индустрии туризма в Казахстане за годы государственной независимости // Агентство Республики Казахстан по туризму и спорту, Казахская академия спорта и туризма. Материалы Международной научно-практической конференции. Астана, 2018.

**М.Н. АБДИКАРИМОВА¹, Т.В. ИМАНГУЛОВА², А.В. ГУБАРЕНКО¹,
А.А. ПЕСТОВА¹**

¹PhD, и.о. ассоциированный профессор

Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, г. Туркестан), e-mail: madina.abdikarimova@iuth.edu.kz

²к.п.н., и.о. профессора, Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, г. Туркестан)

РОЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПО ТУРИЗМУ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

Аннотация. В данной статье мы рассмотрим роль образовательных программ по туризму в развитии туристских дестинаций. Туризм является одной из наиболее быстрорастущих отраслей мировой экономики и играет важную роль в развитии туристских дестинаций. Одним из ключевых факторов успеха в этой отрасли является качество и компетентность персонала, работающего в сфере туризма. Образовательные программы по туризму имеют важное значение для подготовки высококвалифицированных специалистов, которые будут способствовать развитию и улучшению туристских дестинаций.

Ключевые слова: туризм, образовательная программа, подготовка кадров, туристская дестинация.

Аңдатпа. Бұл мақалада біз туристік бағыттарды дамытудағы туризм бойынша білім беру бағдарламаларының рөлін қарастырамыз. Туризм әлемдік экономиканың ең жылдам дамып келе жатқан салаларының бірі болып табылады және туристік дестинацияларды дамытуда маңызды рөл атқарады. Бұл саладағы табыстың негізгі факторларының бірі-туризм саласында жұмыс істейтін қызметкерлердің сапасы мен құзыреттілігі. Туризм бойынша білім беру

бағдарламалары туристік дестинацияларды дамытуға және жақсартуға ықпал ететін жоғары білікті мамандарды даярлау үшін маңызды мәнге ие.

Кілт сөздер: туризм, білім беру бағдарламасы, кадрлар даярлау, туристік дестинация.

Annotation. *In this article we will consider the role of educational programs on tourism in the development of tourist destinations. Tourism is one of the fastest growing sectors of the world economy and plays an important role in the development of tourist destinations. One of the key success factors in this industry is the quality and competence of the staff working in the tourism sector. Educational programs on tourism are important for the training of highly qualified specialists who will contribute to the development and improvement of tourist destinations.*

Keywords: *tourism, educational program, personnel training, tourist destination.*

Введение. Спрос на образовательные услуги ежегодно увеличивается, однако, ввиду ответного роста предложения и расширения возможностей в их получении, потребитель все больше задумывается о конкурентоспособности той или иной образовательной услуги, о конкурентоспособности вуза, предоставляющего эту услугу, и, даже, о конкурентоспособности страны, в которой он собирается получать образование. При этом выбор потребителей конкретной страны для получения высшего образования влияет не только на улучшение имиджа страны в мировой образовательной системе, но и на увеличение доходов данной страны от оказания образовательных и сопутствующих услуг [1].

А.О. Ченцов в своих исследованиях говорит о том, что «Образовательный продукт – это часть интеллектуального продукта, адаптированная к соответствующему сегменту образовательных услуг» [2]. Ведь действительно сейчас каждый вуз создают свои уникальные, инновационные образовательные программы, соответствующие нынешнему рынку, а также согласно региональным стандартам.

Этапы и стадии разработки образовательных программ включают в себя: исследование рынка труда и потенциальных работодателей; расчет потребностей рынка с учетом перспектив; выбор программы определение ее уникальности и востребованности на основе требований профессиональных стандартов и запросов профессиональных сообществ; определение целей и задач образовательной программы в соответствии со стратегией вуза; описание компетенций и результатов обучения; обсуждение образовательных программ на стадиях согласования с внутренними и внешними стейкхолдерами.

Разработка образовательных программ основывается на нормативно-правовых, законодательных документах и профессиональных стандартах в области туризма, являющихся результатом запросов государства и бизнес-среды (рисунки 1).

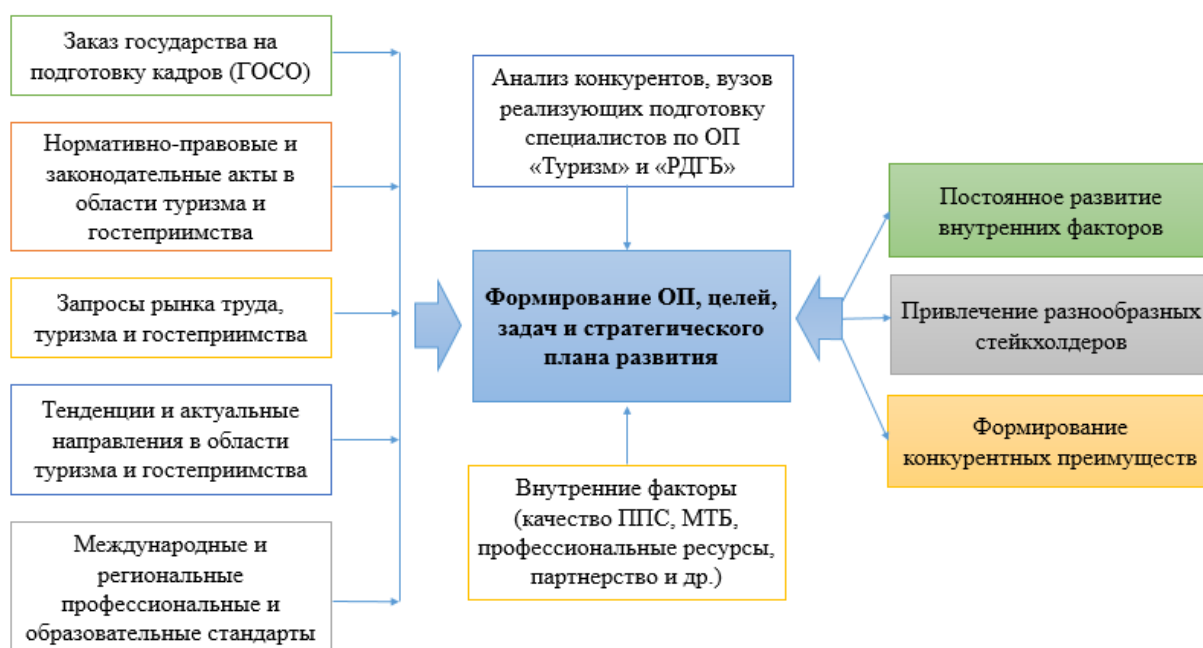


Рисунок – 1. Разработка цели и стратегии развития ОП на основании анализа внешних и внутренних факторов

На рисунке 1, можно увидеть, что на формирования образовательных программ влияют нормативно-правовые документы, анализ рынка, а также привлекаются заинтересованные специалисты туризма и гостеприимства, стейкхолдеры, и иные лица, которые изъявили желание и подписали меморандумы о сотрудничестве.

Как было отмечено в утвержденной Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года, что к основным причинам, затрудняющим ускоренное развитие туризма в Казахстане, относятся:

- недостаточное развитие инженерной, транспортной и социальной инфраструктуры в местах туризма, труднодоступность туристских объектов, невысокий уровень сервиса в местах отдыха туристов, недостаточное количество и качество сервиса объектов придорожной инфраструктуры;
- нехватка квалифицированных кадров в сфере туризма, в том числе академический характер образования, некоторая оторванность образовательных программ от требований рынка труда, потребностей производства, ожиданий работодателей и т.д. [3].

В связи с этим в 2019 году по инициативе Первого Президента Казахстана Н. Назарбаева и по поручению Главы государства К. Токаева был открыт первый профильный вуз в Республике Казахстан – Международный университет туризма и гостеприимства, который базируется на основе личностно-ориентированного обучения и воспитания будущих специалистов для туристской отрасли и индустрии гостеприимства, тесно связанных с другими отраслями, что повышает их значимость для экономики.

Международный университет туризма и гостеприимства (МУТиГ) ежегодно обновляет действующие образовательные программы, а также создают новые программы на основании анализа внешних и внутренних факторов осуществляющим с широким привлечением разнообразных стейкхолдеров (ассоциаций, представителей бизнес-среды, работодателей, профессорско-преподавательского состава, представителей студенчества, и др). Формирование целей и стратегии развития образовательных программ происходит при тщательном изучении запросов государства, требований бизнес-среды, запросов работодателей и т.д.

Сегодня МУТиГ готовит специалистов по группе образовательных программ «Туризм» и «Ресторанное дело и гостиничный бизнес» по следующим образовательным программам: Организация индустрии туризма и гостеприимства; Международный и внутренний туризм;

Организация экскурсионных услуг и индивидуальных туров; Гостиничный и ресторанный бизнес; Менеджмент туристских дестинаций. Также разрабатывают новые образовательные программы Управление организованным туризмом и экскурсионно-анимационная деятельность и Ивент менеджмент. Все образовательные программы актуализируется согласно атласу новых профессии, обновленным государственным образовательным стандартам обучения и профессиональным стандартам Республики Казахстан.

Из выше сказанного можно выделить основные факторы, которые будут способствовать созданию конкурентоспособных образовательных программ, развитию и улучшению туристских дестинаций:

1. *Повышение качества услуг.* Образовательные программы по туризму направлены на обучение студентов не только теоретическим аспектам индустрии туризма, но и на практическое приобретение навыков и опыта. Студенты изучают методы управления туристскими ресурсами, основы гостеприимства, маркетинга и туристского менеджмента. Это помогает повысить качество услуг, предоставляемых туристскими предприятиями, и создать положительное впечатление у посетителей.

Именно поэтому МУТиГ в 2022 году внедрил в образовательный процесс обучения с элементами дуального обучения, совместно с пятизвездочным отелем в Туркестане Rixos Turkistan и отелем Hampton by Hilton Turkistan. Дисциплины «Гостиничный менеджмент и бизнес» и «Маркетинг гостиничного и ресторанного бизнеса» читались генеральными менеджерами данных гостиниц, и практические занятия проводились именно на базе гостиницы. В 2022-2023 учебном году МУТиГ расширил организации дуального обучения и дали возможность студентам дополнительно проходить обучение с дуальной системой в Rixos Water World Aktau, туристской компании «BR Travel» и «Happy Travel».

Дуальное обучение представляет собой метод обучения, который сочетает теоретическое обучение в учебном заведении с практическим опытом работы на реальном рабочем месте. Этот подход приносит множество преимуществ студентам. Вот некоторые из них:

- Практический опыт работы: студенты получают возможность применять свои знания и умения непосредственно на практике. Работа на реальных проектах и ситуациях помогает им развивать навыки, которые трудно освоить только в учебной среде.

- Профессиональное развитие: дуальное обучение предоставляет студентам ценный опыт работы в выбранной отрасли. Они могут узнать о требованиях, нормах и принятых практиках в профессиональной среде, что способствует их профессиональному росту.

- Установление профессиональных связей: работа студентов на реальных рабочих местах дает им возможность установить контакты с профессионалами в своей отрасли. Это может привести к налаживанию профессиональных связей, которые могут быть полезны в будущем при поиске работы или развитии карьеры.

- Актуальность знаний: дуальное обучение позволяет студентам быть в курсе последних тенденций и инноваций в выбранной отрасли. Они получают возможность применять актуальные методы и технологии, которые могут быть важными при поиске работы после окончания обучения.

- Повышение шансов на трудоустройство: студенты, прошедшие дуальное обучение, имеют преимущество при поиске работы. Работодатели ценят студентов с практическим опытом работы, и такие студенты обычно легче находят работу и успешнее адаптируются в профессиональной среде.

В целом, дуальное обучение способствует интеграции теоретического и практического обучения, что позволяет студентам развивать широкий спектр навыков и улучшать свои перспективы на рынке труда.

2. *Развитие инфраструктуры.* Образовательные программы по туризму также способствуют развитию инфраструктуры в туристских дестинациях. Студенты изучают принципы планирования и развития туристских объектов, включая отели, рестораны, достопримечательности и транспортную систему. Они могут принести новые идеи и инновации, которые помогут оптимизировать использование ресурсов и создать удобные условия для

туристов.

На развития инфраструктуры дестинации туризм оказывает влияние следующим образом:

- Транспортная инфраструктура: при росте туристского потока увеличивается спрос на транспортные услуги. Это может привести к развитию новых или усилению существующих транспортных систем, таких как аэропорты, железные дороги, автомобильные дороги и общественный транспорт. Для обеспечения потребностей туристов может потребоваться модернизация и расширение существующей транспортной инфраструктуры.

- Гостиничная инфраструктура: рост туризма часто приводит к строительству новых гостиниц и развитию существующих. Это включает в себя строительство отелей, курортов, мотелей и других форм размещения. Расширение гостиничной инфраструктуры требует инвестиций в строительство, а также связанные с этим услуги, такие как водоснабжение, электроснабжение и взаимодействие с местными государственными органами. Сегодня в городе Туркестан действуют 5, 4 и 3 звездочные отели такие как Rixos Turkestan, Ramada by Wyndham Turkistan, Hampton by Hilton Turkistan, Karavan Saray Turkestan, Hotel Khanaka и другие, открываются предприятия питания, развлекательные центры такие как центр Ұлы дала елі, Керуен сарай.

- Коммуникационная инфраструктура: современные туристы все больше полагаются на коммуникационные технологии, такие как мобильные телефоны, интернет и социальные сети, для связи и получения информации. В связи с этим необходимо развивать инфраструктуру связи, чтобы обеспечить широкополосный интернет, доступность Wi-Fi и хорошую мобильную связь в туристских районах. Город Туркестан стал одним из первых городов где был внедрен сеть 5G, во многих пердприятиях гостеприимства и питания открывают доступ к Wi-Fi посетителям, так как Туркестан становится не только историческим и культурным центром, но и центром инноваций.

- Развлекательная и рекреационная инфраструктура: туристы ищут развлечения и отдых во время своего путешествия. В ответ на спрос развиваются инфраструктуры для рекреационных мероприятий, такие как парки, пляжи, аквапарки, спортивные комплексы, тематические парки и т.д. Развитие этих объектов требует вложений в их строительство и обслуживание. В Туркестане в связи со становление туристского центра были открыты парк Первого Президента, парк Жибек жолы, Олимпийский центр и другие спортивные комплексы.

Из вышесказанного можно сказать, что огромное влияние на формирование спроса рынка труда оказывает туристский потенциал дестинации, т.е. способность бизнеса дислоцированного в определенном регионе удовлетворять постоянно возникающую потребность населения в путешествиях, развлечениях и отдыхе. Факторы, влияющие на развитие туристского потенциала региона, определены авторами в ходе исследовательской деятельности и включают в себя: насыщенность достопримечательностями, частота проведения массовых мероприятий, степень известности (узнаваемости) достопримечательностей, уровня развития транспортной инфраструктуры, степени благоустроенности территории, уровня развития сети общественного питания, уровня безопасности, уровня социально-экономического развития региона и другие [4].

3. *Стимулирование экономического роста.* Развитие туризма влияет на экономику местности, создавая рабочие места и способствуя росту предпринимательства, например, открытия новых гостиниц приводит к созданию новых рабочих мест в отелях, мотелях, курортах и других видов размещения. В гостиничном секторе требуются сотрудники на ресепшене, в отделе обслуживания номеров, ресторанах, барах, уборки и обслуживания гостей.

Увеличение числа туристов приводит к росту спроса на питание и напитки. Рестораны, кафе, бары и другие заведения общественного питания нанимают дополнительный персонал для обслуживания туристов. Это могут быть повара, официанты, бармены и другие работники сферы обслуживания.

С ростом туризма возрастает спрос на транспортные услуги, включая авиаперелеты, железнодорожные и автобусные перевозки, такси и прокат автомобилей. Компании, занимающиеся транспортировкой, расширяют свою деятельность и нанимают больше сотрудников, таких как пилоты, стюардессы, водители и другой персонал для обслуживания пассажиров.

Места развлечений и туристские достопримечательности, такие как музеи, парки аттракционов, зоопарки, аквапарки и т.д., требуют работников для обеспечения безопасности, управления и обслуживания посетителей. Это могут быть гиды, охранники, аниматоры, технический персонал и другие специалисты.

Местные услуги: рост туристской деятельности также стимулирует рост местных услуг, таких как массаж, салоны красоты, аренда велосипедов, экскурсии, покупка сувениров и т.д.

Образовательные программы по туризму играют важную роль в подготовке квалифицированных специалистов. В целях предоставления студентам возможности самостоятельно строить свою образовательную программу, выбирая дисциплины, максимально отвечающие их интересам и вызовам времени, способствует повышению качества образования и, следовательно, конкурентоспособности выпускников на рынке труда.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Родионова И.А. Помогают ли рейтинги улучшить качество образования в российских вузах? Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, 2019
2. Ченцов А.О. О бизнесе образовательных услуг. // Высшее образование в России. – 1999. - № 2 – С. 120-123
3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 406 Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года. Электронный ресурс. – URL: <https://online.zakon.kz//Document>
4. Tulbayeva A., Abdikarimova M., Ganitaev M., Imangulova T., Pestova A. Optimization problems distribution of investments for the implementation strategy of domestic tourism in Kazakhstan // Espacios. – 2017. – Vol.38. – Iss.47. – Number of articles – 37.

З.Т. АУЕЗОВА¹, К.С. САПАРАЛИЕВА², А.Т. АУЕЗОВА³

¹з.э.к, профессор, «Есильский университет»

(Казахстан, г. Астана), E-mail: zaure58@mail.ru

²з.э.к., доцент, НАО «Евразийский Национальный университет»

(Казахстан, г. Астана), E-mail: ssmaksat@mail.ru

³PhD, доцент, НАО «Евразийский Национальный университет»

(Казахстан, г. Астана), E-mail: Auezova-amina@mail.ru

**СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ В
АКМОЛИНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции развития туризма и туристских услуг Акмолинской области. Основным центром туризма в нашей стране является Акмолинская область. Акмолинская область, как столичная область является особым регионом, располагающим богатыми природными ресурсами для развития индустрии туризма, оздоровления граждан, повышения туристского имиджа Казахстана.

Ключевые слова: туризм, туристских услуг, туристско-рекреационные ресурсы, туристский потенциал, транспортная инфраструктура, курортная зона

Андатпа. Мақалада Ақмола облысындағы туристік қызметтерді дамытудың қазіргі тенденциялары талқыланады. Еліміздегі туризмнің негізгі орталығы – Ақмола облысы. Ақмола облысы елордалық облыс ретінде туризм саласын дамытуға, азаматтардың жағдайын жақсартуға, Қазақстанның туристік имиджін жақсартуға арналған табиғи ресурстарға бай ерекше аймақ болып табылады.

Кілт сөздер: туризм, туристік қызмет, туристік – рекреациондық ресурс, туристік әлеует, көлік инфрақұрылымы, курорттық зона

Abstract. The article discusses current trends in the development of tourism tourism services in the Akmola region. The main center of tourism in our country is the Akmola region. Akmola region as a metropolitan region is a special region that has rich natural resources for the development of the tourism industry, the improvement of citizens, and the improvement of the tourist image of Kazakhstan

Keywords: tourism, tourist services, tourist and recreational resources, tourist potential, transport infrastructure, resort area

Введение. Туризм - одна из самых бурно развивающихся отраслей экономики как в мире, так и в Казахстане, и является самой прибыльной отраслью в экономике Казахстана после нефтегазовой промышленности. Основным центром туризма в нашей стране является Акмолинская область.

Акмолинская область как столичная область является особым регионом, располагающим богатыми природными ресурсами для развития индустрии туризма, оздоровления граждан, повышения туристского имиджа Казахстана.

Методы. Проблемы исследования конкурентоспособности туристской отрасли Акмолинского региона определяются имеющимся противоречием между огромным туристско-рекреационным потенциалом области и растущей потребностью населения в максимальной эффективности туризма с одной стороны и недостаточной организационной, нормативно-правовой, научной и материально-технической основой развития туристской отрасли в Акмолинской области и в Республике Казахстан в целом. Развития кластерного развития туристской отрасли активно идет широкомасштабном размере по внедрению кластерных программ по республике, в том числе и в Акмолинской области.

Цель создания туристского кластера — это повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет:

- повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер,
- стимулирования инноваций и развития новых туристских направлений.

Результаты исследования. В Казахстане созданы пять туристских кластеров: Астана, Алматы, Восточный Казахстан, Южный Казахстан и Западный Казахстан.

Кластер Астана — это кластер, который включает город Астана, Акмолинскую область, юго-западную часть Северо-Казахстанской области, западную часть Павлодарской и северо-восточную часть Карагандинской областей. Город Астана будет являться центром кластера, в котором расположены следующие ключевые места туристского интереса:

Коргалжинский государственный природный заповедник (часть территорий, охраняемых ЮНЕСКО, под названием Сарыарка - степи и озер Северного Казахстана);

ГНПП «Бурабай»;

ГНПП «Кокшетау»;

ГНПП «Буйратау»;
город Караганда;
ГНПП Каркаралинский;
ГНПП Баянаульский.

Астана, с окрестностями и Боровской курортной зоной станет центром кочевой культуры и разнообразия степи. Основные туристские продукты, которые будут разработаны в данном кластере это МІСЕ-туризм, культурный туризм и турне, отдых в горах и на озерах, кратковременный отдых.

Анализ развития туристской отрасли Акмолинской области показывает, что с 1991 по 2022 гг. в период спада и зарождения рыночных отношений в туристской деятельности произошло максимальное сокращение социального и спортивного туризма, наблюдается динамика максимального доминирования доли выездного туризма над внутренним и въездным туризмом. В этот период в области произошло значительное сокращение ассигнований на развитие туризма, равно как и на всей территории Республики Казахстан. Зарождение и становление рыночных отношений в Республике Казахстан разрушают систему социального и детско-юношеского туризма. С 2004 г. до настоящего времени Акмолинская область переходит на новый этап развития туристской отрасли, характеризующийся проведением экономических, организационных реформ в туристской отрасли, увеличением показателей въездного туризма, превышающие показатели выездного туризма, увеличением бюджетного принятием проекта кластерной туристской программы по Акмолинской области [1,3].

В настоящее время изменились экономическая, социальная и политическая системы, в условиях рыночной экономики существенно изменился подход к рекреации. Акмолинская область располагает всеми предпосылками для развития туризма: разнообразные ландшафты, богатое культурно - историческое наследие и радушное гостеприимство населения, всё это создает привлекательность этого региона для рекреации. В связи с этим актуальным является вопрос организации и развития туризма и отдыха.

Территория Акмолинской области – 146,2 тыс.кв.км. или 5,4%территории республики. Численность населения – 785,708 тыс. человек, из них городское – 333 тыс. человек (45%) сельское – 406,4 тыс. человек (55%). Естественный прирост населения области составил 635 человек. Плотность населения - 5 человек на 1 кв. км [1,5].

Административный центр - город Кокшетау, основанный в 1824 году. Население областного центра на 2022 года составляет - 150,649 тыс. человек. В составе области 2 города областного значения - Кокшетау и Степногорск, 8 городов районного подчинения (Акколь, Атбасар, Державинск, Ерейментау, Есиль, Макинск, Степняк, Щучинск), 17 сельских районов, 5 поселков и 660 сел и аулов. Область расположена на севере центральной части Республики Казахстан. Граничит на западе - с Костанайской, на севере - с Северо-Казахстанской, на востоке - с Павлодарской и на юге с Карагандинской областями. Основными поставщиками туристских услуг в области являются 778 туристских организаций, в т.ч.:

- 286 санаторно-оздоровительных учреждений и других объектов, занимающихся размещением туристов с единовременной вместимостью 11 974 койко-мест;

- 420 субъектов придорожного сервиса;

- 68 туристских фирм, имеющих лицензии на право осуществления туристской деятельности.

- 3 Национальных парка «Кокшетау», «Бурабай», «Буйратау» и государственный Коргалжынский природный заповедник [2,4].

Область располагает значительным экономическим потенциалом и природными ресурсами. Одним из основных природных ресурсов являются озёра. В целом по Акмолинской области наблюдается положительная динамика притока туристов. Количество обслуженных посетителей растет из года в год.

Только в летнее время более 500 тысяч туристов посещают курортную зону. По данным фискальных органов экономика области получает около 1 миллиарда тенге в виде налоговых платежей от субъектов туристского бизнеса. За счет расширения данной инфраструктуры,

создания новых туристских фирм по итогам прошлого года в области на 24 % в сравнении с предыдущим годом увеличилось общее число туристов, посетивших наш край развитие системы государственного регулирования и поддержки туристской деятельности. В этом направлении необходимо реализовать следующие меры:

- разработать проекты нормативных правовых актов по вопросам обеспечения государственного регулирования международной торговли туристскими услугами с учетом предстоящего вступления Республики Казахстан во Всемирную торговую организацию;
- совершенствовать национальное законодательство по вопросам развития въездного и внутреннего туризма, миграции, упрощения визовых и регистрационных процедур, таможенного и пограничного контроля;
- принять необходимые нормативные правовые акты по вопросам инвестирования и налогообложения для развития въездного и внутреннего туризма;
- совершенствовать систему статистического учета и отчетности в сфере туризма, внедрить Вспомогательный счет туризма в систему национальных счетов;
- совершенствовать методику формирования платежного баланса туристской отрасли с учетом рекомендаций Всемирной туристской организации и решений статистической комиссии Организации Объединенных Наций;
- ужесточить контроль со стороны фискалов по отношению к работе гостиниц и других объектов размещения. Так как они являются сектором развития теневой экономики.
- необходимо расширить работу по привлечению туристов из стран СНГ.
- цены на номера значительно завышены, необходимо пересмотреть прейскурант цен гостиниц и других объектов размещения.
- активизировать сотрудничество в области туризма с зарубежными странами на основе расширения международной договорной базы отрасли;
- повысить качество туристских и гостиничных услуг в соответствии с требованиями, установленными системой технического регулирования;
- обеспечить максимальный уровень координации деятельности в сфере туризма между заинтересованными центральными исполнительными и другими государственными органами, а также между государственным и частным секторами;
- обеспечить соответствующий уровень туристского менеджмента;
- обеспечить государственную поддержку развитию туристской инфраструктуры и координацию действий центральных и местных исполнительных органов в этом направлении;
- содействовать развитию частных инициатив в туристской отрасли.

Заключение. В целях продвижения страны на мировой туристский рынок необходимо дальнейшее осуществление мероприятий по формированию привлекательного туристского имиджа Акмолинской области Республики Казахстан, как страны туризма следует принять меры по:

- формированию новых направлений обеспечения роста экономических показателей туризма и осуществлению его широкомасштабной государственной поддержки;
- разработке и реализации "прорывных" туристских проектов международного значения;
- развитию транспортной инфраструктуры и рынка туристских услуг;
- вхождению страны в глобальную экономику сферы туризма через участие в международных экономических организациях и союзах;
- активному использованию фактора евразийского исторического развития страны и многонационального, многоконфессионального и мультикультурного характера казахстанского общества, его ценностей, традиций, кухни, искусства с привлечением Ассамблеи народов Казахстана, культурных и научных сил республики;
- разработке планов развития специализированных видов туризма в Акмолинской области;
- проработке вопроса создания на региональном уровне тематических парков, таких, как этномемориальный комплекс «Атамекен»;
- эффективному рекламно-информационному обеспечению казахстанских турпродуктов на внутреннем и внешнем рынках туристских услуг.

Все эти мероприятия повысят привлекательность Акмолинской области и республики в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Бочваров М., Воденска М. «Рекреационные системы». М: «МГУ»2016.
2. Стратегический план развития Республики Казахстан до 2020 года // Официальный сайт РК. http://www.akorda.kz/ru/category/gos_programmi
3. Программа по развитию перспективных направлений туристской индустрии РК на 2010-2014 годы // www.economy.kz/sgp/2030/kazsoderzhanya.doc
4. Михайлова М. «Заповедная жемчужина» РК: «Казахстанская правда»2012.
5. Маринин М. М. Туристские формальности и безопасность в туризме. М.: «Финансы и статистика»2015.

Д.К. МУСАБЕКОВА¹, Ш.К. КАКЕЖАНОВА²

¹студент Торайгыров университета
(Казахстан, г. Палвудар)

²старший преподаватель Торайгыров университета
(Казахстан, г. Палвудар), E-mail: dmussabekova@list.ru

ПРОБЛЕМА РАЗВИТИЯ АГРОТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ

***Аннотация.** Агротуризм — это форма сельского туризма, которая в последние годы приобретает все большее значение и развивается как крупная отрасль в Казахстане. Он*

включает в себя туризм и гостиничный бизнес, такие как места размещения и курорты, сельскохозяйственные туры, фермерские рынки и другие виды рекреационной деятельности, которые привлекают в сельскую местность в основном городских посетителей. Кроме того, сочетает в себе аспекты сельского хозяйства и туризма, обеспечивая социальные, образовательные преимущества для посетителей и возможность для фермеров максимизировать свои доходы, а также потенциал занятости на фермерских продуктах и услугах. Более того, он предлагает уникальные впечатления от сельской среды и ландшафтов. Таким образом, цель данной статьи в изучении современных проблем развития агротуризма в Казахстане. Объект рассмотрения – процесс и механизмы построения агротуризма.

Ключевые слова: агротуризм, село, проблем развития, Казахстан, механизмы построения, отдых.

Аңдатпа. Агротуризм – соңғы жылдары маңыздылыққа ие болған және Қазақстанда негізгі сала ретінде дамып келе жатқан ауыл туризмінің бір түрі. Ол туристік және қонақжайлылықты қамтиды, мысалы, қонақ үйлер мен курорттар, ауылшаруашылық турлары, фермерлер базарлары Ауылға негізінен қалалық В келушілерін тартатын басқа да демалыс және іс-шаралар. Сонымен қатар, ол ауыл шаруашылығы мен туризмнің аспектілерін біріктіреді, келушілер үшін әлеуметтік, білім беру артықшылықтарын және фермерлерге өздерінің кірістерін, сондай-ақ ауылшаруашылық өнімдері мен қызметтеріндегі жұмыспен қамту әлеуетін арттыруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, ол ауылдық орталар мен ландшафттардың бірегей тәжірибесін ұсынады. Осылайша, бұл мақаланың мақсаты Қазақстандағы агротуризмді дамытудың заманауи мәселелерін зерттеу болып табылады. Қарастыру объектісі агротуризмді құру процесі мен механизмдері болып табылады.

Түйін сөздер: агротуризм, ауыл, даму проблемалары, Қазақстан, Құрылыс тетіктері, демалыс.

Abstract. Agritourism is a form of rural tourism that has gained in importance in recent years and is developing as a major industry in Kazakhstan. It includes tourism & hospitality such as accommodations and resorts, agricultural tours, farmers' markets Other recreational & activities that attract to the countryside mostly urban B visitors. In addition, it combines aspects of agriculture and tourism, providing social, educational benefits for visitors and an opportunity for farmers to maximize their income as well as employment potential on farm products and services. Moreover, it offers unique experiences of rural environments and landscapes. Thus, the purpose of this article is to study the modern problems of agritourism development in Kazakhstan. The object of consideration is the process and mechanisms for building agro-tourism.

Keywords: agrotourism, village, development problems, Kazakhstan, mechanisms of construction, recreation.

Введение. Казахстан, крупнейшая страна в Центральной Азии, хорошо иллюстрирует проблемы, возникающие в результате политических преобразований в регионе. Казахстан является агропромышленной страной, экономика которой в значительной степени зависит от доходов от продажи сырой нефти. Это заставило власти искать новые драйверы социально-экономического развития. Текущие стратегии развития страны, указывают на сельское хозяйство как на потенциально дополнительный фактор экономического роста страны. Однако необходимо не только диверсифицировать сельскохозяйственное производство и максимизировать прибыль, но и развивать ремесленные, сервисные отрасли в сельской местности, чтобы ограничить технологическую и их социальную деградацию, которая продолжается с 1990-х годов. Ожидается, что развитие туристических услуг на крупных фермах приведет к увеличению занятости и доходов фермеров. Аргументы в пользу развития агротуризма основаны на опыте развитых стран и стран Центральной и Восточной Европы, включая Польшу.

Агротуризм — это лучший способ узнать о традиционной сельскохозяйственной деятельности, которая приближает нас к матери-природе. Согласно определению Р.В. Плохих,

агротуризм — это деятельность, которая связывает экономические, социальные и экологические компоненты устойчивости, тесно связанная с местными сообществами и их отношением к туризму [1]. Также он многогранен и может включать в себя сельскохозяйственный туризм, фермерский туризм, туризм для отдыха на ферме, винный туризм, а также некоторые другие связанные термины, которые используются как взаимозаменяемые с агротуризмом или дополняют его, в том числе природный туризм, альтернативное фермерство, предприятия дикой природы, экотуризм и агрообразование.

Развитие агротуризма в Казахстане предлагает потенциальные решения многих проблем, с которыми сталкиваются сельские районы. Было установлено, что мероприятия сельского туризма способствуют росту бизнеса, доходов и занятости, а также содействуют социально-экономическому развитию. Агротуризм стал денежной культурой для фермеров в Алматы, а также инструментом создания рабочих мест в сельской местности. Агротуризм способствует обеспечению средств к существованию путем повышения разнообразия и безопасности ресурсов, навыков и технологий, доступных сельскохозяйственным сообществам. Продвижение и демонстрация культуры сельского хозяйства и сельских семей различных областей Казахстана поможет сельхозпроизводителям (фермерам) получить заслуженное признание, а также внимание будущих инвесторов. Происходит культурная трансформация между городскими и сельскими жителями, например, социальные моральные ценности, этика, обычаи и т.д.

Таким образом, существуют унаследованные проблемы, которые необходимо должен преодолеть и сделать Казахстан излюбленным местом для туристов при развитии агротуризма. Проблему представляет тот факт, что туризм среди жителей Казахстана ограничен одним сезоном в году. Поскольку активность социального туризма временно ограничена одним курортным сезоном, возникает вопрос: будет ли отдых в сельской местности достаточно привлекательным, чтобы составить конкуренцию отдыху в санатории или зарубежным поездкам? Кроме того, важно отметить проблему качества предоставляемых услуг. Качество услуг по размещению на фермах, а также состояние технической и санитарной инфраструктуры во многих случаях отклоняется от стандартов, принятых городскими жителями. Все большее число казахстанцев повышают свои ожидания от предоставляемых в стране туристических услуг, неоднократно участвуя в зарубежных туристических поездках. Увеличивающийся разрыв между социальными ожиданиями и уровнем предоставляемых услуг, несомненно, будет представлять собой все более серьезный барьер для внутреннего спроса на услуги агротуризма. Также преодоление психологических барьеров, связанных с совместным проживанием гостей и хозяев, является чрезвычайно серьезной проблемой в индустрии гостеприимства в сельской местности. Эти барьеры встречаются в обеих группах:

- у туристов;
- у потенциальных поставщиков жилья (фермеров, хозяев).

Опыт стран Центральной Европы показывает, что ментальные барьеры и ограничения, а также отсутствие стандартов гостеприимства становятся непреодолимыми препятствиями в процессе туристической активизации сельскохозяйственных регионов [2]. В агротуризме важно учитывать питание на основе местных сельскохозяйственных продуктов. В случае Казахстана этот вопрос имеет особое и самобытное значение. Ведь казахские туристы ожидают встретить традиционные продукты с лечебными свойствами, которые получены непосредственно от природы. Практика использования природных методов лечения сильна в казахском обществе. Она глубоко укоренилась в традициях и национальной культуре не только казахов, но и других азиатских народов.

Другой проблемой является финансовая часть ведения агротуризма. Разбросанность населенных пунктов на огромной территории страны и, соответственно, агротуристических хозяйств, увеличивает стоимость и временные затраты, необходимые для оказания услуг, предоставляемых городским жителям. Более тщательный анализ пространственного расположения агротуристических хозяйств показывает, что некоторые из них развиваются в пригородных зонах городов, например, Алматы, Караганда. Хотя они работают под эгидой «агротуризма», они чаще специализируются на производстве и продаже сельскохозяйственной

продукции гостям на территории. С этой бизнес-моделью агротуризма связан однодневный туризм, который не генерирует спрос на услуги размещения. Проблема пространственного расстояния на развитие агротуризма гораздо шире и касается других важных вопросов, таких как:

- распространение инноваций в сфере услуг;
- передача знаний (ноу-хау);
- транзакционные издержки в туристической деятельности;
- создание сети сотрудничества между поставщиками;
- создание институциональной поддержки, консультационных и организационных сетей агротуристических хозяйств.

Расположение и расстояние также влияют на привлекательность и доступность услуг агротуризма для иностранных туристов. В связи с этим для отдыхающих требуется создание большого количества туристических объектов, не больших по размерам, с хорошо организованным сельским хозяйством (растениеводство, животноводство) и личным подсобным хозяйством владельцев гостевых домов, а также оборудованной туристической инфраструктурой со строгим соблюдением международных санитарно-гигиенических норм и мер безопасности. Экономическая выгода для сельских территорий от развития агротуризма заключается в возможности вовлечения в туристический бизнес людей старше трудоспособного возраста (в структуре сельского населения эта категория составляет 31%) [3]. Поэтому в агротуризме в первую очередь должны быть заинтересованы малые хозяйства, так как услуга в структуре себестоимости имеет более высокую долю добавленной стоимости.

Таким образом, необходимо активизировать факторы туристского спроса, которые в настоящее время переживают постепенное развитие. Интересы жителей Казахстана в использовании агротуристических хозяйств в стране ограничены, несмотря на декларируемое общее положительное отношение к сельскому туризму [4]. Ожидания потенциальных казахстанских туристов в отношении агротуризма сосредоточены, прежде всего, на качестве услуг размещения и субъективно приемлемом стандарте проживания, а также санитарных условиях в объектах, предоставляющих эти услуги. В частности, ожидания туристов сосредоточены на возможности использования натуральных продуктов, обладающих лечебными и косметическими свойствами, а также на здоровье. Предложения по активным формам проведения досуга имеют дополнительный «вес» для отечественных туристов. Так основой для развития казахстанской модели агротуризма может послужить его уникальная характеристика - синергия трех сервисных компонентов:

- оздоровительного;
- экологического;
- культурного.

Эти действия должны, с одной стороны, учитывать и «покрывать» низкое признание этой формы туризма в казахстанском обществе, а с другой стороны, создать систему поддержки хозяйств, которые уже занимаются туристической деятельностью или заинтересованы во включении этой деятельности.

В заключении отметим, что быстрый рост индустрии агротуризма в Казахстане, который, согласно исследованиям, составляет до 7-8% в год, обеспечивается следующими факторами:

- агротуризм выступает в качестве эффективного инструмента реструктуризации сельского хозяйства в условиях перепроизводства сельскохозяйственной продукции и усиления конкуренции, переводя часть сельскохозяйственного бизнеса из производственного сектора в сектор услуг;

- агротуризм способствует выравниванию различий в уровне жизни сельского и городского населения, преодолению бедности;

- благодаря агротуризму появляются новые возможности для сохранения культурной самобытности, поддержания, развития национальных традиций и образа жизни;

- агротуризм отвечает потребностям значительной части современных туристов, имеющих экологические ценности, стремящихся на время отдыха покинуть урбанистическое пространство

города и приобщиться к природе, истокам национальной культуры как своей страны, так и других государств [5].

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Плохих Р.В., Байбуриев Р.М., Шакен А.Ш. Планирование развития агротуризма на основе исследования элементов природной среды сельских территорий Казахстана // Геополитика и экогеодинамика регионов. - 2016. - 3.
2. Пашков С.В., Мажитова Г.З. Агротуризм как альтернативная форма развития сельских территорий // Известия Иркутского государственного университета. Серия: Науки о Земле. - 2021. – 6(4).
3. Нурашева К.К., Есенова А.Е., Орымбасар А.Н. Развитие аграрного туризма как новый тренд в расширении возможностей сельского хозяйства Казахстана // Туризм и гостеприимство. - 2021. - 2.
4. Ешенкулова Г.И., Агыбетова Р.Е., Омарова А.С., Гиззатжанова А.Г. Привлечение туристов в сельский туризм в регионах Казахстана // Молодежный сборник научных статей «Научные стремления». - 2018. - 24.
5. Алпысбаев Д.А. Проблемы и перспективы развития агротуризма в Казахстане // Вестник ЕНУ. - 2022. - 7.

Г.К. АСКАРОВА¹, Т.Р. МУРЗАҒАЛИЕВА²

¹PhD, аға оқытушы, Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті
(Қазақстан, Ақтөбе), E-mail: askarova.gk@mail.ru

²Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті студенті
(Қазақстан, Ақтөбе), E-mail: tamilamurzagalieva@gmail.com

ӨНІРДЕГІ ОТБАСЫЛЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Аңдатпа. Мақала отбасылық туризмнің даму тарихына қысқа шолу және қоғамдағы маңыздылығын анықтауға бағытталады. Мақала мазмұнында отбасылық туризмнің қалыптасу тарихы, мәні, мазмұны, оның классификациялық ерекшеліктері ажыратылып,

қарастырылды. Одан бөлек отбасылық туризмнің бала үшін тигізетін оң әсері мен негізгі атқаратын функциялары да анықталды. Бұл мақала туризм мамандығында оқитын білім алушылар мен жалпы оқырман қауымына арналады.

Кілт сөздер: туризм, отбасы, қоғам, классификация, тарих.

Abstract: The article is focused on a brief review of the history of the development of family tourism and determining its importance in society. In the content of the article, the history of the formation of family tourism, its meaning, content, and its classification features were distinguished and considered. In addition, the positive effect of family tourism for children and its main functions were also determined. This article is intended for students studying tourism and general readers.

Key words: tourism, family, society, classification, history.

Аннотация. Статья будет направлена на краткий обзор истории развития семейного туризма и определение его значимости в обществе. В содержании статьи были выделены и рассмотрены история становления семейного туризма, сущность, содержание, его классификационные особенности. Кроме того, определены положительные эффекты и основные функции семейного туризма для ребенка. Данная статья будет адресована обучающимся и широкой читательской аудитории, обучающимся по специальности туризм.

Ключевые слова: туризм, семья, общество, классификация, история.

Кіріспе. Туризм индустриясы бүгінгі таңда ауқымды және қарқынды дамып келе жатқан салалардың бірі болып табылады. Қазіргі туризмді дамытудағы өзекті бағыттар бар, соның бірі – отбасылық туризм. Көптеген туристік кәсіпорындар дәл осы саланың дамуына қызығушылық танытуда. Бұл қоғамның дамуындағы кейбір әлеуметтік факторларға байланысты, мысалы: отбасылық қатынастарды жақсарту және отбасын нығайту, ата-ана мен бала арасындағы қарым-қатынасты жақсарту, көпшілік ортадағы қарым-қатынас, азаматтардың денсаулығын нығайту және сақтау, адамдар арасындағы қарым-қатынас. және т.б.

Бос уақытты тиімді өткізудің ең танымал әрі пайдалы жолы ретінде туризм ежелгі уақыттардан бері танылып келеді. Көптеген тарихи сахнадағы өзгерістер мен сантүрлі құбылыстар қазіргі туризм классификациясының қалыптасуына алып келді. Демалыс саяхатына отбасымен шығу да сол уақыттардан негізін алады. Белсенді түрде Ежелгі Рим мен Грекия аймақтарында туризм белең ала бастағаны мәлім. Көптеген тарихи деректер растауы бойынша, римдіктер тек соғысқа ғана емес, саяхат пен демалу үшін де ең жақсы күйдегі жол тораптарын сала бастаған. Сол замандардан бастап-ақ тұрғындар өз отбасыларымен демалуға шығып тұрған. Ежелгі Грекияда туризмнің алғаш бастамасы ретінде Олимпиялық ойындар маңызды рөл ойнады, себебі аренадағы спорттық жарыстарды тамашалауға жан-жақтан көптеген адамдар келетін болған. Алайда толыққанда отбасылық туризмге кедергі болған сол кездегі әйелдерге кіруге тыйым салу, бұл тыйым Римдегі гладиаторлық шайқастар мен Испаниядағы корридада да қатыса алмауына кедергі болды[1]. Тек Деметра пірлерінің өкілдері ретінде шыққан әйелдерге ғана рұқсат етілетін болған. Сондықтан отбасылық туризм сол кездегі тек ер қауымы жағынан күштірек дамыды.

Дәл сол уақыттарда Шығыста да жақсы дамып отырды: Ежелгі Қытай, Үндістан, Моңғолия секілді елдерде соғыс әрекеттері мен инфрақұрылым жақсы дамуымен байланыстырылады. Азия елдерінде отбасылық туризмнің ең танымал бағыты ретінде діни туризм мен зиярат ету болды: исламда Мекке мен Медина қаласы, буддизмде Лакхнау (Сиддхартха Гаутама отаны), Варанаси, Джайпур, Индонезиядағы Борободур және т.с.с. Діни сапарларға жалғыз адам немесе бір дінді ұстанатын отбасылар да баратын.

Уақыт өте, жаңа технологиялар мен техниканың дами келе, туризм бұқаралық сипатқа ие болды. Бұқаралық туризмнің негізін салушы, ағылшын кәсіпкері Томас Кук болды. Ол 1841ж алғаш рет алғашқы Ұлыбритания бойынша экскурсиялық тур ұйымдастырған болатын. Одан кейін де көптеген білім алу мен танымдық мақсаттағы турларды және Еуропа мен Америка

бойынша үлкен круиздік саяхат ұйымдастырған болатын. Оның кейбір саяхаттарына қатысушылар саны 500 адамға дейін жеткен. Бұл да отбасылық туризм негізін салуға ықпал етті.

XIX-XX ғасырлардағы феминистік митингтер мен әйелдердің тең құқыққа ие болуы нәтижесінде сайлау дауысын алуы, тұрмыстық тіршіліктен қолдарының босауы, еркін білім алу құқығы мен жұмыс істеуге берілген құқықтары көптеген жаңа мүмкіндіктер ашты - соның ішінде еркін саяхаттау.

XX ғасырдан бері туризм өте тез дами бастады, соған байланысты «Ғасыр феномені» деген атаққа ие болды[2]. Адамдар жеке немесе отбасыларымен өз елдерінде, өзге шет елдерге де белсенді түрде демалыс саяхаттарын жүзеге асыра бастады. КСРО кезінде мысалы, Польша, Болгария, Қытай және құрамдас Грузия, Армения, Украина мен Балтық аумағы елдеріне көптеген турлар ұйымдастырылып отырды. Сұраныс бар жерде, өнім де болады, сондықтан Қара Теңіз бойында көптеген курорттар, тау туризміне арнайылап туристік базалар ашылғаны да рас. Кеңес Одағы құлдыраған соң, көп елдерде дағдарыс кезеңі орнады, алайда оған қарамастан, көптеген отбасылар тым болмағанда жақын маңдағы туристік орталықтарда демалып тұруға қарсы болмады. Отбасылық туризмнің жаңа толқыны ХХІ ғасырда қайта белең алды, себебі мемлекеттердің көбісі экономикалық және саяси тұрақтылыққа қол жеткізді, ал бұл өз кезегінде туризмнің (әсіресе отбасылық) орнауына оң әсерін тигізді.

Әдістер. Қазіргі көптеген әдебиеттер мен түсіндірме сөздіктерде берілетін тұжырымдама: отбасылық туризм - ата-аналардың 18 жасқа дейінгі балаларымен және өзге де туыстық қатынастағы адамдарымен бірігіп саяхаттауы. Кейбір пікірлер бойынша, отбасылық туризмде баланың болуы шарт емес дейді, алайда менің пайымдауымша, отбасылық туризмге “балалар” критерийін қосқанда ғана, бұл ұғымға өзіндік ерекшелік сипат қосылады. Оған себеп ретінде отбасылық туризмнің бірнеше белгілерін айта кетсем:

1. Жоғары деңгейдегі қауіпсіздік;
2. Арнайы әлеуметтік және өндірістік инфрақұрылым;
3. Балаларға арналған ойын-сауық кешендері мен балалардың қауіпсіз демалу жағдайлары.

Кез келген туризм түрі секілді отбасылық туризмнің де бірнеше өзіне тән атқаратын қызметтері бар:

а) Тәрбие-педагогикалық қызметі баланың тұлғалық қалыптасуы мен дамуымен байланыстырылады. Демалыс барысындағы рухани байыту, танымдық қызығушылықтары, жаңа заттармен және адамдармен танысып, мәдени тұрғыдан дамуы бала санасына елеулі ықпалын тигізеді. Бұл кезекте айта кету керек: ерте жасынан бастап саяхатшы балалар дүниетаным кеңдігімен ерекшеленеді.

ә) Сауықтыру- рекреациялық қызметі. Толыққанды әрі дұрыс демалу барысында турист бала мен турист ата-ананың рухани және физикалық тұрғыдан қалпына келуі және жақсаруы байқалады және отбасыдағы арақатынасты күшейтіп, жақсартады.

б) Көңіл-көтеру және сергіту қызметі. Жиналған стресс пен барлық негативті көңіл-күйді шығаруға жақсы көмек береді.

в) Қарым-қатынасты нығайту қызметі. Демалыс барысында ата-ана мен бала арасындағы эмоционалдық байланысты күшейту арқылы өзара түсінісуді және отбасылық байланысты дұрыстау секілді әлеуметтік маңызды қабілетке ие болады [3].

Нәтижелер. Қазіргі таңда туризмнің нарығы кеңейген сайын туристік сұраныс жоғарылайды және нәтижесінде туристік ассортимент ауқымы да ұлғаяды [4]. Отбасы демалысқа шықпас бұрын белгілі міндеттер мен мақсаттарды қояды және оған жету жолдарын, сәйкесінше, демалыс аумағы, қызмет түрлерін қарастырады. Соған байланысты отбасылық туризмнің қазірде бірнеше тармақтары анықталды:

1. Еш нақты мақсатсыз отбасылық демалыс. Бұл кезде балалар мен үлкендер жай ғана табиғатта демалады. Су, күн көзі, таза ауа секілді рекреациялық ресурстарды қолдану арқылы сергіп алады.

2. Сауықтыру мақсаты. Саяхаттау барысында демалыс пен аурулардың профилактикасы қарастырылады. Курорт, санаторий секілді арнайы ем-дом ресурстары бар орталықтарды жатқызамыз.

3. Танымдық мақсат. Балаға және ата-анаға жаңа бір мекенмен, мәдениетпен таныстыру шараларын қамтиды. Тур бағдарламасында сергіту сәті, ойындар қосылуы да мүмкін. Туристік экскурсиялар мен экспедицияларды кіргізе аламыз. Мысалы, Египет, Турция немесе тіпті мұражайдағы көрмелер.

4. Белсенді туристік мақсат. Отбасылық спорттық шаралар, отбасылық жорықтар, велосаяхаттау, альпинизм секілді белсенді уақыт өткізу жатады. Физикалық дене тәрбиесіне және психикалық күйді қалпына келтіре отырып, отбасылық ойындар ойнау арқылы татулықты нығайтуға болады.

5. Пассивті мақсат. Белсенді емес туризм түрінде басты назар топтық жұмыста емес, бірге уақыт өткізу, әңгімелесу секілді тыныштық сәттерін қамтиды.

Отбасылық тур бағдарламаларында бірлескен болуы керек балалар мен ересектерге арналған іс-шаралар, сондай-ақ бөлек бос уақытты өткізу. Бірлескен демалыс бағдарламаларын ұйымдастыру кезінде балалар мен ересектердің мүдделерін ескеру және біріктіру қажет. Балалар мен ересектерге арналған би сияқты бірлескен бағдарламалар, көркемөнерпаздар қойылымдарын, байқауларды ұйымдастыру отбасылар, спорттық ойындардан жарыстар, «Көңілді старттар» ересектер, балалар және аралас командалар арасында. Бұл үшін көптеген қонақүйлер балалар мен отбасыларға арналған кәсіби аниматорлар тобын жалдайды.

Балалы отбасыларға арналған спорттық бағдарламалар бассейндер, теннис корты, спорт залдары сияқты қосымша қызметтер ретінде ұсынылады. Отбасылық командалар арасында шағын сыйлықтарды табыстау арқылы спорттық ойындар өткізу спортқа қосымша қызығушылық тудырады.

Демалыс бағдарламаларын ұйымдастыру кезінде оған байланысты туындайтын барлық мүмкін болатын қиындықтарды алдын ала білу қажет:

- балалардың психофизикалық ерекшеліктерін ескере отырып: орташа экскурсия кестесі, жеңіл физикалық белсенділік, болмауы ұзақ ауысулар, көтерілу немесе түсу, жылдамдығы ауысулар саны орташадан төмен, балалар тақырыптарының болуы, түскі астан кейін демалу мүмкіндігі, күніне 4 рет тамақтану, балалар киімдерін жуу және үтіктеу мүмкіндігі, тамақ жылытқышының болуы және басқалары;

- ата-аналардың қызығушылықтарын балалардың демалысын ұйымдастыру мәселелерімен үйлестіру: экскурсиялық бағдарлама ересектердің бос уақытын өткізуге арналған іс-шараларды, уақыт пен мүмкіндіктерді және балалар режимін сақтауды талап етеді;

- бала күту қызметі бар балалар бөлмелерін ұйымдастыру балалар, бала күту және анимация қызметтері;

- дамыған инфрақұрылымның жаяу қашықтықта болуы немесе ыңғайлы тасымалдау.

Отбасылық турларда тамақтануды ұйымдастырудың да өзіндік ерекшеліктері бар ерекшелігі. Әдетте, олар екі бөлек мәзірді ұсынады,

ересектер мен балалар үшін олардың физиологиялық ерекшеліктері мен талғамдарын ескере отырып. Балаларға әдетте 4 реттік тамақ беріледі: таңғы ас, түскі ас, түстен кейінгі тағамдар және кешкі ас. Кейбір жағдайларда кішкентай балаларға кешкі айран немесе сүт қосылады ұйқы. Тамақтану дұрыс, әр түрлі, жас нормаларына сәйкес, көкөністер мен жемістер болуы керек, ал сондай-ақ, калория құрамы бойынша оңтайлы. Отбасылық туристер үшін тамақтану орнын микротолқынды пешпен жабдықтаған жөн, сондықтан ата-аналар баланың тамағын жылыта алады.

Ауыз судың еркін қол жетімділігі міндетті болып табылады. Егер Қонақ үй балалар мәзірін ұсына алмаса, онда шығудың жолы дамыған инфрақұрылым болуы мүмкін: кәсіпорындар азық-түлік дүкендері, қажетті азық-түлік дүкендері таңдау, көлікпен қамтамасыз ету.

Балалары бар отбасыларға қызмет көрсетудің басты ерекшелігі-туристер болатын демалыс атмосферасын құру олар өздерін жайлы, тыныш сезінеді және сонымен бірге оларға демалуға мүмкіндік береді. Туристердің қауіпсіздігіне көп көңіл бөлу керек. Нысанда кәмелетке толмаған туристердің болуы құқықтық тәртіпті сақтауға, құқық бұзушылықтардың алдын алуға, туристердің өмірі мен денсаулығына қауіпті әрекеттерді болдырмауға мұқият болу қажеттілігін тудырады.

Ақтөбе облысында отбасылық туризмді туризм дамытудың келесі мүмкіндіктер бар:

- 2022 жылдың басында Kids Go Free атты Қазақстанда отбасылық туризмді дамыту бағдарламасы шықты. Осы бағдарлама арқылы, егер ата-аналары саяхатауға барса, онда балаларға билет ақысы туристік фирма тарапынан алынбайды, артынан оны мемлекет өтеуі. Ол бағдарлама үшін фирмалар арнайы құжаттарды толтырып алға алуы қажет.

Ақтөбе облысында Қарғалы су қоймасы облыс тұрғындарының ерекше назарында, отбасымен жақсы демалыс жасауға болады. Сол аймақты әртүрлі балалар демалатын аландармен, тамақтанатын орталықтармен қамтамасыз етсе, туристік нысанның тартымдылығы арта түсер еді [5].

Ақтолағай үстірті – балалардың танымдық қабілетін арттыратын табиғи нысан. Атырау мен ақтөбе облысының шекарасында орналасқан борлы үстірті бір кездерде теңіз түбі болатын. Сондықтан да, дәл осы жерлерде тасқа айналған ұлулардың, кораллдардың, теңіз кірпілерінің және басқа ондаған миллион жыл бұрын тіршілік еткен теңіз фаунасының өкілдерінің көптеген мөлшерін табуға болады. Ата-аналар өз отбасымен барып демалуға болады. Бұл жердің туристік тартымдылығын арттыру мақсатында, ата-аналар және мектеп оқушыларының арасында туризмнің түрлері, мақсаттары туралы көп ақпараттандыру қажет.

Жалпы айтқанда, Ақтөбе облысында заманауи туристік тартатын факторлар, соның ішінде отбасылық туризмді дамыту үшін олар – Ақтөбе – Димаш Кудайбергеновтің елі, соған байланысты іс-шаралар ұйымдастыру, Food кортпен жабдықталған Tree of life аквапарк – Батыс өңіріндегі жазғы уақытта отбасылық демалыс орталығы. Сонымен қатар, «Юртапарк» - Батыс аймақтың жыл бойғы ең ірі ойын-сауық орындарының бірі. Саябақта 4 бөлім бар: бизнес-әкімшілендіру бөлімі, мәдени-ойын-сауық бөлімі, Спорттық-сауықтыру бөлімі, отбасылық парк бөлімі. Аумақта көптеген аттракциондар, альпинизм, хайуанаттар бағы, киіз үйлер, мейрамхана, жазғы, топчандар, фотоаймақтар және т.б.



Сурет -1. Ақтөбе облысының отбасылық туризм орындары

Қорытынды. Қорытындылай келе, отбасылық туризмнің дамуы мен оның қоғам үшін өзектілігін анықтадық. Тәрбие тал бесіктен демекші, тәрбие және болашақтағы тұлғалық, азаматтық және адамгершілік құндылықтар осындай отбасымен бірге уақыт өткізу барысында

қалыптасатынын байқадық. Сондықтан отбасылық туризмге қолайлы жағдайлар жасау және оны әрі қарай дамыту маңызды болып табылады. Мемлекет ішіндегі және сыртындағы саяси бейбітшілік пен жалпы тұрақтылық қауіпсіз саяхатты қажет ететін отбасылық туризмге тікелей ықпал етеді. Сондықтан отбасылық туризм жаһандық деңгейдегі маңызды туризм түрі деген тұжырымға келеміз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Антикалық мәдениет туралы ақпарат көзі: <http://antiquehistory.ru/olimpiyskie-igry-v-drevney-grecii-kratko/>
2. Алимбетов У.С. Койшинова Г.К. Калиева А.Е. Халықаралық туризмнің тарихы. - Өскемен, 2010 ж. - 24-276.
3. «Всё о туризме» туристік кітапханасы: http://tourlib.net/books_tourism/voskresensky241.htm
4. Молдашева А.Б., Аташева Д.О. Халықаралық туризм географиясы. - Тараз, 2018ж. -15-18 б.
5. Kids Go Free – программа для семейного туризма в Казахстане <https://qaztourism.kz/press-center/all/381/>.

Г.Т. КУБЕСОВА¹, М.А.ҚАЛАБАЙ², А. МҰРАТҚЫЗЫ²

¹г.ғ.к., доцент, Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті
(Қазақстан, Ақтөбе қ.), E-mail: gulnar_kubesova@mail.ru

²Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университетінің студенті
(Қазақстан, Ақтөбе қ.), E-mail: kalabaevaamadina@gmail.com, araimuratkyzy21@gmail.com

БАЛИ АРАЛЫ ҚАЗАҚСТАНДЫҚТАР ҮШІН ТАНЫМАЛ ОРЫН: ТУРИЗМДІ ДАМУДЫҢ АУМАҚТЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ

Аңдатпа. «Экзотикалық Арал» ұғымы анықталды. Зерттелетін аумақтың ерекшеліктерін бөлу кезінде ескерілетін критерийлер көрсетілген. Мақалада Индонезияның Бали аралының туристік және рекреациялық мүмкіндіктері қарастырылған. Аралдың туристік-рекреациялық аудандарының географиялық ерекшеліктері мен мамандануы анықталды. Бали аралының аудандары туризм түрлері бойынша топтастырылған. Туристік қызығушылық тудыратын танымал курорттарға бөлінді. Туризмнің дамуына әсер ететін факторлар көрсетілді, Қазақстанда осындай бағдарламаларды іске асыру бойынша ұсыныстар берілді.

Кілт сөздер: экзотика, арал, экзотикалық арал, аумақ, ерекшеліктер.

Аннотация. Определено понятие «экзотический остров». Показаны критерии, которые учитываются при выделении территориальных особенностей исследуемой территории. В статье рассмотрены туристско-рекреационные возможности индонезийского острова Бали. Выявлены географические особенности и специализация туристско-рекреационных районов острова. Районы острова Бали сгруппированы по видам туризма. Выделены известные курорты, представляющие туристский интерес. Показаны факторы, влияющие на развитие туризма, даны предложения по реализации подобных программ в Казахстане.

Ключевые слова: экзотика, остров, экзотический остров, территория, особенности.

Annotation. The concept of "exotic island" is defined. The criteria that are taken into account when highlighting the territorial features of the studied territory are shown. The article discusses the tourist and recreational opportunities of the Indonesian island of Bali. Geographical features and specialization of tourist and recreational areas of the island are revealed. The districts of Bali are grouped by type of tourism. Well-known resorts of tourist interest are highlighted. The factors influencing the development of tourism are shown, proposals for the implementation of such programs in Kazakhstan are given.

Keywords: exotic, island, exotic island, territory, features.

Кіріспе. Сыртқы туризм дамыған заманауи кезеңде Қазақстан Республикасында (ҚР) экзотикалық аралды орындарға барып демалу немесе саяхаттауға деген сұраныс едәуір артып отыр. Ондай аумақтардың қазіргі кезде танымал туризм орындарына айналу себебі-табиғатының бірегей және туристік тарихи-мәдени ресурстары, арнайы сауықтыру үшін, стандарттан тыс ұйымдастырылған мүмкіндіктерінің ерекшелігі. Бұлардың барлығы-олардың әдеттегі демалыс орындарынан оқшаулануына байланысты. Туризм шарттарының ең басты маңыздылығы-аралдың табиғи-географиялық орны және алып жатқан аумағы. Себебі атап айтқан маңызды шарт арқылы географиялық орынның маңызды критерийлерінің бірі аумақтың климаты анықталады [1, б.9]

Зерттеудің мақсаты – Индонезиядағы Бали аралының туризмінің дамуындағы аумақтық ерекшеліктерді анықтау және талдау.

Зерттеу әдістері - салыстырмалы-географиялық, статистикалық, салыстырмалы-аналитикалық.

Зерттеудің нәтижелері. Зерттеу кезінде Александровна А.Ю. «Международный туризм», Хомич С.А. «География международного туризма. Азиатско-Тихоокеанский макрорегион», Добби Э. «Юго-Восточная Азия» т.б. әдебиеттері қолданылды.

«Экзотикалық арал» түсінігі «экзотика» және «арал» ұғымдарын тікелей қосып тұрғандығы белгілі. Осы ұғым туралы түсініктерді жинақтай және талдай келе, «экзотикалық арал» дегенімізді былайша қарастыруға болады – «ол барлық жағынан сумен қоршалған, басқа аймақтардағы халықтар үшін ерекше, әдеттегідей емес белгілі бір құбылысы және ресурстарымен қызықтыратын құрлықтың бөлігі».

Экзотикалық аралдарды туристік мақсатта пайдалану үшін - оның табиғи-рекреациялық әлеуетін, туристік қызметтердің даму деңгейін, инфраструктураның жағдайы және транспорттық қолжетімділікті, қызмет көрсету деңгейін, оның негізгі және аталмыш түрінің экологиялық жағдайына қолайлылығын ескере отырып өнуін қарастыру қажет. Осы айтылған критерийлердің барлығы зерттелетін орынның аумақтық ерекшеліктерін таңдағанда айтылады.

Экзотикалық демалыс орнына жарқын мысалы ретінде Бали аралын айтуға болады. Бали - Малай архипелагындағы арал, Кіші Зонд аралдары тобына, Индонезияның аттас провинциясының құрамына кіреді. Оның жағалауын оңтүстікте Үнді, солтүстікте Тынық мұхитының Бали теңізі шаяды. Батысында Ява аралынан аттас бұғазбен, шығысында Ломбок аралынан Ломбок бұғазымен бөлінген Индонезиядағы ең танымал және өте дамыған туристік курорт. Нысан әсем пейзаждарымен, тропикалық ормандарымен, Кинтамини, Гунунг Батур және

Гунунг Агунг әсерлі жанартауларымен, ежелгі ғибадатханаларымен, керемет жағажайларымен туристерді қызықтырмай қоймайды [3, б.66].

Бали аралының артықшылықтарының бірі – кішкентай территориясында жер бедері мен қалалық инфраструктурасы эстетикалық түрде интеграциялануы. Ол өз кезегінде-халықтың өсуіне, экологияның жақсаруына, нысандардың құрылысын және функционалды модернизацияға ықпалын тигізеді [3, б.216].

Бали аралындағы аймақты дамытудың аумақтық ерекшеліктерін аудан бойынша анықтаған жөн. Ол үшін біз Бали аралының провинцияларын жекелеген аудандардың туризмнің әртүрлі түрлеріне мамандануы жағынан, сондай-ақ табиғи және мәдени-тарихи және рекреациялық ресурстарын қандай дәрежеде орналасуы жағынан қарастыруға тырыстық. Жиналған мәліметтердің қорытындысы бойынша аралда туристік-рекреациялық бағыттағы 4 аумақты бөлуге болады (Кесте): Букит түбегі, Орталық Бали, Қиыр оңтүстігі, Шығыс Бали [4].

Кесте – 1. Бали аралының туристік- рекреациялық аумақтары

Туристік-рекреациялық аумақ	Қамтылған аумақтық округтері	Негізгі курорттар	Аумақты мамандандыру	Географиялық ерекшеліктері
Букит түбегі	Денпасар, Кута, Семиньяк, Легиан	Нуса Дуа, Таджунг Беноа, Джимбаран	Танымал туризм (Букитте көркем жағажайлар, әктас артастары), спорттық сауықтыру- (серфинг, параплан, теңізде балық аулау, байдарка немесе қайық, суға түсу, су астында жүзу)	Суы мөлдір және таза; Ұзын құмды жағажай, таңғажайып күн батуы бар «Букит» деп аталатын оңтүстікте орналасқан әктас үстірті бар бұл тау жотасы аралдың аумағын екі түрлі аймаққа бөледі.
Орталық Бали	Таро, Убуд, Тегаллаланг	Айро Убуд Банджар, Адивана, Алая	Экскурсиялық- танымдық («Піл саябағы» - табиғи ортада піл ұстайтын әлемдегі алғашқы саябақ, тікұшақпен турлар, жунглиге серуендер және рафтинг), мәдени мұра (үш ғибадатхана, мүсіндік композициялар)	Убуд қаласының негізгі табиғи әшекейлері- тропикалық ормандар мен күріш террасалары, Тегаллаланг күріш террасалары- алыстан ұзын толқынды сызықтарға ұқсайды. Террасалар арасында биік пальмалар өседі.
Қиыр Оңтүстігі	Улувату	Ансала Улувату, Бату Кандик	Спорттық- сауықтыру (Кечак отты биі, серфинг),	Бұл атау: «Улу» — шың, ал «Вату» — тас деп аударылады-

			жағажай, мәдени мұра (ежелгі ғибадатханалармен танысу), треккингтік маршруттар	ғибадатхана кешені мұхитқа ағып жатқан көркем жартастың шетінде орналасқан. Мұнда ақ құмы бар шағын аралдар, жанартау, керемет толқындар, әдемі сарқырамалар және джунгли кездеседі.
Шығыс Бали	Агунг, Тирта Ганга, Лемпуанг	Паданг Бей, Чанди Даса, Амед	Діни (Тирта Ганга су сарайы-бұрынғы жергілікті билеушінің керемет ғимараты баспалдақтарына дейін оюлармен және мүсіндірмен безендірілген, «Аспандағы баспалдық», «Лемпуанг», «Чанди Бентар қорғаны»), Жағалаулық (Паданг-Паданг жағажайы, түрлі түсті жағалау)	Географиясы халықтың аз болуына байланысты керемет көрініс, таза мөлдір су және ақ құмымен ерекшеленеді. Балидегі Агунг жанартауы (ең биік жері - 3142 м) климатқа түрліше әсер етеді, ауа ағындары батыстан шығысқа қарай жылжып, құдіретті таумен соқтығысады. Сондықтан, батыста жауын-шашын көп, температура мен тропикалық өсімдіктер теңізі жоғары, ал шығыста климат қоңыржай және Ормандар Ресейдің Орта аймағына ұқсайды. Жанартаудың жоғарғы жағында суық, сіз тіпті қатып қалуыңыз мүмкін.

Ескерту: Авторларымен құрастырылған.

Кестені қорытындылай келе туристік ресурстарының көп екендігін айта кетейік. Мысалы: таулы белдеулер батыстан шығысқа қарай Балиға дейін созылып жатыр, жоғары вулкандық белсенділік аймағы болып табылады. Екі үлкен белсенді жанартаулар Агунг (3142 м) және Гунунг Батур (1717 метр) аралдың солтүстік-шығыс бөлігінде орналасқан. Жанартау

белсенділігі топырақтың жоғары құнарлылығын анықтайды және мәдениеттің дамуына әсер етеді.

Климаты экваторлық. Жазы жауын-шашынды (жылына 1500 - 2000 мм), мәңгі жаз. Топырағы қызыл-сары, ферралитті. Биік белдеулерде мәңгі жасыл орман, жағадағы батпақты ойпаттарда мангр өсімдіктері өседі. Арал Индонезияның көне мәдениетінің ірі орталығы болып табылады. Мұнда «Король бейіті» (11 ғасыр), «Пілдер үңгірі» (13 ғасыр) сияқты архитекторлық ескерткіштер бар. Орташа жылдық температура 24°C шамасында ауытқиды. Таулы және курортты аймақтарда күндіз-түні жылы болады. Мұхиттағы судың температурасы 25.....27 °C [2].

Осындай әсем табиғаты мен мәдени-тарихи ерекшеліктері бірге ұштасқан Бали аралына қалай жетуге болады? Денпасарға (Балидың астанасы) негізінен тұрақты рейстер, ал чартерлік рейстер тек жаңа жылдық мерекелер кезінде ұшады. Алматыдан ұшудың ең үнемді және ыңғайлы нұсқалары: Эйр Астана (Куала-Лумпур арқылы) + Малайзия әуе жолдары сәрсенбі және сенбі күндері ұшады, сонымен қатар Эйр Астана (Сеул арқылы) + Корейлік авиакомпания аптасына дүйсенбі, Etihad Airlines (Абу-Даби арқылы -) түнде) сейсенбі, сәрсенбі және сенбі күндері ұшады. Алматыдан Бали аралына дейінгі рейс 11 сағатты құрайды, ал Алматы-Куала-Лумпур бағыты бойынша 8 сағат, Куала - Лумпур - Денпасар 3 сағатты құрайды.

Қазақстан туристернің Бали аралына саяхаты. Бүгінгі күні табиғаты ғажап Бали аралына саяхаттаушы қазақстандықтардың саны соңғы 2 жылда өткен жылдарға қарағанда арту үстінде. 2019 жылы «COVID-19» коронавирустық жұқпасының әлем бойынша кең етек алуына байланысты бұл туристік бағыт уақытша тоқтады. Айта кетелік, 2012 жылы 870 қазақстандық Бали аралына саяхаттауға барды, бұл көрсеткіш 2013 жылы күрт төмендеп, Қазақстан - Индонезия арасындағы бизнес форумында елеулі мәселеге айналды. Оған себеп ретінде көршілес туристік аумақтардың (Тайланд, Малайзия) болуы және оларда визаның болмауы деп келтірді. Бұл мәселенің шешімі екі мемлекет арасындағы туристік перспективаның нығайюы болды.

Неліктен Бали осындай жоғары танымалдылыққа ие? Балидегі демалыс заманауи саяхатшыға қажет нәрсенің бәрін біріктіреді:

1. Керемет әдемі табиғат және жұмсақ климат;
2. Баға саясатына толық сәйкес келетін қызмет көрсетудің еуропалық деңгейі;
3. Тарихи және мәдени ескерткіштердің көп кездесуі;
4. Тамаша сатып алу;
5. Дәмді тағамдар;
6. Ойын-сауықтың үлкен көлемі.

Әрбір турист өзіне қолайлы демалыс бағдарламасын таңдап, мұнда ешқашан жалықпастай саяхат күндерін өткізеді [1,б.243].

Қорытынды. Осылайша, Бали аралының аумақтық ерекшеліктері географиялық орналасуы, климаттық жағдайлары, табиғи және тарихи-мәдени ресурстары жыл бойы дестинацияның тартымды бейнесін жасайды. Бөлінген туристік - рекреациялық аймақтарды аумақтық пайдаланудың біртекті белгілері мен сипасы кестедегі анықтаманың арқасында анықталды. Деректер туризмнің дұрыс түрін табуға жол ашады және өз қалауына қарай саяхаттайтын аумағы туралы мәліметтер бере отырып, таңдау жасауға көмектеседі.

Қорытындылай келе, Бали аралы секілді біздің Қазақстанда да жағажай туризмін жоғары деңгейде дамыту керек деген ұсыныс айтқымыз келеді. Атап айтсақ, Каспий, Арал, Балқаш сияқты жеріміздегі ірі көлдердің жанынан спорттық-сауықтыру, танымдық бағытта жасалатын туризмдік бағдарламаларды ұйымдастыруды белсендіру қажет. Ол үшін көлдердің игерілмеген жағалауларына демалыс орындарын салып, туристтерге шет мемлекеттердегідей жағдай жасау тиіс. Еліміз өзінің салт-дәстүрімен, ұлттық тағамдарымен, қонақжайлылығымен, келген туристтерге танымдық экскурсиялар жүргізу арқылы Қазақстан да шетел азаматтарын өзіне қызықтыра алады. Тур бағдарламаларын, «онлайн-тревел», транспорттық қолжетімділікті арттырса Қазақстан да қайнап жататын туризм орталығы болары сөзсіз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Александровна А.Ю. Международный туризм : оқулық / А.Ю.Александрова. –М.:Аспект Пресс, 2014.- 9, 243б.
2. Хомич С.А. География международного туризма. Азиатско-Тихоокеанский макрорегион / С.А.Хомич, О.С.Мозговая –Минск, 2013.- 67-68б.
3. Добби Э.Юго-Восточная Азия / Э.Добби. –М. : Просвещение,1999.- 65-67, 216б.
4. [Электрондық ресурс].
//<https://www.google.com/maps/place/Pecatu,+South+Kuta,+Badung+Regency,+%D0%91%D0%B0%D0%BB%D0%B8,+%D0%98%D0%BD%D0%B4%D0%BE%D0%BD%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D1%8F/@-8.8322263,115.0912484,14z/data=!4m6!3m5!1s0x2dd25aa1bacb1c3b:0x708ec9b25889879b!8m2!3d-8.8388094!4d115.0978566!16s%2Fg%2F11j8x>

Ш.С. НУРМУХАМЕДОВА

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор м.а.

Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан қ.), E-mail: sharipa.nurmuhamedova@iuth.edu.kz

ТУРИЗМДЕГІ ЗЕРТТЕУЛЕРДЕ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ ӘДІСТЕРДІ ПАЙДАЛАНУ

***Аңдатпа.** Туризмдегі психологияның негізгі мақсаты туристік кәсіпорынның қызметкерлерінің – менеджерлердің, туроператорлардың, маркетингтердің, осы қызметтерді тұтынушылардың, сонымен қатар басқа туристік компаниялар өкілдерінің де психикалық қабілетін зерттеу болып табылады.*

Туризмдегі психологиялық зерттеулердің әдістерін зерттеу тәсілдерінің, белгілі бір ғылыми мақсатқа жету нәтижесінде алынған тәсілдердің қолдану және түсіндіру реті түрінде де қарастыруға болады.

Мақалада туризмдегі психологияның негізгі мақсаты, туристік кәсіпорын қызметкерлерінің психикалық қасиеттерін зерттеу әдістері мен кезеңдері, туризм саласының теориясы мен тәжірибесінде психологиялық зерттеулердің түрлері, психология әдістерінің жіктелулері мен өзектілігі қарастырылған.

Кілт сөздер: туризм, туристік қызмет, туризмдегі зерттеулер, психологиялық әдіс, психика

Аннотация. Основной целью психологии в туризме является изучение умственных способностей работников туристского предприятия – менеджеров, туроператоров, маркетологов, потребителей этих услуг, а также представителей других туристических компаний.

Методы психологических исследований в туризме также можно рассматривать в виде последовательности применения и интерпретации подходов к изучению, подходов, полученных в результате достижения определенной научной цели.

В статье рассматривается основная цель психологии в туризме, методы и этапы изучения психических качеств работников туристского предприятия, виды психологических исследований в теории и практике сферы туризма, классификации и актуальность методов психологии.

Ключевые слова: туризм, туристская деятельность, исследования в туризме, психологический метод, психика

Annotation. The main goal of psychology in tourism is to study the mental abilities of employees of a tourist enterprise – managers, tour operators, marketers, consumers of these services, as well as representatives of other travel companies.

Methods of psychological research in tourism can also be considered in the form of the order of application and interpretation of research approaches, approaches obtained as a result of achieving a certain scientific goal.

The article discusses the main goal of psychology in tourism, methods and stages of studying the mental properties of employees of a tourism enterprise, types of psychological research in the theory and practice of the tourism industry, classifications and relevance of psychology methods.

Keywords: tourism, tourism activities, research in tourism, psychological method, psyche

Кіріспе. Туризмдегі психологияның негізгі мақсаты туристік кәсіпорынның қызметкерлерінің – менеджерлердің, туроператорлардың, маркетологтардың, осы қызметтерді тұтынушылардың, сонымен қатар басқа туристік компаниялар өкілдерінің де психикалық қабілетін зерттеу болып табылады.

Туристік қызметте психологиялық әдістерді қолдану келесі субъективті факторларға себепші болып отыр: қызығушылықтар, бағалаулар, өзін өзі бағалаулар, таңдау, ішкі ниеттер, мақсаттар, өмірлік жоспарлар.

Сонымен қатар, туристік іс-шаралар қозғаушы әрекеттермен, белгілі бір ыңғайсыздықтармен, әртүрлі тосқауылдарды жеңумен байланысты екенін де ұмытпаған жөн.

Психологиялық тұрғыдан қарағанда, туристік кәсіпорынның қызметкерлері келесі қасиеттерге ие болуы қажет: саяхаттар мен экскурсияларға икемді болуы; ерікті қасиеттер – мақсатқа ұмтылу, жауапкершілік, сенімділік, туристік саяхаттар кезіндегі үлкен психологиялық ауыртпалықтарға төзе білу.

Туризмде бірлік, мысалы экстремалды туризм кезінде көшбасшылық, ұйымдастырушылық, өзін өзі бағалай білу, топтар мен жеке туристердің сарапшы бағалары секілді тұлғаның жеке қасиеттері үлкен рөл атқарады.

Туристік кәсіпорын қызметкерлерінің психикалық қасиеттерін зерттеу үшін келесі әдістер қолданылады.

Роришак әдісі бойынша қызметкерлерге 10 түрлі – түсті кестелер ұсынылып, оларды сипаттау, өз ойларын білдіру тапсырылады, түстер кестелер бойынша ажыратылған. Одан кейін осы жазылған әңгімелердің күрделі түсіндірулері жүргізіледі. Суреттерді жалпы және бөлшектей сипаттайтын жауаптар саны; түстердің ерекшеліктерінің сипатталуы, ойдағы бейнелер мен оқиғалардың тұрақтылығы және қозғалысы, сурет бөліктерінің пішіндері; пікірлердің дұрыстығы бағаланады. Жалпы алғанда бұл әдіс психикадағы патологиялық әсерлердің болу мүмкіндігін

тексеретін тест ретінде сипатталады. Тест жүргізу үшін арнайы жасалған кестелер қолданылады, сонымен қатар психодиагностикада қажетті тәжірибесі бар мамандар жұмылдырылады.

Жарысу әдісі еңбек қызметі үрдісінде қызметкердің тәрбиелік әлеуетін анықтайды және қызметкерлерге тәрбиелік әсерлерді күшейтуші катализатор қызметін атқарады.

Сендіру әдісі қызметкердің санасына, сезімі мен еркіне бағытталған және дәлелді түрде әсер ету мақсатында қолданылады.

Психологиялық әсер ету әдісі қызметкерлердің өз дәрежесіне сай білімдері, тәжірибелері мен дағдыларының қалыптасуына бағытталған. Оларға форматталған, бағдарламаланған, мәселелі және интерактивті әдістер жатады.

Форматталған әдіс жаңа күрделі лауазымды міндеттемелерді жаттау үшін қолданылады.

Бағдарламаланған әдіс жеке таңдау негізінде арнайы құжат жағдайларын меңгеру, ұғыну және оларды орындау барысында өзін – өзі белсенді түрде басқару үшін қолданылады.

Мәселелі әдіс қалыпты емес жағдайларда тәсілдер мен әрекеттерді меңгеруге бағытталған.

Интерактивті әдіс мәселені талқылау, тұтынушымен қарым – қатынас барысындағы жеке элементтерді талдау үрдісі кезіндегі әдістер мен әрекеттерді меңгеру үшін қолданылады.

Қызметтерді тұтынушы психологиясының зерттеу пәні сана емес, сыртқы орта әсеріне ынталандыру бағытталған сөздік және эмоционалды жауаптармен түсіндірілетін әрекет ретінде көрінеді. Бұл мәселелерді бихевиоральді әдіс көмегімен шешуге болады.

Туристік қызметте кейде алдаудың көмегімен тәртіпті анықтау бойынша тәжірибелер жүргізіледі. Ол үшін жорамал ақпарат көзі әдісі қолданылады. Ең алдымен тәжірибеге қатысушыларды психологиялық әсерін өлшеу арқылы пульсометр құралы олардың жеке қондыруларын анықтайтынына сендіреді. Одан кейін тәжірибе жүргізушілерден өлшемдер нәтижесін қорытындылауды сұрайды, осылайша, олардың тәртіптерін анықтайды.

Сонымен қатар, анамнез әдісі – жеке туристі толықтай танып білуге бағытталған зерттеулер стратегиясы және турөнімді ойша немесе шынайы түрде бөлшектерге жіктеуге негізделген аналитикалық әдістер де қолданылады.

Туризмдегі зерттеулердің негізгі әдістері келесідей: қолда бар ақпараттарға; мәселелерді шешудің шарттары мен әдістеріне, бастапқы тұжырымдардың қалыптасуына алдын ала саралау; тұжырымдардың аналитикалық талдауы; тәжірибені жоспарлау және оны өткізу; алынған нәтижелерді жалпылау және талдау; алынған деректер негізінде бастапқы тұжырымдамаларды тексеру; жаңа деректер мен заңдылықтарды шешімді түрде тұжырымдау; түсіндірмелер мен ғылыми жорамалдар алу.

Туризмдегі психологиялық зерттеулерді екі кезеңге бөлуге болады: эмпирикалық және теоретикалық.

Эмпирикалық деңгейде келесі психологиялық әдістер мен тәсілдерді жүзеге асырады:

- зерттелініп отырған нысанды оның табиғи түрінде бөліп алу және белгілеу;
- зерттелінетін нысанға ұқсас жасанды нысандарды жасау және сынау, яғни зерттелініп отырған нысанды модельдеу;
- пәндік талдау, яғни зерттелінетін нысандарды құрамдас бөліктер мен элементтерге жіктеу;
- зерттелініп отырған нысанның бірігуін, қайта құрылуын қамтамасыз ететін пәндік саралау;
- нысандар мен олардың арасындағы ара-қатынасына әсер ететін сынақтар мен тәжірибелерді жүзеге асыру;
- нысандар мен олардың элементтерін тәжірибе жүзінде салыстыру және саралау;
- эмпирикалық зерттеулерде өлшемдер мен маңызды рөл атқаратын операцияларды жүзеге асыру;

Теориялық деңгейде келесі психологиялық әдістер мен зерттеу тәсілдері қолданылады:

- талдау және саралау, индукция және дедукция, аналогия мен экстраполяция, ойша тәжірибе;
- осының көмегімен психологиялық зерттеулердің екінші немесе теоретикалық нысандары құрылатын модельдеу және құрастыру;

- логикалық талдау және саралау - құрылымдық элементтерді, жеке байланыстарды, маңызды қасиеттер мен қатынастардың ерекшеленетін психологиялық зерттеу пәнін ойша бөлшектеу; пайда болған байланыстар мен қатынастар негізінде бүтінді ойша қайта құру;

- бір-біріне ұқсас және әртүрлі нысандар, олардың қасиеттері мен қарым-қатынастарының ұқсастықтарын анықтауға көмектесетін психологиялық зерттеулердің операциясы;

- дерексіздендіру, яғни оның негізі психика құбылыстары жеке нысан ретінде «таза» түрде қарастырылуымен сипатталады;

- дәріптеушілік – дерексіздендірудің өзіндік жалғасы, «психологиялық құрылым», «психологиялық негіздер» секілді «дерексіз», яғни мінсіз нысандардың, «таза» құбылыстар және психика мен сана үрдістерінің, қасиеттер мен ара-қатынастардың құрылуы;

- нысандау – үлгілердің, сызбалардың, кестелердің, формулалардың, сандардың, геометриялық фигуралардың, шартты белгілердің көмегімен мазмұны бойынша ұқсас психика мен сананың құбылыстарының формаларын белгілеу;

- жалпылау – бұл психикамен мен санаға тән ортақ қасиеттер мен ара – қатынастарды кейбір түсініктерде, талқылауларда, деңгейлерде, анықтамаларда, тенденциялар мен заңдылықтарды бірігіп бекітіледі.

- нақтылау және түсіндіру – дерексіздендіру мен нысандауға қарама – қарсы операция, олар дерексіз түсініктер мен анықтамалардан нақты нысандарға, ойша сызбалардан олардың нысанды мәніне, заттық мағынасына өтуді қамтамасыз етеді.

Туризм саласының теориясы мен тәжірибесінде психологиялық зерттеулердің келесі түрлері қалыптасқан:

1. Ұйымдастырушылық:

а) нақты, олардың мақсаты психологиялық құбылыстар мен үрдістердің ерекшеліктерін, заңдылықтары мен тенденцияларын, қызметкердің санасын, топтардың психологиясын зерттеу болып табылады; жетістікке жету құралдары – психологиялық әдістер;

б) контекстік, олардың мақсаты психологиялық құбылыстар мен үрдістердің ерекшеліктерін, заңдылықтары мен тенденцияларын, қызметкер санасын, топтар психологиясын зерттеу шарттары мен оларды функциялау факторларын толық зерттеу болып табылады; жетістікке жету құралдары – әлеуметтік-гуманитарлық тану әдістері;

2. Нысаны, пәні мен өткізу шарттары бойынша:

а) тікелей, оның нысаны қызметкердің санасы мен психикасының құбылыстары мен үрдістері, топтардың психологиясы болып табылады, ал пәні – психикалық құбылыстар мен үрдістердің ерекшеліктері, заңдылықтары мен тенденциялары, қызметкердің санасы, топтардың психологиясы; шарттары – қызметкердің іскерлігі, дау-жанжалға дайындық, оның нәтижесінде жеңе білу;

б) жанама түрдегі, оның нысаны қызметкердің психикасы мен санасының жанама құбылыстары мен үрдістері, топтардың психологиясы ретінде көрінеді; пәні – қызметкердің психикасы мен санасына, топтардың психологиясына әсер ететін жанама құбылыстар мен үрдістердің ерекшеліктері, заңдылықтары мен тенденциялары; шарттары - қызметкердің іскерлігі, жанжалдардың алдын алуға дайындық, олардың оң нәтижесіне жету, кез – келген басқа тіршілік әрекеттерінің шарттары;

3. Құбылыстар мен үрдістердің көріну мен нәтижелерді ұсыну деңгейлері бойынша:

а) ғылыми, оның пәні психикалық құбылыстар мен үрдістердің ерекшеліктері, заңдылықтары мен тенденциялары, топтардың психологиясы; жетістікке жету құралы – психологияның ғылыми әдістері; нәтижелері – ғылыми жалпыламалар мен ғылыми негізделген ұсыныстар;

б) үйреншікті, оның пәні психологиялық құбылыстар мен үрдістердің деректері, қызметкердің санасы, топтардың психологиясы болып табылады; жетістікке жету құралдары – құбылыстар мен үрдістердің үйреншікті көріну әдістері; нәтижелері – талқылаулар, бағалаулар мен пікірлер.

Туризмдегі психологиялық зерттеулердің әдістерін зерттеу тәсілдерінің, белгілі бір ғылыми мақсатқа жету нәтижесінде алынған тәсілдердің қолдану және түсіндіру реті түрінде де қарастыруға болады.

Туризмдегі зерттеулер арқылы жүзеге асатын психология әдістерін келесі түрде жіктеуге болады:

- Психологиялық зерттеу кезеңі бойынша – тәжірибе, эмпирикалық мәліметтерді өңдеу, ғылыми теорияларды қалыптастыру және оларды қайта тексеру, ғылыми нәтижелерді сипаттау;
- Ғылымның салаларын жалпылау деңгейлері бойынша – салыстыру, талдау, сараптау, ұқсастықтарын анықтау, индукция, дедукция, психологиялық тәжірибе және интроспекция;
- Себептілік формаларына байланысты – бірқалыпты детерминантты және анық;
- Зерттелінетін шындық деңгейі бойынша – физикалық, химиялық, әлеуметтік, психологиялық, пәнаралық;
- Туристік бизнестің нақты салаларындағы психологиялық танымдар бойынша.

Туризмде психологиялық зерттеулер әдістерінің келесі топтарын атап көрсетеді: теоретикалық, субъект нысаны үлгісімен ойша қарым-қатынас жасаған кезде; эмпирикалық, бұл кезде субъект пен зерттелетін нысан арасында шынайы сыртқы қатынас жүзеге асады; түсіндірмелі сипаттаушы, мұнда субъект сырттай белгі-символикалық нысандармен – үлгілер, графиктер, кестелер мен сызбалармен байланысады.

Туризмдегі психологиялық зерттеулердің эмпирикалық тобына келесі әдістерді жатқызуға болады: әдебиет көздерін зерттеу, теоретикалық талдау және саралау, дерексіздендіру мен нақтылау, модельдеу, ойша тәжірибе, бақылау, анкеталық сұраулар, сұхбаттасу, қызметтің нәтижелерін зерттеу, құжаттарды саралау, тәжірибені зерттеу және қорытындылау, тәжірибелік жұмыстар, тәуелсіз мінездемелерді қорытындылау, өзін – өзі бақылау, өзіне – өзі есеп беру, тестілеу, жобалау, талаптанулар деңгейін зерттеу, толықтырылу үрдісін зерттеу, тұлғаны биографиялық зерттеу әдісі, социометрия, келісімдерді өңдеу, топтық қызметті модельдеу, гомеостатикалық әдіс, жұп сөзді үлгі мен әлеуметтік бірліктер әдісі, аутокинетикалық әсер көмегімен топты сендіруді зерттеу, жеке және топтық қызметтің салыстырмалы сараптамасы [3].

Түсіндірмелі – сипаттамалық әдістер тобына түсіндіру және сипаттау әдістері жатады.

Психологиялық зерттеулердің ерекше тәсілдері. Туристік қызметтегі психологиялық зерттеулерде ерекше тәсілдер қолданылады: ішкі және сыртқы ғылыми бақылау; психологиялық тәжірибе; зертханалық тәжірибе; қызметкерлер ісінің сараптамасы; тестілеу.

Туризмде ғылыми бақылау кездейсоқ күнделікті бақылаулардан біршама жоғары көтерілуге мүмкіндік береді.

Ішкі бақылау (интроспекция немесе өзін – өзі бақылау) ішкі психикалық үрдістерді зерттеу барысында көрінеді, мысалы, туған жерге саяхат жасау барысында туристердің эмоциялары байқалған кезде. Өзін-өзі бақылау әдісімен өзінің психикасын танып білу жанама түрде сыртқы қызметті бақылау арқылы жүзеге асады. Өзін-өзі бақылау үрдісі шындығында тұлғаның ішкі әлемін зерттеудің тек бір қыры ғана болып қалады.

Өзін-өзі бақылау (осының көмегімен психикалық үрдістердің мазмұны ашылады) және нысанды бақылау (мұның көмегімен нысанды шындықтың құбылыстары айқындалады) бірдей бастапқы деректерді сараптаудағы ұқсас екі бағыт болып табылады.

Психологиялық зерттеулердің 90% - дан астам жағдайларында бақылау әдісінің қолданылатыны белгілі. Психолог-зерттеушілер зерттелінетін құбылыстың мәні мен мазмұнын түсіну негізінде бақылаулардың нақты факторлар мен олардың сыртқы тәртіптегі көрінулерінен тәуелділігі туралы тұжырымдаманы алға қойып отыр. Бұл тұжырымдама бақылау барысында тексеріліп, нақтылануы, анықталуы немесе керісінше жоққа шығарылуы мүмкін.

Бақылау ғылыми әдіс ретінде келесі талаптарға жауап беруі қажет: сайланатын болуы – нақты мақсатқа бағытталуы, зерттелінетін шындықтың нақты бөлігіне сүйенуі; жүйелі болуы – жоспар негізінде құрылуы және белгіленген мерзім аралығында жүргізілуі; толық болуы – зерттелінетін құбылыстың толық көлемде бекітілуі. Техникалық құралдарды пайдалану барысында бұл бақылау әдісінің нысандылығы жоғарылайды.

Туризм тәжірибесіндегі нысанды бақылаудың маңызды қиындықтары психологиялық деңгейлер мен түсініктердің көмегімен жүргізілетін сыртқы факторларды түсіну, талқылау, түсіндірудің біркелкі еместігімен байланысты. Бақылау нәтижелерінде біршама жоғары деңгейде бақылаушының тәжірибе дәрежесі мен саралауы көрінеді. Қорытынды деректер тіркеу кезінде нысанды, түсіндіру барысында субъективті болуы мүмкін.

Сыртқы бақылау әдісін таза түрінде зерттеушілер өте сирек қолданады, себебі туристік қызмет тоқтаусыз нысанды бақылаушының позициясын қажет етпейді. Қызмет барысында психолог қызметкердің мінез – құлық ерекшеліктерін жанама түрде, сыртқы көріністер бойынша тіркеп отыруы, психологиялық шарттары мен қызмет факторлары, эмоционалды жағдайлары, құбылыстардың ерекшеліктері және психика мен сананың үрдістерін сипаттауы мүмкін.

Психологиялық тәжірибе туризмдегі психологиялық зерттеулердің бір әдісі ретінде қызметкердің сыртқы іс-әрекеттері саналы түрде оның ішкі психологиялық мазмұнын сипаттайтындай жағдай жасауға көмектеседі. Психологиялық тәжірибе кезіндегі шарттардың тәжірибелік өзгертулердің максаты әрекет немесе қимылды бір ғана психологиялық түсіндіру кезінде дұрыстығын анықтау болып табылады, мысалы, дайвинг туризмге бір ғана адамды басқа топтардан бөлектеп алу.

Туристік тәжірибе психологиялық эксперименттің үлкен мүмкіндіктерін нақтылайды. Психолог туристік кәсіпорын қызметкерлерін психикалық ерекшеліктері мен әлеуметтік – психологиялық үрдістерге тәжірибенің шарттарымен бекітілген зерттеулердің мазмұны, әдістері, формалары мен тәсілдері бойынша әртүрлі топтарға жіктеп, өзгерістердің оларға әсерін байқауына болады.

Психолог – зерттеушілер психологиялық тәжірибенің үш түрін ажыратады: табиғи, қалыптастырушы және зертханалық (психологиялық - педагогикалық).

Туристік қызметтің табиғи тәжірибесі, әдетте, бақылаудың жүргізілуі мен оның өту барысымен танысумен қатар жүреді. Туристік ортаның шарттарында тәжірибенің бақылаумен қатар жүруі қызметкердің психологиясын зерттеудің оңтайлы алғышарты болып саналады. Психологтардың табиғи тәжірибе мүмкіндіктерін пайдалануы олардың кәсіби шеберлігінің жоғарылауына, психологиялық – педагогикалық ойлау қабілетінің қалыптасуына оң ықпалын тигізіп, өз ісіне деген шығармашылық тұрғыдан қарауға баулиды.

Қалыптастырушы тәжірибе – психологияның негізгі тәсілдерінің бірі. Оның маңызды қасиеттері кәсіби қызмет үрдісінде қызметкердің дамуына бейімделу, осы үрдістің ұйымдастыруды тәжірибелік үлгісіне теория жүзінде негізделу, деректерді алудың дәлелді және сенімді түрін ұсынатын зерттеу ұзақтығы болып саналады. Қалыптастырушы психологиялық тәжірибенің міндетті шарты болатын нәтижелерді алдын-ала болжау, зерттеушілердің зерттеу барысына, тәжірибе нәтижелеріне және оған қатысушы нысандарға жауапкершілік болып табылады.

Зертханалық (айғақтайтын) тәжірибені зерттеуші психиканың қалыптасқан формаларын зерттеуде қолданады. Ол тіркейді және қызметкерге оның психикалық даму деңгейінің қаншалықты жетілгені туралы айтады.

Қызметкерлердің ісін сараптау үрдісін адамның психикалық дамуының заңдылықтарын теория жүзінде алдын-ала саралау арқылы жүргізеді. Ол үшін қызметкердің қалыптасқан маңызды қасиеттері мен қабілеттерінің шарттары мен сипатын зерттейді, арнайы жобаланған шарттарға сәйкес зерттелінетін қабілеттердің тұжырымдық үлгісін құрастырады. Жасалынған психологиялық үлгі міндетті түрде әртүрлі сала мамандарымен тексеріліп, бағаланады, олар – психологтар, менеджерлер, басқарушылар, маркетингтер, медицина қызметкерлері. Тәжірибе барысында қызметкердің психикалық дамуының заңдылықтары, механизмдері, өзгеріс динамикасы, тенденциялары мен ерекшеліктері мен туристік топтардың психологиясы анықталады. Тәжірибе нәтижесі зерттелініп отырған құбылыстың немесе үрдістің алдын – ала жасалынған даму моделін қолдауды, толықтыруды немесе жоққа шығаруды көрсетеді.

Тестілеу негізгі психологиялық зерттеулер түріне жатады. Тестілеу нақты қызметкерлер немесе туристік топтардың жағдайлары, ерекшеліктері, сипаттамаларын талдау, саралау немесе бағалауды ұйымдастыру үшін қолданылады. Тесттер кәсіби дайындықтар жүйесі,

қызметкерлерді әртүрлі қамтамасыз етулер олардың психикасына қаншалықты әсер ететінін көрсете алады. Тестілеудің маңызды мақсаты – қызметкерлерді бейімділіктері, қабілеттері, білімді игеру деңгейінің бағалаулары, тәжірибелері, кәсіби дайындық біліктіліктері, кәсіби – бейімделу жұмыстары, өзін-өзі тану және дамытуы бойынша жіктеу.

Тестілеу мен тәжірибені зерттеушінің зерттелушіге ұсынылатын белгілі бір тапсырмалар немесе сынақтар жүйесінің болуы біріктіреді. Сынақ тәжірибе негізінде жасалады. Сынақтың соңғы рәсімделуі белгілі бір нормалар мен стандарттар анықталған кезде жүзеге асырылады. Сынақтың өткізілу нәтижесі сандық көрсеткіштер арқылы бағаланады. Сынақтар әртүрлі нормалар – мағыналық деңгей түрінде болады, мысалы, жастық және әлеуметтік.

Ғылыми негізделген психологиялық сынақты құрастыру – өте қиын әрі ұзақ мерзімді жұмыс, ол туристік кәсіпорынның тәжірибелік қызметінде көп аяқтала бермейді.

Маманнан тестілеу кәсіби психологиялық дайындықты талап етеді және ол зерттеушінің этикалық нормаларын қабылдаумен байланысты.

Психозерттеу мақсаттарының бірі – туристік кәсіпорынға жаңадан қабылданған қызметкердің психикалық даму деңгейінің нақты бір мамандықтың талаптарына, нормалар мен стандарттарына сәйкестігін бағалау болып табылады.

Туристердің психоталдауын жүргізу үшін келесі әдістер қолданылады.

Психологиялық зерттеулердегі сұрау әдісі сауалнама мен пікір алысу (интервью) түрінде жүзеге асырылады. Сұрау кезінде ақпарат көзі ретінде туристің жазбаша немесе ауызша пікірлері қолданылады. Сенімді деректер алу үшін арнайы сауалнамалар құрастырылады, олар белгілі бір тұжырымға сәйкес келетін ақпаратты алуға мүмкіндік береді және ол ақпараттар айқын әрі сенімді болуы қажет. Психологияда сұрақтар құрастырудың арнайы ережелері мен сұрақтардың орналасу реті мен топтарға жіктеу белгілері қарастырылған.

Сұрау әдісі психологиялық зерттеулерде көбіне қосымша немесе көмекші әдіс ретінде қолданылады. Олар туристер қонақ үйден кеткен кезде жүзеге асырылады. Қызметтерін жоғарылату мақсатында қонақ үй басшылығы тарапынан туристтерге сауалнама бойынша бірнеше сұрақтарға жауап беру ұсынылады.

Егер сұрау сауалнама көмегімен жазбаша түрде жүргізілетін болса, онда бұл сұрауға бірнеше туристерден құралған топ қатыса алады. Алынған деректер статистика әдісімен өңделеді. Психологтар тәжірибесінде сұрау әдісі кеңінен қолданылады, бірақ сенімді әрі шынайы деректер алу үшін жоғары кәсіби білім қажет екенін ұмытпаған дұрыс. Сұрау әдісі бастапқы тұспалдау құралы ретінде көрінеді. Алынған деректерді қызметкерлер немесе туристер тобының психологиясын әрі қарай зерттеу үшін жіберіледі.

Менеджерлер қызметінің нәтижесін сараптау әдісі тәртіп пен қызметтің ішкі психикалық үрдістері және сыртқы формаларының арасындағы байланыстың жалпы алғышарттарынан бастау алады. Қызметті сараптау әдістерінің тағы бір нұсқасы белгілі – контент-сараптау (мазмұнды сараптау), ол әртүрлі мәтіндердің арнайы сипаттамаларын тауып, бағалау және олардың негізінде кәсіпорын қызметкерлері немесе туристік топтардың психологиялық мінез-құлықтарын анықтауға, бағалауға мүмкіндік береді. Осы әдісті жүргізу барысында мәтіндік ақпаратты зерттеудің математикалық үлгісі, компьютерлік техника қолданылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Гаврилов А.И. Региональная экономика и управление / А.И. Гаврилов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012
2. Дмитриев М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
3. Петровский А.В. Психология / А.В. Петровский, М.Г. Ярошевский. – М.: Издательский центр «Академия», 2014.

З.Т. АУЕЗОВА¹, К.С. САПАРАЛИЕВА², Г.К. АМРЕНОВА³, К.Т. АУЕЗОВА⁴

¹г.ғ.к., профессор Есіл университеті

(Қазақстан, Астана қ.), E-mail: zaure58@mail.ru

²э.ғ.к., доцент «Еуразия Ұлттық университеті» КЕАҚ

(Қазақстан, Астана қ.), E-mail: ssmaksat@mail.ru

³аға оқытушы «Еуразия Ұлттық университеті» КЕАҚ

(Қазақстан, Астана қ.), E-mail: amrenova1969@mail.ru

⁴т.ғ.к., доцент «Еуразия Ұлттық университеті» КЕАҚ

(Қазақстан, Астана қ.), E-mail: karlygash.uezova@mail.ru

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУЫНДА КӨЛІК ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫНЫҢ АЛАТЫН ОРНЫ

Аңдатпа. Мақалада Қазақстан Республикасында туризм индустриясы мен инфрақұрылымын дамытудың ағымдағы деңгейіне баға берілді. Туризм индустриясының елдің

әлеуметтік-экономикалық дамуына әсері бағаланды. Сондай-ақ Қазақстанның қолайлы географиялық жағдайы, халықаралық туризмді дамытудағы көлік инфрақұрылымының орны бағаланды. Автокөлік инфрақұрылымы және туризмнің дамуында автожолдардың орны сипатталған. Автокөлік инфрақұрылымын, автожолдардың сапасын дамыту және жақсартуға мақсаттар қойылды. Елде туризмді халықаралық деңгейде дамыту болашағы сипатталған және халықаралық туризм дамуының негізгі тенденциялары белгіленді.

Кілт сөздер: халықаралық туризм, инфрақұрылым, экономикалық интеграция, көлік, көлік коммуникациясы, ұлттық экономика, транзит, ақпараттық технология

Аннотация. В статье дана оценка текущему уровню развития индустрии и инфраструктуры туризма в Республике Казахстан. Оценено влияние индустрии туризма на социально-экономическое развитие страны. Также оценено благоприятное географическое положение Казахстана, место транспортной инфраструктуры в развитии международного туризма. Описана автотранспортная инфраструктура, место автодорог в туризме РК. Поставлены основные цели по развитию и улучшению автотранспортной инфраструктуры, качества автодорог. Описаны перспективы развития туризма в РК на международном уровне. Обозначены основные тенденции развития международного туризма.

Ключевые слова: международный туризм, инфраструктура, экономическая интеграция, транспорт, транспортные коммуникации, национальная экономика, транзит, информационные технологии.

Abstract. The article assesses the current level of development of the tourism industry and infrastructure in the Republic of Kazakhstan. The influence of the tourism industry on the socio-economic development of the country is assessed. The favorable geographical position of Kazakhstan, the place of transport infrastructure in the development of international tourism was also evaluated. The motor transport infrastructure, the place of highways in tourism of the Republic of Kazakhstan is described. The main goals for the development and improvement of road transport infrastructure and the quality of roads have been set. The prospects of tourism development in Kazakhstan at the international level are described. The main trends in the development of international tourism are outlined.

Keywords: international tourism, infrastructure, economic integration, transport, transport communications, national economy, transit, information technology.

Кіріспе. Қазақстан үшін туризмнің дамуы қазіргі таңда өте маңызды және өзінің мүмкіндіктері мен бәсекеге қабілеттілігі тұрғысынан келешегі зор салаларға атап айтқанда ауыл шаруашылығы, орман және ағаш өңдеу өнеркәсібі, жеңіл және тамақ өнеркәсібі, тұрғын-үй құрылысы, сондай-ақ инфрақұрылыммен қатар туризм де кірген. Қазақстан әлемдік көлік-коммуникация жүйесінің бір бөлігі болып табылады, олай болса бұл жағдай еліміздің бүкіл көлік инфрақұрылымын озыңқы дамытуды талап етеді. Еліміздің экономикалық өсуінің маңызды

Еліміздің экономикалық өсуінің маңызды факторларының бірі көлік инфрақұрылымын серпінді дамыту және жетілдіру болып табылады. Бүгінгі таңда әр мемлекеттің экономикалық дамуында көлік саласының орны ерекше. Қазақстанда көлік саласы отандық экономиканың маңызды секторы болып табылады.

Қазақстанның экономикалық дамуына елдің аумағының үлкен болуы, жалпы халықтың төмен тығыздығы сияқты себептер тасымалдың жоғары қажеттіліктеріне сұраныс тудырады. Тиісінше, халықтың орын ауыстыруы, шаруашылық аралық жүк айналымы және экономикалық функциядан басқа, көлік әр жыл сайын әлеуметтік қызметтерді орындайды, байланыстарды қамтамасыз етеді, туыстық, серіктестік, демалыс, білім беру, мәдениетті ұйымдастыруда әртүрлі әлеуметтік мәселелерді шешетін қажетті қызмет түрі болып саналады.

Осыған байланысты, Қазақстанның тиімді географиялық орналасуын Европа мен Азия арасындағы жүк айналымы өтетін орталық ретінде пайдалану өте қолайлы, бұл өз кезегінде мемлекеттік қаржыны және көлік компанияларының табысын арттыруға мүмкіндіктер береді.

Алайда, бұл жағдайда Қазақстанға дамыған елдердегі көліктік интеграцияға қатысатын Шығыс пен Батыс арасындағы жүктердің транзитін қамтамасыз ететін заманауи көліктік инфрақұрылымды қалыптастыру қажет.

Қазақстанның көлік кешенінің қазіргі жағдайында ескірген технологияларды пайдалану, халықаралық айналымдардың талапқа сай болмауы, көлік қызметтерінің төменгі деңгейі жатады. Халықаралық туризмнің теориялық және ғылыми тәжірибелік аспектілері американдық ғалымдар Д. А. Аакер, А.Г.Браймлер, Дж.Боуэн, Р.Оливье және Д.Уокер еңбектерінде көрініс тапқан. Шетелдік туризмнің және туристік қызметтің дамуы мемлекеттің төлем балансының тұрақты болуына, ұлттық табыстың өсуіне септігін тигізеді, саяси жағдайды түзету құралы болып табылады. Халықаралық туристік ағымдардың өсуі мемлекет арасындағы сыртқы экономикалық байланыстарды кеңейтуге әсерін тигізеді, материалдық байлықтар мен мәдени құндылықтарды құруда басқа ұлттардың тәжірибесін пайдалануға мүмкіндік береді[1,2].

Әдістемелік негіздері. Халықаралық туризмнің экономикалық мәні туралы көзқарасты қалыптастыру үшін халықаралық туризмнің әсері бойынша көптеген елдерге жіктеу жасалды. Жіктеуді жасау кезінде көрсеткіштерді ерекше тұрғыда алған: ұлттық экономикаға халықаралық туризм әсері, халықаралық туризм мәнін экономикалық бағалауда жаңа әдістемелік құралдар (туристік спутниктік есептеу әдісі). Нәтижесінде 2018 ж. ұлттық экономикаға халықаралық туризмнің әртүрлі деңгейі бойынша елдердің 4 класы бөліп көрсетілді: I – ұлттық экономикада халықаралық туризмнің алатын орны төмен елдер, II – ұлттық экономикада халықаралық туризмнің алатын орны орташа елдер, III – ұлттық экономикада халықаралық туризмнің алатын орны жоғары елдер, IV – халықаралық туризмге маманданған елдер.

Нәтижесі және талдау. Туризмді дамыту көлік инфрақұрылымын дамытумен тікелей байланысты. Жалпы Қазақстанға келетін келуші туристердің көпшілігі ТМД елдерінен, негізгі көшбасшысы Өзбекстан елі, ал алыс шет елден келушілер қатарында Түркия екендігін төмендегі кестеден көреміз.

Кесте – 1. 2021-2022 ж. келушілер саны

Келу туризмі бойынша келушілер саны		
	2021 жылғы қаңтар - маусымға	2022 жылғы қаңтар - маусымға
ТМД елдері	3 557 308	3 898 004
Өзірбайджан	44 517	46 095
Армения	10 053	12 347

Беларусь	41 351	35 234
Қырғызстан	663 503	588 220
Молдова	6 406	6 017
Ресей	808 306	749 048
Тәжікстан	241 478	175 254
Түркіменстан	10 293	28 092
Өзбекстан	1 289 572	2 226 746
Украина	28 029	30 952
ТМДдан тыс елдер	281 899	258 385
<i>Оның ішінде</i>		
Түркия	270 282	46 391
Германия	38 341	36 125
ҚХР	26 124	23 324
Оңтүстік Корея	17 260	13 899
АҚШ	14 972	14 323
Моңғолия	10 644	9 423
Ұлыбритания	10 423	9 355
Үндістан	10 332	12 286
Грузия	9173	8320
Польша	6249	6436
<i>Автормен құрастырылған</i>		

Елімізге келетін туристердің көпшілігі негізінен әуе көлігімен келеді. Ішкі туризм мақсатында көбінесе автожол көлігі пайдаланылады. Сырттан келушілер туризмі мен ішкі туризм көлемін ұлғайтудың негізгі факторлары тармақталған көлік желісін дамыту және жолаушылар тасымалының барлық түрлерінің географиясын кеңейту болып табылады.

Отандық туристік нарықтағы қазіргі уақыттағы жағдай туризм инфрақұрылымын дамыту, олардың ерекшеліктерін анықтауды талап етеді. 2025 жылға дейінгі кезеңге көлік саласындағы негізгі басым саясат қазақстандық көліктік қамтуды мақсатты дамытып, кейін бөліп, қайта өңдеу арқылы шағын және орта бизнес үшін жаңа бизнес мүмкіндіктерінің мультипликациясымен экономиканың дәстүрлі экспортқа бағытталған секторларындағы инфрақұрылымдық жобаларды іске асыру болып табылады. Автомобиль жолдары – Қазақстанның көлік-коммуникация кешенінің маңызды элементтерінің бірі, оның тиімді қызметі мен тұрақты дамуы қазіргі заманғы жағдайларда экономиканың өсуін, халықтың өмір сүру жағдайын жақсарту және деңгейін арттыру факторлары болып табылады.

Темір жолдар мен су жолдарының аса төменгі тығыздылығы кезінде нарықтық жағдайларда жүктердің тасымалдануын тездету мен оларды сақтау факторлары аса маңызды. Осыған

байланысты, жүк жіберушілер, әсіресе жеке секторда жақын арақашықтықта ғана емес (300 км дейін), алыс арақашықтық аймақтарында (1500-2000 км) автомобиль көлігіне қайта бағдарланды. Өндіріс және ауыл шаруашылық, шағын және орта бизнес өндірістерін дамыту арқылы облысаралық тасымал, сондай-ақ іргелес мемлекеттермен байланыс ұлғаяды.

Экономиканы дамыту міндеттері қуатты көлік-коммуникация желісін құру және жаңғыртуды талап етеді. Бұл жағдайда алда тұратындары:

1) «Батыс Еуропа-Батыс Қытай» халықаралық транзит дәлізін қайта жаңарту жобасын аяқтау, халықаралық рынокқа шығу арқылы жаңа көлік маршрутын салу, көлік магистралін жаңғырту;

2) Щучье-Көкшетау-Петропавл-РФ шекарасы, РФ шекарасы-Орал-Ақтөбе, Астана-Қостанай-Челябі, Жетібай-Түркіменстан шекарасы, Астана-Қарағанды, Алматы-Қапшағай, Таскескен-Бақты, Үшарал-Достық, Бейнеу-Ақжігіт-Өзбекстан шекарасы, Омбы-Павлодар-Майқапшағай, Құрты-Бұрылбайтал, Бейнеу-Ақтау және т.б. автожолдарды қайта жаңартуды аяқтау;

3) Батыс-Шығыс және Солтүстік-Оңтүстік бағыттарында транзит маршруттарының сызбаларын белсенді енгізу.

Халықаралық және республикалық маңызы бар автожолдар жалпы пайдаланымдағы автожолдардың 25% құрайтынына қарамастан, оларға 50% автокөлік тасымалы келеді [3,5].

Қазіргі таңда дүниежүзілік туристік ұйым туристік құжаттарды толтыруды қысқартып, реттеуіне маңыз бере отырып, жаңадан ұсыныстар жасап, оны қабылдады:

- виза формальдылықтары: рұқсатсыз кіру үш айға дейін; визаның мерзімін 12 айға дейін ұзарту және бірнеше сапарларға рұқсат ету мен көліктің кез-келген түрін пайдалануға болатындығы; көрші мемлекеттердің визаны мойындауы; өте сирек жағдайда бақылау бекеттерінде кіруге рұқсат ету; туристердің азаматтығына қарамастан, бірдей консульдық жинақты бекіту;

- валюта формальдылықтары: кеден декларациясында көрсетілген валюта мөлшеріне рұқсат ету; қазіргі валюта айырбастау туралы туристерге толық мәлімет беру; кірудің бақылау – жіберу бекеттерінде толық мәліметтерді іліп қою; барған елінен кетерде қайтадан валюта айырбастау мүмкіндіктерін қамтамасыз ету; алып келген валюталарын өз еркімен ғана айырбастау; елден кетерде туристерге өз елінде сапарын жалғастыру үшін керекті мөлшерде ұлттық ақшаларына рұқсат ету;

- кедендік формальдылықтар: кірерде және шығарда туристерге салық салу; туристік объектілерді жаңарту үшін кейбір салықтар мен ақша жинаудың түрін енгізу;

- медициналық формальдылықтар: туристерге медициналық жәрдем көрсету, ұлттық туристік әкімшіліктің денсаулық сақтау органдарымен келісіп жұмыс істеуін кеңейту; керек жағдайда туристерге медицинаға байланысты толық мәліметтер беру; туристерге жәрдем көрсету және мемлекетпен медициналық қауіпсіздік туралы жан-жақты келісімдер жасау; туристерге жедел медициналық көмек көрсетуді ұйымдастыру; қатаң түрде ауырып қалған жағдайда немесе қайтыс болғанда консулдықпен туыстарына хабарлама, жерлеу немесе алып кету үшін қажетті құжаттарын тез арада дайындау т.б.

Туристік формальдылықтар мемлекеттік шекараны кесіп өтумен байланысты халықаралық туризмнің ең басты ерекшеліктері болып саналынады. Неғұрлым мемлекеттің ақша жүйесінде айырмашылық және адамдардың қозғалу жолында кедергілер көп болса, соғұрлым халықаралық туризмнің ішкі туризмнен айырмашылығы басымырақ болады [4,6].

Оңтүстік-Батыс, Оңтүстік және Оңтүстік-Шығыс Азия елдерінің ТМД және Еуропа елдерімен сауда-экономикалық қарым-қатынастарын өзектендіру Қазақстанның экспорт-импорттық және транзиттік мүмкіндіктерін дамытудың маңызды факторы болып табылады. Сонымен бірге Орталық Азиядағы аймақты Қытаймен байланыстыратын жаңа көлік бағыттарын құру және экспортталатын қытайлық жүктердің бір бөлігін Таяу Шығыс және Еуропа бағытында орталық-азия магистралдарына қайта бағдарлауға мүмкіндік беретіндігіне үлкен үміт артып отыр.

Қазіргі кезде Еуропа мен Азия арасындағы тауар айналымының көлемі шамамен 700 млрд. АҚШ \$ құрайды, кейбір болжамдар бойынша 2025 жылға қарай аталған көрсеткіш 1 трлн. АҚШ \$, ал Қазақстан транзитінен түсетін кіріс шамамен 1,1 млрд. АҚШ \$ жетеді деп болжануда. Жалпы алғанда Оңтүстік-Шығыс және Шығыс Азия-Еуропа бағыттарындағы транзиттік ағымдар шамамен 330-400 млрд. АҚШ \$ бағалануда, бұл жерде осы ағымдардың 20 % Қазақстан аумағы арқылы өтуі мүмкін.

Иран елі Парсы шығанағы мен Үнді мұхиты порттарына, сонымен бірге Түркия мен ЕО нарығына шығатын жолдағы маңызды дәліз болып табылады және шетелдік жүк жөнелтушілерге транзиттік операцияларда Иран аумағын барынша кеңінен пайдалануға мүмкіндік беретін жаңа көлік дәліздері мен инфрақұрылымдық нысандарды дамытуға барынша күш жұмсайтын болады.

Оңтүстік Азиядағы ең тұрақты нарық және басты жүк қабылдаушы мен жүк жөнелтуші Үндістан болып табылады, ол өнеркәсіп өндірісінің жедел қарқыны мен өндіріс саласындағы шетелдік инвестициялардың өсуіне байланысты болып отыр[7,8].

Темір жол саласындағы құрылыс пен электрлендірудің барлық жобалары бірінші кезекте жаңа көлік дәліздерін құру, келешегі бар желілерді дамыту және жеткізу қашықтығы мен уақытын қысқартуға бағытталған.

Еліміздің құрықаралық тасымалдарды жүзеге асыру саласындағы транзиттік әлеуетін дамыту көбінесе республика аумағындағы көлік дәліздері мен олардың тармақтарын дамытуға байланысты:

1) Европа-Кавказ-Азия халықаралық көлік дәлізі (бұдан әрі – ТРАСЕКА): негізгі бағыт Түркіменбашы порты-Сарыағаш-Достық арқылы, Ақтау-Достық тармағы (ұзындығы 3836 шақырым; жеткізу мерзімі – 19 тәулік).

2) Солтүстік-Оңтүстік дәлізі: Қазақстанның Ақтау теңіз порты учаскелерінде қатысуы арқылы Ресейдің Урал аймақтары-Никельтау-Ақтау және кері қарай Солтүстік Европа-Парсы шығанағының елдері Ресей мен Иран арқылы транзитке ие.

3) Ортаазиялық дәліз: Сарыағаш-Озинки, Озинки-Сарыағаш (ұзындығы – 2147 шақырым; ҚР бойынша жеткізу мерзімі – 11 тәулік).

4) Трансазиялық дәліз (солтүстік бағыт): Достық-Петропавл, Петропавл-Достық (ұзындығы-1910 шақырым; жеткізу мерзімі – 10 тәулік).

5) Трансазиялық дәліз (орталық бағыт): Достық-Сарыағаш, Сарыағаш-Достық (ұзындығы – 1831 шақырым).

Қорытынды. Сондықтан әлемдік туризмнің дамуының бірнеше тенденциялары анықталды:

1. Халықаралық туризмнің тез өсуі және түрлерінің өзгеруі бір жағынан жаңа мүмкіндіктер ашады;

2. Шетелдік саяхаттарды таңдауда туристердің ақпараттылығы өсті;

3. Адамдардың өмір сүру деңгейі өсті және еркін қозғалу мүмкіндігі кеңейді;

4. Жаңа қызмет түрлері ұсынылады (кәсіпкер өте қолайлы комбинациялар әзірлейді. Мысалы, демалысты саудамен, білімді ағартушылықпен, бизнесті мәдени бағдарламамен үйлестіретін болды);

5. Халықаралық туристер үшін фирмалардың бәсекелестік күрестері;

6. Қазіргі кездегі ақпараттық технологиялар қызметтерді сатуға, орындарға тапсырыс беруге және әртүрлі туристік орталықтарға жаңа жолдар ашты.

Жалпы айтқанда, ХХІ ғасырда туризмнің дамуы тұрақты болады, яғни туристің қажеттілігін толық ескеру, сондай-ақ тепе-теңдікті де сақтауға негізделеді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Александрова А.Ю. – Международный Туризм. Москва 2015г.
2. Abram, S. Waldren, J. & Macleod, D.V.L.1997: Tourists and tourism, New York, Oxford University Press.
3. Биржаков В.И. - Перевозки мира. Москва 2013г.

4. Балакин В.В. Экономика Туризма. Алматы 2009г.
5. Копылов В.В. История и теория международного туризма. Москва, 2012 г.
6. ҚР Статистика агенттігі, ҚР Туризм 2018 жылы, // Алматы статистикалық жинағы.
7. Қазақстан туризмі (2019 жылдың жарты жылдығында // статистикалық жинақ. – Нұр-Сұлтан. <https://stat.gov.kz/official/industry/22/statistic/6>
8. «Халықаралық туризм үшін ағылшын тілі. English for international tourism» оқулығы, 2020ж.

Г.Қ. МУСАЕВА¹, А.А. ПАРДАБЕКОВ²

¹э.ғ.к., доцент, М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті
(Қазақстан, Тараз қ.) E-mail: gmusaeyeva@mail.ru

²магистрант, М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті
(Қазақстан, Тараз қ.) E-mail: pardabekovaziz01@mail.com

АЙМАҚТАРДА ТУРИЗМ САЛАСЫН ДАМУДА ХАЛЫҚТЫ ЖҰМЫСПЕН ҚАМТУДА АЛАТЫН РӨЛІ

Аңдатпа: Мақалада туризм саласы бойынша қонақ үйлердің жұмыс істеуі мен туризм саласында халықты жұмыспен қамту және қонақ үйлермен демалыс орындарының және қызмет көрсету деңгейлерімен, тұрғын халықтың басқа мемлекеттерге саяхаттауы бойынша зерттеулер сонымен қатар, қазіргі таңда қонақ үйлермен туризм саласын дамытуда әртүрлі қажеттіліктерді дамыту жолдары қарастырылған.

Кілт сөздер: қонақ үйлер, санаты жоғары қонақ үйлерде функционалды қызметтер; тамақтану, туризм коммуникациясы, жұмыспен қамту, туристік келушілер мен шығу деңгейлері.

Annotation: the article examines the study of the functioning of hotels in the tourism sector and employment of the population in the tourism sector and the level of recreation and service with hotels, travel of the Turkish population to other countries, as well as ways to develop various needs in the development of the tourism industry with hotels.

Keywords: hotels, functional services in hotels with a higher category; catering, tourism communication, employment, tourist attendance and exit levels.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы функционирования гостиниц в сфере туризма и занятости населения в сфере туризма и исследования по уровню обслуживания и мест отдыха с гостиницами, путешествия тургynского населения в другие государства, а также пути развития различных потребностей в развитии сферы туризма с гостиницами в настоящее время.

Ключевые слова: отели, функциональные услуги в отелях высокой категории; питание, туристическая коммуникация, занятость, туристические посетители и уровни выхода.

Кіріспе. Әлемдегі ең ірі және дамыған салалардың бірі - туризм индустриясы. Дүниежүзілік туристік ұйымның мәліметтері бойынша ЖІӨ – нің 9% туризм саласы құрайды (тікелей және жанама әсерлерді ескере отырып), тауарлар мен қызметтердің әлемдік экспортының 6% болса, өнеркәсіпте жұмыс жасайтын адамдар саны шамамен 100,9 миллион адам жұмыс істейді және туризм әлемдегі әрбір 11 жұмыс орнын құрайды. Туризм, байланыс, көлік, құрылыс, сауда, ауыл шаруашылығы және т.б. халықты жұмыспен қамту саласында қазіргі заманғы дамыған экономикасы бар елдер ерекше орын алады және өңірдің әлеуметтік-экономикалық дамуы қарқындап келе жатқан салаларды бірі болып табылады.

Қазақстан бай туристік - рекреациялық әлеуетке ие бола отырып, туризмнің жеткілікті деңгейде дамуының төмен екендігімен сипатталады. Оның ЖІӨ-дегі үлесі (тек орналастыру және қоғамдық тамақтандыру қызметтерін ескере отырып) шамамен 0,9% құрайды. 2020 жылы туристік қызметтен түскен табыс көлемі 536,4 млрд. теңге құрады, бұл 2022 жылғы деңгейден 2 есе көп (1226,5 млрд.). Бұл салада жұмыспен қамтылғандар саны 205,6 мың адамды құрайды. 2022 жылы туристік қызметтен түскен салықтар мен республика бюджетіне төленетін басқа да міндетті төлемдер 562,0 млрд теңге құрады [1].

2022 жылғы жағдай бойынша Қазақстанда 2 503 туристік ұйым жұмыс істейді - 518 355 төсек - орынға 5 338 тұрғын үй, бұл өткен жылмен салыстырғанда 8,5% - ға артық. Айта кету керек, барлық тұрғын үй - жайлардың 65,2% - ы қонақ үйлер, оның 11,5% - ы азаматтарға арналған қонақ үйлер, 53,7% - ы тұрғын емес қонақ үйлер, 34,8% - ы басқа пәтерлер. Негізгі бөлігі - (64,1%), Шығыс Қазақстан (15,9%), Ақмола (13,6%), Алматы (13,1%), Қарағанды (8,9%), Астана (6,8%) және Алматы (5,8) облыстарында шоғырланған.

Қонақ үйлер мен елді мекендерде қолжетімділіктің орташа деңгейі 24,7%, елді мекендері жоқ қонақүйлерде - 20,7% құрайды. Сонымен қатар, меншіктің ең жоғары деңгейі сыныптағы қонақ үйлерде 5* (27,7%), 4* - 27,1% қонақ үйлердегі ең төменгі деңгей 2* санаттағы қонақүйлерде тіркелді (21,0%). Кейбір аудандарда бұл көрсеткіш 25,6% құрады.

2022 жылы төсек - орындарды толтырудың ең жоғары көрсеткіштері Батыс Қазақстан облысы - 30,3%, Атырау облысы - 29,1%, Маңғыстау облысы - 26,8%, Шығыс Қазақстан облысы - 26,7% болды. Толтырудың ең төменгі деңгейі Ақмола (15,5%) және Солтүстік Қазақстан облыстарында (16,8%) тіркелді. Астана мен Алматыда қонақүйлердің толу деңгейі тиісінше 25,0% және 27,5% құрады [2].

Көптеген сәйкестендірілмеген тұрғын үй сайттарының нәтижесі қызмет көрсету сапасы мен жоғары бағаны ескере отырып, келушілердің саны аз болуы мүмкін. Қонақ үй қызметтері жоғары жерлерде тұру бағасы дүние жүзіндегі туристік аймақтардағы ұқсас қонақүйлерге қарағанда әлдеқайда жоғары. Астана мен Алматыдағы 5* қонақүйлердегі стандартты бөлменің орташа құны бүкіл әлем бойынша жетекші еуропалық қалалар мен туристік бағыттардағы орташа бағадан 20% - ға жоғары көрсеткіштерді көрсетіп отыр.

Басқа жерлерде ұсынылатын қызметтердің бағасы өте төмен пансионаттар, туристік лагерьлер, қысқы лагерьлер, кемпингтер, қонақ жатақханалары және т. б. Жоғары бағалар тұрғын үйдің төмен деңгейіне, бәсекеге қабілетсіз ортаға және іскер туристерге жоғары тәуелділікке байланысты. Ұсынылатын туристік қызметтер, соның ішінде қонақ үйлер шектеулі қызметпен және нашар бақылаумен сипатталады. Айта кету керек, тұрғын үй мен авиабилеттердің жоғары бағасы Қазақстанға сапарлардың құнын едәуір артты және тиісінше халықаралық нарықтағы бағалардың бәсекеге қабілеттілігін төмендетеді.

2014-2019 жылдар аралығында Қазақстанда ішкі туризмге сұраныс артты, ол пандемияға байланысты 2020 және 2021 жылдары төмендеді. 2022 жылы туристік индустрияның экономикалық қалпына келуімен туризмге деген сұраныс 2022 жылдан бастап қалпына келді. 2022 жылы қызмет көрсетілген қонақтардың саны келесі көрсеткіштер бойынша анықталды:

1) орналастыру объектілерінің санаттары бойынша: қонақтардың 85,4%-ы қонақүйлерде (қонақтардың 41,7%-ы қонақүйлерде, 43,7%-ы жергілікті тұрғындарсыз қонақүйлерде), келушілердің 14,6%-ы басқа орналастыру аймақтарында (2019 жылы басқа орналастыру аймақтарында келушілердің үлесі 13,6% -) құрады -) ;

2) өңірлер бойынша: тіркелген шетелдіктердің 49,1%-ы Астанада (19,0%), Алматыда (19,0%), Шығыс Қазақстан облысында (11,1%) тіркелді, ал 2013 жылы қызмет көрсетілген келушілер саны Астанада (18,4%), Алматыда (17,6%) және Шығыс Қазақстанда 47,7% құрады. аймақ (11,7%).% .

3) Шыққан елі: Қазақстанға туристердің 81,8% (82,3% 2013), тұрғындар (692 250 адам) - Ресейден туристердің 31,4%, Қытайдан туристердің 7,4%, Америка Құрама Штаттарынан келген қонақтардың 5,9%, Түркия Республикасынан келген қонақтардың 5,9%, Ресей Федерациясынан келген қонақтардың 4,5%, Ресей Федерациясынан келген қонақтардың 2,9% Германия федеративтік республикасы, Италия Республикасынан келген қонақтардың 22,0%, Ресейден келген қонақтардың 22,0%, Ресейден келген басқа елдерден келген туристердің 5,9% дан 42,0% болған;

4) келу мақсатында: іскерлік және кәсіптік – 54,1%, бос уақыт және бос уақыт – 45,6%, басқа мақсаттар үшін - 0,3%. 2013 жылы сапар мақсаттарының құрамы келесідей болды: іскерлік және кәсіптік – 60,0%, бос уақыт – 33,7%, достары мен туыстарына бару – 3,7%, дін және туризм – 0,4%, сауықтыру рәсімдері - 0,4%, сауда – 0,4% және басқалары – 1,4%. Айта кету керек, қазақстандықтар шетелдік қонақтармен салыстырғанда рекреациялық мақсаттармен (51,7%) және резиденттермен көбірек саяхаттаған. Қолма-қол ақша негізінен іскерлік және кәсіби мақсаттарға жұмсалды (81,7%). Жоғарыда айтылғандардан көрініп тұрғандай, Қазақстандағы туризм негізінен жергілікті тұрғындардың, сондай-ақ шетелдік резиденттердің іскерлік және кәсіби сапарларына бағытталған.

Дүние жүзілік COVID-19 пандемиясына байланысты Қазақстанға келу туризмі бойынша келушілер саны 90,9% -ға азайды (ұлттық статистика бюросы ҚР- ның стратегиялық жоспарлау және реформау агенттігінің деректері бойынша) негізінде салыстырсақ. Осы себепті алдыңғы есеп беру негізінде салыстырғанда қатысушылардың санымен аз іріктеліп сауалнамалар жүргізілген. Зерттеуге нәтижелері мына көрсеткіштерді көрсетіп отыр. Гендерлік бөлінуге әйелдердің - 41,2% және - 5 58,8% қатысты. Сонымен бірге 35 - 44 жас аралығындағы шетелдіктердің негізгі тобы 33.3%, 45 – 54 жас аралықтары бойынша – 23,1%, 25-34 жастары бойынша – 20,3%. Келушілердің басым көпшілігі жеке мақсаттармен келді - 77,2%, қалған - 22,8% іскерлік және кәсіби мақсаттарда болған. Шетелдіктердің ең көп саны Ресейден – 41,5%, Өзбекстаннан – 18,6%, Қырғызстаннан – 17,1%, Түркиядан – 8,7%, Грузиядан - 2,9% келді. Келушілер шығыстарының негізгі баптары халықаралық жүктерді тасымалдауға арналған шығыстар – 66,2%, тамақтану - 10,2% болып табылады. Шығындардың аз бөлігі тұрғын үй – жайларда тұру құнына - 9,4%, тауарларды сатып алуға - 9,2% жұмсалады [2].

2019 жылы Қазақстан Республикасы азаматтарының шетелге сапарларының саны 32,2% құрады, бұл 2021 жылмен салыстырғанда 50%- ға кеміді. Қазақстандықтар туризм мен бизнесті қоса алғанда, халықаралық туризмге 12,0 миллиард АҚШ долларын жұмсайды. Осылайша елдің төлемдік теңгерімі «Сапарлар» атты құжат бойынша шамамен 384,3 млн. долларын құраған.

Қазақстан Түркия Республикасы, Қытай Халық Республикасы, Біріккен Араб Әмірліктері және Тайланд Корольдігі сияқты елдер үшін «туристік донор» болып қала береді, Туризм индустриясы белсенді дамып келеді, жаңа жұмыс орындары құрылуда, төлем балансының құрылымы жақсаруда, халықтың әл-ауқаты артып келеді. халық саны өсуде [3].

Қазақстандағы туристер тарапынан туризмге сұраныс Қазақстанның туристік аймақтары мен тұрғын объектілерінде бизнестің бір бөлігінің жоғарлауын білдіреді. Осылайша, республикада сапалы туризмнің дамуына байланысты шетелге демалысқа шығатын отандық туристердің белгілі бір саны Қазақстандағы туризм бағытын тандап, елдегі туризм шығындарын қалдырады деп болжауға болады. Республикада туризмнің жедел дамуына кедергі келтіретін негізгі факторлар:

1) Туристік аймақтарда инженерлік, көліктік және әлеуметтік инфрақұрылымды тиісінше дамыту, туристік объектілердің қолжетімсіздігі, туристік курорттарда сервистің жоғары деңгейі, жол инфрақұрылымы объектілеріне техникалық қызмет көрсетудің жеткілікті сапасы мен саны;

2) Туризм саласында білікті кадрлардың жетіспеушілігі білім берудің кәсіби сипатынан, білім беру бағдарламаларындағы еңбек нарығының қажеттіліктерінен, өндіріс қажеттіліктерінен,

жұмыс берушілердің перспективаларынан және т. б. айтарлықтай ауытқиды.;

3) Туризм индустриясы мен қонақ үй бизнесін нормативтік бақылаудың жеткіліксіз деңгейі орналастыру сипаттамасының, сондай-ақ тұрғын үйдің белгілі бір түрлеріне қолданылатын стандарттардың және Қазақстан Республикасының азаматтарына қатысты заңда көзделген әлеуметтік туризмді реттейтін Қағидалардың болмауына байланысты;

4) Туристік бизнесті, оның ішінде әкімшілік бизнесті дамыту үшін ықтимал кедергілердің болуы;

5) Мәдениет және спорт секторын қоса алғанда, туристік секторды дамытуға кешенді тәсілді іске асыруға бағытталған мемлекеттік мекемелерді тиісті үйлестіру.

Аймақта жұмыс істейтін туристік агенттіктердің қызметін талдау, оның ішінде кіру, шығу, ішкі туризм, визалар мен басқа құжаттарды рәсімдеу, әуе және теміржол билеттерін сату және жеткізу, туристерді өз көлігімен тасымалдау, белсенді туризм үшін қажетті жабдықты жалға алу. Туристік агенттіктер ұсынатын қызметтер көлемі жылдан жылға артып келеді, оның ішінде аймаққа келетін туристерге ұсынылатын туристік өнімдер арасында ішкі және шетелдік туризм, экотуризм, танымдық туризм, белсенді туризм және жағажай туризмі басым. Компаниялар өз қызметтерін сатады. Ол кіріс көзі арқылы қаржыландырылады. Сонымен бірге, туристік компаниялардың одан әрі дамуына кедергі келтіретін бірқатар себептер анықталды: жақсы жолдардың болмауы; туристік инфрақұрылымның болмауы; туристік қызметтер үшін білікті кадрлардың болмауы; әлемдік ғылыми-зерттеу институттарының мамандарының қорытындыларының болмауы.

Осылайша, технологиялық прогресс жағдайында туристік бизнеске қатысушыларды қолдау және саланы оқшаулауға жәрдемдесу әлеуетті туристердің туристік ұсыныстар мен жайлылық, туристік пакетті брондау мен сатып алудың қарапайымдылығы туралы хабардарлығын арттыру арқылы ішкі және шетелдік туризмді дамытуға үлкен серпін береді.

Қазіргі уақытта туристік фирманың жетістігін қамтамасыз ету үшін туризм мамандары мен менеджерлеріне арналған маркетингтік дайындық мәселесі өте маңызды. Осыған байланысты ғылыми - зерттеу институттары мен туристік агенттіктермен бірлесіп туризм саласы бойынша жоғары білікті мамандармен жұмыспен қамтамасыз ету болып табылады. Осы туризм саласында жақсы мамандардың жетісперушілігіне байланысты жұмыспен қамтудың маркетингтік алғышарттарды игеру керек. Туристік компаниялар бірлескен семинарлармен, конференцияларды ұйымдастырып, шетелдік мамандарды шақырып, пікір алмасу арқылы отандық туризм индустриясын дамытуға да үлес қосады.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Қожабеков, С.С. Туризм және қонақ үй бизнесіндегі бухгалтерлік есеп [Мәтін] : оқу құралы / С.С. Қожабеков, С.Е. Сулеева, А.К. Карымсаков. - Алматы : ССК, 2020. - 308б. - ISBN 978-601-342.

2. Ұлттық статистика бюросы ҚР- ның стратегиялық жоспарлау және реформау агенттігінің жинағы 2022 жыл

3. Кварталнов В.А. Туризм менеджменті: туризмді басқару объектісі ретінде: ЖОО-на арналған оқулық/Баз. ред. В.А.Кварталнов - М.: Қаржы және статистика, 2020 ж. - 302 б.

Г.Қ. МУСАЕВА

э.ғ.к., доцент, М.Х. Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті,
(Қазақстан, Тараз қ.), E-mail: gmusaeyeva@mail.ru

ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫҢ БӘСЕКЕГЕ ҚАБІЛЕТТІЛІГІН ҚАЛЫПТАСТЫРУДЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ

Аңдатпа: мақалада туристік қызметтердің бәсекеге қабілеттілігі мәселелерін қазіргі туристік дестинациялардың көпшілігі қарқынды бәсекелестікке тарту қазіргі уақытта өзекті көрсетілген. Осылайша, мақалада белгілі туристік өнімді таңдауға әсер ететін туристік дестинацияларды қалыптастыру мен қолдана білу, тиімді туристік дестинацияны қалыптастыруға, елдің беделін арттыруға әрі тұрақты сұранысты қалыптастырып, туристер ағымын арттыру мүмкіндіктері қарастырылған.

Кілт сөздер: туристік дестинация, тұлғаның физиологиялық қажеттіліктері, тамақтану, әрекет ету, рухани қажеттіліктер, танып - білу, байланыс құру, индустрия.

Abstract: the article presents the problems of competitiveness of tourist services, the involvement of most modern tourist destinations in intensive competition is currently relevant. Thus, the article provides opportunities for the formation and use of tourist destinations that affect the choice of a particular tourist product, the formation of an effective tourist destination, increasing the prestige of the country and creating a stable demand and increasing the flow of tourists.

Keywords: tourist disinhibition, physiological needs of the individual, nutrition, action, spiritual needs, cognition, communication, Hinduism.

Аннотация: В статье освещается проблема конкурентоспособности туристских услуг в настоящее время актуальна вовлеченность большинства современных туристских дестинаций в интенсивную конкуренцию. Таким образом, в статье рассматриваются возможности формирования и использования туристских дестинаций, влияющих на выбор известного туристского продукта, формирования эффективной туристской дестинации, повышения престижа страны, формирования устойчивого спроса и увеличения потока туристов.

Ключевые слова: туристическая дестинация, физиологические потребности личности, питание, действия, духовные потребности, познание, установление связей, индустрия.

Кіріспе. Қазақстан Республикасына туристік ағымды ұлғайту үшін кедергілерді азайту және саланы стратегиялық жоспарлау жолымен саланың әлеуетін дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасау қажет. Қазақстан Республикасының Туризм индустриясын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы «5 институционалдық реформаны іске асыру жөніндегі 100 нақты қадам» Ұлт жоспарын, атап айтқанда туристік кластерлер құруда табысты тәжірибесі бар стратегиялық (түйінді) инвесторларды тарту шеңберінде Индустрияландыру және экономикалық өсу жөніндегі институционалдық реформаны іске асыру үшін көзделген. Бағдарлама сондай-ақ Қазақстан Республикасының 2025 жылға дейінгі Стратегиялық даму жоспарында және Қазақстанның 2050 жылға дейінгі ұзақ мерзімді дамуының стратегиялық бағыттарында белгіленген экономиканы әртараптандырудың негізгі бағыттарына сәйкес әзірленді. Соңғы он жыл ішінде бүкіл әлем бойынша туристер мен туристік орындардың қарқынды өсу тенденциясы адамзаттың психологиялық және рухани даму қажеттіліктерін қанағаттандыру салдарымен байланысты, мысалы, тұрғылықты жерін өзгерту, саяхаттау, таным болып табылады.

Дестинация - деп туристердің қандай да бір қызығушылығын тудыратын, туризмнің қалыптасуы мен дамуына жағдай жасайтын елді - мекен, ауыл, қала, қорық және т.б., екінші жағынан, туризмнің қалыптасуы мен дамуы жолында біз елдер тобы жеке ел деп айта аламыз. Дестинация ерекшеліктеріне мыналар жатады: туристерге арналған танымал мекен-жайлар; маңызды туристік ескерткіштер; қол жетімділік; жергілікті көлік жүйесінің сапа деңгейі; дамыған немесе дамып келе жатқан туристік инфрақұрылым [1]. Адамның психологиялық қажеттіліктері тамақтану, әрекет ету, ұйықтау арқылы қанағаттандырылғанда, рухани қажеттіліктер білім, қарым-қатынас, емдеу және т.б. арқылы қанағаттандырылады. Екінші жағынан, туризмнің жеке қажеттіліктерін қанағаттандыру құралы, яғни орындар туристік қажеттіліктерді, аймақтарды, туристік қызметтер мен тауарларды ұсынатын елдерді қамтуы мүмкін.

Мемлекет басшысы сырттан келу туризмін, инвестицияларды ынталандыруға, туристік инфрақұрылымды жетілдіруге және туристік қызметтердің сапасын арттыруға бағытталған бұрын - соңды болмаған мемлекеттік қолдау шараларын қабылдады және 2021 жылы жаңа заңдарға өзгерістер енгізді. Ол 20 заңнаманы қамтыды. Ол сондай - ақ жаңа заңнаманы әзірлеуді және 30-дан астам заңға түзетулер енгізуді қарастырады.

Жаңа туристік дестинацияны дамыту стратегиясын екі жолмен жүзеге асыруға болады:

- 1) сәтті іске асырылған туристік модель жобасына сәйкес;
- 2) жаңа бағыт туризмді ынталандырудағы өзгерістермен байланысты тиімді өзгеруге және бейімделуге болатын формациялар.

Сондықтан жаңа бағыт туристердің қажеттіліктері мен ынталандыруларына байланысты басқа туристік бағыттардың қажеттіліктері мен сұраныстарына сәйкес келмейтін нысандарды қамтуы керек. Туристік бағытты құру барысында туристік өнімдерді тұтынушыны анықтап, болашақ туристердің ниеттері мен қажеттіліктері туралы ақпарат болуы керек. Туризм - бұл қоршаған ортаны реттейтін, бейімдейтін және әсер ететін әлеуметтік-экономикалық, материалдық және рухани құбылыс. Ол туристердің шұғыл қажеттіліктерінің түрі мен түрлеріне бейімделеді және әлемдік тенденцияларға сүйене отырып, жергілікті қоғамдастық өмірінің материалдық және рухани құндылықтарына әртүрлі деңгейлерде әсер ететін қоршаған ортаның өзгеруіне ұшырайды. Бұл туристердің «дестинация» ретінде экономикалық пайда алу ниетімен туристік сайттың өзгеруі, сондай-ақ елдің этникалық сәйкестігін, тарихи және мәдени құндылықтарын сақтау мақсатында үйлесімділік үшін күрес [2].

Дамушы елдер туристік қызмет саласын құру кезінде ескеретін факторлардың бірі-өзіндік ерекшелігін сақтай отырып, халықаралық стандарттардан ауытқудың болмауы. Осылайша, мәдени құндылықтардың әдеттегі өзгеруі туристерге жаңа және таныс ортаға енуге мүмкіндік береді. Бүкіл әлемде туризммен және туристік бағыттармен айналысатын донор елдердің саны артып келеді. Туристік сұранысты тудыратын елдер жаңа туристік орындар мен елді мекендерді құруда ізашар болып табылады.

Туристік бағытты құру барысында туристік өнімдерді тұтынушыны анықтап, болашақ туристердің ниеттері мен қажеттіліктері туралы ақпарат болуы керек. Жаңа бағытты құру барысында туристер ағынын, туристердің динамикасы мен қалыптасуын, кездесу және жөнелту орындарын мұқият ескеру қажет. Потенциалды туристердің мотивтерін түсіну туристік өнімдер мен бағыттарды жоспарлау, құру және жылжыту кезінде өте тиімді. Сондықтан туристік нарықтағы туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыратын қолайлы өнімді жасау үшін әлеуетті туристердің мотивациясын анықтау қажет [3,4].

Әлемнің әртүрлі аймақтарының мәдени ерекшеліктері - адамдар демалыстарын және бос уақыттарын саяхатта өткізеді. Туристік саяхатқа арналған мотивтердің кең спектрі туризмнің жаңа түрлерін және туристік дестинацияның жаңа бағыттарын қалыптастыру мен дамытуға негіз қалайды. Демек, белгілі туристік өнімді таңдауға әсер ететін туристік мотивтерді анықтау және пайдалану мүмкіндігі сізге тиімді туристік бағытты құруға, елдің беделін арттыруға, барабар сұранысты құруға және туристер ағынын арттыруға мүмкіндік береді.

Қазақстанның туристік әлеуетін арттыру үшін елімізде «Kazakh Tourism» ұлттық компаниясы құрылды. Бұл компанияның бірінші міндеті - елдің туристік әлеуетін шетелге тарату, екіншісі - осы салаға инвестиция тарту. Қазіргі уақытта көптеген шетелдік инвесторлар Қазақстанның туристік секторына инвестиция салуға мүдделі. Өйткені Қазақстанның табиғи ортасы бірегей, ең бастысы - бізде қауіпсіз және халықаралық тәжірибе бар. «Kazakh Tourism» компаниясы ел өңірлерінің ерекшелігін ескере отырып, өңірлік имидж мен өткізу нарықтарын қалыптастыру керек.

Қазақстандағы өнеркәсіптік туризмнің үшінші табысты секторы болуға нақты мүмкіндігі бар жалғыз жоғарғы сектор. Бүгінгі таңда туризмнің дамуына кедергі келтіретін негізгі факторлардың бірі Қазақстанда қазақстандық туристік өнімдерді ілгерілету, сондай-ақ елдің туристік имиджін жақсарту бойынша мұқият ойластырылған маркетингтік стратегияның болмауы болып табылады. Сайып келгенде, әлемдегі респонденттердің тек 42% - Қазақстанның имиджі туралы түсінік бар. Қазақстанның Азиядағы танымалдығы бәрінен бұрын ТМД-дан тыс Азия елдеріндегі респонденттердің - 75%-ы Қазақстанды біледі. Еуропада бұл көрсеткіш айтарлықтай төмен, қатысушылардың ішінен Ұлыбританияда неғұрлым тиімді болды - респонденттердің 41%- Қазақстанға Қазақстаннан хабарламалар бар. Яғни, қарапайым тілмен айтқанда, халықаралық деңгейде имидждік жарнаманың болмауы. Сонымен қатар, елде жұмыс істейтін туроператорлар мен туристік агенттіктер ішкі туризмге емес, шетелдік туризмге ерекше назар аудару керек.

«Туризм саласындағы мемлекеттік саясат және туризмнің ел экономикасына әсер ету дәрежесі» әкімшілік құрылымдарда жүзеге асырылатын маркетингтік іс-шаралардың көлемін анықтайды. Сонымен, көптеген дамыған елдердің тәжірибесі елдегі туристік агенттіктер ұсынатын туристік өнімнің бәсекеге қабілеттілігін арттырудың негізгі факторы кәсіпорынның маркетингтік қызметі екендігін растайды. Нарықтағы ұсынысты бағалау, сатып алушылардың қажеттіліктерін зерттеу, тұтынушылардың тілектері мен талғамдарын ескере отырып, жоғары сұранысқа ие туристік өнімді дамытуды қажет етеді.

ҚОЛДАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Осипова О. Я. Туристерге арналған көлік қызметі: оқу құралы. Анықтамалық.-М.: Академия, 2016. - 368 б.
2. Пузакова Е.П., Честникова В.А. Халықаралық туристік бизнес.-М.: Сараптама бюросы, 2016. - 275 б.
3. Ревинский И.А., Романова Л.С. Қызмет көрсету нарығындағы фирмалардың тәртібі. Туризм және саяхат: оқыту әдісі. Новосибирск: Sib.univ. баспа үйі, 2016 ж. - 304 б.
4. Senie VS Халықаралық туризм ұйымы: Оқу құралы.-2-ші басылым, Переба. I dpo.-М.: Қаржы және статистика, 2015 . 390 б.

А.М. КАЛКАБАЕВ

*Магистр экономических наук, руководитель управления туризма, внешних связей и креативной индустрии города Шымкент
(Казахстан, г. Чимкент), E-mail: akalkabayev@gmail.com*

СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ РЕАЛИЗАЦИИ КЛАСТЕРНОГО ПОДХОДА

***Аннотация.** В статье рассмотрены основные направления Государственной стратегии форсированного индустриально-инновационного развития Республики Казахстан, где туризму отводится особая роль в формировании позитивного имиджа страны как международного и внутреннего туристского направления. Туризм определен как один из важнейших кластеров развития не сырьевого сектора экономики. Показана роль туристского кластера в обеспечении устойчивого развития туризма в регионе. Установлено отсутствие комплексного подхода в этой области. Процесс формирования туристского кластера предполагает разработку стратегического плана развития туризма на территории, осуществление текущего управления и мониторинга. Кластерная организация туристского сектора экономики имеет преимущества в создании благоприятных условий для устойчивого социально-экономического развития территории.*

***Ключевые слова.** Стратегия, концепция, туризм, кластер, рекреационная сфера, туристская инфраструктура, производство.*

***Аңдатпа.** Мақалада Қазақстан Республикасының үдемелі индустриялық-инновациялық дамуының мемлекеттік стратегиясының негізгі бағыттары қарастырылған, мұнда туризм халықаралық және ішкі туристік бағыт ретінде еліміздің оң имиджін қалыптастыруда ерекше рөл атқарады. Туризм экономиканың ресурстық емес секторын дамытудың маңызды кластерлерінің бірі ретінде анықталды. Аймақтағы туризмнің тұрақты дамуын қамтамасыз етудегі туристік кластердің рөлі көрсетілген. Бұл салада кешенді тәсілдің жоқтығы айқындалған. Туристік кластерді қалыптастыру процесі аумақта туризмді дамытудың стратегиялық жоспарын әзірлеуді, ағымдағы басқару мен мониторингті жүзеге асыруды*

көздейді. Экономиканың туристік секторын кластерлік ұйымдастыру аумақтың тұрақты әлеуметтік-экономикалық дамуы үшін қолайлы жағдайлар жасауда артықшылықтарға ие.

Кілт сөздер. Стратегия, тұжырымдама, туризм, кластер, рекреациялық сала, туристік инфрақұрылым, өндіріс.

Annotation. The article considers the main directions of the State Strategy for the Forced Industrial and Innovative Development of the Republic of Kazakhstan, where tourism have a special role in shaping the positive image of the country as an international and domestic tourist destination. Tourism is defined as one of the most important clusters for the development of the non-resource sector of the economy. The role of the tourist cluster is shown in ensuring the sustainable development of tourism in the region. The absence of an integrated approach in this area has been established. The process of forming a tourist cluster involves the development of a strategic plan for the development of tourism in the territory, the implementation of current management and monitoring. The cluster organization of the tourism sector of the economy has advantages in creating favorable conditions for sustainable socio-economic development of the territory.

Keywords. Strategy, concept, tourism, cluster, recreational sphere, tourist infrastructure, production.

Введение. Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года и в ее новой редакции на период до 2023 года туризм рассматривается в качестве одного из приоритетных направлений развития экономики республики [1]. Этот стратегический приоритет сформулирован следующим образом: «развитие туризма как отрасли, оказывающей влияние на развитие многих секторов экономики республики, сохранение и использование ее культурно-исторического и природного потенциала [2]. С учетом основных принципов развития отрасли, отраженных в Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года разработана Государственная программа развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы. В рамках Стратегического плана развития Республики Казахстан до 2025 года туризм определен одним из приоритетных экспортно-ориентированных направлений деятельности [3]. Реализация вышеназванного стратегического приоритета развития региона осуществляется через планирование и реализацию конкретных мероприятий, разработанных в рамках ряда региональных стратегических документов. К таким документам республиканского уровня в области развития туризма и туристской инфраструктуры относятся:

- Указ Президента РК от 27 февраля 1998 года N 3859 «Об утверждении Государственной программы РК «Возрождение исторических центров Шелкового пути, сохранение и преемственное развитие культурного наследия тюркоязычных государств, создание инфраструктуры туризма».

- Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года N 212 «О туристской деятельности в Республике Казахстан».

- Закон Республики Казахстан от 7 июля 2006 года «Об особо охраняемых природных территориях».

- Перечень Особо охраняемых природных территорий республиканского значения» 2017 года.

- Постановление Правительства РК от 26.06.2010 № 651 «О первоочередных мерах развития туристской отрасли».

- Закон Республики Казахстан от 21 июля 2011 года «О специальных экономических зонах в Республике Казахстан».

- Приказ Министра сельского хозяйства РК от 5 октября 2012 года № 17-03/504 «Об утверждении Правил регулируемого туризма и рекреации на территории государственных национальных природных парков».

- Основные положения Генеральной схемы развития территории Республики Казахстан» 2013 года.
- Стандарты государственных услуг в сфере туризма» 2014 года.
- Концепция культурной политики Республики Казахстан 2014 года.
- Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года.

Эти документы центрального уполномоченного органа дополняются плановыми документами местных исполнительных органов. В качестве таких документов, которые, в своем большинстве, разработаны и реализуются на уровне местных исполнительных органов Республики Казахстан, имеющих наибольшее значение с точки зрения развития туризма, Кроме того, вышеперечисленные стратегические плановые документы центрального уполномоченного органа и местных исполнительных органов дополняются проектными документами в области разработки конкретных туристских маршрутов, строительства объектов инфраструктуры туризма, а также перспективными планами организации и проведения культурно-массовых, выставочных, РК и иных мероприятий.

В совокупности все эти документы представляют собой единую систему стратегического управления развитием туризма в Республике Казахстан, увязанную по ресурсному обеспечению, временным срокам, реализуемым мероприятиям и проектам в области туризма, информационной базе и правовому обеспечению. В целом, местным исполнительным органам необходимо укреплять взаимодействие с центральным уполномоченным органом в сфере туризма, пересмотреть/разработать региональные мастер-планы развития туризма на краткосрочную/долгосрочную перспективы, постоянно обновлять базы данных, содержащие перечень функционирующих туристских организаций, объектов туристской инфраструктуры, включающий места размещения по типам, развлекательные и прочие объекты.

В настоящее время для отечественного туризма задача формирования кластеров с целью повышения конкурентоспособности соответствующего административно-территориального образования стала наиболее актуальной.

Туристский кластер – это сосредоточение в рамках одной ограниченной территории взаимосвязанных предприятий и организаций, занимающихся разработкой, производством, продвижением и продажей туристского продукта, а также деятельностью, смежной с индустрией туризма и рекреационными услугами.

Цель создания туристского кластера – повышение конкурентоспособности территории на туристском рынке за счет синергетического эффекта, в том числе:

- 1) повышения эффективности работы предприятий и организаций, входящих в кластер;
- 2) стимулирования инноваций и развития новых туристских направлений.

Создание туристского кластера фактически определяет позиционирование территории и влияет на формирование положительного имиджа региона, что в целом создаст высоко интегрированные туристские предложения и конкурентоспособные туристские продукты.

Согласно концепции развития туристской индустрии Республики Казахстан до 2020 года, планировался создание пяти туристских кластеров на территории страны (Астана, Алматы, Восточный Казахстан, Южный Казахстан и Западный Казахстан), что в целом создаст высоко интегрированные туристские предложения и конкурентоспособные туристские продукты. В рамках принятой Концепции кластер Южный Казахстан (Туркестанская область, 2018 г.) будет позиционироваться как «Сердце Великого Шелкового пути». К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся культурный туризм и турне [1].

Южный Казахстан (Туркестанская область) является кластером, который включает центральные и восточные части Кызылординской области, южную часть Южно-Казахстанской области и юго-западную часть Жамбылской области. Город Шымкент является центром кластера, в котором будут представлены ключевые места туристского интереса.

- 1) современный город Туркестан;
- 2) мавзолей Ходжа Ахмеда Яссауи (объект ЮНЕСКО);
- 3) археологические объекты средневекового городища Отрар и отрарского оазиса, включенные в предварительный список ЮНЕСКО;
- 4) археологический комплекс Сауран;
- 5) Каратауский государственный природный заповедник с палеолитическими участками и геоморфологией; петроглифы Арпа-Узень, включенные в предварительный список ЮНЕСКО;
- 6) «Сайрам-Угамский» государственный национальный природный парк;
- 7) «Аксу-Джабаглинский» государственный природный заповедник;
- 8) комплекс «Байконур»;
- 9) горный курорт «Каскасу»;
- 10) города Кызылорда, Сарыагаш, Шардара, Тараз.

Центральным объектом кластера будет город Туркестан, позиционирующий себя как духовный, историко-культурный и туристский центр Казахстана на уровне признанных международных центров паломничества и туризма. В будущем кластер может расширяться, включая остальные части всех трех областей, а также предоставлять новые места туристского интереса, такие как тюркская святыня Мерке, памятники Джетыасарского оазиса, городище Сыганак, включенные в предварительный список ЮНЕСКО, дворцовый комплекс Акыртас (VIII-XII вв.), являющийся объектом ЮНЕСКО. Кластер «Возрождение Великого Шелкового пути» будет позиционироваться как «Сердце Великого Шелкового пути». К основным туристским продуктам, которые будут разработаны в данном кластере, относятся духовный, историко-культурный туризм и турне, мистический, приключенческий, развлекательный, санаторно-курортный и СПА туризм. В рамках реализации международного транспортного коридора «Западная Европа – Западный Китай» будет создана современная туристская инфраструктура для размещения, отдыха и получения необходимых сервисных услуг туристами с привязкой к уникальным объектам туризма регионов и соответствующими условиями на западных и восточных «пограничных воротах» республики. Комплексная реализация данной Концепции способна перевести экономику города Туркестана в новое конкурентоспособное состояние путем развития туристско-сервисного типа специализации [5]. Тем самым, будут созданы условия для формирования сервисно-инновационной экономики, где доминирующая роль будет отведена сектору туризма, основанному на использовании информационно-коммуникационных технологий. Как уже было сказано выше, общие подходы к формированию региональной экономической политики в сфере туризма в рамках использования кластерного подхода должны строиться на основе двух типов стратегий: стратегии встраивания во внешние цепочки создания стоимости и внешние системы туристской логистики с одновременным расширением туристской специализации региона в их составе; стратегии генерации собственных цепочек в сфере туризма на основе резидентных структур с повышением эффективности использования капитала. На основе вышесказанного видно, что региональная экономическая политика в сфере туризма должна быть нацелена на создание новых конкурентных преимуществ и поддержание уже существующих. Она должна избирательно концентрировать ресурсы на таких ключевых направлениях как: развитие приоритетных секторов туристской индустрии, базирующихся на региональных конкурентных преимуществах, и характеризующихся максимальным мультипликативным эффектом; выделение и развитие наиболее перспективных туристских центров и территорий в регионе, выступающих в качестве центров формирования туристского кластера. *Эти два акцента* позволяют осуществить консолидацию в регионе цепочки создания стоимости в туризме и создать условия для появления стратегически значимых турпродуктов и объектов туристской инфраструктуры, повышающих предельную производительность факторов производства. Формирование туристского кластера на уровне конкретного региона является действенным и очень востребованным инструментом решения проблем развития туризма. Выделим три основные причины территориальной концентрации субъектов предпринимательского сектора сферы туризма в ТО: возможность получать экономическую

выгоду в результате распределения издержек для обеспечения доступа к региональным туристским ресурсам в процессе создания, реализации и использования туристского продукта и функционирования туристских цепей; территориальная близость к размещению специфических для региона туристских ресурсов, создающая условия для формирования более низких тарифов на туристские услуги и обеспечения в более короткие сроки их предоставления; возникновение особого информационного ресурса в процессе социально-экономических взаимодействий субъектов хозяйствования, сосредоточенных в одном месте, создание единого информационного пространства в области применения эффективных технологий в отрасли, в том числе социальных коммуникаций, обучения и использования рабочей силы в туристской деятельности [6]. Существует две причины применения туристского кластера в рамках исследуемой области. Во-первых, туристский кластер является понятием мезоэкономики. Его использование связано с проведением комплексного и глубокого анализа состояния туристской отрасли в конкретном регионе и его прогнозирования. Во-вторых, формирование кластеров предполагает разработку, обоснование и реализацию региональной стратегии развития туризма и смежных с ним сфер деятельности в рамках общей концепции социально-экономического развития соответствующей территории. При этом предполагается рост эффективности субъектов хозяйствования этих отраслей: повышение производительности труда, инновационности, прибыльности и рентабельности, конкурентоспособности, информационной активности. Отдельные авторы процессы кластеризации туризма за рубежом и в нашей стране рассматривают в рамках функционирования только предпринимательского сектора сферы туризма и, кроме того, еще в более узком ключе – деятельности только туристских предпринимательских структур. При этом природа кластерного подхода не отражает его многоаспектность, процессы глобализации, которые влияют на кластеризацию территорий во всем мире. В этих процессах важнейшую роль играют другие сектора экономики – общественный, неприбыльный («третий») и сектор домохозяйств. Туристский кластер – атрибут не только предпринимательской деятельности, он является инициативным кластером. Туристский кластер региона способен повысить эффективность деятельности входящих в его состав субъектов хозяйствования. Для последних усиливается обмен информацией и внедрение нововведений, облегчаются вопросы координации совместных действий, появляется возможность совместного использования инфраструктурных объектов, обслуживающих туристов. Становится реальностью подготовка кадров в крупных образовательных структурах, сравнение хозяйствующими субъектами-конкурентами эффективности деятельности друг у друга. На территории функционирования туристского кластера возникает возможность создания благоприятных условий для появления новых структур, связанных с располагаемыми в регионе трудовыми ресурсами соответствующей квалификации, особых режимов налогообложения и инвестиционной деятельности в рамках хозяйствования участников кластера. Вышесказанное предопределяет актуальность исследования социально-экономической целесообразности взаимодействия предприятий и организаций, учреждений в форме кластеров. Поэтому в современных условиях развития туризма и экономики регионов необходимы научно-методические основы разработки и внедрения моделей туристских кластеров, содержащих логико-структурные связи.

Основным элементом такого кластера выступают туристско-рекреационные ресурсы, которые играют ключевую роль в развитии туризма. К ним относятся: природные, исторические, социально-культурные объекты туристского показа, а также иные объекты. На основе имеющихся в регионе туристских ресурсов, управления информационной активностью, связи с общественностью формируются туристские продукты и прогнозируется развитие туризма в регионе в целом. Другой важный элемент модели туристского кластера – предприятия туристской индустрии, в том числе туристские фирмы, производящие и реализующие туристские продукты, которые взаимодействуют с поставщиками специализированных туристских услуг (по сути – хозяйствующими субъектами социальной сферы, оказывающие туристам социальные услуги, предусмотренные соответствующим турпакетом). Не последнюю роль в туристском кластере играет рыночная и инженерная инфраструктура, а также общие факторы развития региона – природно-климатические, культурно-исторические, социально-экономические,

политико-правовые. С нашей точки зрения, исследуемый в настоящей работе Туркестанская область полностью соответствует условиям кластеризации туристской деятельности. В области достаточно развита сеть предприятий туристской и социальной сферы, обслуживающих туристов, инженерная и рыночная инфраструктура. В регионе ярко выражены национальный колорит и казахское гостеприимство, сохранились историческая среда, экзотика, местные традиции и самобытность народа, населяющего данную территорию. Процесс формирования туристского кластера начинается с появления инициатив разных субъектов – представителей государственных управленческих структур, бизнес-структур, местного сообщества. Он предполагает создание управляющей компании, разработки стратегического плана развития туризма на территории, осуществления текущего управления, проведения мониторинга, дальнейшего саморазвития на принципах самоуправления. Управляющая компания – самостоятельное юридическое лицо, деятельность которой основана на принципах государственно-частного партнерства. В управляющей компании должны работать представители разных участников туристского кластера – администрации, предпринимательского и «третьего» сектора.

Система интересов участников туристского кластера:

- Администрация региона: рост налоговых поступлений в бюджетную систему (рост числа налогоплательщиков и налогооблагаемой базы); появление новых форм взаимодействия с бизнесом на основе принципов государственно-частного партнерства; появление реальных условий для диверсификации экономического роста в регионе; социально-политическая значимость: туристский кластер как форма социальных обязательств перед населением; способность реально эффективно управлять социально-экономическими процессами в туристской сфере региона.

- Предпринимательский сектор: появление новых хозяйствующих субъектов предпринимательского сектора;

- Рост конкурентных сил и деловой активности предпринимательского сектора;

- Повышение социальной ответственности предпринимательского сектора туристской сфере в регионе.

- «Третий» сектор: рост удовлетворенного спроса потребностей социального маркетинга в туристской сфере региона.

- Сектор домохозяйств: рост удовлетворенного спроса на туристские услуги населения в регионе и за его пределами.

- Все участники туристского кластера: обеспечение синергетического эффекта, эффекта масштаба, стимулирование инноваций, инвестиций, роста социально-экономической эффективности турбизнеса, развития внешнеэкономической деятельности субъектов турбизнеса.

Кластерная организация туристской сферы экономики имеет явные преимущества: она «работает» на систему интересов участников кластера и создает благоприятные условия для устойчивого социально-экономического развития территории. По нашему мнению, сдерживающими факторами формирования туристского кластера в регионе являются: слабое развитие необходимой инфраструктуры, отсутствие выразительного брендинга и международного маркетинга туристских услуг, низкий уровень сервисных услуг, не соответствующий мировым стандартам. Специфика Туркестанской области определяет возможность и целесообразность создания особых форм кластеров в туризме – тематических туристских кластеров: культурно-познавательного, сельского, спортивного, приключенческого. Благодаря тематическим кластерам турист получает новые впечатления и опыт. С экономической точки зрения тематические кластеры создают благоприятную среду для выстраивания в них цепочек добавленной стоимости и систем накопления стоимости. Каждый тематический кластер ориентирован на определенную продуктовую нишу. Поэтому он создается и функционирует на однородном сегменте туристского рынка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Постановление Правительства РК от 19 мая 2014 года № 508 «Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2020 года».
2. Постановления Правительства Республики Казахстан от 30 июня 2017 года № 406 Об утверждении «Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан до 2023 года».
3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360. Об утверждении «Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы».
4. Калкабаев А.М., Жолдасбеков А.А. Туризм дамытудың медико-физиологиялық және әлеуметтік тиімділігі// «Ғылым мен білім». Шымкент: - 2005. 97-100 б.
5. Указ Президента Республики Казахстан от 5 июня 2018 года № 698 «Об изменениях в административно-территориальном устройстве Южно-Казахстанской области».
6. Постановление Правительства Республики Казахстан от 17 июля 2018 года № 431 «Об установлении границы Туркестанской области».

А. Т. ЗӘРУБЕК

Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университетінің студенті

(Қазақстан, Астана қ.), E-mail: zarubekova0101@mail.ru

Ғылыми жетекші: Сыздықбаева Б.Ұ. – э.ғ.д., профессор

ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНДАҒЫ КИЕЛІ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Аңдатпа. Мақалада еліміздің оңтүстік өңіріндегі Жамбыл облысындағы киелі туризмнің қазіргі жағдайы мен оның даму мүмкіндіктері қарастырылды. Басты мақсат аймақтағы киелі туризмнің дамуына оң және теріс әсер ететін факторларды анықтай отырып, оның туристтер арасында сұраныс пен тартымдылығын арттыру болып табылады. Сонымен қатар, Жамбыл облысындағы киелі туристік-рекреациялық орындарға сипаттама беріледі. Зерттеу объектісіндегі мәдени мұра ескерткіштері, тарихи құндылығы бар жерлер, діни орындар мен кесенелер және киелі саналатын басқа да географиялық жерлердің көп шоғырлануы, оларға қажылық мақсатында туристтердің келуі аталған облыстағы киелі туризмнің дамуына біршама әсер ететіні анықталды. Яғни, Жамбыл облысындағы киелі туризмнің дамып, әсерлі жылжытылуы аймақтағы әлеуметтік-экономикалық мәселелердің шешімін табуға ерекше үлес қосатыны анықталды. Киелі туризмнің жеке бағыт ретінде тиімді әрі әсерлі жылжытылуы үшін және оның даму әлеуетінің жоғары болуы үшін жасалу қажет іс-шаралар тізімі ұсынылады.

Кілт сөздер: киелі туризм, туристік тартымдылық, туристік-рекреациялық орын, жылжыту.

Annotation. The article considered the current state of sacred tourism in Zhambyl region in the southern region of the country and the possibilities of its development. The main goal is to increase the demand and attractiveness of sacred tourism among tourists by identifying factors that have a positive and negative impact on the development of sacred tourism in the region. In addition, a description of the sacred tourist and recreational sites of Zhambyl region will be given. It was found that the object of the study is a large concentration of monuments of cultural heritage, places of historical value, religious

sites and mausoleums and other geographical places considered sacred, the visit of tourists to them for the purpose of pilgrimage has a significant impact on the development of sacred tourism in this region. In other words, it was found that the development and effective promotion of sacred tourism in Zhambyl region makes a special contribution to solving socio-economic problems in the region. A list of activities that need to be done in order to effectively and effectively promote sacred tourism as a separate direction and have a high potential for its development is proposed.

Keywords: sacred tourism, tourist attraction, tourist and recreational place, promotion.

Аннотация. В статье рассмотрены современное состояние сакрального туризма в Жамбылской области Южного региона страны и возможности его развития. Главной целью является повышение спроса и привлекательности региона среди туристов, выявив факторы, оказывающие положительное и отрицательное влияние на развитие сакрального туризма в регионе. Кроме того, будет дана характеристика сакральным туристско-рекреационным местам Жамбылской области. Установлено, что большая концентрация в объекте исследования памятников культурного наследия, мест исторической ценности, религиозных мест и мавзолеев и других сакральных географических мест, посещение которых туристами в паломнических целях оказывает значительное влияние на развитие сакрального туризма в данной области. То есть было установлено, что развитие и эффективное продвижение сакрального туризма в Жамбылской области вносит особый вклад в решение социально-экономических проблем региона. Предлагается перечень мероприятий, которые необходимо предпринять для эффективного и действенного продвижения сакрального туризма как отдельного направления и высокого потенциала его развития.

Ключевые слова: сакральный туризм, туристическая привлекательность, туристско-рекреационное место, продвижение.

Kіріспе. ХХІ ғасырда туризм индустриясы дүниежүзінде табысы жоғары саланың бірі болып табылады. Әр мемлекет үшін туризм индустриясының халықтың тұрмысын жақсартуға, жұмыссыздықты азайтып, ел экономикасын арттыруға тигізетін үлесі өте көп.

Елдегі туристік индустрияның дамуы инфрақұрылымның жақсаруына және сапалы болуына біршама әсер етеді. Бұл туристік-рекреациялық мүмкіндіктерді дұрыс пайдаланып, туристік маркетингті дамытқан жағдайда ғана орын алатын құбылыс.

Ең алдымен ішкі туризмді дамытуды ұмытпаған жөн. Қазіргі уақытта елдегі ішкі туризмнің біртіндеп дамып, жергілікті халықтың қызығушылығын оятуда біршама үлес қосатын осы тарихи-мәдени маңызы зор ескерткіштер мен аймақтар. Алайда, елде киелі туристік аймақтар жеткілікті болғанымен, жергілікті тұрғындар мен шетелдік туристтер арасында айтарлықтай сұранысқа ие емес.

Жамбыл өңірінде жүздеген тарихи-мәдени мұра жәдігерлер, құлшылық ету орындары болып табылатын бірнеше мәдени және діни объектілер бар. Бұл ХІV ғасырға жататын Тектұрмас кешені, ХІІ ғасырдағы Қарахан кесенесі, Айша бибі кесенесі, Бабаджа хатун кесенесі және ерте ортағасырлық көне Тараз қалашығы.

Зерттеу барысында Жамбыл облысындағы киелі туристік объектілерге сипаттама беріліп, аймақтағы туризмнің дамуына тигізетін үлесі зор екендігі анықталмақ. Сонымен қатар, сұраныс мәселесін шешу жолдарын анықтау үшін өңірдегі киелі туризмнің даму әлеуетін зерттеп, оған баға беру керек. Барлығына белгілі жайт, туристік тартымдылық оның әлеуетімен анықталады, ал киелі туризмнің әлеуеті туристік ресурстардың, киелі туризмді тұтынушыларды қанағаттандыру үшін жағдайлар мен мүмкіндіктердің жиынтығы ретінде ұсынылады.

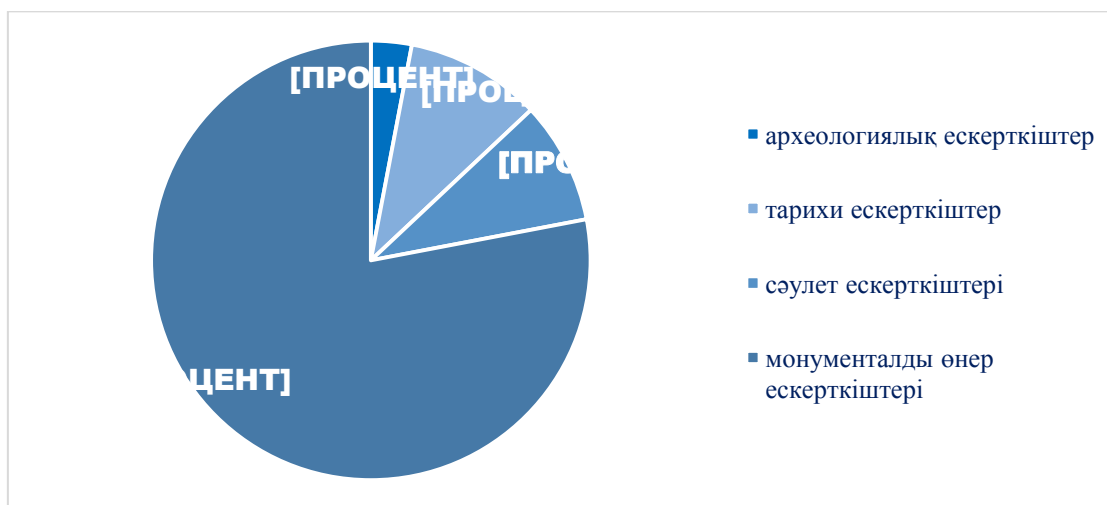
Жамбыл облысында киелі туризмді дамытудың туристік – рекреациялық әлеуеті

Жалпы Қазақстан Республикасының мәдени әлеуеті туризмді дамытудың басты факторларының бірі болып табылады, өйткені мәдени мұрамен танысу бұл ынталандырудың күшті мотиві. Мәдени мұра объектілері дегеніміз табыс әкелетін және өңірдің экономикалық

дамуына әсер ететін қазіргі заманғы қалалардың басты және маңызды активі. Сонымен қатар бұндай туристтік-рекреациялық әлеуеттің әлеуметтік салада да зор маңызы бар. Табиғи рекреациялық қорлар, тарих және мәдениет ескерткіштерінің саны бойынша Қазақстан Қытай, Үндістан, Таяу Шығыс және Жерорта теңізі елдерінен кем түспейді. Көптеген көрнекті орындар ЮНЕСКО-ның бүкіләлемдік мұра тізіміне енгізілген. Қазақстанның тарихи-мәдени мұрасы бұл 25 мыңнан астам археология, тарих, сәулет, мәдениет және өнер ескерткіштері, 2 млн. 56 мыңнан астам мәдени құндылықтар бірлігі және олардың көпшілі елдегі 89 мемлекеттік музейлерде орналасқан.

Жамбыл облысының да елдегі басқа аймақтар секілді киелі туризмді дамытудың туристтік-рекреациялық әлеуеті зор. Аймақтағы туристтік-рекреациялық ресурстарға тоқталмас бұрын «рекреация» сөзіне жалпы түсініктеме беріп кетейін. Рекреация дегеніміз - латын тілінен аударғанда «күш жинау», ал поляк тілінен аударғанда «демалу» деген мағынаны білдіреді. Рекреациялық қорлар негізінен табиғи және антропогендік болып екіге бөлінеді. Табиғи қорлар дегеніміз өзі атында айтып тұрғандай ормандар, таулы аймақтар, теңіз жағалаулары және өзен жағасы секілді ресурстарды қамтиды. Ал антропогендік қорларға тарихи–архитектуралық көрікті жерлер жатады. Осы жоғарыда аталған рекреациялық ресурстарды тамашалап, бос уақытты дұрыс пайдаланып демалу туризм болып табылады. Туризмнің демалушылардың эстетикалық рахат алып, рухани қажеттіліктерін қанағаттандыратын ерекше бір түрі - танымдық туризм. Яғни, туристтер табиғи орындарды немесе көп жағдайда мәдени-тарихи ескерткіштерді көріп, тану арқылы өздерінің рухани құндылықтарын арттырады [1].

Жамбыл облысы әкімдігі мәдениет басқармасының тарихи-мәдени ескерткіштерді қорғау және қалпына келтіру дирекциясының деректері бойынша Жамбыл облысында мемлекеттік есепте 1080 ескерткіш тұр, оның ішінде 844-і археология ескерткіштер, 111-і тарихи ескерткіштер, 97-сі сәулет ескерткіштері, ал қалған 28-і монументалдық өнер ескерткіштері. 1-суретте әрқайсысының пайыздық үлестері көрсетілген.



Сурет -1. Жамбыл облысында мемлекеттік есептегі ескерткіштер

Жамбыл өңірінде жүздеген тарихи-мәдени мұра жәдігерлері орналасқан. Тарихи жылнамаларда Жамбыл облысының аумағы мемлекет үшін маңызы зор артефактілердің басым бөлігі орналасқан "Шу-Талас алқабы" деп белгіленген. Орта ғасырлардағы сақталған сәулет ескерткіштерінің ішінде мазар-қабірлер, кесенелер ерекше орын алады. Олар құрылыс материалдарының шектеулі жиынтығына қарамастан ерекше құрылымдар жасаған суретшілердің, құрылысшылардың шеберлігін көрсетеді. Жамбыл облысында құлшылық ету орындары болып табылатын бірнеше мәдени және діни объектілер бар. Олардың қатарына халық арасында танымалдылыққа ие Қарахан кесенесін, Айша бибі мен Бабаджа хатун кесенелерін

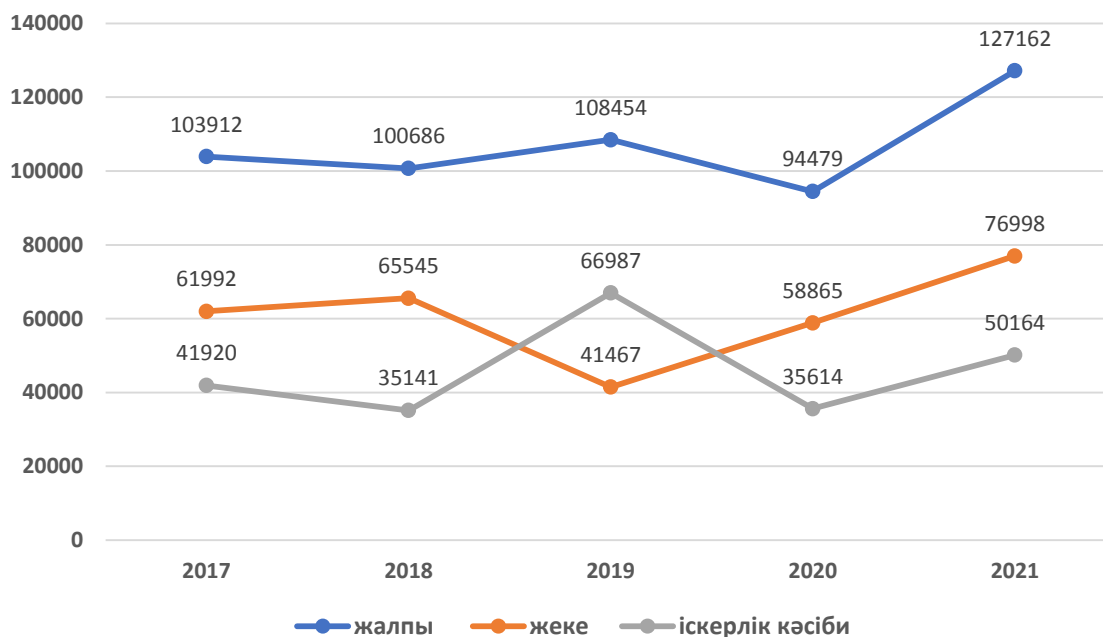
жатқызамыз. Олардан бөлек Тектұрмас кешені және Көне Тараз қалашығы секілді тарихи маңызы зор мәдени мұралар да бар.

Жоғарыда аталған танымал ескерткіштерден бөлек Жамбыл облысында басқа да ірілі-ұсақты тарихи мұралар жетерлік. Бұндай жәдігерлер қатарына ұзақ жылдар бойы зерттеліп келе жатқан Ақыртас қаласын, XIII ғасырға тиесілі Шамансұр немесе Дәуітбек кесенесін, XIX-XX ғасырларда салынған Қали Жүніс моншасын, XIX ғасырдағы Әбдіқадір мешіт-медресесін жатқызуға болады [2].

Зерттеу нысанының тартымдылығы және дамуына әсер ететін факторлар

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасы негізінде «Киелі Қазақстан» Орталығы он тарихи-мәдени мұра орнын бөлген болатын. Орталықтың мәліметтері бойынша елдегі киелі маңызы бар 10 орынға Жамбыл облысындағы Айша бибі және Бабаджа хатун кесенелері кірді. Бұл кесенелер қажылық мақсатпен келген жергілікті және шетелдік туристтер үшін ерекше киелі орын болып табылады.

Статистикалық мәліметтерге сүйенсек, соңғы бес жылда Жамбыл облысына жеке және іскерлік-кәсіби мақсатта келушілер саны біртіндеп артуда. Негізінен жеке сапар мақсаттарына еңбек демалысы, туыстар мен достарға бару, білім және кәсіби дайындықтар, емдік және сауықтыру емшаралары, транзит, дін және қажылық жатады. Ал іскерлік-кәсіби сапар жеке сала ретінде қарастырылады. 2-суретте 2017-2021 жылдар аралығында зерттеу аймағына келушілердің сапар мақсаттары бойынша орналастыру орындарына бөлу деректері көрсетілген [3].



Сурет – 2. Жамбыл облысына келушілердің (2017-2021 жж.) сапар мақсаттары бойынша орналастырылуы

Көріп отырғанымыздай, киелі аймаққа жеке мақсатта келетін резиденттердің саны басымырақ. 2017 жылдан бері динамикалық түрде біртіндеп жоғарылап келе жатқан көрсеткіштер 2020 жылы дүниежүзілік пандемияға байланысты бірден төмендеп кеткен болатын. Яғни, 2019 жылмен салыстырғанда 13 975 адамға кеміген, пайыздық көрсеткіш бойынша 13%-ға төмендеген. Ал 2021 жылы елдегі ішкі туризмнің танымалдылыққа ие болуына байланысты келушілер саны артып, көрсеткіш 35%-ға өскен (32 683 адам).

Жамбыл облысы аумағындағы киелі туризмнің дамуын тежеп тұрған біршама факторлар анықталды. Олар:

- 1) әлсіз инфрақұрылым;
- 2) көліктік қолжетімділік мәселесі;
- 3) ақпараттық қамтамасыз етілу мәселесі;
- 4) қызмет көрсету сапасының төмендігі;
- 5) киелі маңызы маршруттардың жеткіліксіз болуы;
- 6) туристік нысандарға келушілердің төмен деңгейі;
- 7) туристік объектілерге қызығушылықтың болмауы;
- 8) техникалық игерудің жеткіліксіз жағдайы;
- 9) аймақтық туризмді дамытуға киелі нысандардың әсерінің әлсіздігі.

Жоғарыда аталған факторларды үлкен мәселе ретінде қарастыруға болады. Жамбыл облысында шоғырланған табиғи және киелі ресурстарды киелі туризмді дамыту мақсатында дұрыс пайдалана отырып, аймақтағы инфрақұрылым жағдайын жақсартса, аймақтағы ішкі туризмі дамыту мүмкіндігі зор болары анық.

Жамбыл облысында киелі туризмді дамыту бойынша ұсыныстар

Өңірлік туризм Жамбыл облысы экономикасын дамытудың негізгі құралы болуы үшін бірнеше міндеттемелер мен жобалар ұсынамыз. Олар төменде көрсетілгендей:

1) жарнамалық қызметке ерекше назар аудару. Танымалдылыққа ие бола алатын бренд қалыптастырып, әр түрлі БАҚ, жарнама түрлерін пайдалана отырып тартымдылықты арттыру, оның ішінде интернетте, әлеуметтік желілерде, арнайы туристік сайттарда, қауымдастықтарда, форумдарда және тағы да басқа орындарда жарнамалау. Орта ғасырларлық тұрмыс пен мәдениетті толық жеткізе алатын тарихи-мәдени объектілерде анимациялық бағдарламалар ұйымдастыру;

2) аудандарда қазақ халқының мәдениетіне енуге ықпал ететін, қазақ халқының мәдениеті мен тарихын баяндайтын туристік өнімдер, археологиялық турлар мен демалушылардың есінде қалатындай кәдесый өнімдерін ұсына алатын жәрмеңкелер мен көрмелер ұйымдастыру;

3) нысандарды көрсету барысында жаңа технологияларды қолдану, балалар мен жастардың қызығушылығын тудыратын 3D көрсетілімдер;

4) көрші облыстармен ынтымақтастық орнату. Мысалы, Қожа Ахмет Яссауи кесенесінің таңғажайып сарайлары мен ғибадатханалар кешені орналасқан көршілес Оңтүстік Қазақстан облысындағы Түркістанға баратын туристер мәдени - танымдық және қажылық мақсатында Жамбыл облысына сапарларын жалғастыра алады;

5) облыстың қалалары мен аудандарында өңірлік дамудың басым бағыттары бойынша хостелдер желісін, халықаралық жастар лагерлерін, студенттер мен оқушылар үшін жыл бойы білім беру лагерлерін құруды қамтитын бірегей тур маршруттарын құру.

Осы іс-шаралардың барлығы экономикалық дамудың жаңа бағыттарын қалыптастыруға ықпал ететін қызмет көрсету саласында ерекше өнім жасай отырып, Жамбыл облысында киелі туризмнің дамуына ерекше ықпал ететіні сөзсіз.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Туристическая индустрия. Туристический бизнес. – М. – Афины: INFORGROUP, 1994. – 408 с.
2. Жамбыл облысының әкімшілік құрылысы. Жалпы ақпарат. [Электрондық ресурс]//Жамбыл облысының ресми интернет сайты <https://www.gov.kz/memleket/entities/zhambyl/activities/6937?lang=kk>
3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігі. Ұлттық статистика бюросы. [Электрондық ресурс]/ <https://stat.gov.kz/official/industry/22/publication> Негізгі / Ресми статистика / Салалар бойынша / Туризм статистикасы/Жарияланымдар/ Қазақстан туризмі. Статистикалық жинақ. 2017-2021 жж.

Н.К. ЖИЛИСБАЕВ¹, А.А. УРАЗБАЕВ¹, М.С. ДАЙРАБАЕВ

¹аға оқытушы, Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: n.zhilisbaev@iuth.edu.kz

²аға оқытушы, Қ.А.Ясауи атындағы халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: maksat.dairabayev@ayu.edu.kz

ОҚУШЫЛАР МЕН СТУДЕНТТЕР АРАСЫНДАҒЫ ДЕНЕ ШЫНЫҚТЫРУ МЕН СПОРТТЫҢ КҮРДЕЛІ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Андатпа. Мақала студенттер мен мектеп оқушыларының қазіргі спорт және дене денсаулығының өзекті мәселелерін анықтауға арналған. Онда сауалнаманы жүргізу туралы деректер пайызбен көрсетіледі.

Бұл мақалада студенттер арасындағы спорттың себептері мен жаһандық проблемалары көрсетілген.

Мақалада спорт бәріне бірдей жарамайды деген мифті жоққа шығарып, жасөспірімдер мен студенттерді дене шынықтырумен айналысуға қызықтыруға көңіл бөледі.

Мақалада жас ұрпақ үшін дене шынықтырудың рөлі туралы да айтылады.

Кілт сөздер: Спорт, дене шынықтыру, мектеп, университет, физикалық белсенділік, қимыл қозғалыс.

Abstract. The article is devoted to the identification of topical problems of modern sports and physical health of students and schoolchildren. There, the data on conducting the survey is displayed as a percentage.

This article highlights the causes and global problems of sports among students.

The article refutes the myth that sports are not for everyone and focuses on engaging teenagers and students in physical education.

The article also talks about the role of Physical Culture for the younger generation.

Keywords: Sports, Physical Education, School, University, physical activity, movement movement.

***Аннотация.** Стаття посвящена выявлению актуальных проблем современного спорта и физического здоровья учащихся и школьников. Там данные о проведении анкетирования отражаются в процентах.*

В этой статье показаны причины и глобальные проблемы спорта среди студентов.

В статье основное внимание уделяется привлечению подростков и студентов к занятиям физической культурой, развеивая миф о том, что спорт подходит не всем.

В статье также рассказывается о роли физической подготовки для молодого поколения.

***Ключевые слова:** Спорт, физическая культура, школа, университет, физическая активность, движение движения.*

Кіріспе. Дене мәдениеті - бұл адамзат мәдениетінің органикалық бөлігі, оның ерекше дербес аймағы. Дене шынықтырудың негізінде өз бойында қажетті физикалық қабілеттерді тиімді қалыптастыруға, денсаулық жағдайын оңтайландыруға мүмкіндік беретін дене жаттығулары түріндегі мақсатты қозғалыс белсенділігі деп білеміз. Денсаулық - әр адамның ғана емес, бүкіл қоғамның баға жетпес байлығы. Адамның өзі негізделген және нығайтылған денсаулығы оның ұзақ және белсенді өмірін қамтамасыз етеді. Қоғамдық өмірде білім беру, тәрбиелеу және демалу жүйесінде дене шынықтыру өзінің сауықтыру, жалпы мәдени маңыздылығын көрсетеді. Дене дамуы адамның денсаулығын нығайту және сақтаумен тығыз байланысты. Әр түрлі физикалық жаттығуларды белсенді қолдану арқылы адам өзінің физикалық жағдайын жақсартады. Дене шынықтырудағы белсенділіктің нәтижесі - дене дайындығы және моторикасы мен дағдыларының жетілу дәрежесі.

Дене шынықтыру мен дене мәдениетінің нәтижелері қоғам мен жеке адамдар үшін пайдалы болатын ерекше қызмет түрі ретінде қарастырылған жөн. Студенттерді қамтитын дене шынықтыру және спорттық қызмет қоғамдық және жеке мүдделерді біріктірудің тиімді механизмдерінің бірі болып табылады. Бұл студенттердің оқу үдерісі мен олардың қоғамдық белсенділіктерін жоғарылатудың тиімді құралдарының бірі. Студенттерді дене тәрбиесі мен спортқа баулу олардың кәсіби қолданбалы дене шынықтыру жаттығуларының ерекшеліктерін ескере отырып басталады [1].

Қазіргі кезде кәсіби қолданбалы дене шынықтыру және спорт студенттердің дене тәрбиесі бағдарламаларына енгізілген және студенттерді дене шынықтыруына бағытталған. Көптеген ғылыми зерттеулер кәсіби дайындықтың жоғары деңгейі физикалық дайындықты қажет ететіндігін дәлелдеді. Дене тәрбиесі – әр бір кезінде ең алдымен денсаулықты нығайту, содан кейін спорттық нәтижеге жету мақсатында қаралу керек. Дене шынықтыру және спорт ұғымы салауатты өмір салтымен тығыз байланысты. Себебі қазіргі технологиялар дамыған заманда салауатты өмір салты әрбір адамның, сонымен қатар әр бір студенттің ұстанымы болу керек. Соңғы уақытта жастардың бос уақытын тиімді пайдалану үшін уақыт азайып барады. Қазіргі уақытта жастар бос уақыт дағдарысын бастан кешіріп жатқан жоқ па, егер солай болса, неге?

Бұл зерттеудің мақсаты жастардың дене шынықтырудағы өзін-өзі тәрбиелеу және өзін-өзі таныту проблемаларын анықтау және олардың әрқайсысының ішкі рухани бағдарларын әшкерелеу, ұлтты жалпыға бірдей сауықтыру үшін студенттер мен оқушылардың ілеспе спорттық векторына нұсқау беру болып табылады. Бірақ дене шынықтыру не себептен қажет екенін түсіну үшін оның адам өмірдегі физикалық және психикалық дайындығына қалай әсер ететінін білу керек.

Зерттеу материалдары мен әдістері әдістемелік құралдар негізінде дене шынықтыру және спорт туралы теориялық және практикалық білім, әртүрлі оқу орындарының білім алушыларының практикалық сауалнамаларының нәтижелері және сарапшылардың, ғалымдар мен дәрігерлердің пікірлері болады.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, сауалнамаға қатысқандардың 67%-ның 3%-ы ғана дене шынықтыруды дұрыс анықтай алады. Алдымен анықтаудан бастау керек, бірінші кезекте дене шынықтыру бұл - денені жалпы сауықтыруға және адамның моральдық-рухани қасиеттерін нығайтуға бағытталған әлеуметтік ғылыми сала, дене қозғалысы арқылы бірқатар жағдайлар мен

жаттығуларды орындау. Дәрігерлер физикалық белсенділік пен қозғалысты болдырмау ағзаның әлсіреуіне әкеліп соғады ал физикалық белсенділік, жүрек-қан тамырлары мен тірек-қозғалыс жүйесін жұмысқа қабілеттілігін ұстап тұруға көмектеседі деп мәлімдейді.

Дене белсенділігі кезінде ағза қозғалмайтын және тыныш жағдайға қарағанда әлдеқайда көп оттегіні талап етеді. Бұл жүрек-қан тамырлары жүйесі органдарының жұмысына өте жақсы әсер етеді. Спортпен жиі шұғылдану кезінде өкпенің көлемі ұлғаяды, газ алмасу жақсарады, бұл қан қысымының төмендеуіне, инсулыттердің, қант диабеті мен инфаркттердің пайда болуының алдын алады. Физикалық жүктемелер мидың алмасу ғана емес, психикалық операцияларын жеделдете отырып, ОЖЖ (орталық жүйке жүйесі) оятады. Дене шынықтырумен белсенді айналысатын жасөспірімдер мен студенттер оқу бағдарламасын жақсы есте сақтап, меңгереді [2].

Оларда төзімділік пен жұмысқа қабілеттілік байқалады. Физикалық белсенділік - қандай да бір ауруларды емдеудің тамаша құралы болып табылады. Жаттығулар барысында қандағы қанттың рұқсат етілген деңгейін бақылайтын инсулин өндіру процесі белсенді жүргізіледі. Бұдан басқа, орташа физикалық жүктемелер организмнің қорғаныс күшін арттыруға ықпал етеді, бұл оған респираторлық ауруларға қарсы тұруға көмектеседі. Дене шынықтырумен айналысу ерік күшін және өзін-өзі иелену деңгейін дамытуға ықпал етеді. Олар түрлі қиындықтарды еңсеріп, алға қойған мақсатқа жетуді үйретеді. Бұл қасиеттер табиғи тұрғыдан физикалық белсенді емес адамдар үшін аса маңызды. Олар қозғалыс аппаратына пайдалы жағынан әсер етеді, адам жасының өзгерістерін баяулатады. Әдеттегі жаттығулар омыртқаға лимфа ағынын бірнеше есе күшейтеді, бұл остеохондроздың дамуын ұмытуға мүмкіндік береді. Қандай да бір ауруға шалдыққан жастардың өздерін физикалық ауыртпалықтардан қашпауы керек. Егер жалпы жаттығу сабақтары кері әсер ететін болса онда сауықтыру дене шынықтыру көмекке келеді [3].

Белсенді өмір салтына қарсыластар үшін бұл тек сауықтыру жаттығулары мен жүктемелер туралы ғылым ғана емес. Ол «Көрінбейтін дене шынықтыру» атты қызықты және көп мәнді бөлімнен тұрады. Байқалмайтын дене шынықтыру дегеніміз не? Бұл біздің барлық ауруларымыздың маңызды профилактикасы. Егер оқушылар спортпен шұғылдану үшін уақытының шектелгенін сезінетін болса, онда бұл жағдайдан шығу өте қарапайым, мысалы:

- тістерді тазалау кезінде денені оңға және солға бұру; тіс тазалап болғанша жасау керек немесе аялдамада, жәй тұрған кезде, қоғамдық көлікті күту кезінде иық және бас бұлшықеттерін қызыдырп тұру өте пайдалы. Келесі жаттығу барлығы үшін өте пайдалы болады, ұзақ уақыт қолжазбалық дәрістер жазу немесе компьютерде мәтіндерді баспа жүзінде енгізу кезінде қолдың майда шыбықтарын қызыдырып отыру. Дәрігерлер өмірде аз қозғалатын адамдарға осындай жаттығу кешенімен айналысуға кеңес береді. Байқалмайтын дене тәрбиесі терминінің өзі АҚШ-та адамдардың салмақ нормасынан шамадан тыс асып түсу арқылы ойлап табылды [4].

Өскелең ұрпақтың проблемаларының бір қырын ғана қарап, неге белсенді спортпен шұғылданбайды деген қорытынды жасау қиын. Көптеген проблемалар бар, сондықтан жастардың спорт қызметіндегі пассивтілігінің себебін ашуға көмектесетін келесі өзекті мәселені қарастырған жөн [5].

Еңбектің адамның ой-пікірін көркейтуге және оның өмірлік ұстанымына төтеп беруге көмектесетіні көпшілікке мәлім. Қазіргі жастардың ең осал тұсы жалқаулық болып табылады. Әрқайсымыз бұл ұғымға тым жиі тап боламыз. Кейбіреулер бұл пассивті сезімді жеңе алады, ал кейбіреулері бүгінгінің барлық істерін ертеңге қалдыра отырып және сол арқылы еңбек қызметіне уақыт үнемі жетіспейтін алға тартады. Бұндай қасиеттің қалай пайда болғанын түсіну үшін жалқаулық деген ұғымды түсіну керек. Белсенділік пен ұмтылыстың ең төменгі деңгейінің болмауы адамды тоқырауға және ағзаның қатты психофизикалық бұзылуына әкеледі. Жалқаулық психикасының бұзылуынан басқа - бұл семіздік, ол пассивті адамдарға бірдеңе істеу ниетінің жоқтығын ғана емес, өз денсаулығын да ойлауға мүмкіндік бермейді. Өйткені тамақ ішу дәмді әрі пайдалы болу үшін тырысу керек, ал жалқаулық бұл үшін бос уақыт жеткіліксіз екенін аңғартады. Ол моральдық-этикалық бағдар мен ішкі құндылықтардың жоғалуына алып келеді. Жалқаулық адамның талап етуіне жағдай жасайды, бірақ оның орнына ештеңе бермейді, сіңіруді біледі бірақ мақсат құруды білмейді. Ондай адамдар өте көп. Сондықтан мемлекет ұлтты спорттық сауықтыру, спорттық белсенділік пен дене шынықтыру көмегімен қойылған ұтымды

мақсаттарды орындауға психофизикалық бағыттау туралы саясат жүргізуде. Міне, сондықтан біздің өміріміздегі ғылым ретінде дене тәрбиесінің қандай рөл атқаратынын түсіну маңызды [6].

Келесі проблема қоғамның жалған жүктемесі болып табылады. Бұл мәселе тым өзекті және алдыңғысымен тығыз байланысты. Біздің заманымызда әрбір студент пен оқушы білімін арттыру және оларды сапалы дамыту арқылы ақыл-ой белсенділігін дамытумен айналысуға мәжбүр. Бірақ мұны арнайы бөлінген уақытта оқу үдерісі мен сабақтарды жасау әрдайым мүмкін емес, сондықтан оқушылар оқу материалдарын оқудан тыс уақытта қосымша оқуға жүгінуге мәжбүр. Бұл білім беру мен дене тәрбиесі жүйесі тығыз байланысты және тікелей пропорционалды тәуелді екенін көрсетеді. Жүргізілген сауалнамалар бойынша оқушылардың 85%-ы сабақтан тыс уақытта өз білімін дамыту мен оқумен айналысуға мәжбүр екендігін көрсетеді. Олар түрлі қосымша пән мұғалімдеріне бару арқылы білім деңгейін арттырады, өйткені олардың өздері түрлі пәндер бойынша күрделі тақырыптарды түсінуге қабілетсіз. Студенттердің сауалнамасы бойынша мәлімет өте қызықты, сауалнамаға қатысқандардың 100%-ы өздігінен білім алу - уақыттың пайдалы шығыны деген қорытынды шығарады. Бұл жерде өзін-өзі оқыту үлесі бос уақыттың шамамен 50% -ын алады, өйткені олар зерттелген материалдан басқа әр түрлі пайдалы материалдарға қызығушылық танытады. Неге білім беру проблемасы жастардың уақытын соншалықты қажырлы және табанды түрде алып отыр шынымен ол солай ма?

Бір адам бұл нәрсені үйреніп, өмір бойы бір сол нәсрені біледі деп шешуге болмайды. Бірақ монетаның кері жағы да бар, қандай да бір нәрсеге, атап айтқанда спорттық сауықтыру мен айналысуға және қызығушылық танытуға жалған уақыт жетіспеушілігі де бар [7].

Белсенді уақыт шығыны адамдарды дене тәрбиесінің құрамдас бөліктерінің бірі - күн тәртібіне жіті назар аудара отырып, өз уақытын неғұрлым бағалауға міндеттейді. Осыған қарамастан, ешкім де уақытын бос жұмсамайтынын және барлық істерге үлгеретінін сеніммен айта алмайды. Әр кезде маңызды істердің санын кейінге қалдыруға тура келеді, содан кейін өзінің баяулығы мен толық болмауы туралы қорытынды шығаруға тура келеді [8].

Осының нәтижесінде көптеген адамдар алға қойылған міндеттерді орындауға үлгеру үшін әр кез асығуға мәжбүр болады. Әдетте, өмірдің бұл ырғағы адамның пайда әкелмеуі мүмкін, өйткені осы қиын уақыт ішінде адамның психикалық-физикалық көңіл-күйін тұрақсыздандырып, депрессияға ұшырап стресстік шаршауды сезінеді. Жас ұрпақтың алға қойған тікелей мақсатының болмағандығынан жекелеген адамдардың психикалық шиеленісуінің салдарының әсер етуі мүмкін. Психологтар біздің бос уақытты басқара алмауымыз психиканың денсаулығымен тығыз байланысты болуы мүмкін деген әділ болжам айтады. Психологиялық және эмоционалдық жағдайдың сұрақтарына дене шынықтыру ғылымы жауап береді. Сондықтан да бұл дене шынықтырудың пайдасы мен осы саладағы білімнің толыққанды маңыздылығы туралы тағы да бір дәлел болып табылады [9].

Жастар өмірдің осы саласын дененің осы бір бөлігін жақсарту үшін барлық жүктемеге жұмсалады деп болжайды. Бірақ көпшілік бұл тәртіп терең моральдық-этикалық, психикалық-физиологиялық, медициналық және анатомиялық сұрақтарға жауап беретінін байқамай жатады. Бүгінгі таңда шынайы спорт аренасын жастарды геймерлер (киберспортсмендер) қатарына үздіксіз тарту арқылы, жастарды құлдыратуға арналған қиялды кибер-спорт аренасына айналып отыр[10].

Бұл тақырып талқылаудың келесі бөлігі, жаһандық ауқымдағы проблемаға айналып отыр.

Денсаулық - Дүниежүзілік денсаулық сақтау (ДДС) ұйымы анықтағаны бойынша - бұл аурудың және физикалық ақаулардың болмауы ғана емес, ол дегеніміз толық физикалық, рухани және әлеуметтік әл-ауқат;

Адам денсаулығы - өмірдегі ең маңызды құндылық. Оны ешқандай ақшаға сатып алуға да болмайды, оны қорғау, жақсарту және жетілдіру, нығайту қажет.

Денсаулық көптеген факторларға байланысты болады. Қазіргі кезде адамдардың денсаулығы өмір сүру салтына байланысты 50%, қоршаған ортаға байланысты 20% арқылы, ал 20% - биологиялық (тұқым қуалайтын) факторлармен және 10% - медицина арқылы анықталады деген пікір басым. Сондықтан, егер адам салауатты өмір салтын ұстанатын болса, онда мұның бәрі оның денсаулығының 50% жоғары деңгейін алдын-ала анықтайды. Сонымен қатар

керісінше, зиянды өмір салтын жүргізетін адам өз денсаулығына нұқсан келтіреді, өзін азап пен қиындыққы, ерте қартаю мен қуанышсыз өмірге алып соғады. Төменде біз салауатты өмір салтын дене шынықтыру мен спорттың негізгі құрамдас бөлігі ретінде айқындап, СӨС-тің үш тобын қарастырдық.

Мақаланы қортындылай келе ғалымдар мен психологтардың айтуынша ойын құмарлық - біздің заманымыздың қасіреті болып отыр. Компьютерлік ойындар әлеміне қызығушылық танытқан жасөспірімдердің қаза табуы жиілеп кетті. Киберспорттан қандай қауіп төніп тұр? Бұл жас ұрпақтың психикасын олардың психологиялық қауіпсіздігіне қауіп төндіреді. Киберспортта жүлделер мен жүлделер алу үшін жүгіруде жақсы байюға болады, өйткені қазір бұл жолды ақшалай салымдармен жақсы көтермелеп отыр. Мәселе шынымен де өзекті, себебі мұндай адамдар физикалық белсенділіктен айрылады, осылайша бір жылдан кейін мұндай адамдардың денесі ең төменгі жүктемелерден барынша сарқылуға ұшырайды. Мемлекет осындай жолмен барлық ойынқұмарларды көтермелеу жолын таңдады. Қайта тәрбиелеудің жалғызғана жолы - дене шынықтырудың ескі даналығына жүгіну - ол күн тәртібі. Бірақ мұнда да көптеген студенттер мен оқушылар бұл ережені елемейді.

Киберспорттың қажеттілігі туралы сауалнамада оқушылардың 100% пайыздан 25% пайызы оң жауап берді. Ал университеттегі сауалнамаға қатысқандардың 10%-ның 6%-ы ғана оң жауап берді. Осыдан жасөспірімдер кезеңі бос уақытқа толы деген қорытынды шығарған жөн. Оқушылардың көбі бос уақыттарында өздерін бейнеойындардың өткізетініне жауап берді. Оқушылардың кейбір санаттары бұл олардың өмірінің мәні екенін қысқаша түсіндіріп, оң жауап берді. Студенттер керісінше өз өмірінде пайдасыз істермен жүзеге асыруға алаңдайды, тек шағын бөлігі ғана өзінің болашағы туралы түсінігі жоқ тынымсыз өмір сүретіндігін көрсетті.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Нұрмұратов С. Қазақ халқының рухани құндылықтары тарих және қазіргі заман//Адам әлемі.-№3(69). 2016. -Б.75.
2. Тәттібек Н.М. Жаһандану және заманауи мәдени кеңістіктегі құндылықтар өзгерісі//KazNU Bulletin. Philosophy series. Cultural science series. Political science series. 2015. №4 (53).-Б.195.
3. Тәуелсіз Қазақстан философиясы, 2006. 20-том. Аударма.-Астана. 544-б.
4. Т.Ә.Ботағариев, С.С.Кубиева. Дене шынықтыру теориясы мен әдістемесінің теориялық негіздері. –Орал, 2010. -232 б
5. А.Тайжанов, А.Қарақов. Дене тәрбиесі. –Алматы, 2009. -189 б.
6. Құланова Қ.Қ., Аханов А.Т. «Ұлттық спорт түрлерінің әдістемесі». Оқу-әдістемелік құрал. Алматы, 2018, 45 б.
7. Е.Уаңбаев. Дене тәрбиесінің негіздері. –Алматы: «Санат», 2000. -72 б.
8. Г.Е.Садыканова.«Дене тәрбиесі мен спорт түрлерінің физиологиялық негіздері». Оқу құралы. Алматы, 2019, 25 б.
9. «National sports in the sphere of physical culture as a means of forming professional competence of future coach instructors» Omarov, B.S, Seidahmetov, E.E, Orazbaev, E.D, Nagashbek, K.Z, Khalilaev, A.N. Indian Journal of Science and Technology, 2016, 9(5), 87605
10. Свечкарев, В.Г. Виды Тренажер «ПРАВИЛО» / В.Г. Свечкарев, Ларин А.Н., Чебыкин В. А., Иващенко Т. А. // Вестник Майкопского Государственного Технологического Университета.\ Выпуск No 3. 2016. С. 84-90.

А.Ж. ЖЕТИРУ¹, А.Е. МОЛДАГАЛИЕВА², АРМАЙНДО ФРИАС³

¹PhD докторант, әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті
(Қазақстан, Алматы қ.), E-mail: zhetiru_aizhan3@live.kaznu.kz

²г.ғ.к., доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті
(Қазақстан, Алматы қ.), E-mail: moldagaliyeva.aitolkyn2016@gmail.com

³PhD, профессор, Португалия Теңіз академиясы
(Португалия, Лиссабон қ.), e-mail: armino.frias@gmail.com

АЛМАТЫ ҚАЛАСЫ ЖӘНЕ АЛМАТЫ ОБЛЫСЫНА КЕЛУШІЛЕРДІҢ ҚАЛАУЛАРЫН СТАТИСТИКАЛЫҚ АҚПАРАТ АРҚЫЛЫ ТАЛДАУ

Аңдатпа. Алматы қаласы мен Алматы облысының туристік қалауларын статистикалық мәліметтер негізінде анықтау бойынша талдау жүргізілген. Мақаланың негізгі мақсаты тұтынушылардың басым қалауларын анықтау, туристік нарықтағы тенденцияларды белгілеу. Анықталған қалаулар мен тенденциялар арқылы нарықтың эффективті қызметіне қол жеткізу мақаланың тәжірибелік маңызын анықтайды. Мақалада статистикалық мәліметтер негізінде сапалық талдау жүргізілген. Негізгі нәтижелер мен қорытындыларға Алматы қаласы және Алматы облысының туристік нарығының негізгі көрсеткіштері арқылы қажетті трендтердің анықталғандығы болып табылады. Алматы қаласы және Алматы облысы бойынша туристік қалаулар бойынша ғылыми жұмыстардың болмауы мақаланың ғылыми құндылығын көрсетеді.

Кілт сөздер: Алматы қаласы, Алматы облысы, туристік қалаулар, туристік нарық.

Аннотация. Проведен анализ по определению туристских предпочтений города Алматы и Алматинской области на основе статистических данных. Основная цель статьи – выявление приоритетных предпочтений потребителей, установление тенденций на туристском рынке. Достижение эффективной деятельности рынка через выявленные предпочтения и тенденции определяет практическое значение статьи. В статье проведен качественный анализ на основе статистических данных. Основными результатами и выводами являются выявление необходимых трендов через основные показатели туристского рынка города Алматы и

Алматинской области. Отсутствие научных работ по туристским предпочтениям по городу Алматы и Алматинской области свидетельствует о научной ценности статьи.

Ключевые слова: город Алматы, Алматинская область, туристские предпочтения, туристский рынок.

Abstract. An analysis was carried out to determine the tourist preferences of the city of Almaty and the Almaty region on the basis of statistical data. The main purpose of the article is to identify the priority preferences of consumers, to establish trends in the tourist market. The achievement of effective market activity through identified preferences and trends determines the practical significance of the article. The article provides a qualitative analysis based on statistical data. The main results and conclusions are to identify the necessary trends through the main indicators of the tourist market of Almaty and Almaty region. The absence of scientific papers on tourist preferences in the city of Almaty and Almaty region indicates the scientific value of the article.

Keywords: Almaty city, Almaty region, tourist preferences, tourist market.

Кіріспе. Туризм индустриясының тиімді жұмыс істеуі күрделі және көп қырлы мәселе болып табылады, оны шешу заманауи шындықтар мен туристік саланы дамыту үшін әлеуетті мүмкіндіктерді қамтитын жүйелі кешенді тәсілді талап етеді. Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, ірі мегаполистер туризмдегі өсу орталықтары болып табылады. Мысалы, Нью-Йоркке келген туристердің жыл сайынғы саны – 56 млн. адам, Париж – 34,5 млн. адам, Бангкок – 11,15 млн. адам, Лондон – 11,2 млн. адам, Сингапур – 6,31 млн. адам, Токио – 3,8 млн. адам, Стамбул – 45 млн. адам, Дубай – 14,36 млн. адам [1].

Туризмді тиімді дамытатын қалалардың тізімін жалғастыруға болады. Туризмді дамыта отырып, қалаларда жаңа жұмыс орындарын ашуға мүмкіндік береді, қала бюджетіне түсетін валюталық түсімдерді ұлғайтады. Қазақстанның туристік саласын үдемелі дамыту үшін даму драйвері функциясын өзіне алған өсу орталықтарын айқындау қажет.

Біздің ойымызша, туристік индустрияның осындай орталықтарының бірі, сөзсіз, нақты артықшылықтары бар Алматы мегаполисі болуы тиіс: таулы аймақтың жақын орналасуы, жылы күндердің ұзақтығы сияқты бірегей табиғи-климаттық ресурстар, қаланың өзіндік қайталанбас сәулеті, мәдени және сауатты халық, сапалы еңбек ресурстары, дамыған көлік, сауда және білім беру инфрақұрылымы бар.

Нарықтың тиімді қызмет етуі үшін тұтынушылардың, туристердің қалауларын зерттеу өте маңызды. Туристік өнімнің ұсынысы мен сұранысы арасындағы балансты құру пайданы максималды түрде арттырады.

Алматы қаласы республика үшін стратегиялық (әуе, автомобиль, теміржол) қақпа болып табылады және негізгі көші-қон дәл осы қала арқылы өтеді. Түрлі форумдар өткізуге ыңғайлы ғимараттар мен қонақ үйлерден басқа, қалада демалу мен көңіл көтеру үшін қажетті инфрақұрылым бар. Сонымен қатар, қалаға жақын жерде 500 км радиуста керемет рекреациялық аймақтар орналасқан.

Алматы қаласы және Алматы облысы Қазақстан территориясында туристік көрсеткіштер бойынша жетекші аумақтар болып саналады. Екі аймақ бір-бірімен тығыз байланысты болғандықтан зерттеу нысаны ретінде белгіленді. Алматы қаласына келген туристер Алматы облысындағы туристік нысандарға баруы тенденция ретінде белгілі, сондықтан аталмыш екі аймақ зерттеу жұмысында тығыз байланыста болады.

Зерттеу әдісі. ҚР Ұлттық статистика бюросы жүргізген зерттеу бойынша 2022 жылы шілде айында Қазақстанға кіретін туристердің шығындарын есептеу мақтасында зерттеу жүргізген. Зерттеу әуежайларда, темір жол вокзалдарында және өзге де көлік тұрақтайтын

нысандарда ұйымдастырылды. Бұл зерттеуге 11 397 адам қатысқан, оның 4 867 (42,7%) әйелдер және 6 530 (57,3%) ерлер [2].

Жүргізілген зерттеу нәтижелері бойынша туристердің қалаулары анықталды. Статистикалық көрсеткіштер негізінде сапалық саралау жүргізілді, заңдылықтар мен басым көрсеткіштердің себептері анықталды. Жалпы Алматы қаласы және Алматы облысы бойынша көрсеткіштер таңдалып, талдау жасалынды.

Статистикалық талдау үшін келесідей көрсеткіштер таңдалды: келушілердің саны, мақсаты бойынша келушілердің саны, жасы бойынша келушілердің саны, орналастыру орындарының саны.

Жалпы саннан жас құрамы бойынша ең көп үлесін 31,7% – 35-тен 44 жасқа дейінгі, 27,1% – 25-тен 34 жасқа дейінгі, 19,6% – 45-тен 54 жасқа дейінгі, 10% – 15 жасқа дейінгі балалар құрады [2]. Зерттеуге қатысқан резидент еместермен Қазақстан аумағында 1 725,2 млн. теңгені жұмсаған, одан халықаралық тасымалдарға арналған көлік шығыстары 787,7 млн. теңгені құрады.

Жеке мақсаттары бойынша кіру келушілердің саны 8 571 (75,2%) адам және іскерлік және кәсіби мақсаттар бойынша 2 826 адам (24,8%) болды. Келушілердің басым бөлігі көршілес елдердің азаматтарын құрады, олар: 55% – Ресей Федерациясынан, 19,8% – Өзбекстаннан, 10,4% – Қырғызстаннан, 3,2% – Түркиядан, 1,4% – Әзірбайжаннан келді [2].

Зерттеу нәтижелері. Қазақстанда туристердің санын есептеу статистикасы келу мақсатын екі негізгі түрге жіктейді (Кесте 1): жеке мақсатта және іскерлік, кәсіби мақсатта. 2022 жылы Алматы қаласына келген жалпы келушілердің саны 2 101 млн адам, ал Алматы облысына 424 мың адам келген. Әрине, жеке мақсатта саяхаттаушылардың саны екі аймақта да басым, Алматы қаласында олардың саны 1 494 млн адам. Дегенмен, Алматының MICE туризм бағытындағы дамушы орталық екені белгілі, соған байланысты іскерлік мақсаттағы келушілер саны 607 мың адам [2].

Кесте - 1. Алматы қаласы және Алматы облысы бойынша жалпы көрсеткіштер [2]

Мақсаттары бойынша сапарға шыққан келушілердің саны, мың адам			
	барлығы	оның ішінде	
		жеке мақсатта	іскерлік және кәсіби мақсатта
Алматы облысы	424	391	33
Алматы қаласы	2 101	1 494	607

Қазақстанға келетін туристердің басым бөлігі іскерлік немесе конгресстік туризм санатына жатады, сондықтан Қазақстандағы іскерлік және әкімшілік орталықтың қарқынды дамуы осы туристік бағыттың өсуіне ықпал етеді. Оңтүстік астанаға шетелдік туристер ағынын ұлғайту үшін қосымша мүмкіндіктер оның тиімді географиялық және әкімшілік-саяси жағдайын, сондай-ақ Алматының жолға қойылған халықаралық байланыстарын береді.

Халықаралық конгресстер мен конференциялар қауымдастығының (International Congress and Convention Association) деректеріне сәйкес Қазақстан MICE-туризм бойынша ТМД елдері арасында көшбасшылардың бірі болып табылады. ICCA рейтингіне сәйкес 2020 жылы Қазақстан MICE-туризм бойынша әлемде 79-орында [3]. Қауымдастықтың мәліметтері бойынша, 2019 жылы Қазақстан халықаралық қауымдастықтардың 18 іс-шарасын тартты, олардың кірістері 6

млн АҚШ долларын құрады. Ал 2022 жылдың 1 тамызынан бастап Алматы қаласы ІССА мүшесі болып табылады. Бұл дегеніміз ІССА әртүрлі іс-шараларға қол жеткізуге мүмкіндік береді. Қала кез келген іс-шараларды өткізу үшін қауымдастықтың басқа мүше қалаларымен бәсекелесе алады. Ассоциация ұйымдастырушыларға қандай да бір шарттар ұсына алады, мысалы, Алматы қаласында үлкен көрме немесе конгресс өткізу. Бүгінгі таңда ІССА мүшелері 88 түрлі елдегі 950 қала болып табылады.

Қазақстандық ІТЕСА көрме компаниясы Қазақстан нарығында 25 жылдан астам жұмыс істейді және жыл сайын халықаралық деңгейдегі 30-ға жуық көрмелер мен конференциялар өткізеді. Компания ұйымдастырған экспо-іс-шаралар Алматы, Атырау, Астана, Шымкент қалаларында өткізіледі және бүкіл Орталық Азия өңірінің бизнес-аудиториясын жинайды [4].

ІТЕСА оқиғалары Қазақстан Республикасы Үкіметінің, Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігінің, Энергетика министрлігінің, Денсаулық сақтау министрлігінің, Еңбек және халықты әлеуметтік қорғау Министрлігінің, Ауыл шаруашылығы министрлігінің, Ішкі Істер Министрлігінің және Қазақстан Республикасының басқа да бейінді министрліктері мен комитеттерінің, облыстық/қалалық әкімдіктердің (әкімшіліктердің) және салалық қауымдастықтардың ресми қолдауымен өтеді.

«UFI Approved Event» белгісі іс-шаралардың жоғары ұйымдастырушылық деңгейін, олардың бизнестің дамуына және саланың қалыптасуына әсерін куәландырады, сондай-ақ статистиканың дұрыстығын растайды.

Алматы қаласында 2023 жылғы ІТЕСА ұйымдастыруымен өткізілетін жоспарланған ресми көрмелер тізімі [4].

- KITF (19-21 сәуір) XXI «Туризм және саяхат» Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- ITS (3-5 мамыр) VII «Ақпараттық технологиялар, қауіпсіздік және байланыс» Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- Securex Kazakhstan (3-5 мамыр) XI «Күзет, қауіпсіздік, құтқару құралдары және өрттен қорғау» Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- KINE (17-19 мамыр) XXVIII «Денсаулық сақтау» Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- Aquaterm Almaty (6-8 қыркүйек) Жылыту, сумен жабдықтау, сантехника, кондиционерлеу, желдетуге арналған тұрмыстық және өндірістік жабдықтардың XV халықаралық көрмесі;
- KazBuild (6-8 қыркүйек) Құрылыс және интерьер XXIX Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- Mining and Metals Central Asia (20-22 қыркүйек) «Тау-кен жабдықтары, кендер мен минералдарды өндіру және байыту» XXVIII Орталық Азия халықаралық көрмесі;
- Kazcomak (20-22 қыркүйек) «Жол және өнеркәсіптік құрылыс, коммуналдық техника» XIX Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- TransLogistika Kazakhstan (4-6 қазан) «Көлік және Логистика» XXVI Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- Powerexpo Almaty (17-19 қазан) «Энергетика, электротехника және энергетикалық машина жасау» XXI Қазақстандық халықаралық көрмесі;
- AgroWorld Qazaqstan (1-3 қараша) «Ауыл шаруашылығы» XVII Орталық Азия халықаралық көрмесі;
- ColdChain Qazaqstan (1-3 қараша) «Суық қойма, суық логистикаға арналған тасымалдау және сервис» VII Орталық Азия халықаралық көрмесі;
- FoodExpo Qazaqstan (1-3 қараша) «Тамақ өнеркәсібі» XXV Орталық Азия халықаралық көрмесі;
- HoRex Qazaqstan (1-3 қараша) «Барлығы қонақүйлер, мейрамханалар, супермаркеттер үшін» XVIII Орталық Азия халықаралық көрмесі;

– QazPacK (1-3 қараша) «Қаптама, ыдыс, затбелгі және полиграфия» ХХ Қазақстандық халықаралық көрмесі.

Жеке мақсатта саяхаттаушыларға келетін болсақ, жалпы Алматы қаласы мен Алматы облысының қалыптасушы туристік имиджі және туристік-рекреациялық потенциалы тікелей маңызды факторлардың бірі болып саналады.

Туристер үшін неғұрлым тартымды және маңызды туристік нысандар республиканың оңтүстігінде, Қазақстанның алғашқы отырықшы қоныстары орналасқан: Түркістан, Отырар, Баба-ата, Испиджап (Сайрам), Тараз, Мерке, Талхиз (Талғар), Қойлық (Талдықорған). Әсіресе, Алматы облысының бай табиғи-рекреациялық потенциалы, негізгі табиғи нысандардың орналасуы Алматы қаласына келген келушілердің бағытын Алматы облысына бағыттайды. Сонымен қатар, Алматы қаласында әуежайдың орналасуы тікелей шетелдік туристердің алғашқы тұрақтайтын нүктесі болып саналады. Сондықтан, аталмыш екі аймақ бір-бірімен тығыз байланысты.

Егер Алматы облысында туризмді дамытуға көшетін болсақ, қазіргі уақытта ол әртүрлі деңгейдегі заманауи туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын үлкен туристік әлеуеті бар өңір ретінде танылды. Егер статистикалық мәліметтерге жүгінетін болсақ, туристер саяхатты жоспарлау кезінде мәдени іс-шараларға қарағанда аймақтың немесе елдің табиғи көрікті жерлеріне көбірек назар аударатынын көруге болады. 1989 жылдан бастап туристік-рекреациялық аймақ бола отырып және инфрақұрылымды дамытудың жақсы деңгейіне ие бола отырып, Алматы облысы жыл сайын әртүрлі мақсаттарға келетін туристерді тартады және бұл сан жыл сайын артып келеді. Облысқа туризм Қазақстан экономикасына көрінетін табыс әкеледі деп айтуға болады.

Аумақтардың игерілуіне қарай, оның ішінде туристік игеруде проблема бірінші кезектегі табиғаттың кем дегенде бір бөлігін қорғауды қамтамасыз ету болып табылады. Бұдан басқа, олар берген мемлекетте, қоғамда немесе адам баласында мәдени тарихи құндылығы бар жекелеген қолдан жасалған объектілерді, жерлерді қорғау және сақтау көзделеді. Ол үшін әлемнің әртүрлі елдерінде құрлықта немесе су кеңістігінің бір бөлігінде адамдар шаруашылықтармен қатаң шектеледі немесе мүлдем тыйым салынады. Олардың ішінде мысал ретінде Алматы облысындағы келесі түрлердің ЕҚТА деп атауға болады:

– ғылыми қорық, қорғалатын аумақ, бұл жерлер тек ғылыми негізде пайдаланылады, мысалы, жануарлар әлемінің ерекше түрлері сақталған Алматы қорығы;

– бірегей табиғи және ландшафттық аумақты, өз кезегінде ұлттық немесе халықаралық маңызы бар жерлерді сақтау үшін құрылған ұлттық саябақ, әлемде 300-ден астам ірі ұлттық парктер таралған. Алматы облысында Іле-Алатау, Алтын-Емель, Көлсай көлдері, Шарын, Жоңғар-Алатау бес табиғи паркі.

– жеке орындар мен объектілерді сақтау үшін ұйымдастырылатын табиғи немесе жасанды мәдени-тарихи ескерткіштер. Оларға шыршалар мен реликтісен тоғайы жатады.

– жабайы жануарларды, жеке жануарлардың популяциясын, биологиялық қауымдастықтар класын сақтау үшін адамның шаруашылық қызметін ішінара жүргізе отырып, қорық деп аталады. Алматы облысында 4 зоологиялық қорық бар: Жоғарғы Көксу, Кукан, Лепсі, тоқты; 3 кешенді қорық: Балқаш, Қараой, Алматы қаумалдары.

– табиғи ландшафттың бірегей элементтері мен таңғажайып құбылыстарды сақтау үшін ұйымдастырылған қорғалатын ландшафт. Бұл жерлердің ландшафтында жолдарды, өндірістік объектілер мен құрылыстарды, электр беру желілерін салуға тыйым салынады. Қоғамдық пайдалануда туризм мен демалыс қарапайым өмір аясында және сол ауданның экономикалық қызметі аясында беріледі.

Келушілерді жасы бойынша жіктегенде басымдылық танытатын топ 25-34 және 35-44 жас аралығындағы топтар болып табылады (Кесте 2). Еуропа Туризм Комиссиясы бойынша 1996 және 2012 жылдар аралығында туылған жастар Z ұрпақтар тобына жатады, сондай-ақ ХЕҰ

(Халықаралық Еңбек Ұйымы) анықтамасына сәйкес жастардың талғамы, өмірлік тәжірибесі және сатып алу қабілеті жылдар бойы тез өзгереді [5]. ДТҰ-ның «Жастар басшылығымен жаһандық туризмді қалпына келтіру – басымдықтар мен ұсыныстар» атты зерттеуінде жастардың саяхаттау келесі мотивтерін белгілейді: саяхат ол оқу формасы, жаңа адамдармен танысу, өзге мәдениеттерді тану, мансаптық өсуге ықпал тигізеді, жеке даму, сәйкестік (сен болған жер – сенің кім екеніңді анықтайды) [6]. 1990 және 2000 жылдардың басында халықаралық саяхаттардың қолжетімділігінің артуы, шекаралардың ашылуы және көптеген елдерде визалық шектеулердің әлсіреуі әлеуметтік медианың күшті шабыттандыратын әсерімен және онлайн брондаудың қарапайымдылығымен үйлесіп, мыңжылдықтарға (Z буынының аға әріптестері) саяхатты өмірінің ең маңызды элементі ретінде қабылдауына әсер етті [6].

Кесте - 2. Жасы бойынша келушілердің саны [2]

	барлығы	соның ішінде, мың адам						
		15 жасқа дейін	15-24 жас	25-34 жас	35-44 жас	45-54 жас	55-64 жас	65 жас және одан үлкен
Алматы облысы	424	48	32	125	113	52	42	12
Алматы қаласы	2 101	161	82	703	714	310	125	6

Z буыны көбіне мыңжылдықтағы ересек әріптестерімен салыстырылады. Шынында да, бұл екі ұрпақтың ортақ тұстары көп. Екі ұрпақты ажыратуға көмектесетін маңызды факторлардың бірі – технологияның рөлі және олардың Z буыны үшін «әлемді теңестіруге» әсері. Мыңжылдықтардың аға буындары интернеттің тез пайда болуына дейін (1990 жылдардың ортасынан бастап) бала болып өскенімен, Z буыны онлайн-коммерция, мобильді және әлеуметтік медианы пайдалану жақсы шоғырланған кезеңде (шамамен 2005 жылдан бастап) дүниеге келе бастады. Нәтижесінде, аға буындардан айырмашылығы, Z буынын «цифрлық аборигендер» деп атауға болады, өйткені олар интернетсіз уақытты ешқашан білмеген [6]. Әлемдік заңдылықтар Алматы облысы мен Алматы қаласы аймақтары шегінде де өзекті.



Орналастыру орындары туристік нарықтың және туристік өнімнің негізгі құраушыларының бірі. Туристік нарықтың көрсеткіштерін анықтау мақсатында Алматы қаласында орналастыру орындарының соңғы он жыл ішіндегі саны бойынша динамикасы Сурет 1-де көрсетілген. Он жыл ішінде орналастыру орындарының саны 4 есе өскенін байқауға болады. Ең үлкен өсім 2018 жылы орын алған, бір жыл ішінде Алматы қаласында 102 орналастыру орыны ашылған. 2020 жылғы COVID-19 әлемдік пандемиясы кезінде қонақ үй бизнесі саны бойынша айтарлықтай өзгермеген.

Орналастыру орындары бойынша Алматы қаласында халықаралық қонақ үй желілерінен келесі қонақ үйлер қызмет атқарады:

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

Алматы қаласы іскерлік туризмнің орталығы болып саналғандықтан, халықаралық қонақ үй желілерінің барынша көп болуы бизнес туристтерді тартуға ықпал етуші фактор болып табылады.

Дамыған инфрақұрылымы мен көлік жүйесі бар мегаполисте 4-5 жұлдызды санаттағы беделді қонақүйлердің саны басым болуы қажет. Қазіргі уақытта отандық қонақ үй қызметтері нарығы «қызмет көрсететін пәтерлер» тұжырымдамасының ыңғайлы және арзан қонақүйлеріне (ас үйі, жуынатын бөлмесі және жатын бөлмесі бар қонақ үй құрылымындағы шағын пәтер ретінде), сондай-ақ бағасы төмен, бірақ тек бизнес-туристерге арналған қарапайым қонақүйлерге өте қажет.

Алматы облысының орналастыру орындары Алматы қаласымен салыстырғанда әлдеқайда көп және даму динамикасы бірқалыпты. Бірінші себеп Алматы облысының ауданының көлемдігі және 2022 жылдың сәуіріне дейін 16 аудан мен 3 қала кірген, олар: Ақсу ауданы, Алакөл ауданы, Балқаш ауданы, Ескелді ауданы, Еңбекшіқазақ ауданы, Жамбыл ауданы, Кербұлақ ауданы, Көксу ауданы, Қарасай ауданы, Қаратал ауданы, Панфилов ауданы, Райымбек ауданы, Сарқан ауданы, Талғар ауданы, Ұйғыр ауданы, Іле ауданы, Қапшағай қаласы, Талдықорған қаласы және Текелі қаласы. Қазіргі Алматы облысы территориясында келесі 8 аудан қалды [7].

1. Балқаш ауданы.
2. Еңбекшіқазақ ауданы.
3. Жамбыл ауданы.
4. Іле ауданы.
5. Қарасай ауданы.
6. Кеген ауданы.
7. Райымбек ауданы.
8. Талғар ауданы.
9. Ұйғыр ауданы.



2022 жылғы бір уақыттағы орналастыру орындарының күрт азаюын облыстың кішіреюімен теңестіруге болады. Мысал үшін, экс-аудан Алакөл облыстың жағажай туризмі бойынша маманданған аудан болып саналғандықтан, орналастыру орындары әлдеқайда басымырақ орналасқан.

Қорытынды. Туристік қалауларды көптеген әдістермен анықтауға болады және туристік нарықтың ұсынысы мен сұранысының балансын барынша сақтау үшін өте маңызды екені белгілі болды. Зерттеу арқылы статистикалық мәлімет арқылы туристердің жас құрамын, келу мақсаттары бойынша себептері мен салдары анықталып, туристік-рекреациялық әлеует пен туристік инфрақұрылым рөлінің маңыздылығы белгілі болды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. 145 Key Tourism Statistics // UNWTO URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics> (жүгінген күн: 12.03.2023).
2. Елге келушілерді іріктеп зерттеу туралы. 13 серия: Статистикалық жинақ: 2022. – Алматы: Статистика комитеті, 2006. – 29 б.
3. Алматы ICCA халықаралық туристік қауымдастығына кірді // Алматы қаласының әкімдігі URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty/press/news/details/408501> (жүгінген күн: 12.03.2023).
4. ITECA ресми сайты // ITECA URL: <https://iteca.kz/ru/> (жүгінген күн: 12.03.2023).
5. European Travel Commission (2020), Study on Generation Z Travellers, ETC, Brussels, online available at: www.etc-corporate.org [03-01-2022].

6. World Tourism Organization (2011), Affiliate Members Global Report, Volume 2 – The Power of Youth Travel, UNWTO, Madrid, p. 6, DOI: <https://dx.doi.org/10.18111/9789284414574>
7. Қазақстанда ресми 3 облыс пайда болды // Tengrinews URL: https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/v-kazahstane-ofitsialno-poyavilis-tri-novyie-oblasti-470481/ (дата обращения: 12.03.2023).

В. ВАЙСБРОД¹, Н.Ю. КИФИК²

¹ студент Костанайского регионального университета им. А.Байтурсынова
(Казахстан, г. Костанай)

²к.п.н., Костанайский региональный университет им. А.Байтурсынова
(Казахстан, г. Костанай), E-mail: Kifik_nataly@mail.ru

ИСТОРИЯ ЗАРОЖДЕНИЯ И РАЗВИТИЯ ВИДОВ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА В КОСТАНАЙСКОЙ ОБЛАСТИ

***Аннотация:** В работе студента рассматривается история о зарождении и развитии видов спортивного туризма в Костанайской области в период их зарождения и до современного состояния, перспективы развития отдельных видов туризма.*

Ключевые слова: спортивный туризм, лыжный туризм, альпинизм, водный туризм, спелеотуризм, велотуризм, мототуризм.

Аңдатпа. Студенттің жұмысында Қостанай облысында спорттық туризмнің пайда болу және даму тарихы, олардың пайда болуы және қазіргі жағдайына дейінгі, туризмнің жекелеген түрлерінің даму перспективалары қарастырылған.

Кілт сөздер: спорттық туризм, шаңғы туризмі, альпинизм, су туризмі, спелеотуризм, велотуризм, мототуризм.

Abstract. The student's work discusses the history of the origin and development of sports tourism in the Kostanay region during their inception and up to the present state, the prospects for the development of certain types of tourism.

Key words: sports tourism, ski tourism, mountaineering, water tourism, caving, cycling, motorcycle tourism.

Введение. Спортивный туризм оказывает большое влияние на организм человека, такое как: оздоровление – восстановление физических сил и духовных качеств, улучшение самочувствия, а также заряд энергии; совершенствования тела – да, можно улучшить тело и в тренажерном зале, но на свежем воздухе это удастся сделать намного быстрее и в конечном итоге результат будет намного лучше; общественное воспитание – актуальность туризма состоит в том что бы сформировать личностные качества спортсмена, ведь находясь на природе проявляется твой истинный характер [1]. Большую популярность спортивный туризм приобрел в советские годы, однако в 90-е годы после получения независимости спортивный туризм, как впрочем ряд других активных видов спорта растерял свою популярность. Однако на современном этапе, спортивный туризм вновь приобретает былое значение и популярность, немалую роль в этом сыграло Постановление Н. Назарбаева о принятии «Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019 - 2025 годы» [2], а также разработки концепции открытия «Станции юных туристов» в городах и селах каждого региона страны.

Основная часть. Развитию спортивного туризма в немалой степени способствовали проведение соревнований, в которых казахстанские спортсмены занимают далеко не последние позиции [3].

Развитие спортивного туризма отмечено в ряде областей Республики Казахстан: это Алматинская, Павлодарская, Восточно-Казахстанская, Южно-Казахстанская, Акмолинская области [4]. Но Костанайская область, несмотря на отсутствие сопутствующей инфраструктуры: гористой местности, горных рек и т.д. также не отстает в развитии спортивного туризма. Об этом свидетельствует тот факт, что в 2023 году в Костанайской области будут проводиться соревнования Республиканского масштаба, в которых наша область также будет принимать участие. Данный шаг направлен на формирования дружественных отношений с развитыми регионами в данном виде спорта и поддержанию уровня в нашей области.

В данном исследовании мы рассмотрели основные виды спортивного туризма, которые когда либо начинали свое развитие в Костанайской области, а также указали на проблемы видов туризма и почему же определенный вид туризма не смог удержаться в области.

Зарождение спелеотуризма.

Что такое спелеотуризм? Спелеотуризм - это посещение пещер со спортивной или познавательной целью. Разновидность спортивного туризма; смысл - путешествие по естественным подземным полостям и преодоление в них различных препятствий с использованием различного специального снаряжения [1, с.28].

Первый спелеолог основоположник спелеотуризма в Костанайской области Ловгинов Андрей Викторович, по профессии геолог проходивший обучение в Миасском геологоразведочном техникуме. Заниматься спелеотуризмом начал там же в техникуме в секции по спелеотуризму (Миасская спелеосекция аргонавтов). Свое мастерство и опыт набирал там же

в секции, в походах выходного дня которые осуществлялись вблизи города Златоуст в пещерах, в таких как: Победа, Надежда и другие.

После возвращения на родную землю в город Костанай решил развивать свое дело, открыть спелеосекция, секция была открыта неофициально, без каких-либо разрешений, только для взрослых. После набора группы из 7-ми человек (Ловгинов А.В., 1 студент педагогического института, 3 человека с промышленного альпинизма г. Рудный, 3 человека с промышленного альпинизма г. Костанай) начались тренировки, подготовка к первому выходу на маршрут 1 категории сложности на территории РФ. Снаряжение для тренировочного процесса и конкретно похода было взято из каждого уголка нашей области, одежда которая представляла собой особый приоритет (монолитность одежды, отсутствие кармашков и других несущих элементов, так же водостойкие прочные комбинезоны) все покупалось с города Алматы. Данный выход был первым выходом по спелеотуризму с Костанайской области. В то время на территории Казахстана спелеотуризм был развит на территории южного Казахстана в очень хорошей форме, так как доступность к пещерам была велика.

Причина, по которой данный вид туризма не развился у нас в области это отсутствие времени на данный вид деятельности у Ловгинова А.В., так как основная деятельность была в археологии, так же отсутствие квалифицированных специалистов или людей с похожим интересом, но самое главное это отсутствие пещер в области.

Зарождение велотуризма

В 1989 году в городе Лисаковск при туристском клубе «Факел» открываются секция по велотуризму, представителями данной секции были Пожарников Иван, Ефимов Григорий, Загорников Владимир, Мурдасов Сергей. Данную секцию спонсирует горнообогатительный комбинат города Лисаковск, в данную секцию закупается все нужное снаряжение для подготовки и участия в соревнованиях.

1989 году состоялся первый велопоход после создания клуба «Факел», велопоход состоялся на Южном Урале в августе месяце протяженностью 750 км что относится к 5 категории сложности. После данного похода количество желающих заниматься велотуризмом увеличивалось, подготовку к масштабным походам проводилась по Костанайской области преодолевая расстояния, соответствующие 1 категории сложности. Но, по области не только проводилась подготовка к масштабным вело походам, но и каждый год с 1 по 9 мая проводился поход, приуроченный ко Дню Победы в Великой Отечественной Войне. Походы осуществлялись не только по наезженным тропам и дорогам, но и через степи, поля, пустыни такой поход осуществился в 1989 году Костанай-Алма-Ата.

В 1995 году совместно с водниками туристами был проведен поход Лисаковск-Костанай, главной задачей которого являлся –фильм о загрязнении реки Тобол, туристы водники плыли по реке, вело туристы ехали вдоль реки.

К 2000-му году клуб факел перестает существовать, а секцию по велотуризму после 3-х лет самостоятельности прикрепили к «Дому Школьников», где образовалось общественное объединение клуба «Факел».

Лучшее достижение велотуристов города Лисаковск это участие в международных соревнованиях по велотуризму проводимые в городе Лазовая на территории Украины, город Лисаковск представлял две команды на данных соревнования, которые заняли 8 и 12 место соответственно из 60 команд участниц. Также на соревнования участвовала сборная КазССР из города Караганда которые заняли 18 место в общем зачете. Данные соревнования проводились в год создания клуба «Факел» 1989 году.

На данный момент в области данный вид туризма потерял былую славу из-за отсутствия финансирования, а также отсутствие желающих участвовать в таких походах.

Зарождение водного туризма

Зарождение водного туризма можно отнести к началу 80-х годов 20 века, именно в этот период в городе Рудном открывается клуб профессиональная ориентация которого является водный туризм. Данный вид туризма преподавал и пропагандировал Мастер спорта Калошин Александр Александрович. Финансирование данного клуба осуществлялось благодаря горно

обогащительному комбинату города Рудного (ССГПО) в котором Александр Александрович возглавлял профсоюзный комитет. Водники благодаря финансированию, а также тренеру имели высокие результаты на республиканском уровне, в состав команды входили не только участники данного клуба, но и участники клуба «Родник» города Костанай. Основная масса походов осуществлялась на реках Южного Урала: Белая, Сакмара, Инзер и на реках Алтая: Уба, Ульба, Тахун.

Так же, Сеницын Николай Иванович в паре с Никифоровым Александром совершили переход в течении одного сезона на шлюпке от города Костанай по реке Тобол-Иртыш-Обь до Севера Ледовитого океана (до Салехарда, Обьской губы). Такой поход в те годы являлся сложным походом, так как качество экипировки давала знать о себе, так же количество продуктов являлось объемным.

Данный вид туризма не удержался на плаву по причине разъезда специалистов по пост советскому пространству, а также отсутствие приемственности между поколениями которые могли бы развивать данный вид туризма.

Зарождение мототуризма

Данный вид туризма зародился в Костанайской области благодаря Сеницыну Николаю Ивановичу, который на базе клуба «Родник» осуществил открытие данной секции, но так как материально техническая база клуба не представляла возможности приобрести мотоциклы воспитанниками Николая Ивановича было открыто два мотоклуба «Звездный» и «Вихрь». В мотоклубах были представлены мотоциклы марки ИЖ-49, ИЖ-56, Планета, Юпитер. Мото туристы города Костанай составляли большую конкуренцию в Республики и за ее пределами, преодолевая расстояние соответствующие 6 категории сложности.

По инициативе Николая Ивановича совершались мотопробеги по местам боевой славы, Карпаты, Крым. Выезжали своим ходом на Западную Украину для участия во Всесоюзных соревнованиях по мототуризму как самостоятельная команда, команда заняла призовое место, а сборная КазССР приехавшая защищать республику не входила в первую десятку общего зачета.

Сеницын Николай Иванович является единственным Мастером спорта Костанайской области по мототуризму.

Зарождение горного туризма

Из-за развития новых отраслей в городе Костанай таких как филиал химволокна, в город начали приезжать новые кадры, которые имели отношение к различным видам туристской деятельности, одни из таких были Павлов Вячеслав Михайлович и Кагай Владимир Евгеньевич которые сформировали секцию, «Эдельвейс», которая специализировалась на горном туризме.

Материально техническая база была не сильно сформирована, для походов всех категорий сложности снаряжение было заимствованно у спортивных клубов области. Так же в горных походах принимали участие спортсмены клуба «Родник» один из ярких примеров является Огиенко Игорь Владимирович, который совершил поход шестой категории сложности (Самая высокая категория сложности) 2007г.

Так же, Павлов Вячеслав Михайлович единственный с Костанайской области прошедший высшую инструкторскую подготовку (ВИП), Кайда Владимир Евгеньевич единственный с области имеющий среднюю инструкторскую подготовку на те времена.

Выходцы из клуба «Родник» имеющие походную деятельность: Аманов Назым (6 к.с), Огиенко Надежда (4 к.с), Кукаев Оспан (4 к.с) Морозкин Дмитрий (4 к.с), Коваленко Иван (4 к.с), Коваленко Дмитрий (4 к.с), Кайда Владислав (4 к.с), Рядинский Денис (4 к.с) и многие другие.

Зарождение альпинизма.

Что такое альпинизм? Альпинизм это - вид спорта и активного отдыха, целью которого является восхождение на вершины гор. Спортивная сущность альпинизма состоит в преодолении естественных препятствий, созданных природой (высоты, рельефа, погодных условий), на пути к вершине [1, с.45].

Первый альпинист Костанайской области Севырин Алексей Алексеевич он же является основоположником данного вида в области. Свои занятия начинал в клубе «Юных моряков», изначально Алексей Алексеевич занимался в данном клубе парусным спортом, а также

сплавлялся по горным рекам. В 1986 году Алексей Алексеевича забирают в армию где служит 3 года в морском флоте моряком. 1989 году после армии в городе Рудном открывается секция альпинизма благодаря Алексей Алексеевичу, Бельюкову Сергею, Брагину Александру и Фатыхову Виталию.

Тренировка и подготовка осуществлялась в спортивном зале города Рудный который был взят в аренду, а также каждые выходные были выезды в близь города Лисаковск на скалу оставшийся после добычи руды (так называемую Черная скала). Подготовка проходила в течении года, после чего Алексей Алексеевич поехал в альплагерь в город Алма-Ату для повышения квалификации после здесь же в Алма-Ате выполнил 2 разряд по альпинизму. После повышения квалификации Алексей Алексеевича попросили остаться для работы горным проводником и спасателем в горном массиве Чимбулак в котором отработал 6 лет.

В это же время в Костанайской области происходит угасание данной секции, секции альпинизма, основоположники данной секции начинают разъезжаться либо занимаются своими делами не связанные с альпинизмом. Алексей Алексеевич в свою очередь повышает квалификацию, к концу 90-х годов выполняет разряд Мастера спорта, продолжает восхождения в копилку восхождений добавляет: 3 восхождения на пик Хан Тенгри (7010м) высшая точка Республики Казахстан, восхождение на пик Победы (7439м) самая высокая и сложная в мире гора, расположенная в Киргизии.

К 2005 году Алексей Алексеевич попадает в состав сборной Казахстана по альпинизму, также в составе сборной был знаменитый альпинист Урубко Денис обладатель приза «Золотой ледоруб» Мастер спорта Международного класса. В 2006 году составом сборной поднялись на вершину Мраморная стена (6400м).

В данный момент Алексей Алексеевич работает в Северном региональным аэромобильном оперативно-спасательным отряде МЧС РК, заместителем начальника. По словам Алексей Алексеевича горная закалка и высокая квалификация помогла ему в получении данной работы в которой нужно спасать большое количество людей.

Альпинизм в области не развился по двум причинам: первая- наша область на 99,9% состоит из степей, проводить подготовку в данных условиях, приближенных к реальным практически невозможно. Вторая причина, наверное, самая основная, снаряжение для альпинизма является самым дорогим снаряжением, для того чтобы совершить восхождение необходимо купить снаряжение на сумму, приближенную к 2 миллионам тенге, а также проводить подготовку в альплагерях что само собой имеет дорогой ценник.

В Костанайской области начинали развиваться многие виды спортивного туризма, но по отдельным причинам не все виды туризма смогли удержаться на плаву. На данный момент в Костанайской области правильный путь в развитии туризма осуществляет Региональный центр физической культуры и детско-юношеского туризма (РЦФКиДЮТ). Данный центр осуществляет большую поддержку развитию туризма в области, финансируя и проводя не только областные соревнования, но осуществляя выезд сборной на Республиканские соревнования, в которых Костанайские спортсмены многократно завоевывали призовые места.

Заключение. Анализ данного исследования показал, что несмотря на то, что различные виды туризма стали зарождаться в Казахстане еще в советское время, однако на современном этапе систематической работы по накоплению информации о развитии видов спортивного туризма, к сожалению, нет. Поэтому работа в этом направлении является весьма важной и своевременной. Представит значительный интерес для всех интересующихся спортивным туризмом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Вуколов В.Н Основы техники и тактики активных видов туризма / В.Н Вуколов - Алматы: Ун-т Туран, 1999 г. – 268 с. - ISBN 5766727364
2. Государственная программа развития туристской отрасли республики Казахстан на 2019-2025 гг.//Утверждена постановлением Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 г. № 360 - Астана 2019 г.

3. Ердавлетов С.Р. История туризма: Развитие и научное изучение / С.Р. Ердавлетов - Алматы: Алматы, 2003 г. – 336 с. - ISBN 9965408483
4. Накатков Ю.С. История туризма Казахстана / Ю.С. Накатков - Алматы: Алматы, 2001 г. – 312 с.

А.В. МИХАЙЛОВ¹, Ш.К. КАКЕЖАНОВА²

¹студент, Торайгыров университет
(Казахстан, г. Павлодар), E-mail: alesha.mihaylov.00@gmail.com

²к.т.н., доцент, Торайгыров университет
(Казахстан, г. Павлодар)

ПРОБЛЕМА РЕКРЕАЦИОННОЙ НАГРУЗКИ НА БАЯНАУЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПРИРОДНЫЙ ПАРК

Аннотация. Баянаульский государственный национальный природный парк (БГНПП), расположенный в 240 км. от г. Павлодара, организован в соответствии с Постановлением Кабинета Министров Казахской ССР от 12.08.1985г. на базе Баянаульского лесхоза. Общая территория парка составляет 50688га, в том числе покрытая лесом площадь 18625га.

Территория Баянаульского государственного национального природного парка является сложной природной системой со своеобразными особенностями ландшафтной организации и обладающая значительным рекреационным потенциалом. Природный парк относится к Баянаульской засушливо-степной горно-сопочной области и является северо-восточной оконечностью Казахского мелкосопочника. Представляет собой высокую всхолмленную денудационную равнину, сложенную древними преимущественно палеозойскими, плотными породами, повсеместно нарушаемый низкогорными возвышенностями.

Наибольшую часть территории парка (77%) занимает охранно-заповедная зона и предназначена для сохранения ландшафтно-экологических систем и отдельных участков ландшафтов, редких растений, животных и птиц, геологических объектов и восстановления нарушенных ландшафтов. Охранно-рекреационная зона занимает 15% территории и предназначена также для охраны природной среды, но с возможным рекреационным использованием при строго регламентированном ее посещении. Рекреационная зона занимает 8% территории. Она выделена в целях развития комплексов для отдыха, строительства общественных, жилых и инженерных сооружений с учетом сохранения природных систем. В ней выделены подзоны интенсивного посещения, размещения рекреационных комплексов и свободного посещения (места и базы кратковременного отдыха). Проявление негативного воздействия на окружающую среду БГНПП различно, одно из них - загрязнение озер и прилегающих территорий в результате неконтролируемых мест отдыха. Основной задачей парка является охрана окружающей среды и создание условий для отдыха и восстановления здоровья людей. Поэтому, сохранение экосистемы национального парка в настоящее время является одной из актуальных проблем региона, заключающаяся в поиске путей уменьшения антропогенных воздействий на природно-территориальные комплексы.

Ключевые слова. Рекреация, отдых, территория, нагрузка, почва.

Аңдатпа. Павлодар қаласынан 240 шақырым жерде орналасқан Баянауыл мемлекеттік ұлттық табиғи паркі (БГНПП) Қазақ КСР Министрлер Кабинетінің 12.08.1985 ж.қаулысына сәйкес Баянауыл орман шаруашылығы базасында ұйымдастырылған. Саябақтың жалпы аумағы 50688 га, оның ішінде 18625 га орманды алқап.

Баянауыл мемлекеттік ұлттық табиғи паркінің аумағы ландшафттық ұйымның өзіндік ерекшеліктері бар және айтарлықтай рекреациялық әлеуеті бар күрделі табиғи жүйе болып табылады. Табиғи парк Баянауыл құрғақ-дала таулы-шоқылы облысына жатады және Қазақ ұсақ шоқыларының солтүстік-шығыс шеті болып табылады. Бұл ежелгі негізінен палеозой, тығыз жыныстардан құралған, аласа таулы таулармен барлық жерде бұзылған биік төбелі денудациялық жазық.

Саябақ аумағының көп бөлігін (77%) қорғау-қорық аймағы алып жатыр және Ландшафттардың, сирек кездесетін өсімдіктердің, жануарлар мен құстардың, геологиялық нысандардың ландшафттық-экологиялық жүйелері мен жекелеген учаскелерін сақтауға және бұзылған ландшафттарды қалпына келтіруге арналған. Қорғау-рекреациялық аймақ аумақтың 15% - алып жатыр және табиғи ортаны қорғауға арналған, бірақ оған қатаң регламенттелген сапармен рекреациялық пайдалану мүмкіндігі бар. Рекреациялық аймақ аумақтың 8% алады. Ол табиғи жүйелерді сақтауды ескере отырып, демалыс кешендерін дамыту, қоғамдық, тұрғын үй және инженерлік құрылыстар салу мақсатында бөлінген. Онда қарқынды бару, рекреациялық кешендерді орналастыру және еркін бару аймақтары (қысқа мерзімді демалыс орындары мен базалары) көрсетілген. БГНПП қоршаған ортаға теріс әсерінің көрінісі әртүрлі, олардың бірі - бақыланбайтын демалыс орындарының нәтижесінде көлдер мен іргелес аумақтардың ластануы. Саябақтың негізгі міндеті-қоршаған ортаны қорғау және адамдардың демалуына және денсаулығын қалпына келтіруге жағдай жасау. Сондықтан ұлттық парктің экожүйесін сақтау қазіргі уақытта табиғи-аумақтық кешендерге антропогендік әсерді азайту жолдарын іздеуден тұратын өңірдің өзекті мәселелерінің бірі болып табылады.

Кілт сөздер: Рекреация, демалыс, аумақ, жүктеме, топырақ.

Annotation. Bayanaul state National Park (BGNPP), raspolozhenny in 240 km. from Pavlodar, organized by the Cabinet of Ministers of the Kazakh SSR from 12.08.1985 on the basis of the Bayanaul forest. The entire territory of the park consists of 50688 hectares, including 18625 hectares.

The territory of the Bayanaul state National private park has a strong private system with its own private landscape organization and significant recreational potential. The park is located in the Bayanaul region and has a North-Eastern connection with the Kazakh melkosopochny. It presents the highest denudate Ravna, the lowest Paleozoic, the most severe, and the most advanced low-income countries.

The largest part of the park's territory (77%) is occupied by a protected area and designated for the preservation of the landscape and ecological system and individual sections of landscapes, red stretches, living and Pettigrew, Geological objects and the emergence of cultivated landscapes. The recreational zone covers 15% of the territory and is provided for the use of private funds, but with the possibility of recreational use at the expense of regulated services. The recreational zone occupies 8% of the territory. He was presented in order to develop the complexes, construction of public, residential and engineering facilities with the participation of private systems. On the same day, there were subzones of intensive visits, the development of recreational complexes and free visits (places and bases of cratkovaya fire). The negative impact on the surrounding environment of the BGNPP is explained by the fact that one of them is related to the environment and the surrounding territory as a result of non - controlled locations of the fire. The main task of the park is to preserve the surrounding environment and create conditions for the death and survival of healthy people. Thus, the transformation of the ecosystem of the National Park at present time is one of the most important challenges of the region, which is followed by the transformation of anthropogenic resources into private and territorial complexes.

Key words: Recreation, otdykh, territory, nagruzka, pochva.

1. Рекреационная нагрузка

1.1 Рекреация

Рекреация (рекреационная деятельность) как отдых представляет собой любую добровольную на основе свободного выбора деятельность человека, направленную на восстановление и развитие его сил (физических, психических, духовных). Особенности этой деятельности является то, что она не связана с выполнением трудовых обязанностей и удовлетворением бытовых потребностей, получением систематического дохода; осуществляется в свободное время как на территории постоянного проживания, так и за ее пределами; как в стационарных условиях (дома отдыха, турбазы, санатории, дачи и др.), так и в природных условиях (сбор ягод, грибов, купание в водоемах, лов рыбы, походы и др.); как на специально выделенных для этой цели природных территориях или с использованием специальных природных ресурсов, так и при использовании других компонентов природной среды и природных объектов, если это не запрещено или не ограничено в интересах жизни и здоровья граждан, государственных интересах; как самостоятельно, так и организованно; как бесплатно, так и за плату и включает многообразные виды: оздоровление, санаторно курортное лечение, массовый спорт, физкультуру, туризм, экскурсии, которые соответствуют четырем основным разновидностям рекреационных целей использования природных ресурсов: санаторно-курортным, оздоровительным, спортивно-массовым, туристическим.

1.2 Рекреационная нагрузка на территории

Определение допустимых нагрузок на охраняемых природных территориях сводится не только и не сколько, к количеству человек в единицу времени на единицу площади, а к рассмотрению всего комплекса воздействия (математический, управленческий подход). Так в управленческом подходе применяется планирование, в первую очередь, не количество туристов и отдыхающих, а долгосрочных целей и задач, спектра рекреационных возможностей, форм и видов рекреационной деятельности, различных моделей развития рекреации. Сюда входят сроки туристского сезона, целевые категории посетителей, виды туристско-рекреационных занятий и

их экологические последствия, туристско-экскурсионная инфраструктура, и только потом – количество групп посетителей и количество человек в каждой группе

Устойчивость каждого природного комплекса, в том числе и в отношении рекреационных нагрузок, варьирует в зависимости от ряда экологических факторов:

- влажности почвы (наиболее устойчивы свежие почвы; с иссушением или увлажнением устойчивость падает); 175

- механического состава почв (наиболее устойчивы легкосуглинистые почвы, с утяжелением или облегчением механического состава устойчивость падает);

- мощности гумусового горизонта почвы (чем он мощнее, тем устойчивость выше);

- мощности рыхлых грунтовых отложений (если скалистое основание подходит близко к поверхности, устойчивость заметно снижается);

- уклона поверхности (чем он больше, тем устойчивость ниже);

- состава древостоя и строения корневой системы основных пород деревьев (для умеренного пояса северного полушария наиболее устойчивы мелколиственные породы, наименее – хвойные);

- среднего возраста древостоя (чем он выше, тем устойчивость больше, но это лишь до возраста спелости – затем устойчивость снова падает);

- естественные леса (за редким исключением) обладают более высокой устойчивостью, чем искусственные насаждения. В связи с этим рекреационные нагрузки должны определяться отдельно для каждого типа ландшафта, имеющегося на территории БГНПП и представляющего природные комплексы с различной степенью устойчивости к ним. Пляжи природного парка, считаются наиболее ёмкими угодами. В зависимости от их рекреационной ценности пляжи делятся на:

- благоприятные (песчаные, при ширине не менее 30 м, купальный сезон около 3 месяцев);

- ограниченно-благоприятные (гравийные, галечные, травяные, песчаные, при ширине от 10 до 30 м), расстояние до мест купания около 1 км);

- неблагоприятные (глинистые, валунные). Целесообразна следующая нагрузка на пляж в зависимости от категории оценки пляжей:

- благоприятные пляжи – 1000 (функциональная)/200 (психологическая) чел/га

В настоящее время в Баянаульском ГНПП значительные участки территории рекреационной зоны (в основном, вблизи учреждений отдыха, автостоянок, пунктов торговли и бытового обслуживания отдыхающих, участки леса вдоль пляжей) по реально существующим рекреационным нагрузкам должны быть отнесены к категории лесопарка и парка. Однако по уровню благоустройства совершенно не соответствуют им. Это всё является причиной негативных, местами катастрофических изменений лесных экосистем ограниченно-благоприятные – 300/100 чел/га.

Основная масса отдыхающих сосредоточена на нескольких участках – в районе озёр Жасыбай, Сабындыколь, Торайгыр, Биржанколь, а также вокруг жилых посёлков внутри и возле территории ГНПП. Характерной особенностью Баянаульского ГНПП является сосредоточение основной массы отдыхающих на приозерной поляне с северной стороны оз. Жасыбай. Это несколько снижает пресс рекреантов на лесные экосистемы. Но, тем не менее, под влиянием огромного для такой маленькой территории числа отдыхающих (более 130000) окрестные экосистемы испытывают чрезмерные нагрузки. Учитывая, что это преимущественно лесные участки, как правило, сосняки, допустимая рекреационная дневная нагрузка оказывается многократно превышенной. При современном неудовлетворительном уровне благоустройства этой территории, мы наблюдаем выраженные признаки дистресса экосистем. Повышенная рекреационная нагрузка уже вызвала полное или частичное уничтожение подроста в полосе до 300...500 м в кварталах, прилегающих к озёрам, замедление роста и ослабление древостоев. Подобные явления отмечены вокруг всех перечисленных выше озёр

Принципов основных нормирования нагрузок выглядит следующим:

определение экологических и физических факторов, лимитирующих допустимую рекреационную нагрузку, следует проводить отдельно для каждого туристского маршрута;

- наряду с экологическими и физическими факторами необходимо учитывать также и факторы психокомфортности;

- за предельно допустимую нагрузку принимается наименьшая из определенных по разным критериям;

- фактическую нагрузку на маршрут не следует устанавливать сразу на уровне предельно допустимой, а повышать ее постепенно;

- не реже трех раз в год (до туристского сезона, в его середине и конце), следует проводить мониторинг каждого маршрута:

- в зависимости от состояния маршрута и конкретных социальноэкономических условий необходимо ежегодную корректировку допустимых нагрузок.

- благоустройство самой нагруженной части территории по лесопарковому, а кое-где – и парковому типу, создание объектов занятия спортом и других развлечений, отвлекающих посетителей от бесконтрольного перемещения по обширной площади. Возможная мера лесовосстановления

- реконструкция лесонасаждений. Молодые посадки должны быть защищены ограждением эстетичного вида, хорошие результаты даёт удобрение почвы с предварительным неглубоким рыхлением верхнего уплотнённого слоя почвы. Возможно повышение привлекательности новых рекреационных участков – за счёт озеленения рекреационных территорий, в настоящее время лишенных леса, особенно вблизи озёр, некоторые участки побережья которых, почти не используются.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1 ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ Учебное пособие –

<https://library.tou.edu.kz/fulltext/buuk/b2430.pdf>

2 КУСКОВ А.С., ГОЛУБЕВА В.Л., ОДИНЦОВА Т.Н. РЕКРЕАЦИОННАЯ ГЕОГРАФИЯ

3 Баянаульский национальный парк- ru.wikipedia.org/wiki

4 Ержанов Н.Т., Касен Т.М., Исимбеков Ж.М., Царегородцева А.Г., Каденова А.Б., Убаскин А.В., Камкин В.А. Экологические проблемы и перспективы развития Баянаульского государственного национального природного парка.

А.С. НУРГАЗИНА¹, М.М. ИСМАИЛОВА¹

¹оқытушы - магистр, Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе өңірлік университеті
(Қазақстан, қ. Ақтөбе), E-mail: mismailova@zhubanov.edu.kz

АТЫРАУ ОБЛЫСЫНЫҢ ГЕОПАРКТІК АЙМАҚТАРЫНЫҢ ӘЛЕУЕТІН ТАЛДАУ

Аннотация. Геотуризмнің қоршаған табиғи орта мен қоғам арасындағы байланысты нығайтудағы маңызы зор. Туризмнің бұл саласы табиғи мұраны тану, зерттеу, дәріптеу сынды қасиеттердің пайда болуына ықпал етеді. Ең бастысы құндылықтарымызды қорғау және сақтау үшін табиғат саяхатшыларының ауқымын кеңейтуді мақсат етеді.

Кілт сөздер. Геология, геопарк, туризм, әлеует, табиғи мұра, экотуризм, эрозия

Annotation. *Geotourism is of great importance for strengthening the links between the natural environment and society. This sphere of tourism contributes to the emergence of such qualities as recognition, study, popularization of natural heritage. First of all, the goal is to expand the circle of nature travelers in order to protect and preserve our values.*

Keywords. *Geology, Geopark, tourism, potential, natural heritage, ecotourism, erosion*

Аннотация. *Геотуризм имеет большое значение для укрепления связей между окружающей природной средой и обществом. Данная сфера туризма способствует появлению таких качеств, как признание, изучение, популяризация природного наследия. Прежде всего, цель состоит в том, чтобы расширить круг путешественников по природе, чтобы защитить и сохранить наши ценности.*

Ключевые слова. *Геология, геопарк, туризм, потенциал, природное наследие, экотуризм, эрозия*

Кіріспе. Геотуризм әлемдік дамушы саланың жаңашыл бастамасының бірі. Оның қарқындылығын арттыру үшін нақты қадамдарды жасау шарт. Бұл қадамдардың бірі аймақтың геологиялық ерекшеліктерін анықтау. Геотуризмді дамыту мүмкіндігі бар аймақтарды толықтай зерделеу. Геотуризм туристер ағынын арттыру мақсатын көздемейді, ол табиғи мұраларымызды қорғау және сақтау үшін белсенді табиғат жанашырларын тартуды, олардың санын арттыруды мақсат етеді. Бұл саланың негізгі нысаны – геопарктер. Геопарк – ерекше құрылымды, ландшафт тартымдылығы өзгеше, ерекше қорғалатын аймақтар. Мұндай аймақты құрудың басты мақсаты – флора мен фаунаны қорғау, олардың сақталуына жағдай жасау, туристерді және отандық азаматтарды табиғатты аялауға шақыру. Туризмнің бұл түрі өзін ғана дамытып қоймайды, этно және экотуризмнің де ілгері жылжуына өз ықпалын тигізеді. Аталған туризм түрлері бұл саланың жаңашыл бастамалары. Қазірге заманда әлемдік экономикада ойып тұрып орын алар туризм саласы Еуропа елдерінде қарыштап дамуда. Оның нәтижесі туристердің сыртқа ағылуы мен сұраныстың артуы. Еуропа елдерінің туристік аймақ ретінде барлық қажеттілікті қамтамасыз ете алуы. Бұл біздің де қолымыздан келеді. Кең даламыздың көркіне айналған небір тамаша табиғат ғажайыптары мен тарихпен ұштасқан мәдени мұралардың алуан түрлілігі туризм саласының бірқатар түрлерін дамытуға мол мүмкіндігін береді. Қаншама қызыл майданның отына жанбай, рухын құлатпаған, елі мен жері үшін барын берген батыр тұлғалардың Отаны, салт-дәстүр мен әдет-ғұрыпқа бай мекен, еңселі қазақ елінің рухани құндылықтары да жетіп артылады. Еліміздің басты ерекшелігі міне осында, яки шет ел азаматтарының қызығушылығын тудыратын бұл біздің мәдениетіміздің қайталанбастығы, табиғат жауһарларымыздың тартымдылығы мен тарихи жәдігерлеріміздің алуандығы. Туризм - елімізді жаһанға паш ету үшін таптырмас құрал. Қазақстан аймағы туристік объектілерге өте бай. Тек оны дамыту үшін жұмыс жасау қажет. Еліміз қазіргі уақытта осы мәселеге көп көңіл бөліп, баса назар аударуда. Елбасымыз әр жолдауында даму бағдарламаларының маңызды бөлігі ретінде туризмді дамыту мәселесін атап өтеді. Аталған мәселелер бойынша дамыту жоспарлары жасақталып, жұмыс жүргізілуде. Бұл қуантарлық жағдай. Алайда, бізге әлі де көп күш, қажырлы еңбек, жаңашыл идея қажет. Себебі, туризм тек ел атағын шығаруда ғана емес экономикалық жағдайдың жоғарылауына да өз үлесін қосады.

Республикамыздың әр өңірі қайталанбас өзгешеліктерге ие. Оңтүстік бөлігіміз тарих пен мәдениеттің ошағы болса, солтүстік және шығыс аймақтарымыз тамаша табиғатымен, таза ауасымен, қалың орманымен көзге түседі. Батыс бөлігіміз киелі мекендердің бірі, геологиялық құрылымы ерекше табиғат объектілері мен тарих мұралары жетіп артылады. Батысымыздың көп бөлігін кезінде теңіз суының шаюы, ондағы қайталанбас табиғат объектілерінің пайда болуына әкелген болатын. Осындай ғажайыпқа бай еліміздегі облыстың бірі Атырау болып табылады. Ендеше, мұнайлы өлкенің құндылықтарымен таныссақ.

Облыстың аумағы Каспий ойпатының солтүстік-шығыс бөлігін, Жем қыраты мен Үстірттің батыс шетін, Каспий теңізінің солтүстік бөлігін қамтиды. Геологиялық тұрғыдан қарастырсақ облыс көне Шығыс Еуропа платформасына ендеп кірген Каспий маңы ойпатының оңтүстік

жағалауын алып жатыр. Тектоникалық дамуы геологиялық кезеңдерге сәйкес келеді. Аймақта жоғары пермь-триастық, юра-палеогендік, неоген-төрттік даму кезеңдері айқын байқалады. Климатына келер болсақ континенттігі тым басым. Жаз маусымының ең ыстық айы шілде, ауаның орташа температурасы 24-25°C. Ал, қыс маусымының ауасы қаңтар айындағы орташа температура -8°C, -12°C қамтиды [1].

Қазірде аймақ экономикасының баса назар аударып жатырған бағыттарының бірі туризм саласын қарқынды түрде дамыту болып табылады. Атырау облысына жаһанның 50-ден астам елінен 1000-нан астам шетелдік компаниялардың бірлесе қызмет етуі туризмнің іскерлік саласын ілгерілетуге өзіндік ықпалын тигізуде. Облыс аумағы бойынша туризм саласын алға жылжытудың маңызы зор. Себебі, Каспий маңында орналасқан өңірді туризмді дамыту үшін қолайлы аудан деп қарастыруға өз мүмкіндіктері жетерлік. Мысалы, емдік-сауықтыру, мәдени-танымдық, гео және экотуризм, белсенді демалыс түрлерін дамытуға мүмкіндіктері бар. Спорттық туризмге байланысты адамдардың қызығушылықтарына байланысты әр түрлі демалыс түрлерін ұйымдастыруға болады. Мысалы, апталық демалыс күндерін балық аулаумен өткізуде жаны сүйетін жандар үшін, балық аулаудың арнайы материалдық-базаларын дайындап, демалыс жоспарын жасауға болады.

Одан бөлек Атырау облысының туризмнің басқа да түрлерін дамыту үшін бірқатар ерекше әлеуеті бар. Мұнда Каспий теңізінің солтүстік бөлігінің мемлекеттік қорық аймағы, Новинск мемлекеттік табиғи (зоологиялық) қаумалы, Ақжайық мемлекеттік табиғи резерваты, Борлы тау тізбектері (Ақкергешен және Ақтолағай), Ақкергешен үстірті, Иманқара тауы мен үңгірі, Қамыскөл, Индер көлі және ерекше құрылымды үңгірлер, тұзды күмбездер мен тағы да басқа объектілер көптеп орналасқан [2]. Аталған объектілер ішінен геологиялық құрылымы өзгеше, геопарктік аймақ ретінде туристік әлеуетті арттыруға мүмкіндігі жетерлік, қайталанбас ерекшелігімен көзге түсетін орындарға тоқтала кетейік.

Ақкергешен үстірті. Атырау облысының Құлсары ауылынан солтүстік-шығыста 56 км жерде орналасқан. Танымал болуының бірқатар өзгешелігі үстірттегі бор шөгінділерінің көптігі және үстірт аумағында теңіз жануарларының әртүрлі қалдықтарының болуы [3]. Бұл аймақтан көне дәуірде жойылып кеткен құрлық және теңіз жануарларының сүйек қалдықтарын, көптеген теңіз өсімдіктерінің қураған бұталары мен теңіз түйіршіктерін таба аласыз. Мұндағы борлы жартастар ежелгі қалалардың қираған кейпіне ұқсайды. Ерекше құрылымымен қызығушылықты оятатын бұл аймақ экзотиканы, қайталанбастылықты ұнататындарға немесе жай ғана геологияны, палеонтологияны жаны сүйетін туристерге арналған. Үстірт атмосферасы келушілерге ерекше сезім сыйлайды, себебі алғаш көргенде қоршаған аппақ таулардың көз тартарлық сұлулығынан шыға алмайсыз, онда сіздің бойыңызда бейне бір тыныштық пен ақтық қасиеті пайда болады. Ақкергешен үстіртіне келушілердің әлеуетін арттыру, тылсым табиғаттың өнеріне ерекше құрмет көрсете алатын жандардың табиғатпен байланыс орнатуына мол ықпалын тигізеді.

Иманқара - Каспий ойпатының солтүстік-шығысындағы дөңгелек пішіндегі оқшау аласа тау. Құлсары қаласынан солтүстік-шығысқа қарай 65 км жерде орналасқан. Абсолюттік биіктігі 200 м, ұзындығы мен ені 8-10 км. Пайда болған кезеңі-төрттік кезең, миоцен. Биіктеу батыс бөлігі жарқабақтанып тілімденген, қалған бөліктері үстіртті жазық болып келеді. Тау етегінде бұлақ көздерін кездестіруге болады. Батыс Қазақстан аумағындағы таулардың борлы қасиетін сақтаған Иманқара борлы таулардың қатарына кіреді [4]. Тау табиғаты көз сүйсіндірер әсем, тау бөліктерінде ашық алаңқайлар кездеседі. Таудың пішіндері күн мен жаңбыр суының әсерінен эрозияға ұшырап, өзгеріске түскен. Иманқара тауының маңайында ақ ұлу, бор тастан жасалған кішігірім төбелер де бар. Кей деректерге сүйенсек, бұл аймақтан ерте кездегі жануарлардың қаңқа сүйектері мен тістері табылған деседі.

Иманқара үңгірі - аттас таудың батыс беткейінде Атырау және Ақтөбе облыстарының шекарасында Мұқыр елді-мекеніне бағытталған тасжолдан 6 км жерде орналасқан. Көлбеу түрінде қашалған үңгірдің тереңдігі 10 м. Сипаттамасына келер болсақ, 3 дәлізден және қосалқы қуыстардан тұрады, ені – 300 м, биіктігі – 200 метрді құрайды. Тарихи деректер бойынша біздің эрамызға дейінгі 5-3 мыңжылдықта үңгірде алғашқы адамдар мекен еткен [5]. Тарихымызбен

байланысқан бұл үңгірді туристерге таныту азаматтық борышымыздың бірі. Өйткені, сонау ерте заманнан жеткен жәдігерімізді сақтап қалу біздің міндетіміз. Үңгірдің антропогендік күштердің әсерінен бүлінуіне жол бермей, туризмнің өзгеше түрінің бірі спелеотуризмді дамытуға арналған бір орын ретінде қарастырып, жұмыс жасау игі іс болар еді.

Индер тауы. Жайық өзенінің сол жақ бөлігінде орналасқан. Абсолюттік биіктігі 52 м, жалпы ұзындығы 25-30 км, ені 10 м. Тау терең шатқалдармен ажыратылған, жеке-жеке тармақталған сілем беткейлерден тұрады. Геологиялық құрылымына келер болсақ пермь кезеңінің тас тұзынан, гипсінен, гипсті – мергелді тактатас сынды жыныстардан түзілген. Жер астындағы тұз күмбезінің бетін қалыңдығы 55 м-дей болатын гипс қабаты жауып жатыр. Индер тауының табиғи мәнін 1934 жылы ашылған борат кені айқындайды. Байырғы теңіз түбіне жиналған тұз қабатынан пайда болған борат өте бағалы өндірістік шикізат болып табылады. Одан бөлек, тау беткейлерінде шипалы минералды бұлақ көздері бар [4]. Бұл таулы аймақтың өзіндік кезекті бір өзгешелігі. Тау аймағындағы пайдалы шикізат көзінің, құрылымы басқаша жартастардың және бұлақ көздерінің бір-бірімен үйлесімділікте орналасуы мұнда келушілер арасында қызықты пікірталастардың болуына септігін тигізеді. Әрине, осындай фактілердің орын алуы келушілер сұранысын арттырады.

Нарын құмы. Каспий маңы ойпатының қос өзен (Еділ мен Жайық) аралығын алып жатқан құмды жазық. Аумағы 25 мың шаршы шақырым. Теңіз деңгейінен 0,21 м төмен орналасқан. Құмды алқап Каспий теңізінің Хвалын және Хазар деп аталатын кезеңдеріндегі шөгінділерден түзілген. Неогон – пермь, триас жыныстары да кездеседі [4]. Белсенді спорттық туризмді ұнататындар үшін автото немесе басқада құмды аймаққа арналған арнайы көліктермен саяхат ұйымдастыруға болады. Мысалы, сафаридегі джиптурлар. Бұл экстримді жаны сүйетіндер үшін таптырмас мүмкіндік. Яғни, ол үшін шетел асудың қажеті жоқ. Өз елімізде де дамытуға мүмкіндік бар.

Тұзды күмбездер. Каспий маңы ойпатында ерекше құрылымды тұз тектоникасына тән күмбездер бар. Ойпатта ежелгі жыныстардан кунгур кезеңінің пермь шөгінділері тараған. Олардың негізінде қалыңдығы 2,5 км тас тұздары шоғырланған. Қысымның орын алуынан тұз массалары алғашқы орнынан жоғарыға қарай сығылып жатқан жыныстарды жарып, тұзды күмбездер құраған. Таудың етегіндегі Индер көлі тұзды күмбездерден келіп қосылатын тұз ерітінділерімен толысады. Тұзды күмбезді тектониканың жедел дамуына байланысты тұзды өзектердің морфологиясы да күрделі болып келеді. Өзара тұзды бұғаздармен байланысқан күмбездер ұялы құрылымдар мен күмбезаралық қораптар қалыптастыруда. Атырау облысының аймағынан көптеген блоктардан құралған 650 жеке тұз күмбезді құрылымдар анықталған. Бұл тұз қабаттарының қалыңдық көрсеткіштері біршама. Индер, Қарашүңгіл, Қараөзен, Тасты және басқа жерлердегі тұзды күмбездердің галогенді шөгінділері жер бетіне шығып жатыр [4]. Аппак тұзды кристалдардан құралған тау күмбездері кез-келген туристті қызықтырмай қоймайды. Аймақтың геологиялық құрылымымен танысу, басқа да ерекшеліктерін зерттеу саяхаттың басты мақсаты болмақ. Алайда, мұның барлығын көзбен көру, сезіну бұл бөлек бір ұмытылмас сезім қалдыраы анық.

Кененбай үңгірі - Құрманғазы ауданында, Каспий ойпатындағы Бесшоқы қыратында орналасқан. Үлкен бес төбеден Бесшоқы атауы шыққан. Төбе көлемі оңтүстік- батыстан, солтүстік-шығысқа 20 шақырым созылған, ені 8-12 метр, биіктігі -14 метр. Кененбай үңгірі судың шайуынан пайда болған табиғи үңгір. Үңгірге кірер ауыз тереңдігі – 4 м жететін сайда орналасқан. Диаметрі 20 м, биіктігі 3-4 м [4]. Қатпарлы тастардан тұратын, сыры әлі де толық ашылмаған үңгір. Спелеотуризмге қызығушылық танытатын туристер үшін, зерттеу жүргізудің бірден бір орны.

Жоғарыда аталған аймақтарда туристік әлеуетті арттыру жұмыстарын белсенді жүргізу үшін туризмнің белсенді спорттық түрлерін, гео және экотуризмді және де спелеотуризмді дамыту қажет. Ол үшін қажет: инвестициялық қаржы көздерінің болуы, қоғам тарапынан қолдау, сапалы жарнама, инфрақұрылымның жоғары деңгейлі болуы, қауіпсіздікті қамтамасыз ету. Ескере кететін басты шарт объектілерге зиян келтірмеу, антропогендік күштерден сақтау шараларын қолға алу. Қорытындылай келе, еліміздегі геопарктік аймақтардың туристік әлеуетін

арттыру бірлесе атқарылған жұмыстарды қажет ететіндігін айтқым келеді. Бұл қоғамдық күштердің ғана емес, мемлекеттің де өз үлесін айтарлықтай деңгейде қосуын талап етеді. Туристік әлеуетті арттыру не үшін қажет? Бұл ұлан ғайыр даланың ғажаптарын жаһанға танымал ету, шетелдік туристерді тарту, олардың елге деген қызығушылығы мен құрметін арттыру, отандық туристерді осындай мұраларды сақтап қалуға шақыру, туризм саласының дамуына өз үлестерін қосуға итермелеу үшін қажет. Алайда, мұның барлығы экономикалық қажеттіліктерді қажет етеді. Сол үшін бізге мол қаржы көзі, инфрақұрылымның сапалық деңгейлігі мен қызмет көрсетудің жоғары көрсеткіштерін қалыптастыру қажет.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Атырау энциклопедиясы. -Алматы: Атамұра, 2000 ж.
2. Мәлімет қоры сілтемесі: <http://kazreg.ia-centr.ru/atyrauskaya>
3. Мәлімет қоры сілтемесі: https://www.tourister.ru/responses/id_27804
4. Туған өлкені зерттеу: оның маңызы және басым бағыттары: облыстық ғылыми-тәжірибелік конференция материалдары жинағы. –Атырау-Сарайшық, 2019 ж. - 332 б.
5. Александр Петров, Юрий Пастухов, «Край белоснежных история», Атырау, 2005 год.

Д.О. АТАШЕВА¹, А.Б. МОЛДАШЕВА¹

¹э.ғ.к., доцент, М.Х.Дулати атындағы Тараз өңірлік университеті
(Қазақстан, Тараз қ.), E-mail: datasheva07@mail.ru, altun_78@mail.ru

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ МЕДИЦИНАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ (ЖАМБЫЛ ОБЛЫСЫНЫҢ МЫСАЛЫНДА)

***Аңдатпа.** Туризмнің осы заманауи түрлерінің бірі – медициналық туризм, ол әлемнің әр түрлі дамыған елдерінде халықаралық туризм саласында барған сайын танымал бола бастады. Мақалада медициналық туризмнің әлемдік деңгейде соның ішінде Қазақстанда, атап айтқанда Жамбыл облысында медициналық туризмнің даму жағдайы мен болашағы мәселелері*

зерттелген, аймақ экономикасына қосатын үлесі, және де оны дамыту жолдары қарастырылған.

Кілт сөздер: медициналық туризм, туристер, шипажайлар, санаторлық -курорттық мекемелер, курорттық сектор

Abstract. One of these modern types of tourism is medical tourism, which is becoming more and more popular in the field of international tourism in various developed countries of the world. The article examines the development situation and future of medical tourism at the global level, including in Kazakhstan, in particular in the Zhambyl region, its contribution to the regional economy, and ways of its development.

Key words: medical tourism, tourists, spas, sanatorium-resort institutions, tourists, resort sector

Аннотация. Одним из таких современных видов туризма является медицинский туризм, который становится все более популярным в сфере международного туризма в различных развитых странах мира. В статье рассматривается состояние развития и перспективы медицинского туризма на мировом уровне, в том числе в Казахстане, в частности в Жамбылской области, его вклад в региональную экономику и пути его развития.

Ключевые слова: медицинский туризм, туристы, санаторно-курортные учреждения, курортный сектор

Кіріспе. Туристік қызмет әлемнің көптеген елдері үшін (әсіресе Еуропалық Одақ елдері үшін) экономиканың табысы жоғары және инвестициясы төмен негізгі секторларының бірі болып саналады. Қазақстан Республикасы да туризм индустриясын дамытуға үлкен назар аударады.

Өздеріңіз білетіндей, туризм – бұл жағажайда демалу немесе кез келген тарихи және мәдени көрікті жерлерге бару ғана емес. Саяхаттың мақсатына қарай туризмнің көптеген түрлері бар. Бұл экстремалды, экологиялық, рекреациялық, білімдік, діни, іскерлік туризм және т.б. түрлерге бөлінеді. Туризмнің осы заманауи түрлерінің бірі – медициналық туризм, ол әлемнің әр түрлі дамыған елдерінде халықаралық туризм саласында барған сайын танымал бола бастады.

Медициналық қызмет көрсетуге байланысты денсаулықты қалпына келтіру, аурулардан арылу мақсатында Қазақстанға келетін туристер саны артып келеді. Денсаулық сақтау шығындары (Еуропа бойынша) күрт өсіп келе жатқандықтан, көптеген тұтынушылар емделудің арзан, қауіпсіз және бірдей тиімді әдісін табу үшін саяхаттау идеясына оң көзқараспен қарайды.

«Бүгінде елге келетін медициналық туристердің нақты статистикалық есебін жүргізуде проблемалар бар. Мысалы, Қазақстан әлемнің 63 елінің азаматтарына визасыз режим енгізді, бұл оларға біздің елде әр түрлі мақсаттарда 14-тен 90 күнге дейін еркін болу құқығын береді. Сондықтан, медициналық қызметке мақсатты түрде келген шетелдік туристердің нақты санын есептеуде қателік бар», - деп хабарлайды Денсаулық сақтауды дамытудың республикалық орталығы [1, 48 б.].

Әлемдік медициналық туризм нарығының көлемі маңызды екені сөзсіз. Медициналық туризм қауымдастығының мәліметтері бойынша жыл сайын дүние жүзінде 14 миллионға жуық адам медициналық көмек іздеп басқа елдерге барады. Бұл оқиғаның құны 50 миллиардтан 70 миллиард долларға дейін.

Таиланд қазіргі уақытта бір миллион 200 мың келушіні қабылдайтын медициналық туризмнің негізгі бағыты болып табылады. Одан кейін жыл сайын медициналық қызмет іздеп миллиондаған туристерді қабылдайтын Мексика келеді. Олардың көпшілігі канадалықтар мен американдықтар.

Мексика 800 000 адам қабылдайтын үшінші орында тұрған АҚШ-тан алда. Осы үш елден кейін, Patients Beyond Borders статистикасына сәйкес, тағы 380 миллион турист Сингапур, Үндістан, Бразилия, Түркия және Тайвань арасында бөлінген [2].

Жаһандық медициналық туризм нарығының көлемі 2019 жылы 44,8 миллиард АҚШ долларын құрады және 2020 жылдан 2027 жылға дейін 21,1% құрама жылдық өсу қарқынымен

өседі деп күтілуде. Жақсырақ денсаулық сақтауды, соңғы технологияларды, инновациялық дәрі-дәрмектерді, заманауи құрылғыларды қоса алғанда, қосымша артықшылықтардың болуы, жақсы қонақжайлылық және жеке күтім осы нарықтың кейбір драйверлері болып табылады. Нарық болжамды кезеңде жылдам қарқынмен өседі деп күтілуде. Нарықтың өсуіне ықпал ететін факторларға сақтандыру төлемдерінің жеткіліксіздігі және жергілікті нарықта медициналық сақтандырудың болмауы жатады. Сонымен қатар, жынысты ауыстыру операциялары, ұрпақты болуды емдеу, тістерді қалпына келтіру және косметикалық хирургия сияқты сақтандыруға жатпайтын процедураларға сұраныстың артуы да нарықты алға жылжытуда [3, 200 б.].

Көптеген косметикалық хирургия процедуралары міндетті емес болып саналады, сондықтан медициналық сақтандыруға жатпайды. Косметикалық хирургия денсаулық сақтау жоспарларының көпшілігінде қамтылмағандықтан және өз қалтасынан төленетіндіктен, басқа елдердегі төмен шығындар шетелдік пациенттер үшін тартымдылықты арттырады. Олар баратын елдерге барған кезде шығындарды үнемдейді және баратын елде белсенді демалыс кезінде арзан бағамен емделудің пайдасын көреді.

Республикалық электронды денсаулық орталығының мәліметі бойынша, 2020 жылы 2 мыңға жуық шетелдік емделуші біздің елдің емдеу мекемелеріне барып, жоспарлы емдеуге 1,2 млрд. 2020 жылы курорттық ұйымдарға 24 мыңнан астам шетелдік қонақтар келді.

Қазақстан Республикасындағы медициналық туризмнің ең дамыған орталықтары – Нұр-Сұлтан, Алматы сияқты мегаполистердің қалалары, сондай-ақ Маңғыстау, Жамбыл, Түркістан және Солтүстік Қазақстан облыстары. Шетелдік емделушілер арасында өте танымал медициналық қызметтер – қатерлі ісік пен туберкулезге арналған химиотерапия, экстракорпоральды ұрықтандыру (ЭКҰ).

Жоғарыда айтылғандай, медициналық туризмде ең танымал және жиі ұсынылатын қызметтер – экстракорпоральды ұрықтандыру, онкологиялық химиотерапия және кардиохирургиялық қызметтер.

Осы клиникалардың бірі, дәлірек айтқанда, Нұр-Сұлтан мен Алматы қалаларындағы бедеулікті емдеу мен №1 ЭКҰ орталығы – «ЭКОМЕД» медициналық орталығы болып табылады.

АҚШ, Түркия, Италия, Оңтүстік Корея сияқты елдердің емделушілері, сондай-ақ ТМД елдері бұл медициналық орталыққа баруға дайын. Мұның басты себебі - жоғары сапалы қызметтер және, әрине, жеткілікті қолайлы бағаның болуы. Дәл осы факторлар шетелдік туристерді тартуға, ұстауға және олардың санының өсуіне ықпал етеді. Біздің елге әйгілі ЭКҰ клиникаларының бірі – Нұр-Сұлтан қаласында орналасқан «Genom-Astana».

Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі, Статистика комитеті (stat.gov.kz) ұсынған деректерге сүйене отырып, 2020 жылдың қаңтарына 10 322 шетелдік Қазақстанға келді. Келушілердің жалпы санынан тек 297 адам емделу мен сауықтыру процедураларын сапарының мақсаты ретінде көрсетті. Дәл осы уақыт ішінде Жамбыл облысына 31 шетелдік қонақтар келді (олардың шығындары 1,011 мың теңгені құрады), арнайы емдік мақсатта. Түркістан облысында 18 адам ғана болды, шығындардың жалпы сомасы 330 мың теңгені құраған кезде [4].

Жамбыл мен Түркістан облыстарында көрсетілетін медициналық қызметтің негізгі түрі – кардиохирургия.

Қырғызстан мен Ауғанстан азаматтары Маңғыстау облысындағы медициналық мекемелердің қызметін алғысы келеді. Маңғыстау облысының медициналық ұйымдары негізінен жалпы бүйрек ауруларын, жүрек-қан тамырлары ауруларын және т.б. бақылап, емдейді.

Қазақстан Республикасындағы емдік-сауықтыру туризмінің меншік нысандары бойынша, келесі түрлерге бөлінеді:

Мамандандырылған орналастыру орындары – табиғи жолдармен емдеу факторларының шипасын қолдануды басты мақсат ететін, халықтың денсаулығын қайта қалпына келтіруді және профилактиканы қамтамасыз ететін емдеу-профилактикалық стационарлық мекемелері. Оған санаторлы-курорттық мекемелі және демалыс ұйымдары жатады.

Емдік санаторийлер мен пансионаттар – төсектермен жабдықталған және табиғи емдік факторлардың (климат, минералды сулар, емдік балшық және т.б.) шипалық қасиеттері негізінде нақты мерзім ішінде науқасты еңбекке жарамды ету емімен қамтамасыз ететін емдеу - алдын алу

ұйымдары. Олардың барлығы мамандандырылған және бір немесе көп профильді, әдетте курорттар мен емдік сауықтыру орындары шегінде орналасқан. Жинақта бірлік саны туралы, науқастарды қабылдауға дайын, олардың саны ең көп айдағы, төсектер (орындар) туралы және емделіп демалған адамдар саны туралы деректер көрсетілген.

Санаторий-профилакторийлер – төсектермен жабдықталған, қызметкерлерді жұмыстан бос уақытында, өндірістен үзіліссіз, емдік-сауықтыру шараларымен қамтамасыз ететін ұйымдар жанында қызмет атқарушы емдеу – алдын алу ұйымдары.

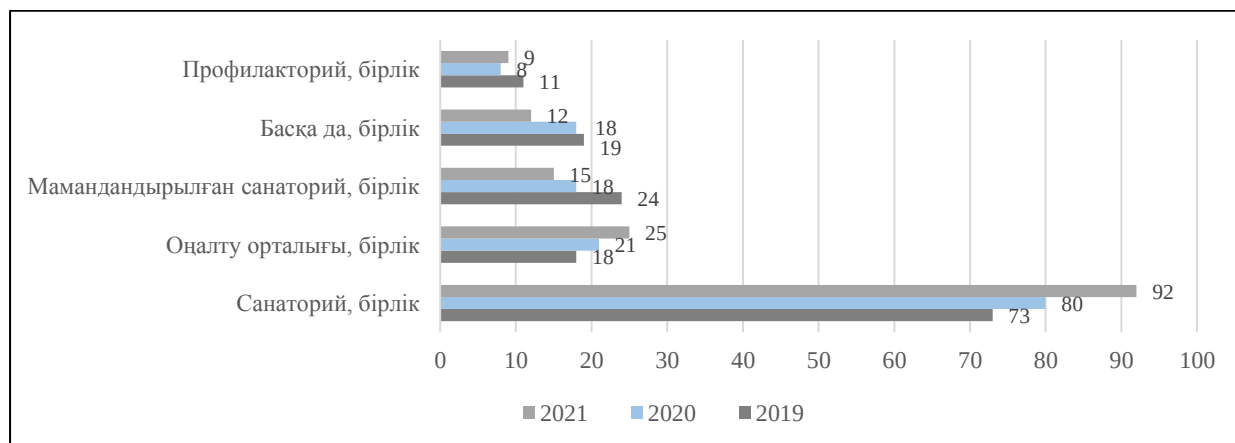


Диаграмма - 1. Қазақстан Республикасындағы меншік нысандары бойынша санаториялық-курорттық ұйымдары, бірлік (2019-2021 ж.)

1-диаграммада меншік түрі бойынша Қазақстан Республикасындағы курорттық ұйымдар санының негізгі көрсеткіштері келтірілген. Диаграммада көрсетілгендей, 2019 жылы санаторлық-курорттық ұйымдардың саны 145 бірлікті құрады, 2020 жылы бұл көрсеткіш өзгеріссіз қалды. Алайда, 2021 жылы сауықтыру мақсатында қызмет көрсететін санаторлық - курорттық ұйымдар санының көрсеткіші 5,6% -ға өсіп, 153 бірлікті құрады.

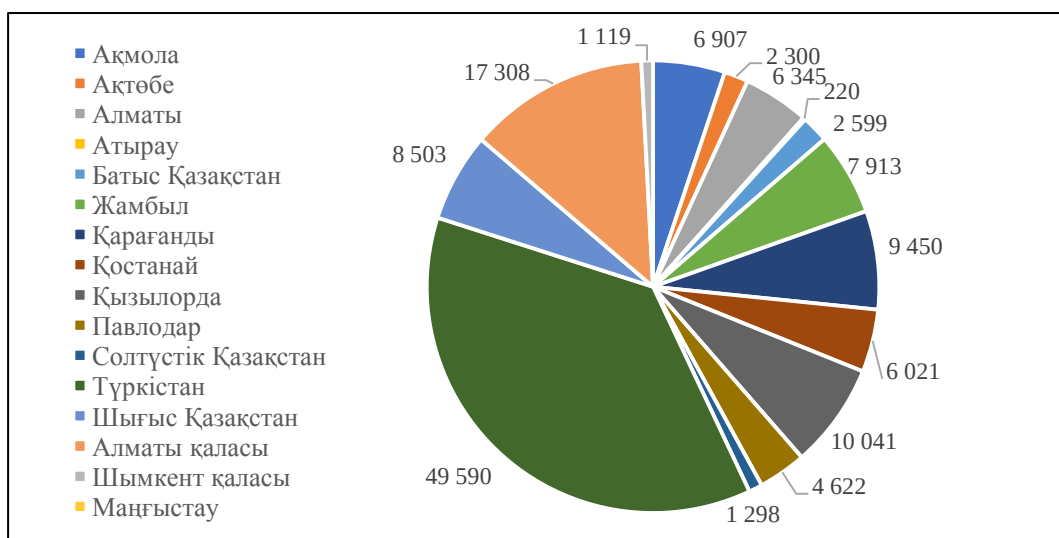


Диаграмма - 2. ҚР-да 2021 ж. бойынша санаторийлерде емделгендер (дем алғандар) саны, адам

ҚР Статистика бюросынан (stat.gov.kz) алынған статистикалық мәліметтерге сәйкес, елімізде келушілерді қабылдайтын 92 шипажай бар. 2020 жылы емделген (демалғандар) саны 134 236 адамды құрады, оның ішінде 146 адам басқа елдің азаматы болып саналады. 2 -

диаграммада 2020 жылға арналған Қазақстанның аймақтарындағы Қазақстандағы курорттарға келушілер санының бөлінуі көрсетілген. Келушілердің ең көп саны Түркістан облысының шипажайларына баруды жөн көрді (49 590 адам), шамамен 10 041 адам Қызылорда облысының шипажайларын таңдады.

Қазақстанның басқа аймақтарындағыдай Жамбыл облысында шипажайлар көп емес, бірақ бальнеотерапия мен балшықпен емдеуге маманданған бірнеше санаторийлер бар.

Мерке шипажайы – Жамбыл облысында, Мерке ауылынан 12 км жерде, теңіз деңгейінен 750 м биіктікте орналасқан бальнеологиялық курорт. Ең жақын теміржол станциялары - Луговое (45 км) мен Шу (110 км).

Жаңадан келген қонақтарды қабылдауды тәуліктің кез келген уақытында, күндіз – медициналық тіркеуші, түнде – кезекші әкімші жүргізеді.

Науқастарды емдеуге арналған №1 және №2 емхана бар, онда тар мамандық дәрігерлерінің қабылдау бөлмелері, физиотерапия кабинеттері, зертхана бар.

Емдеу кезінде науқас сыртқа шықпайды; барлық кеңселер мен асхана іргелес ғимараттарда орналасқан. Барлық қонақ бөлмелері екі орынды, барлық бөлмелерде теледидар, тоңазытқыш жабдықтары бар. Бөлмелерде телефон байланысы бар.

Негізгі табиғи емдік фактор-құрамында радон мөлшері 137-140 нК / л немесе 3500-4800 беккерелге дейінгі радондық минералды су, ол орташа радонды фторлы дәрілік минералды сулар тобына жатады.

Шипажай аймағының климаты да таптырмас, мұнда тау шипажайы аумағынан ағып өтетін тау өзені ауаның иондалуына ерекше концентрация әкеледі және микроклимат жасайды. Шипажайда бальнеотерапиямен бірге физиотерапиялық процедуралар кеңінен қолданылады, мысалы, мырыштау, дәрілік электрофорез, амплипульсті терапия, радон мен шөптермен ингаляция және т.б.[5, 16 б.]

Әр науқасқа физиотерапиялық процедураларды тағайындау кезінде дәрігер термиялық процедураларды, емдік массажды және су процедураларын (ванналар, душтар және т.б.) біріктіретін жеке емдеу бағдарламасын жасайды.

«Мерке» шипажайында мамандар кеңес береді: кардиолог, терапевт, невропатолог, физиотерапевт, хирург, гастроэнтеролог, уролог, гинеколог. Сонымен қатар, ЭКГ, ультрадыбыстық диагностика және клиникалық-биохимиялық зертхана бар.

Сондай-ақ, шипажайда жаттығу терапиясы сабақтары өтетін жаттығу залы бар, сауықтыру жолдары бар.

Шипажайдың профилі - тірек -қимыл аппаратының ауруларын емдеу және алдын алу.

Мерке шипажайында емделуге көрсеткіштер:

– Тірек -қимыл жүйесі мен тірек -қимыл аппаратының аурулары: артрит, остеохондроз, радикулит және т.б.

– Қанайналым жүйесінің аурулары (өршу фазасынан тыс): жүректің ишемиялық ауруы, артериялық гипертензия I - II саты, кардиосклероз, НК I сатысы. ремиссия жағдайында.

– Гинекологиялық аурулар: бастапқы және қайталама бедеулік, жатыр қосалқыларының созылмалы қабыну аурулары, 10 аптаға дейін жатыр миомасы.

– Жүйке жүйесінің аурулары: невроздар, неврастения, неврит, плексит және невралгия.

– Тері аурулары: экзема, псориаз, нейродермит және аллергиялық дерматит т.б.

– Урологиялық аурулар: созылмалы простатит, ремиссия кезіндегі цистит.

– Асқорыту жүйесінің аурулары: созылмалы гастрит, колит, асқынусыз холецистит.

– Тіс аурулары: периодонт ауруы, периостит және стоматит.

– Метаболизм мен эндокриндік жүйенің аурулары: семіздік, метаболикалық бұзылулар, өтемдік сатысындағы қант диабеті, диффузды зоб I - II ст.

– Аяқ тамырларының аурулары: варикозды тамырлар, атеросклероз, эндоартерит және т.б.

«Ақ ниет» шипажайы экологиялық таза, тыныш аймақта, жасыл желектермен және орманды-саябақ аймағында, Ойтал ауылының шетінде, облыс орталығынан Меркеден 5 км қашықтықта орналасқан. Бұл аймақ керемет демалыс пен сауығуға ықпал ететін курорттық

аймақтың керемет климатымен, жасанды су қоймасымен және көркем табиғатымен ерекшеленеді. Шипажай 2007 жылы ашылған және жылдың кез келген уақытында жыл бойы жұмыс істейді, емделу сіздің денсаулығыңызға пайдалы әсер етеді.

Емдеумен (сауықтырумен) сауатты ұйымдастырылған өмір, қазіргі медицинаның жетістіктері науқастардың тез сауығуына ықпал етеді. Шипажайда аса білікті дәрігерлер жұмыс істейді – физиотерапевт, акупунктура дағдылары бар невропатолог, акушер-гинеколог, стоматолог, адамдарға денсаулықты қалпына келтіруге, демалысын толық және қызықты өткізуге көмектеседі.

3-диаграммада 2019-2020 жылдар аралығында Жамбыл облысына саяхат мақсатында келген келушілердің таралу көрсеткіштері көрсетілген.

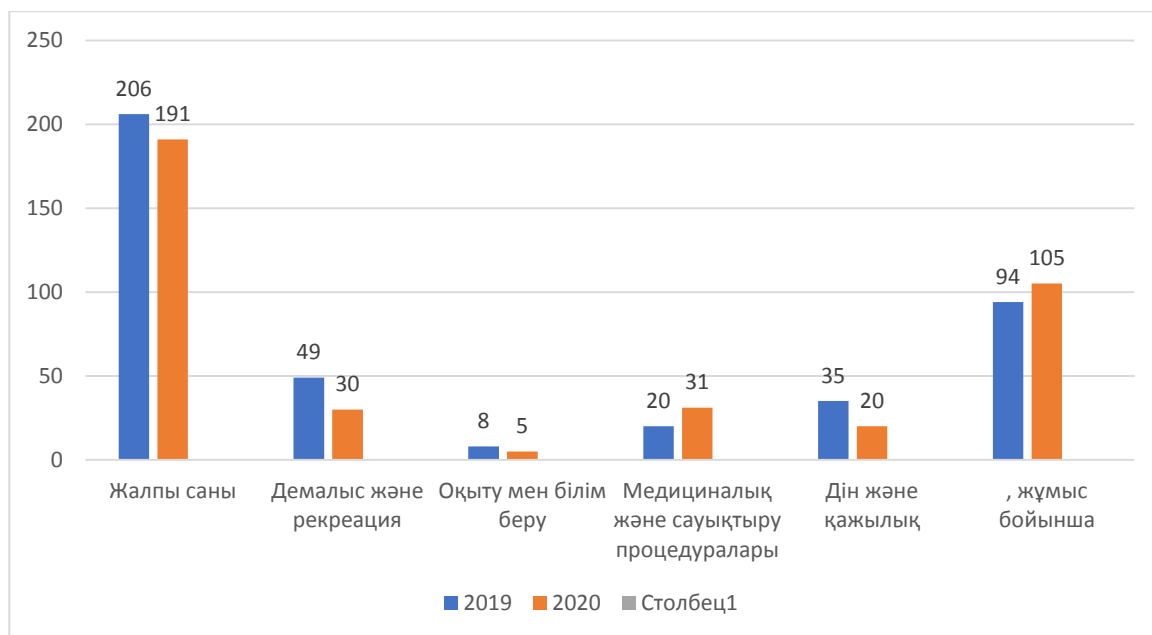


Диаграмма - 3. 2019-2020 ж. Жамбыл облысына келген туристердің саяхат мақсаты бойынша таралуы, адамдар

Бірінші диаграммадан туристік мақсаттарда медициналық және сауықтыру процедураларына қарағанда іскерлік пен кәсіпқойлық басым екенін көруге болады. Емдеу-сауықтыру процедураларын жүргізу мақсатында келген туристердің келу көрсеткіші 2019 жылы Жамбыл облысына келушілердің жалпы санының 9% ғана құрайды. Бір жылдан кейін, яғни 2020 жылы бұл көрсеткіш 7,2%-ға өсті, бұл Жамбыл облысына келген туристердің жалпы санының 16,2%-ын құрайды.

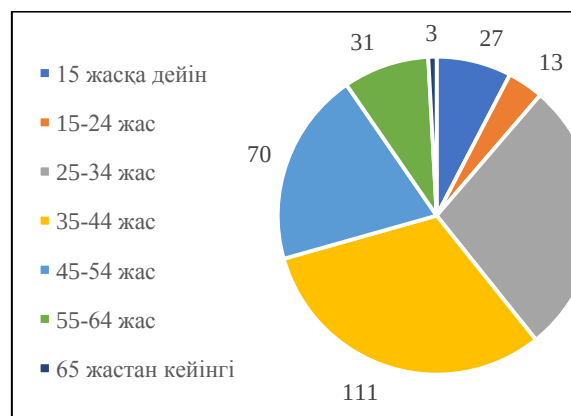
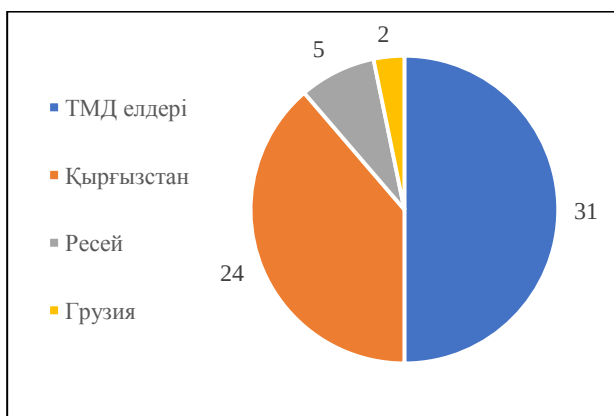


Диаграмма - 4. Келушілердің мақсаты мен тұрғылықты жері бойынша бөлінуі

2020 ж., адам

Диаграмма - 5. 2020 жылға Жамбыл облысына келетін келушілер саны, жас бойынша, адам

4 -диаграммада 2019 жылға арналған келушілерді мақсатына және тұрғылықты еліне қарай бөлу көрсеткіштері келтірілген. Кестеде көрсетілгендей, бұл негізінен ТМД азаматтары (31 адам).

4-диаграммада Жамбыл облысына келушілердің сауықтыру және емдік мақсатта 2020 жылға жас санаттары бойынша бөлінуі көрсетілген. Келушілердің ең көп саны 35-44 жас тобында (111 адам) 2020 ж. Жамбыл облысына барған 99 адам 25-34 жас аралығындағы, 70-ке жуық адам 45-54 жас аралығындағы адамдарға тиесілі. Яғни, орта жастағы адамдар Жамбыл облысындағы санаторлық-курорттық және емдеу мекемелерінің негізгі тұтынушылары болып табылады [6, 15 б.].

Санаторлық-курорттық мекемелердің көркем жерлерге - ормандарға, тау бөктері мен саябақ аймақтарына, тоғайларға қолайлы орналасуына қарамастан - олардың экологиялық жағдайы белгіленген талаптарға сәйкес келмейді. Көктемгі су тасқыны кезінде пестицидтер мен олардың ыдырау өнімдерінің қалдық мөлшері емдік және минералды суларда кездеседі. Шипажайлардың санаторлық-гигиеналық режимінің бұзылуы негізінен атмосфералық ауаның автокөліктерден, жақын маңдағы өнеркәсіптік және коммуналдық кәсіпорындар шығарындыларынан жоғары ластануымен байланысты.

Алайда курорттық сектордағы жағдай жақсы дамымай отыр. Бір жағынан, көптеген курорттық мекемелер, жалпы қызмет көрсетуге баса назар аудара отырып, өз қызметінің медициналық жағына аз көңіл бөле бастады. Екінші жағынан, қызмет ету деңгейі бойынша керемет табиғи емдік балшық, ерекше су сапасы, тұзды ерітінділер, газдары бар аймақтар әлі де көп нәрсені қалайды. Адамдар демалып қана қоймай, сауығып, сауығып, әрі қарай емделуі үшін осы жағдайды теңестіріп, табиғи ресурстарды, алып тәжірибелік тәжірибені және еуропалық қызметті біріктіруді үйрену қажет [7].

Жоғарыда айтылғандардың бәрін қорытындылай келе, біз Қазақстанда шипажай нарығын дамыту үшін келесідей қорытынды жасай аламыз:

- осы саладағы кәсіпорындар клиенттерді тарту мақсатында жыл сайын Қазақстанда өткізілетін халықаралық көрмелер мен жәрмеңкелерге қатысуға;

- санаторлық-курорттық мекемелердің қызметін реттейтін заңнамалық базаны қалыптастыру және нығайту, сондай -ақ экономикалық дағдарыс кезінде бұл саланы қолдау (салық төлемдерін азайту);

- осы бағыттағы ғылыми зерттеулердің тиімділігін арттыру және күшейту мақсатында санаторлық-курорттық аймақтағы статистикалық деректердің көрсетілуін түзету болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Ветитнев, А.М./Лечебный туризм [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.М. Ветитнев. - М.: ФОРУМ, 2010.
2. <https://www.statista.com/statistics/1013813/leading-medical-tourism-countries-value/>.
3. Факторы, влияющие на востребованность рекреационных услуг в регионе Кавказских Минеральных вод / Н. В. Ефименко, Е. А. Слатвинская, И. И. Гайдамака и др. // Физиотерапия, бальнеология и реабилитация. – 2017. – Т. 16, № 4. – С. 200-203.
4. <https://stat.gov.kz/>.
5. Қалдыбай, Е.Ж./Өңірдегі санаторлы-курорттық туризмді талдау және дамыту (Жамбыл облысының материалдарында): 7M04122 – «Мемлекеттік басқару және әкімшілік ету»/ Е. Ж. Қалдыбай; Ғылыми жетекшісі: э.ғ.к., доцент м.а. Мирсаитов М.Р. - 2020; Тараз, 2020.

6. Medical tourism product strategy, 2013 г. www.medicaltourismstrategy.com/medical-tourism-strategies/medical-tourismproduct-strategy/.
7. <https://www.medego.com/en/blog/9254>.

Э.Е. АЛЬЖАНОВА

*к.и.н., доцент, Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, г. Туркестан), e-mail: elmira.alzhanova@iuth.edu.kz*

РАЗВИТИЕ ГОНЧАРНОГО ПРОИЗВОДСТВА В ТУРКЕСТАНСКОМ КРАЕ В КОНЦЕ XIX ВЕКА

***Аннотация.** Характерной особенностью кустарного производства Южного Казахстана было то, что эта важная отрасль народного хозяйства, хотя и претерпевала в изучаемый период некоторую эволюцию, в основном, сохраняла веками сложившиеся черты. Даже тогда, когда в экономику края стали проникать капиталистические отношения, наряду с фабрично-заводской промышленностью тесно уживалось ремесло, основанное на архаичных навыках и традициях, пытавшееся конкурировать с более дешевыми изделиями фабричной промышленности, не всегда, однако, удовлетворявшими вкусы коренного населения края.*

***Ключевые слова:** Туркестанский край, гончарное производство, художественная керамика.*

Аннотация. Оңтүстік Қазақстанның қолөнер өндірісінің өзіне тән ерекшелігі – зерттелетін кезеңде түрлі эволюцияға ұшыраса да, негізінен ғасырлар бойы қалыптасқан ерекшеліктерін сақтап қалған халық шаруашылығының маңызды саласы болып табылады. Аймақ экономикасына тіпті капиталистік қатынастар ене бастаған кезде де, зауыттық өнеркәсіптің өнімдерімен қатар архаикалық шеберлік пен дәстүрлерге негізделген қолөнер фабриканың арзан өнімдерімен бәсекелесуге тырысып, барлық кезде болмаса да, аймақтың байырғы тұрғындарының талғамына сай қанағаттандыра білді.

Кілт сөздер: Түркістан өлкесі, қыш жасау, көркем керамика.

Annotation. A characteristic feature of handicraft production in Southern Kazakhstan was that this important branch of the national economy, although it underwent some evolution during the period under study, basically preserved the established features for centuries. Even when capitalist relations began to penetrate into the economy of the region, along with the factory industry, a craft based on archaic skills and traditions closely coexisted, trying to compete with cheaper products of the factory industry, which, however, did not always satisfy the tastes of the indigenous population of the region.

Keywords: Turkestan region, pottery production, artistic ceramics.

Одним из древнейших высокоразвитых промыслов в Туркестанском крае, как свидетельствуют материалы археологических раскопок древних городищ, является гончарное производство. Известно, что в конце XIX века г. Туркестан был одним из административных центров Южно-Казахстанского региона и значительным торгово-ремесленным центром, с присущими позднесредневековому феодальному городу социальными институтами и развитым ремесленным производством [1, с.7], которое, в свою очередь, располагало, как и все прочие ремесленные центры Казахстана цеховыми организациями, в том числе и гончарной.

Здесь вырабатывались изделия высокого качества, разнообразные по форме и окраске, пользовавшиеся большим спросом среди населения. Наличие прекрасной глины тут же в окрестностях самого города позволяли в широких размерах изготавливать глиняную посуду, необходимую для населения. Хорошо выделанные гончарные изделия расходились не только в области, но и за ее пределами - в Семиречье, Перовском, Казалинском уездах и т.д. «... Здешние тарелки и блюда внешним видом несколько не уступают нашему обыкновенному базарному фаянсу: на них наведена цветная глазурь с черными рисунками разных фигур. Глазурь по большей части бывает зелено-травяного, весьма тонкого и нежного цвета...» - отмечал П.Пашино [2, с.129].

Богатые наборы керамики, как уже было сказано, найденные при раскопках многих городищ, побуждают задуматься о гончарном производстве, как о деле не только доходном, но и как о деле искусном. Ведь многие изделия гончарных мастеров можно отнести к художественным. Гончарами вырабатывались изделия высокого качества, разнообразные по форме и окраске, которые специализировались на выпуске художественной керамики.

В изучаемый период Туркестанском крае появились довольно крупные мастерские с весьма целесообразно организованным трудом. Участники производства делились на две группы, а в мастерской над рабочим местом, где стояли гончарные станки, устраивался деревянный помост. Внизу производилась формовка, наверху изделия подсушивались, расписывались и готовились к обжигу [3, с.11]. Каждая группа сначала работала внизу. Когда формовка заканчивалась и надо было переходить к дальнейшим операциям, первая группа поднималась наверх, а у станков ее сменяла вторая группа. Внутри группы было разделение труда, в частности, выделялся мастер по росписи.

Устройство обжигательных печей, гончарных кругов были различны в зависимости от видов обжигаемой в ней посуды. Инструменты, употребляемые в производстве, были примитивными, использовались всеми гончарами и изготавливались почти всегда самими кустарями. Но не все ремесленники-гончары могли сами изготавливать форму. В этом деле тоже были специалисты.

В начале колониального периода мастера - керамисты еще продолжали производить превосходные изделия, отличавшиеся тонкой выделкой, блеском глазурей и прекрасным художественным узором, о чем свидетельствуют предметы, изготовлявшиеся в различных керамических центрах Южного Казахстана, но конкуренция фабричной фарфоровой, фаянсовой и стеклянной посуды заставила их вскоре отказаться от выделки высококачественной и слишком дорогой продукции, не находившей достаточного сбыта. Сохранилось только производство грубого и дешевого товара: различного вида горшков, кувшинов, чаш и блюд, покрывавшихся незатейливыми глазурями, иногда с простым орнаментом, требовавшихся всегда в большом количестве. Этот вид гончарного производства не зависел от фабричной конкуренции и продолжал существовать всюду, как в городах, так и в сельских местностях.

Каждый город и некоторые большие селения в крае имели своих гончаров, которые отделявали глиняную посуду для удовлетворения потребностей местных жителей. В отдаленные селения, где не было своих гончаров, приезжали мастера из близлежащих городов, которые выделяли на местах посуду и распродавали ее сельчанам.

Глиняная посуда выделялась из трех сортов: из простой глины без глазури (поливы), из простой глины глазурованная и фаянсовая посуда. Глина для гончарной работы добывалась повсюду на месте производства и быта, она довольно низкого качества, так как содержала в себе известь, которая после обжигания посуды делала ее пористой и непрочной. К неглазурованной глиняной посуде относились все крупные предметы домашнего обихода: горшки шириной 9-16 вершков, большие кувшины с ручками и горлышками вместимостью около ведра, малые кувшины, большие глиняные сосуды. Эти изделия формировались от руки: перемятая глина накладывалась в виде валиков один на другой послойно, причем слои соединились и сглаживались рукою и маленькой деревянной лопаткой; или выделялись на гончарном станке обыкновенного устройства [4, с.88]. Глазурованная глиняная посуда выделялась из глины, приготовленной таким же образом, как и для простой посуды. Выделанные на гончарном станке и просохшие предметы очищались и сглаживались ножом на станке, после чего их покрывали глазурью. Для производства мастера пользовались местной глиной, которую копали у самого дома. Для приготовления керамической массы употреблялся местный камыш. Таким образом, сырье почти ничего не стоило. Для окраски изделий употреблялись медь, марганец и окись кобальта.

Большой известностью пользовалась художественная поливная керамика Отрара — выразительные изделия, окрашенные полупрозрачными глазурями: зеленой, желтой и синей, с росписями зеленой, коричневой, желтой, синей красками [5, с.130]. Изготавливались чашки различных размеров для жидкой пищи, блюда, кувшины, вазы, чернильницы, тарелки, покрытые прозрачной глазурью, с окраской фона в различные оттенки голубого и синего, реже зеленого. Привлекательны изделия, у которых внутренняя полость расписана красками одного цвета, а внешняя — двумя. Помимо обычных форм производились и оригинальные сосуды для воды, покрытые одноцветной бирюзовой, зеленой или желтой поливой и украшенные рельефным орнаментом; кувшины овальной формы, покрытые одноцветной желтой поливой и накладным выпуклым линейным орнаментом; одноцветные кувшины с геометрическим орнаментом в виде многолучевых звезд; кувшины с низким горлом в форме сильно стилизованных образов птицы или верблюда, что придавало сосудам большую выразительность.

Мастера широко использовали приемы вписывания растительных и геометрических орнаментов в центральные круги (для блюд), трапециевидные отрезки, крестообразно расположенные прямоугольники, треугольные фигуры (с густой прямоугольной сеткой). Чаши оформлялись только снаружи, чаще всего сверху, широкой орнаментальной полосой, снизу — оттеняющей полоской. Росписи носят геометрический (крест, ромб, сетка), растительный и эпиграфический характер. Большим разнообразием отличается растительный орнамент: различные мелкие растительные узоры, служившие фоном для крупных цветочных розеток, цветов или плодов. В композициях с кустами и деревьями эпиграфический орнамент передан в сильной стилизации. В оформлении чаш, блюд иногда сочетаются элементы различных видов орнамента. Так, из отдельных лепестков составлялись сложные розетки или звездopodobные

фигуры. Изображались бытовые предметы, особенно чайники, использовались разнообразные зооморфные фигуры.

Керамика Южного Казахстана имеет много общего с керамикой Ташкента, Самарканда, Ургенча, Бухары [6]. Однако местные самобытные признаки превалируют, в частности, использование в качестве узора тамгообразных знаков, помещаемых в центре чаш. Возможно, мастера, делавшие посуду, ставили свой родовой знак или просто метку, а может быть, знак принадлежал крупным феодалам, которые могли владеть ремесленными мастерскими города. Существование устойчивой традиции тамгообразных знаков и их географическое подобие тамгам казахов в регионе Южного Казахстана можно рассматривать как своеобразную черту, обусловленную особенностями этнокультурных процессов в зонах взаимодействия кочевой и оседло-земледельческих культур [7, с.52]. Неполивная керамика с ее установившейся стандартизацией видов и типов в конце XIX-начале XX вв. несколько огрубляется: по-прежнему много хумов, различных емкостей, горшков, кувшинов, чаш.

Особую отрасль производства в Южном Казахстане составляло изготовление тандыров – особых печей для выпечки хлеба, имевших вид большого сосуда без дна. Тандыры лепились по частям из отдельных полос глины, которые затем соединялись, а швы хорошо промазывались. Их обжигали в специальных печах гончары, которые специализировались на этом виде производства.

Новые условия жизни не давали кустарям возможности отдавать промыслу столько времени и внимания, как это было раньше, когда гончар, изготавливая свои изделия, много внимания уделял качеству, стремясь к тому, чтобы его продукция имела спрос и приносила большой доход, то появление фабрично-заводских изделий, возможно не таких, которые были привычны коренному населению с незапамятных времен, но более дешевых, заставляло кустарей в ущерб качеству увеличивать количество изготавливаемой продукции, возмещая таким образом потери в доходах. Вследствие этого старинный способ забывался, и кустари вместо прекрасных образцов художественного народного творчества поставляли на рынок предметы, которые по качеству были намного хуже прежних. Отсутствие технических усовершенствований снижало стоимость изготавливаемых предметов не только с художественной стороны, но и качественной.

В городских центрах, а местами и при крупных селениях существовало производство кирпича, которого требовалось много в связи с увеличением в колониальный период строительства различных зданий [8, с.2]. Кирпич обжигался в простых по устройству напольных печах. В Чимкентском уезде в 1880 году было пять кирпичных заводов, где работало по 25 рабочих [9, с.1]. Прежний кирпич - квадратный и плоский - был постепенно вытеснен продолговатым кирпичом стандартного русского формата.

Гончары, как правило, имели собственные дома. Мастерские они строили у себя во дворе. Мастера-гончары, кроме промысла, занимались земледелием. Хозяином в мастерской был мастер, который эксплуатировал труд подмастерьев и учеников. Ученики гончаров, как и в других кустарных промыслах края, находились на положении рабочих и выполняли черную работу, получая за это питание и одежду. Содержание ученика стоило мастеру 6-9 руб. в месяц. В том случае, если хозяину была польза от ученика, но последний по каким-то соображениям хотел уйти, чтобы его удержать, хозяин помимо денег, которые тратил на содержание, выплачивал деньгами по 20-30 коп. в день, а потом увеличивал эту сумму до 60-80 коп. [10, с.6].

В конце XIX века гончарное производство в Туркестанском регионе, как и во всем Казахстане, пришло в упадок в сравнении с тем положением, которое оно занимало в период завоевания края. Производство обливной посуды сохранилось, но более грубое, а тонкие работы уступили место произведениям фарфорового производства. Сохранилось значение, главным образом, не обливной посуды, служившей для хранения воды, молока и других жидкостей.

Гончарное производство помимо Туркестана и Отрара было развито и в других округах и городах Южно-Казахстанской области - Сауран, Икан, Тараз, Кулан, Сыгнак. Ниже приводятся данные, отражающие состояние гончарного производства в Чимкентском уезде [11, с.2]:

Год	Число заводов	Сумма производительности	Число рабочих
1879	гончарных - 10 кирпичных - 4	900 руб.	30
		800 руб.	20
1880	гончарных - 11 кирпичных - 5	1200 руб.	33
		1600 руб.	25

Появление фабрично-заводских изделий привело к разорению мелких кустарей с одной стороны, с другой-совершенствовались орудия производства. Реализация гончарных изделий происходила по-разному, но в основном она сводилась к двум типам: во-первых, происходила продажа через посредников и, во-вторых, продажа непосредственно покупателю. Большинство гончаров потеряли свою прежнюю самостоятельность и были зависимы от скупщиков. Скупщики жестоко эксплуатировали ремесленников-кустарей, окутывая их кабальными сделками и зачастую разоряя мелких и средних кустарей.

Для улучшения гончарного и других промыслов секретарь Туркестанского кустарного комитета В.К. Розвадовский и другие предлагали устроить лаборатории, указывали на необходимость организации передвижной керамической школы, которая обслуживала бы в техническом и художественном отношении ремесленников. Они же предлагали организовать артели и кустарные кооперативы, которые могли бы освободить их от услуг скупщиков. Кроме того, они предлагали организовать долгосрочный кредит кустарям сроком на 10-12 лет.

С проникновением капиталистических отношений в экономику Южного Казахстана изменяются существовавшие ранее отношения в ремесле, в том числе и в гончарном производстве. Оно все более становится товарным. Несмотря на то, что гончарное производство в Туркестанском регионе, как и во всем Казахстане, больше, чем другие ремесла, испытывало конкуренцию фарфоровых изделий, привозимых из России, все же вплоть до 20-х годов XX в. оно продолжало существовать, обеспечивая в значительной степени нужды коренного населения.

Исследование и обобщение архивных и опубликованных материалов по истории мелкотоварного производства в Южном Казахстане во второй половине XIX - XX вв. свидетельствует, что завоевание юга Казахстана Российской империей способствовало определенному изменению всей общественной жизни края, которое коснулось и ремесленно-кустарной промышленности. В рассматриваемый период в силу колониальной политики царизма промышленность не получила своего подлинного развития. Шел интенсивный процесс превращения края в источник сырья и рынок сбыта для готовой продукции промышленности метрополии. Следует отметить, что сложившиеся политическое и социальное-экономическое положение оказывало отрицательное влияние на дальнейшее более широкое развитие кустарно-ремесленной промышленности. В частности, отдельные отрасли ремесла, не выдержав конкуренции фабрично-заводской продукции, пришли в упадок. Завозимые из России фабричные ткани в значительной степени вытеснили из обихода городского населения бумажные ткани ремесленного производства; лишь в сельской местности сохранился спрос на низкие и грубые сорта тканей. В значительной мере утратила свое бывшее значение металлообрабатывающая кустарная промышленность. Не выдержали конкуренции с завозимой из России фарфоровой посудой изделия гончарного производства, за исключением грубой глиняной посуды.

Вместе с тем изученные данные по обобщению ремесленно-кустарному производству свидетельствуют о том, что в Южном Казахстане в течении всего колониального периода и даже в первые годы установления Советской власти продолжали сохранять свое значение многие виды ремесленно-кустарного производства, которые снабжали край некоторыми товарами первой необходимости. В новых условиях местные мастера начали приспосабливаться к потребностям рынка, используя завозное сырье для изготовления продукции, что не могло улучшить ее

качества. Появились новые отрасли ремесла, такие как кровельное, часовое и другие, неизвестные до этого времени, но уже привнесенные колониализмом. Расширился ассортимент изделий, изготавливаемых местными мастерами. Продукция ремесленников-кустарей имела спрос и со стороны русского населения. Вследствие увеличения потребности в продукции определенного вида ремесла и за счет разорившихся мелких товаропроизводителей происходило расширение мастерских, а вместе с тем появились предприниматели - хозяева, с одной стороны, а с другой, - мастера, лишенные средств производства и работающие по найму. Однако, несмотря на все эти изменения положительного характера, в целом кустарно-ремесленное производство Южного Казахстана на протяжении всего изучаемого периода продолжало сохранять архаичные черты, сложившиеся еще в средние века. Оно велось при наличии небольших средств и несовершенных орудиях труда.

В ремесленно-кустарной промышленности решающее значение имел ручной труд. Только полное овладение навыками производства, высокая трудоспособность и знание своего дела делали возможным изготовление высокохудожественной и разнообразной продукции, которой славился край.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Массон М.Е. Мавзолей Х.А.Ясеви. -Ташкент, 1930. -С.7.
2. Пашино П.П. О фабричной и торговой деятельности в Туркестанской области //Известия Русского географического общества. -Т.3. -СПб., 1867. -С.129.
3. ЦГА РУ. Ф. 1619. Оп.12. Д.14, л.11.
4. Бродовский М.М. Технические производства в Туркестанском крае. -СПб.,1875. -С.88-99.
5. Байпаков К.М. По следам древних городов Казахстана: (Отарский оазис). -Алма-Ата: Наука, 1990. -С. 130.
6. Балков В. Кустарно-ремесленная промышленность Средней Азии. -Ташкент, 1927. -194 с.
7. Смагулов Е.А. Тамгообразные знаки на керамике Южного Казахстана //Проблемы изучения и охраны памятников культуры Казахстана. Тезисы докладов. -Алма-Ата, 1980. -С.52.
8. ЦГА РУ. Ф.И-1. Оп. 12. Д.507, л.2.
9. ЦГА РУ. Ф.И-17. Оп. 1. Д.19416, л.1.
10. Розвадовский В.К. Опыт исследования гончарного и некоторых других кустарных промыслов в Туркестанском крае //Туркестанское сельское хозяйство. -1916. -№ 7.
11. ЦГА РУ. Ф.И-17. Оп. 1. Д. 19228, л. 2.

L.S. BEKMUKHAMBETOVA

*Master of Economic Sciences
Kostanay State Pedagogical University named after A. Baitursynov
(Kazakhstan, Kostanay), E-mail:lazat-83@mail.ru*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TRANSITION TO A «GREEN ECONOMY» IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract. *This article discusses the problems and prospects of transition to a «Green economy» in the Republic of Kazakhstan. The need for sustainable development is caused not only by a limited*

number of natural resources, but also by an ever-growing amount of information and knowledge, which is manifested in the development of qualitatively new technologies.

Keywords. «Green technologies», new technologies, energy efficiency, resource conservation, environment.

Аңдатпа. Бұл мақалада Қазақстан Республикасындағы «жасыл экономикаға» көшудің проблемалары мен перспективалары қарастырылады. Тұрақты даму қажеттілігі табиғи ресурстардың шектеулі санына ғана емес, сонымен қатар сапалы жаңа технологиялардың дамуында көрінетін ақпарат пен білімнің үнемі өсіп келе жатқан көлеміне байланысты.

Кілт сөздер: «жасыл технологиялар», жаңа технологиялар, энергия тиімділігі, ресурстарды үнемдеу, қоршаған орта.

Аннотация. В данной статье рассматриваются проблемы и перспективы перехода к «зеленой экономике» в Республике Казахстан. Необходимость устойчивого развития обусловлена не только ограниченным количеством природных ресурсов, но и постоянно растущим объемом информации и знаний, что проявляется в разработке качественно новых технологий.

Ключевые слова. «зеленые технологии», новые технологии, энергоэффективность, ресурсосбережение, окружающая среда.

Introduction. The rapid pace of development of the world economy, due to global industrialization, in the second half of the twentieth century caused the aggravation of economic and social problems. The raw material model of economic growth, which dominated in many countries, exposed old and gave rise to new contradictions in the interaction of man with nature. Repeated discussion of possible environmental problems in the future while maintaining the existing model of interaction with nature since the 1980s led to the formation of the concept of sustainable development, the basic principles of which were announced in 1992 at a conference in Rio de Janeiro [1].

Sustainable development refers to the cessation of irrational use of environmental resources, which is very difficult to implement in the conditions of modern market competition. The need for sustainable development is caused not only by a limited number of natural resources, but also by an ever-growing amount of information and knowledge, which is manifested in the development of qualitatively new technologies [2]. The first President of the Republic of Kazakhstan, Nursultan Nazarbayev, emphasized the main points of our country's development in the Development Program until 2050. The main idea of this Program is the systematic transition of Kazakhstan to a «Green economy». This means that by 2050 Kazakhstan has a chance to become a republic with balanced economic, environmental and social indicators [3].

Methods. The leading method of research was a literary review. We reviewed a number of documents. One of the documents defining the main directions of sustainable development of our country is the Concept for the transition of the Republic of Kazakhstan to a «green economy», which was approved by Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated May 30, 2013 No. 577. In accordance with this Concept, the «Green economy» is an economy with a high standard of living of the population, with an even and careful use of resources in the interests of future generations and to comply with international environmental obligations.

The «Green economy» will become a significant tool in achieving the main goal of Kazakhstan – entry into the 30 most developed countries of the world. The measures carried out within the framework of the «green economy» will contribute to an additional increase in GDP by 3%, will form new industries and services. As a result, more than 500 thousand new jobs will appear, the standard of living will increase. According to calculations, the volume of investments for the implementation of the set goals will amount to about 1% of GDP annually, or 3-4 billion US dollars [4].

The main prerequisites for the transition to a «Green economy» are:

1. Inefficient use of resources in key sectors of the economy, which leads to lost profits, which in 2030 may amount to about 14 billion US dollars;
2. Lack of incentive for technological improvement of industry due to the inadequacy of the pricing system for energy resources;
3. Significant decrease in indicators related to natural resources and the environment;
4. High dependence of the economy on the export of raw materials and, as a result, exposure to price fluctuations in commodity markets;
5. Differences in economic and environmental indicators between regions, untapped potential of regions;
6. Promoting the transition to sustainable development in the Central Asian region through the successful implementation of such global projects as the EXPO-2017 exhibition with the theme «Future Energy» and the Green Bridge Partnership Program.

The results of the study. *The necessity of Kazakhstan's transition to a «green economy» is beyond doubt.* First of all, this is due to a significant upgrade and improvement of the infrastructure over the next 20 years. By 2030, it is planned to rebuild 55% of buildings, 40% of power plants, 80% of motor vehicle fleets. Thus, it is possible to create an infrastructure with rational use of resources. Otherwise, due to inaction, the problem of backward, uncompetitive infrastructure will arise. The second confirmation is the high growth rate of demand for "green" technologies. «Green» technologies are more economical in comparison with traditional ones, and will soon replace them.

According to the classification of the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), green technologies cover the following areas:

- general environmental management (waste management, water and air pollution control, land restoration, etc.);
- energy production from renewable sources (solar energy, biofuels, etc.), mitigation of climate change, reducing harmful emissions into the atmosphere, improving fuel efficiency, as well as energy efficiency in buildings and lighting devices.

Table 1. In accordance with the Concept of the transition of the Republic of Kazakhstan to a «Green economy», the following target indicators were developed by sectors:

Sector	Description of the goal	2020 r.	2030 r.	2050 r.
Water resources	Elimination of water scarcity at the national level	Provide water to the population	Provide agriculture with water (by 2040)	Solve water supply problems once and for all
	Elimination of water scarcity at the basin level	The fastest possible coverage of the deficit in the basins as a whole (by 2025)	No shortage for each pool	
Agricultural industry	Labor productivity in agriculture	Increase by 3 times		
	Wheat yield (t/ha)	14	$\frac{1}{2}\bar{0}$	

Table 2.

	Irrigation water costs (m3/t)	450	330	
Energy efficiency	Reduction of the energy intensity of GDP from the level of 2008	25%	30%	50%

Electric power industry	The share of alternative sources in electricity generation	Solar and wind-driven: at least 3%	30%	50%
	The share of gas - fired power plants in electricity generation	20%	25%	30%
	Gasification of regions	Akmola and Karaganda regions	Northern and Eastern regions	
	Reduction relative to the current level of carbon dioxide emissions in the electric power industry	2012 level	-15%	-40%
Air pollution	Emissions of sulfur and nitrogen oxides into the environment		European emissions level	
Waste disposal	Covering the population with the removal of solid household waste		100%	
	Sanitary storage of garbage		95%	
	Share of recycled waste		40%	50%

Based on these indicators, special measures are being developed to achieve them. One of the urgent problems is air pollution. This problem is especially acute in industrial zones, which are the centers of industrial enterprises. Most of the emissions occur in urban areas, therefore, they need to be given the main attention. Substances that pollute the air have an impact on the incidence of diseases, which in turn damages the national economy in the form of health care costs and reduced labor productivity. *Kazakhstan's emission standards are much higher than European ones and therefore they need to be revised. To solve this problem, the state will take the following measures:*

1. Development and implementation of standards close to the standards of the European Union;
2. Installation and modernization of dust and gas cleaning equipment at generation and industrial facilities located near industrial cities and bringing emissions indicators up to existing standards;
3. Conversion of existing coal-fired power plants to gas, subject to the availability of available infrastructure, gas volumes and economic feasibility;
4. Modernization of large boilers of coal-fired power plants by installing modern equipment regulating the level of emission of dust, sulfur dioxide and nitrogen oxide;
5. Installation by large industrial enterprises, stations and boiler houses of equipment for continuous measurement of the quality of atmospheric emissions;

6. Implementation of continuous monitoring and control of emissions by the authorized body for environmental protection of the Republic of Kazakhstan;
7. The following measures will be implemented in the transport sector to achieve this goal:
8. introduction of a modern transport fleet;
9. establishment of standards for emissions from motor vehicles, based on;
10. conducting regular inspections of cars for exhaust gas quality;
11. gradual transfer of urban transport to compressed gas.

In order to successfully implement the Concept of the transition of the Republic of Kazakhstan to a "green economy", it is important to ensure a sufficient level of knowledge and skills of the workforce, to organize the training of managerial and engineering personnel. To do this, it is necessary to carry out the following activities:

1. Train the required number of engineers on environmental protection and resource productivity issues;
2. To pay more attention to environmental problems in the curriculum of engineering students. This decision is especially important because the economy of Kazakhstan consumes a significant amount of natural resources;
3. Increase the number of qualified engineers by increasing places in engineering faculties of universities;
4. Retraining, advanced training of working engineers, managers and farmers.
5. Include environmental protection topics in the curricula of educational institutions. This will help to educate and form an attentive and careful attitude to natural resources among the younger generation, which will have a positive impact on the economy in the future.;
6. Regularly conduct explanatory seminars to increase the level of environmental literacy of the population.

These measures will make it possible to form a model of behavior of a «green» person, which consists in the rational use of energy, water, minimal environmental pollution, separate garbage collection for its subsequent processing.

In order to achieve the goals, set by the Concept, an association of legal entities «Coalition for Green Economy and Development G-Global», established in March 2013, operates on the territory of Kazakhstan. The Coalition is one of the leading public organizations to promote the implementation of green economy projects, the integrated development of regions based on an ecosystem approach, and the creation of an institutional and legal foundation for the transition to a green economy. The coalition operates in six main directions of the development of the «green economy»:

1. Energy efficiency in housing and communal services;
2. Improving the waste management system;
3. Introduction of renewable energy sources;
4. Organic farming in agriculture;
5. Conservation and effective management of ecosystems;
6. Improvement of the water resources management system [5].

The responsibilities of the Coalition also include regular improvement of the following areas of activity:

1. Creation and improvement of the «green» legal field, through the introduction of «green» norms and recommendations;
2. Creation of the bank of «green projects», formation of rating registers of «green» companies in Kazakhstan;
3. Creation of educational centers teaching «green» technologies.

One of the significant projects of the Coalition is the project «Virtual EXPO-2017».

The coalition is engaged in attracting the public to the preparation and holding of the EXPO-2017 exhibition. The Virtual EXPO-2017 project consists of three platform sites:

1. Virtual exhibition of world achievements of «green» technologies and innovations (www.g-global-expo.org);

2. Republican virtual competition for the selection of domestic innovations (www.online-expo2017.com);

3. EXPO Forum to discuss topics related to the «green economy» (www.group-global.org).

Various economically and environmentally effective inventions, discoveries, and innovations are placed and described in detail on the website of the virtual exhibition. Then there is a discussion of the discoveries by independent experts, familiarization with user reviews, and the inclusion of these technologies in rating registries. There are two databases - Kazakhstan technologies and world technologies.

Within the framework of the EXPO exhibition, on the initiative of the public, a competition «OnlineEXPO-2017» was created in order to select domestic innovations.

The 5 main nominations of the competition are clean technologies in traditional energy, «green» chemistry and waste, alternative and renewable energy sources, resource conservation and energy efficiency, organic agriculture and water resources. With the help of such a competition, the main goal of the EXPO exhibition is achieved - the identification, evaluation, promotion of science and technology achievements. Kazakh scientists and inventors have generated about 600 applications. As a result of the competition, it turned out that Kazakhstan can not only organize and adopt the achievements of other countries, but also compete independently in such areas as solar energy, solving climate change problems.

For the first time in the history of EXPO exhibitions, a virtual forum was offered. To create a constructive dialogue, more than 70 topics were proposed, closely related to the main theme of the exhibition «Energy of the Future» [6].

Another social project of the Coalition is the Coca-Cola Belesteri program for economic support of women. This project has been in existence in Kazakhstan for 4 years. In 2016, 2 thousand women from Akmola, Almaty and Karaganda regions were trained in the basics of doing business. The participants received theoretical and practical knowledge in the field of entrepreneurship, they learned how to make and analyze business plans, and most importantly, use «green» technologies in their ideas. Every year the organizers plan to involve more and more regions and regions in this program [7].

Conclusion.

Observing the policy of our state in the field of «green economy», it is impossible not to notice the great potential of Kazakhstan in this area. Relentless work is carried out daily to create conditions for the prosperity of future generations. The task of each person in this global system is to find out what contribution he can make to solve a common problem. First of all, you need to pay attention to your behavior model. Do your actions really correspond to the global goal of society? Having found out this, it is necessary to perform your work most efficiently, regardless of which industry a person works in. Only by improving their activities, people will be able to achieve such a global goal as sustainable development and the well-being of future generations.

REFERENCES:

1. Agenda for the XXI century. UN Conference on Environment and Development in Rio de Janeiro, 1992 - 237c.
2. Khramkov A. «Green Economy» for Kazakhstan // Lit. – 2012. – December 26.
3. Nazarbayev N.A. Strategy «Kazakhstan-2050»: a new political course of the established state: Message of the President of the Republic of Kazakhstan – Leader of the Nation N.A. Nazarbayev to the people of Kazakhstan // Kazakhstanskaya Pravda. – 2012. – December 15.
4. The concept of the transition of the Republic of Kazakhstan to a «green economy». – 2013 – May 30.
5. <https://www.greenkaz.org/index.php/koaliciya/o-koalitsii/item/797-missiia-i-tsel-koalitsii>
6. <https://www.greenkaz.org/index.php/sotsialnyj-proekt/item/1041-predprinimatelnitsy-kazakhstana-nakhodyat-svoj-put-s-coca-cola-belesteri>.

МАЗМҰНЫ

МҮЖДАТ ЕРТҰРК

Kazakistan'ın somut olmayan kültürel miras varlıklarının yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi

4

DUTTA P.K.	14
Developing a sparse geo-social location-based: the example of central asia	
АБИШОВ Н.У., АБИШОВА А.У., АҒЫБЕТОВА Р.Е.	21
Агротуризмді дамыту тетіктері: түркістан облысы мысалында	
НУРИМБЕТОВА С.Н., СЫЗДЫКБАЕВА Б.У.	28
Түркістан қаласындағы қонақ үйлерге инновацияны шетел тәжірибесі арқылы енгізу	
КУБЕСОВА Г., АЙТБАЙ Қ., ӨМІРБЕКҚЫЗЫ Ұ.	33
Ақтөбе облысы Байғанин және Шалқар аудандарында шөл туризмін дамыту	
ТУРЕНИЯЗОВА А., СПРИШЕВСКИЙ К.	37
Туризм индустриясында жасанды интеллектті қолдану мүмкіндіктерін талдау	
ШЕЛУДЬКО Е., КИФИК Н.	41
Экскурсоводтарды дайындаудың заманауи модельдері мен бағдарламалары	
ЕРКЕНОВА А., КАКЕЖАНОВА Ш.	48
Қазақстандағы экотуризмді дамыту мәселелері	
АТАШЕВА Д., МОЛДАШЕВА А., КАДИРБЕКОВА А.	52
Туризм және қонақжайлылық индустриясын одан әрі дамытудың ерекшеліктері мен перспективалары	
ВАЛЕУЛИНА А., КАЗБОЛАТОВНА К.	57
Қазақстандағы экологиялық туризмді дамыту перспективалары	
ТУРСЫНОВА Т., БАТЫРБЕК Ә.	61
Түркістан облысының рекреациялық туризмнің даму потенциалы	
МОЛДАШЕВА А., АТАШЕВА Д., КАДИРБЕКОВА А.	66
Қазақстан Республикасындағы туризмнің қазіргі жағдайы: проблемалары мен болашағы	
АБДИКАРИМОВА М., ИМАНГУЛОВА Т., ГУБАРЕНКО А., ПЕСТОВА А.	71
Роль образовательных программ по туризму в развитии туристских дестинации Республики Казахстан	
АУЕЗОВА З., САПАРАЛИЕВА К., АУЕЗОВА А.	76
Ақмола облысындағы туристік қызметтер нарығын дамытудың заманауи үрдістері	
МУСАБЕКОВА Д., КАКЕЖАНОВА Ш.	80
Қазақстанда агротуризмді дамыту мәселесі	
АСКАРОВА Г., МУРЗАҒАЛИЕВА Т.	84
Өңірдегі отбасылық туризмді дамыту мүмкіндіктері	

КУБЕСОВА Г., ҚАЛАБАЙ М., МҰРАТҚЫЗЫ А.	89
Бали аралы қазақстандықтар үшін танымал орын: туризмді дамытудың аумақтық аспектілері	
НУРМУХАМЕДОВА Ш.С.	94
Туризмдегі зерттеулерде психологиялық әдістерді пайдалану	
АУЕЗОВА З., САПАРАЛИЕВА К., АМРЕНОВА Г., АУЕЗОВА К.	101
Халықаралық туризмнің дамуында көлік инфрақұрылымының алатын орны	
МУСАЕВА Г., ПАРДАБЕКОВ А.	107
Аймақтарда туризм саласын дамытуда халықты жұмыспен қамтуда алатын ролі	
МУСАЕВА Г.	111
Туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігін қалыптастырудың ерекшеліктері	
КАЛКАБАЕВ А.	114
Кластерлік тәсілді іске асыру контекстіндегі туризмді дамытуды стратегиялық басқару жүйесі	
ЗӘРУБЕК А.	120
Жамбыл облысындағы киелі туризмнің даму мүмкіндіктері	
ЖИЛИСБАЕВ Н., УРАЗБАЕВ А., ДАЙРАБАЕВ М.	125
Оқушылар мен студенттер арасындағы дене шынықтыру мен спорттың күрделі мәселелері	
ЖЕТИРУ А., МОЛДАГАЛИЕВА А., АРМАЙНДО ФРИАС	130
Алматы қаласы және Алматы облысына келушілердің қалауларын статистикалық ақпарат арқылы талдау	
ВАЙСБРОД В., КИФИК Н.	138
Қостанай облысында спорттық туризм түрлерінің пайда болу және даму тарихы	
МИХАЙЛОВ А., КАКЕЖАНОВА Ш.	143
Баянауыл мемлекеттік ұлттық табиғи паркіне рекреациялық жүктеме мәселесі	
НУРГАЗИНА А, ИСМАИЛОВА М.	147
Атырау облысының геопарктік аймақтарының әлеуетін талдау	
АТАШЕВА Д., МОЛДАШЕВА А.	151
Қазақстан Республикасындағы медициналық туризмнің даму тенденциялары (Жамбыл облысының мысалында)	
АЛЬЖАНОВА Э.	158
XIX ғасырдың аяғында Түркістан өлкесінде қыш өндірісін дамыту	

БЕКМҰХАМБЕТОВА Л.С.

163

Қазақстан Республикасындағы «Жасыл экономикаға» көшудің проблемалары мен перспективалары