

ISSN-p 3007-083X
ISSN-e 3007-0848
DOI prefix: 10.62867

Халықаралық туризм және меймандостық
университетінің
ХАБАРШЫСЫ

ВЕСТНИК
Международного университета туризма и
гостеприимства

№2 (8) 2025 сәуір-мамыр-маусым

**BULLETIN
OF THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM
AND HOSPITALITY**

Тақырыптық бағыты

туризм, қонақ үй бизнесі, экономика, кәсіпкерлік, менеджмент және маркетинг бағытындағы
өзекті мәселелерді жариялау

ҒЫЛЫМИ РЕДАКТОР

Экономика ғылымдарының кандидаты, профессор.

БАТЫРОВА НАЗГҮЛ ТҰРСЫНХАНҚЫЗЫ

Индекстеледі/ Индексируется/ Scanned indexes:



ҚҰРЫЛТАЙШЫ

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ

Журнал Қазақстан Республикасының ақпарат және қоғамдық даму министрлігі, Ақпарат комитетіне тіркеліп 19 маусым 2023 жылы №KZ33VPY00070924 куәлігі берілген.

Шығу жиілігі: жылына 4 рет. Басылым тілі: қазақша, орысша, ағылшынша.

Таралу аумағы: Қазақстан Республикасы, алыс және жақын шетел.

Журнал 2024 жылдың сәуір айынан бастап Франция еліндегі ISSN орталығында тіркелген.
ISSN 3007-083X (Print), ISSN 3007-0848 (Online).

Журнал Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым және жоғары білім саласындағы сапаны қамтамасыз ету Комитетінің 2024 жылдың 30 қазандағы № 1002 Бұйрығымен Туризм бағыты бойынша Комитет ұсынатын ғылыми басылымдардың 3-тізіміне енгізілді.

УЧРЕДИТЕЛЬ

НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

Журнал зарегистрирован в Комитете информации Министерства информации и общественного развития Республики Казахстан, сертификат №KZ33VPY00070924 от 19 июня 2023 года. Частота выхода: 4 раза в год. Язык издания: казахский, русский, английский.

Территория распространения: Республика Казахстан, дальнее и ближнее зарубежье.

Журнал с апреля 2024 года был зарегистрирован в Центре ISSN во Франции.
ISSN 3007-083X (Print), ISSN 3007-0848 (Online).

Согласно приказу № 1002 Комитета по обеспечению качества в сфере науки и высшего образования Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан от 30 октября 2024 года, журнал внесён в 3-й перечень научных изданий, рекомендованных по направлению «Туризм».

FOUNDER

International University of Tourism and Hospitality

The journal was registered with the Information Committee of the Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan on June 19, 2023 with Certificate No. KZ33VPY00070924. Publication frequency: 1 time in 3months. Language: Kazakh, Russian, English. The territory of distribution is the Republic of Kazakhstan, near and far abroad.

The journal has been registered since April 2024 at the ISSN Center in France.
ISSN 3007-083X (Print), ISSN 3007-0848 (Online).

By Order No. 1002 of the Committee for Quality Assurance in Science and Higher Education of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan, dated October 30, 2024, the journal has been included in the third list of recommended scientific publications in the field of "Tourism."

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ ЖӘНЕ РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС

Ғылыми редактор

Батырова Назыгуль Турсынхановна - э.ғ.к., профессор (Қазақстан)

Жауапты хатшы

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - ҒЗО редакторы (Қазақстан)

Редакция алқасының мүшелері

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич - PhD, қауым. профессор (Қазақстан)

Абдикаримова Мадина Нурболатовна - PhD, қауым. профессор м.а. (Қазақстан)

Куралбаев Алмас Ахметкаримович - PhD, аға оқытушы (Қазақстан)

Абишов Нұржан Орынбасарович - PhD, қауым. профессор м.а. (Қазақстан)

Асан Досмаханбет Сейдінбекұлы - э.ғ.к., қауым. профессор (Қазақстан)

Губаренко Анастасия Вячеславовна - PhD, қауым. профессор (Қазақстан)

Курбаниязов Абылғазы Коптлеуович - г . ғ . к , профессор (Қазақстан)

Имангулова Татьяна Васильевна - э.ғ.к., қауым. профессор (Қазақстан)

Нахипбекова Сымбат Абраимқызы - PhD, қауым. профессор (Қазақстан)

Мазбаев Орденбек Блисбекович - PhD, профессор (Қазақстан)

Бесекей Еркін Бесекейұлы - PhD, қауым. профессор (Қазақстан)

Ағыбетова Рина Есімқызы - PhD, қауым. профессор (Қазақстан)

Актымбаева Алия Сағындыковна - г . ғ . к., қауым. профессор (Қазақстан)

Халықаралық редакциялық кеңес

Кемал Кантарджи - PhD, профессор (Түркия)

Мурат Альпер Башаран - PhD, профессор (Түркия)

Эгемен Гюнеш Тюкенмез - PhD, профессор (Түркия)

Альпер Куршат Уйсал - PhD, профессор (Түркия)

Лодхи Раб Наваз - PhD, қауым. профессор (Үндістан)

Мухарем Туна - PhD, профессор (Туркия)

Дабабрата Чоудхури - PhD, қауым. профессор (Ұлыбритания)

Анукрати Шарма - PhD, қауым. профессор (Үндістан)

Бурхан Кылыш - PhD, қауым. профессор (Түркия)

Дунец Александр - PhD, профессор (Ресей)

Азамат Максудунов - PhD, қауым. профессор (Қырғызстан)

Рафиков Вахоб - г . ғ . к., профессор (Өзбекстан)

Назарбаев Орынбай - г . ғ . к., профессор м.а. (Қарақалпақстан)

Яшар Йылмаз - PhD, қауым. профессор (Түркия)

Дусенко Светлана - PhD, профессор (Ресей)

Филимонов Вячеслав - PhD, қауым. профессор (Ұлыбритания)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ И РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Научный редактор

Батырова Назыгуль Турсынхановна - к.э.н, профессор (*Казахстан*)

Ответственный секретарь

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - редактор НИЦ (*Казахстан*)

Члены редакционной коллегии

Абдрасилов Турганбай Курманбаевич - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Абдикаримова Мадина Нурболатовна - PhD, и.о. ассоц. профессор (*Казахстан*)

Куралбаев Алмас Ахметкаримович - PhD, старший преподаватель (*Казахстан*)

Абишов Нуржан Орынбасарович - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Асан Досмаханбет Сейдінбекұлы - к.э.н, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Губаренко Анастасия Вячеславовна - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Курбаниязов Абылгазы Коптлеуович - к. г. н., профессор (*Казахстан*)

Имангулова Татьяна Васильевна - к.э.н, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Нахипбекова Сымбат Абраимқызы - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Мазбаев Орденбек Блисбекович - PhD, профессор (*Казахстан*)

Бесекей Еркін Бесекейұлы - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Ағыбетова Рина Есімқызы - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Актымбаева Алия Сагындыковна - к. г. н., ассоц. профессор (*Казахстан*)

Международный редакционный совет

Кемал Кантарджи - PhD, профессор (*Турция*)

Мурат Альпер Башаран - PhD, профессор (*Турция*)

Эгемен Гюнеш Тюкенмез - PhD, профессор (*Турция*)

Альпер Куршат Уйсал - PhD, профессор (*Турция*)

Лодхи Раб Наваз - PhD, ассоц. профессор (*Индия*)

Мухарем Туна - PhD, профессор (*Турция*)

Дабабрата Чоудхури - PhD, профессор (*Великобритания*)

Анукрати Шарма - PhD, ассоц. профессор (*Индия*)

Азамат Масудунов - PhD, ассоц. профессор (*Кыргызстан*)

Бурхан Кылыш - PhD, ассоц. профессор (*Турция*)

Дунец Александр - PhD, профессор (*Россия*)

Рафиков Вахоб - к.г.н., профессор (*Узбекистан*)

Назарбаев Орынбай - к.г.н., и.о. профессор (*Каракалпакстан*)

Яшар Йылмаз - PhD, ассоц. профессор (*Турция*)

Дусенко Светлана - PhD, профессор (*Россия*)

Филимонов Вячеслав - PhD, профессор (*Великобритания*)

EDITORIAL BOARD AND THE COUNCIL

Scientific Editor

Batyrova Nazygul - Candidate of Economic Sciences, Professor (*Kazakhstan*)

Executive Secretary

Abdikhanova Zhadyra - Editor of SRC (*Kazakhstan*)

Members of the editorial board

Abdrasilov Turganbay - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

Abdikarimova Madina - PhD, acting associate professor (*Kazakhstan*)

Kuralbayev Almas - PhD, Senior Lecturer (*Kazakhstan*)

Abishov Nurzhan - PhD, acting associate professor (*Kazakhstan*)

Asan Dosmahanbet - candidate of Economic Sciences, associate professor (*Kazakhstan*)

Gubarenko Anastasia - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

Kurbanliyazov Abylgazy - Candidate of geographical sciences, professor (*Kazakhstan*)

Imangulova Tatyana - Candidate of Economic Sciences, associate professor (*Kazakhstan*)

Nakhimbekova Simbat - PhD, associate professor (*Kazakhstan*)

Mazbayev Ordenbek - PhD, professor (*Kazakhstan*)

Besekey Erkin - PhD, associate professor (*Kazakhstan*)

Agybetova Rina - PhD, associate professor (*Kazakhstan*)

Aktymbaeva Aliya - Candidate of Economic Sciences, associate professor (*Kazakhstan*)

International Editorial Board

Kemal Kantarci - PhD, Professor (*Turkey*)

Murat Alper Başaran - PhD, Professor (*Turkey*)

Alper Kürşat Uysal - PhD, Professor (*Turkey*)

Egemen Güneş Tükenmez - PhD, Professor (*Turkey*)

Lodkhi Rab Nawaz - PhD, Associate professor (*India*)

Muharrem Tuna - PhD, Professor (*Turkey*)

Dababrata Chowdhury - PhD, Associate professor (*Great Britain*)

Anurathi Sharma - PhD, Associate Professor (*India*)

Burhan Kiliç - PhD, Associate professor (*Turkey*)

Dunets Alexander - PhD, Professor (*Russia*)

Azamat Maksüdünov - PhD, Associate Professor (*Kyrgyzstan*)

Rafikov Vakhob - PhD, Professor (*Uzbekistan*)

Nazarbayev Orynbai - PhD, Acting Professor (*Karakalpakstan*)

Yashar Yilmaz - PhD, Associate Professor (*Turkey*)

Dusenko Svetlana - PhD, Professor (*Russia*)

Filimonov Vyacheslav - PhD, Associate professor (*Great Britain*)

IRSTI 06.71.07; 06.35.31;
UDC 338.48;

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.01>

K. KANTARCI^{1,3}, G. ASHIRBEK², N. ABDIRAZAKHOV¹✉

¹Alanya Alaaddin Keykubat University

(Turkey, Alanya), e-mail: 215431001@ogr.alanya.edu.tr

²International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan)

³Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan)

KAZAKHSTAN'S ACADEMIC TOURISM RESEARCH: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF TRENDS, COLLABORATION, AND REGIONAL POSITIONING (2003–2023)

Abstract. *Kazakhstan's tourism sector holds significant potential but remains underdeveloped, as reflected in its 2019 Travel & Tourism Competitiveness Index ranking of 80th globally. Moreover, less than 5% of the country's research and development output is commercialized into industry, indicating a gap between knowledge generation and practical innovation. This study presents a comprehensive bibliometric analysis of academic publications on tourism in Kazakhstan, using the Scopus database as the primary data source. The analysis spans 2003–2023 and examines publication volume, document types, authorship, collaboration patterns, and citation and keyword trends. A total of 377 documents were identified, with output growing markedly after 2012 and reaching approximately 60 publications in 2023. Journal articles dominate (82.5% of documents), and Kazakhstan's publication count ranks third among post-Soviet countries (after Russia and Ukraine) but remains far below Turkey's output. The top contributing institutions are domestic universities (led by L.N. Gumilyov Eurasian National University with 94 publications) alongside international partners, reflecting robust collaboration (over half of prolific authors are affiliated in Kazakhstan, followed by a significant cohort from Turkey). Kazakhstan's academic tourism research is on an upward trajectory, supported by policy reforms in higher education and science since 2011. This growing body of research is poised to inform evidence-based tourism policy, foster innovation (e.g., in sustainable and cultural tourism), and raise Kazakhstan's international academic and industry profile. The findings provide valuable benchmarks by comparing Kazakhstan's productivity with regional peers and underscore the need to leverage academic output to support national tourism development and competitiveness.*

Keywords: *tourism sector, academic publications, bibliometric analysis, Kazakhstan, sustainable tourism, cultural heritage, international collaboration, Scopus, research policy, higher education*

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Kantarci K., Ashirbek G., Abdirazakhov N. Kazakhstan's Academic Tourism Research: A Bibliometric Analysis of Trends, Collaboration, and Regional Positioning (2003–2023). –2025. –No2(8). –p. 6–24. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.01>

*Cite us correctly: Kantarci K., Ashirbek G., Abdirazakhov N. Kazakhstan's Academic Tourism Research: A Bibliometric Analysis of Trends, Collaboration, and Regional Positioning (2003–2023). –2025. –No2(8). –p. 6–24. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.01>

Introduction

Tourism is a strategic industry for Kazakhstan, given the country's rich natural, cultural, and historical assets. However, tourist arrivals and revenues remain below potential, suggesting that Kazakhstan has yet to fully capitalize on its attractions. In terms of global competitiveness, Kazakhstan ranked only 80th out of 140 countries in the World Economic Forum's Travel & Tourism Competitiveness Index (2019) [1]. This middling position—third among CIS countries (after Russia and Azerbaijan)—highlights persistent challenges in areas such as international openness, tourism infrastructure, and service diversification. One contributing factor to this underperformance is the limited translation of research and innovation into the tourism sector: less than 5% of university R&D in Kazakhstan leads to commercial products or technologies, with most research remaining theoretical [2]. Strengthening the link between academic research and industry practice is therefore crucial to improving tourism offerings and overall competitiveness. Academic research can play a pivotal role in informing tourism development policy, enhancing product quality, and fostering innovation within the industry. Universities and research institutions generate knowledge on sustainable tourism, marketing, tourist behavior, and destination management, which can guide evidence-based decision-making. However, the role and output of Kazakhstan's academic community in the tourism domain have not yet been comprehensively explored. There is a need to assess the extent to which Kazakhstani scholars are publishing tourism-related research and whether this intellectual output aligns with national development priorities and global trends. This study aims to address that gap by analyzing Kazakhstan's academic publication performance in the field of tourism over the past two decades (2003–2023). Using Scopus—the largest interdisciplinary bibliographic database—we retrieve and examine publications related to tourism in Kazakhstan [5].

The objectives of this analysis are to: (1) quantify the volume and growth of tourism research publications from Kazakhstan; (2) characterize the types of publications, key thematic areas (via keywords), citation impact, and leading authors and institutions; and (3) compare Kazakhstan's tourism research productivity with that of other post-Soviet countries and Turkey, in order to contextualize Kazakhstan's position in the region. By focusing on Scopus-indexed outputs, the study captures research with international visibility that meets global scholarly standards—an essential factor for Kazakhstan's academic recognition and international collaboration. The significance of this work lies in providing evidence-based insights for policymakers and academic leaders. Understanding publication trends can inform research policy—such as evaluating whether recent incentives and reforms (e.g., changes in research evaluation criteria or doctoral requirements) have influenced output. Comparisons with regional peers can reveal competitive strengths or weaknesses, thereby guiding strategic decisions regarding funding priorities or international partnerships. Ultimately, a stronger body of tourism research can support Kazakhstan's efforts to innovate its tourism sector, enhance education and training, and raise international recognition of both its tourist destinations and academic contributions. The following sections present a review of relevant literature, outline the methodology used in the bibliometric analysis, discuss the results, and explore implications for policy and practice.

Literature Review

Bibliometric techniques are widely used to evaluate academic productivity and influence by analyzing publication counts, citations, authorship networks, and other indices. In tourism research, numerous studies have applied bibliometric analysis to assess research trends and knowledge

development. For instance, Wendt (2020) conducted a detailed bibliometric study of tourism research in Kazakhstan, analyzing Scopus-indexed articles and their content [3]. He reported a sharp growth in output over the last decade: publications on Kazakhstan's tourism increased by over 450% from 2015 to 2020, which was attributed to policy changes in Kazakhstan's science sector. Wendt also identified the most common research themes and impactful topics: areas such as tourism development, management, and marketing were well represented, while niche topics such as eco-cultural tourism—though fewer in number—achieved higher-than-average citation counts. This suggests that sustainability and cultural heritage topics in Kazakhstan's tourism research resonate strongly within the academic community. Additionally, Wendt's analysis showed that roughly half of the authors publishing on Kazakh tourism are based at Kazakhstani universities, followed by a significant share from Turkish institutions. This points to robust international collaboration between Kazakhstan and Turkey in tourism research—a theme that the present study will further explore.

Kazakhstan's overall scientific output has been on an upward trajectory since the early 2010s, following major reforms in higher education and research funding. As part of broader post-Soviet transformations, Kazakhstan invested in integrating its higher education and science (HES) sector into the international arena. Notably, Kazakhstan was an early adopter of the Bologna Process in 2010–2011 and introduced new research evaluation criteria that reward publications in internationally indexed journals. These measures, including requirements for doctoral students to publish in Web of Science or Scopus journals, have led to a marked increase in publications by local researchers in internationally recognized outlets. Narbaev and Amirbekova (2021) provide empirical evidence of this trend: examining over 23,000 Scopus-indexed Kazakhstani publications across disciplines, they found a substantial post-2011 surge in both the number of papers and citations in almost all fields. However, they also noted that despite quantitative growth, Kazakhstan's research has not yet reached full maturity according to certain scientometric indicators (e.g., Lotka's law distribution of productivity), implying that research output is still consolidating in terms of consistency and global impact [4].

Within this context, the tourism research subfield can be seen as a microcosm of Kazakhstan's broader scientific development. Early studies in the 2000s on Central Asian tourism (e.g., Kantarci, 2007, on investor perceptions and destination image) were limited in number and often authored by international collaborators. It is only in the past decade that tourism scholarship in Kazakhstan has gained momentum, paralleling the rise in domestic academic capacity and increasing government attention to tourism as an economic priority. Wendt (2020) observed that until around 2010, there were only sporadic publications on the geography of tourism in Kazakhstan. Since then, not only has output grown, but research has also diversified across disciplines—spanning social sciences, business and management, economics, environmental science, and geography—reflecting the interdisciplinary nature of tourism studies. This diversification indicates a broadening base of scholars engaging with tourism topics, including areas such as sustainable development, environmental impacts, and regional planning.

In the post-Soviet space, Kazakhstan is emerging as one of the more research-active countries, though still behind Russia in absolute output. Publications from Russia and Ukraine have traditionally dominated the region's academic output, partly due to their larger research systems and the legacy of Soviet-era scholarly networks. However, smaller countries have made gains in niche areas. For example, the Baltic states (Estonia, Latvia, Lithuania) have leveraged EU partnerships to

increase research output in fields including tourism. Yet, according to recent analyses, Kazakhstan's output on tourism-related publications now exceeds that of any individual Baltic state over the last two decades. Turkey stands out as a non-post-Soviet comparator with a very high volume of tourism research—thanks to its well-established tourism academia and journals—providing a benchmark for Kazakhstan. Prior studies (e.g., Table 1 in the Results section of this paper) show Turkey producing several times more tourism publications than Kazakhstan or any post-Soviet country during the same period. In addition, collaborative ties are evident: Turkish researchers, often in collaboration with Kazakhstani co-authors, have contributed significantly to the literature on Kazakhstan's tourism development, highlighting the role of international partnerships in enhancing research output and quality. In summary, the literature suggests that Kazakhstan's academic tourism research is growing rapidly from a low base, driven by policy-driven integration into global science and collaboration with foreign partners. Key knowledge gaps remain, such as the need to better connect research with industry application (given the low commercialization rate) and to ensure that the increasing quantity of publications also yields greater quality and impact. Building on these insights, this study provides an updated quantitative assessment of Kazakhstan's tourism research output and examines its characteristics and comparative standing, thereby contributing to a deeper understanding of how academic productivity supports national development goals in tourism.

According to the English-language publications indexed in Scopus over the past decade, there has been a significant increase in scientific productivity in the field of tourism. The Scopus database for 2012–2021 contains approximately 1,690 articles on tourism development, authored by 4,253 authors from different countries [7]. This growth reflects the expanding role of tourism as a multifaceted field of study. The bibliometric analysis reveals several key trends shaping the development of tourism science. First of all, sustainable tourism dominates, focusing on environmental sustainability, nature conservation and adaptation to climate change, as well as on the implementation of responsible practices in the industry [8]. There is also a noticeable surge of interest in digital tourism: the latest technologies (e.g. smart tourism concepts, the use of augmented reality and AI technologies) are actively integrated into the tourist experience and research agenda [9]. In addition, increasing attention is being paid to social aspects – the participation of local communities in tourism, issues of social inclusion – along with the development of specialized niches such as medical and wellness tourism [10]. New concepts are also emerging, for example, the phenomenon of overtourism, which refers to the problem of overloading destinations with excessive tourist flows [8]. All this indicates the evolution of scientific interests in response to modern challenges of the tourism industry.

Bibliometric trends also show that the most cited topics are focused on sustainable development and innovation in tourism. Research on sustainable tourism, such as conservation of natural resources, the impact of climate change and the implementation of the Sustainable Development Goals, ranks high in citation impact [8], reflecting a broad interest in ensuring the long-term viability of the tourism industry. In parallel, studies examining the technological transformation of tourism and tourist behavior in the digital age have a high impact [9].

Given that tourism accounted for around 10.4% of global GDP and 10.6% of employment in 2019 before the pandemic [8], its vulnerability to global crises (for example, due to COVID-19, tourism's contribution to the global economy has almost halved) highlights the need for further research to improve the resilience and adaptability of the industry [8]. Thus, continued research in

tourism is essential to inform strategies to enhance the positive impacts of tourism and mitigate its negative consequences. Current reviews point to the need to better link technological innovations with sustainability principles and the consideration of socio-cultural factors in tourism development [9]. Similarly, gaps have been identified in specific segments (e.g., the integration of medical and wellness services in health tourism) that require further research to fully develop knowledge [10]. Ultimately, advancing tourism research is critical for the sustainable development of the industry itself and for developing evidence-based approaches to tourism management in the face of new global challenges.

Methodology

Data Source and Search Strategy

This study employs a bibliometric approach using the Scopus database to retrieve relevant publications. Scopus was selected for its extensive coverage of peer-reviewed literature across disciplines, including conference proceedings and book series, which is pertinent for capturing tourism research output. The primary query targeted publications related to Kazakhstan in the context of tourism. Specifically, we searched for documents containing the terms “Kazakhstan” AND “tourism” in the title, abstract, or keywords fields. This query effectively captures scholarly works that discuss tourism issues in Kazakhstan (e.g., case studies on Kazakhstan’s tourism, comparative studies involving Kazakhstan, etc.). The search was restricted to the period 2003–2023 (inclusive), covering the last twenty years of publications. The year 2003 was selected as the starting point because preliminary exploration revealed minimal indexed tourism output on Kazakhstan prior to the early 2000s, and a 20-year span provides a robust timeframe for trend analysis.

In addition to the main Kazakhstan-focused search, comparative searches were conducted to gather data on other countries’ tourism publications. For each post-Soviet country (e.g., Russia, Ukraine, etc.) and Turkey, we ran analogous searches in Scopus using the pattern “[Country name]” AND “tourism”, again filtering by the years 2003–2023. This enabled the compilation of the total number of tourism-related publications associated with each country over the same period. In these comparative searches, the country name was matched to any part of the document metadata (title/abstract/keywords), similar to the Kazakhstan search. Thus, the results generally reflect publications explicitly addressing tourism in the respective country. While this method may not capture all tourism studies authored by researchers from a given country (e.g., a Russian author writing about tourism in another country would not be counted under “Russia AND tourism”), it serves as a reasonable proxy for estimating literature focused on tourism within each country.

Data Collection and Processing

From the Kazakhstan-focused search, bibliographic records (metadata) of all retrieved documents were downloaded. This included details such as publication year, document type (e.g., article, conference paper), authors, author affiliations (with country), source title (journal or conference name), keywords, and citation counts. The dataset was cleaned to ensure relevance: non-scholarly items, if any, were excluded via Scopus filters. Only substantive document types were included (articles, conference papers, reviews, book chapters, etc.), while errata, notes without content, and similar items were excluded unless counted as documents by Scopus.

The total number of publications was recorded, and annual publication counts were compiled to analyze temporal trends. Each document’s type was categorized as provided by Scopus (e.g.,

Journal Article, Conference Paper, Review, Book Chapter), and these were aggregated to determine the distribution of document types. Author and affiliation data were used to identify leading authors (by publication count) and leading institutions (based on affiliated authors). All authorship contributions were treated equally—a co-authored paper counted once for each author and each of their institutions. For institutional counts, if a paper had multiple affiliations, each institution listed for the authors was credited once for that paper. While this may slightly inflate institutional counts due to multi-author collaborations, it reflects the collaborative contributions and institutional presence in the field.

For the comparative country dataset, we recorded the total publication count for each target country from 2003 to 2023. In addition, we calculated a simple average of annual publications (total divided by 20 years) to enable normalized comparisons, particularly useful given the variation in total outputs (e.g., Turkey as a high-output outlier). These figures were tabulated for analysis and visualization.

Analysis Techniques

We employed descriptive bibliometric analysis. Key indicators analyzed include:

Publication output over time: A year-by-year plot was generated to identify growth patterns, peak years, and any plateaus or declines. We examined correlations with known policy or external events (e.g., the introduction of new research policies in 2011, the COVID-19 pandemic in 2020).

Document type distribution: Presented as percentages of total output to highlight the preferred dissemination channels for Kazakhstan’s tourism research.

Authorship and collaboration: Analysis of top authors (with country affiliations) and breakdown of publications by author-affiliated country, enabling assessment of international collaboration. For example, we calculated how many Kazakhstan-related tourism papers had at least one author from Kazakhstan, Turkey, Russia, etc., to gauge collaborative networks. Institutional contributions: Identification of the most active universities or institutions (domestic and international) publishing on Kazakhstan’s tourism. Citation analysis: While a full citation network analysis was beyond the scope of this study, we collected basic citation metrics such as the total number of citations within the dataset and identified the most cited papers. Keyword frequency was also examined to determine thematic focus, with particular attention to whether highly cited topics (e.g., “sustainable tourism”, “heritage”, “marketing”) aligned with previous findings by Wendt (2020).

It should be noted that the use of Scopus-indexed publications emphasizes research with international visibility (typically in English or other major world languages). Many Kazakhstani researchers also publish in local journals (often in Kazakh or Russian) that are not indexed by Scopus; such outputs are not captured in this analysis. Therefore, the findings reflect the segment of academic output that contributes to Kazakhstan’s international research profile. While this aligns with the study’s focus on global recognition and collaboration, readers should avoid interpreting these figures as representing the full scope of research activity in Kazakhstan. Additionally, using the country name in the search query emphasizes research about Kazakhstan’s tourism, potentially omitting works by Kazakhstani authors on general tourism theory or on tourism in other countries. Despite these limitations, the adopted approach provides a sound basis for cross-country and temporal comparisons, and captures the core body of literature on Kazakhstan’s tourism development within the international academic context.

Results and Analysis

Publication Volume and Growth Over Time

The Scopus search for “Kazakhstan AND tourism” yielded a total of 377 publications between 2003 and 2023. Figure 1 illustrates the distribution of these publications by document type [5].

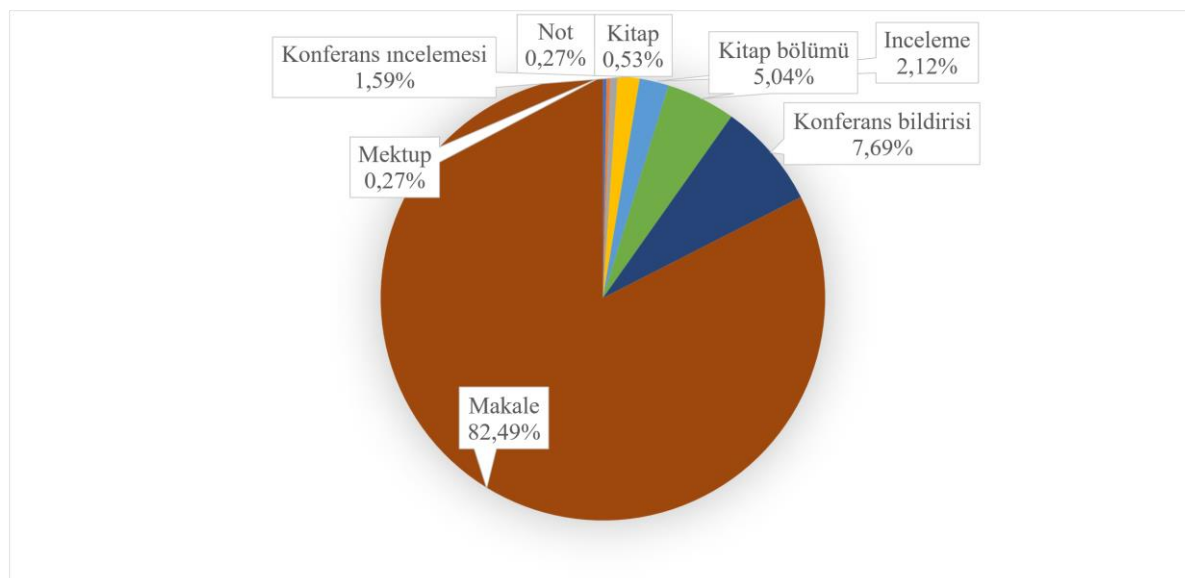


Figure 1 – Distribution of Scopus-indexed tourism publications from Kazakhstan by document type (2003–2023)

Over four-fifths of the publications are journal articles, underscoring the central role of peer-reviewed journals in academic dissemination. Conference papers, book chapters, and review articles constitute the bulk of the remainder, while other document types (such as notes, letters, and books) are negligible.

As shown in Figure 1, the vast majority of Kazakhstan’s tourism-related publications are journal articles (311, approximately 82.5%), followed by conference papers (29, ~7.7%). The presence of 19 book chapters (~5.0%) suggests contributions to edited volumes or monographs on tourism. Additionally, 8 review articles (2.1%) indicate a modest but growing interest in synthesizing existing research. Minor categories include a few conference reviews and isolated instances of notes, letters, or books indexed in Scopus. The dominance of journal articles is consistent with Kazakhstan’s research policy priorities, which emphasize publication in international peer-reviewed journals, and suggests that scholars prefer journal outlets to reach a broader academic audience. The relatively low proportion of review articles further implies that the tourism research field in Kazakhstan is still emerging; in more mature research areas, review studies typically constitute a larger share of output, serving to consolidate accumulated knowledge.

Temporal analysis reveals a marked increase in publication output over the two-decade span. In the early 2000s, Kazakhstan’s tourism research output was minimal—for example, only one Scopus-indexed publication was found in 2003, and some years (e.g., 2005 and 2011) recorded zero publications. Throughout much of the 2000s, annual output remained in the single digits. However, beginning around 2012, a notable upward trend emerged. By 2015, annual output reached double digits, and the momentum continued into the late 2010s. The year 2023 marked a peak, with approximately 60 publications—an all-time high compared to near-zero levels a decade earlier.

This growth trajectory is in line with previous studies and appears to correlate with key policy

interventions: around 2011–2012, Kazakhstan introduced new research evaluation standards and enhanced integration into international indexing systems. These changes likely incentivized researchers—particularly in universities—to increase international publication. Notably, this growth trend persisted even during periods of global disruption such as the COVID-19 pandemic. While many countries experienced a shift in research priorities in 2020 toward pandemic-related topics, Kazakhstan’s tourism research output remained stable. In fact, several tourism-related studies during 2020–2021 addressed the pandemic’s impact on travel in Central Asia, contributing to the continued upward trajectory.

Qualitative observations reveal that early-period publications (2003–2010) were typically isolated works, often led by foreign collaborators or focused on broader regional themes. For example, Kantarci’s 2007 studies examined Kazakhstan as part of the broader Central Asian tourism market. In contrast, publications after 2012 show a diversification of topics and increased participation by local scholars. By the late 2010s, there was a notable rise in studies on sustainable tourism development, tourism economics, heritage and ecotourism in specific regions (e.g., the Almaty mountain parks, Silk Road tourism routes), and analyses of tourist behavior. This trend reflects a growing engagement of Kazakhstan’s academic community with various dimensions of the national tourism sector—likely influenced by the country’s strategic objective of positioning tourism as a pillar of economic diversification.

Comparison with Post-Soviet Countries and Turkey

A key objective of this study is to position Kazakhstan’s tourism research output within a regional context. Table 1 and Figure 2 summarize the total number of Scopus-indexed publications on tourism from 2003 to 2023 for Kazakhstan, other post-Soviet countries, and Turkey. For consistency, the search query “Country name AND tourism” was used for each country, mirroring the Kazakhstan search.

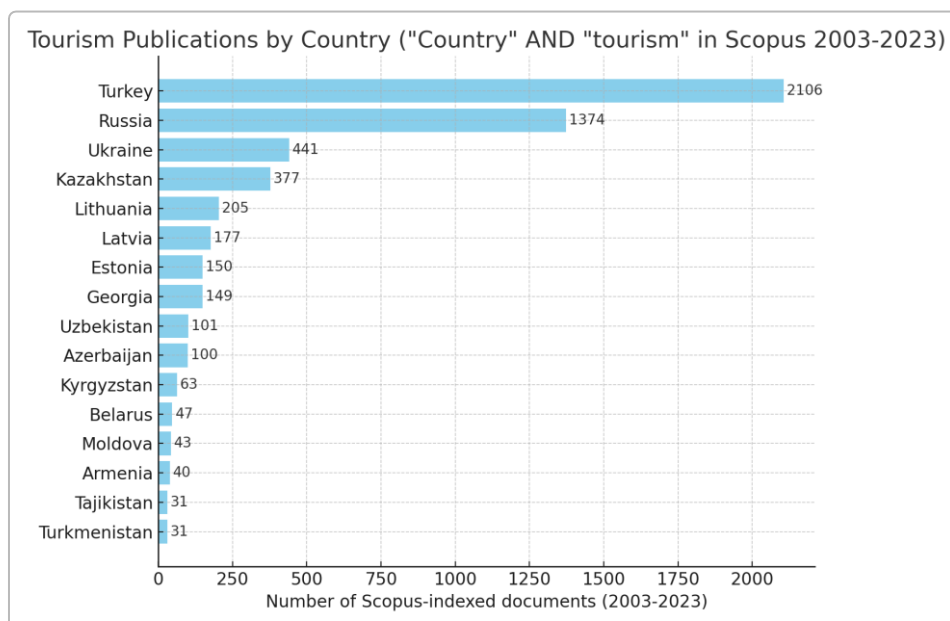


Figure 2 – Total Scopus-indexed publications on tourism (2003–2023) for Kazakhstan, other post-Soviet countries, and Turkey

Publications are counted based on the presence of the country name alongside “tourism” in

the title, abstract, or keywords. Turkey's academic output in tourism far exceeds that of any post-Soviet country, while Kazakhstan ranks third among the post-Soviet group (or fourth if Turkey is included). According to the data, Turkey is a clear outlier, with 2,106 tourism-related publications between 2003 and 2023. This reflects Turkey's well-established tourism research community and the presence of numerous academic journals in the field. In comparison, the total output of all post-Soviet countries combined (excluding Turkey) stands at approximately 3,074 publications—only about 1.5 times Turkey's total alone. This stark contrast highlights Turkey's prolific contribution to global tourism research, likely supported by robust institutional infrastructure, a highly developed tourism industry, and strong international research collaboration. Within the post-Soviet space, Russia leads with 1,374 publications, averaging around 68.7 per year. Russia's output is roughly 3.6 times greater than Kazakhstan's. Ukraine follows with 441 publications, ranking second in the region, though still far behind Russia. Kazakhstan, with 377 publications, is third among the post-Soviet countries in absolute terms, slightly behind Ukraine. This confirms Kazakhstan's position as one of the top three tourism research producers among former Soviet republics. Notably, Kazakhstan outperforms other Eurasian countries with comparable population sizes or tourism potential, such as Uzbekistan (101 publications) and Azerbaijan (100). Even the Baltic states—Lithuania (205), Latvia (177), and Estonia (150)—which are often recognized for their integration into the European research area, fall behind Kazakhstan in total tourism-related publications. This achievement is significant given Kazakhstan's comparatively lower starting point in terms of research capacity, and it suggests that national policies to encourage academic publishing in English and in internationally indexed journals have had a measurable impact in the tourism domain. In terms of other Central Asian and Caucasus countries, outputs remain relatively low: Georgia (149), Uzbekistan (101), Azerbaijan (100), Kyrgyzstan (63), Armenia (40), and Tajikistan and Turkmenistan (31 each) over the 20-year period. Many of these countries average only 1 to 5 tourism publications per year. Kazakhstan, by contrast, averages approximately 18.9 publications per year, which—while modest in absolute terms—is significantly higher than its regional neighbors, suggesting a comparatively stronger academic base or strategic emphasis on research. It is also important to note that some countries may publish research in local languages not captured by Scopus (e.g., in Uzbek or Georgian), but the relative positioning remains clear: Kazakhstan has emerged as a regional leader in tourism scholarship outside of Russia. The implications of this comparison are twofold. First, Kazakhstan has made substantial progress—from virtually no tourism research output two decades ago to becoming a regional frontrunner. Second, a substantial gap still exists between Kazakhstan and higher-performing countries such as Turkey and Russia. For instance, Turkey's average of 105 tourism-related publications per year compared to Kazakhstan's 19 highlights differences in research infrastructure, scale of academic engagement, and availability of publication venues. Bridging this gap may require Kazakhstan to increase investment in tourism research centers, expand graduate education in the field, and enhance international collaborations that support high-quality research outputs. This comparison also underscores the value of academic partnerships. Kazakhstan's collaboration with Turkish institutions (discussed in the next section) appears to be mutually beneficial: Turkey contributes experience and established publication platforms, while Kazakhstan offers unique case studies, empirical data, and emerging research contexts. Such synergies are likely to enhance the research productivity and impact of both countries in the field of tourism studies.

Authorship and International Collaboration Patterns

An analysis of authorship offers important insights into the key contributors to Kazakhstan's tourism research and the extent of international scholarly collaboration. The top 15 authors in the dataset (2003–2023) were identified based on publication count. Collectively, these prolific authors contributed a substantial portion of the total output, often through co-authorship networks. Over half of these top authors are affiliated with Kazakhstani institutions, while a significant subset are based in other countries—most notably Turkey, the United Kingdom, Poland, and Hungary. This finding aligns with Wendt's (2020) observations that many publications on Kazakhstan's tourism are co-authored by Kazakhstani and Turkish researchers, indicating strong bilateral academic ties. Prominent contributors include: Dr. G. Tiberghien (University of Glasgow, UK) – with 14 publications, he holds the highest single-author count on Kazakhstan's tourism in the dataset. His research, often focused on sustainable tourism and policy, exemplifies foreign academic engagement in Kazakhstani tourism studies. Prof. J.A. Wendt (University of Gdańsk, Poland) – with approximately 11 publications, his work includes bibliometric studies and geographic analyses, representing Poland–Kazakhstan scholarly collaboration. Dr. E. Atasoy (Uludağ University, Turkey) – with 11 publications, reflects the contribution of Turkish scholars, frequently in areas such as comparative tourism studies and management. On the Kazakhstani side, A. Aktymbayeva (Al-Farabi Kazakh National University) and K.T. Saparov (L.N. Gumilyov Eurasian National University) each have 9 publications; A.M. Sergeyeva (K. Zhubanov Aktobe Regional University) has 8, and others such as G. Abdramanova and S. Ziyadin (Al-Farabi KazNU) have contributed multiple papers. These scholars are primarily faculty members or doctoral researchers in Kazakhstani universities, focusing on tourism or related disciplines. Notably, Ziyadin is recognized for his work on tourism economics and development strategies. Nearly all top Kazakhstani contributors are affiliated with leading national universities—particularly L.N. Gumilyov Eurasian National University (ENU) in Astana and Al-Farabi Kazakh National University (KazNU) in Almaty—reinforcing the status of these institutions as central hubs for tourism research in Kazakhstan. The involvement of multiple foreign scholars among the top contributors also highlights significant patterns of international collaboration. To further quantify this, we analyzed the affiliation countries of all authors in the dataset. As shown in Figure 4 (referenced in the original analysis), authors affiliated with Kazakhstani institutions contributed to 278 out of 377 publications (approximately 73.7%). This is expected, given the Kazakhstan-specific focus of the search. However, the next most frequent countries of affiliation were Russia and Turkey, followed by the United Kingdom, Poland, Hungary, and others. Turkey and Russia, in particular, featured prominently in dozens of co-authored papers—second only to Kazakhstan itself. These patterns suggest frequent cross-border collaboration. Typical cases include Kazakhstani researchers working with Turkish colleagues on tourism development or with Russian scholars, reflecting both regional proximity and shared post-Soviet academic legacies. Kazakh–Turkish collaboration is especially noteworthy and has been discussed in earlier studies. It is likely reinforced by shared cultural and linguistic ties (e.g., Turkic heritage) and active institutional cooperation—such as joint projects and conferences. For example, the International University of Tourism and Hospitality in Turkestan, Kazakhstan, where one of this study's authors is affiliated, maintains partnerships with Turkish academic institutions. Similarly, collaboration with European scholars from the UK, Poland, and Hungary often occurs within the framework of multi-country research projects or through the interest of foreign researchers using Kazakhstan as a case study for global themes such as sustainable tourism or heritage management along the Silk Road. From a

policy standpoint, these collaboration trends are highly encouraging. They suggest that Kazakhstan's academic community is not operating in isolation but is integrated into broader international research networks. This can enhance both the quality and the visibility of publications. International co-authorships often provide access to wider expertise and increase the likelihood of global citation. Nevertheless, there remains a potential challenge: Kazakhstan's domestic research community may still be dependent on external partnerships for high-impact output. Over time, strengthening the capacity of local scholars to initiate and lead international projects will be an important goal for ensuring sustained research development.

Leading Journals and Institutions

The publication venues for Kazakhstan's tourism research are diverse, spanning international peer-reviewed journals, regional outlets, and conference proceedings. While no single journal dominates the output, several recurring and reputable sources have published multiple studies related to Kazakhstan. For example, the *GeoJournal of Tourism and Geosites*—an international outlet—has featured numerous Kazakhstan-focused articles, including Wendt's (2020) bibliometric analysis. Other prominent journals include *Tourism Management* (known for high-impact studies, though limited in number of Kazakhstan-related articles), *Tourism Geographies*, *Current Issues in Tourism*, and several interdisciplinary journals that occasionally publish research on tourism in Central Asia. Notably, earlier publications were sometimes published in Russian-language journals or local university bulletins. However, such works are infrequent in Scopus unless they include English-language abstracts. A clear trend emerged during the 2010s toward publishing in English-language international journals and conference proceedings, enhancing global visibility and accessibility of Kazakhstan's tourism research. On the institutional level, our analysis identified the leading organizations based on the number of affiliated publications in the dataset: L.N. Gumilyov Eurasian National University (ENU) – Emerges as the top contributor, with 94 publications (out of 377) affiliated with the institution between 2003 and 2023. Located in Astana, ENU houses a prominent faculty specializing in tourism and related disciplines. Its high output is likely due to the activity of leading faculty members (several of whom are among the top authors identified earlier), as well as the presence of research centers or grant-supported projects focused on tourism. Al-Farabi Kazakh National University (KazNU) – Ranks second, with 54 publications over the same period. As Kazakhstan's oldest and one of its most prestigious universities, KazNU has made significant contributions to tourism research, particularly through its departments of economics and geography. Other Kazakhstani universities with noteworthy—though smaller—outputs include: Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University (Turkistan), with approximately a dozen publications; Narxoz University (Almaty), focused on economics and management, with around 10 publications; Karaganda Economic University and Saken Seifullin Kazakh Agrotechnical University (Astana), each with a few publications. These figures indicate that tourism research activity, while concentrated in Astana and Almaty, is not limited to a single institution or geographic location. Importantly, several international institutions also appear among the top contributors, reflecting strong collaborative ties: University of Glasgow (UK), University of Gdańsk (Poland), Bursa Uludağ University (Turkey), and universities from countries such as Hungary and Portugal each account for 5 to 14 publications affiliated with their respective scholars. University of Glasgow has approximately 9–14 publications, likely associated with Dr. G. Tiberghien's work on sustainable tourism. University of Gdańsk shows similar output, largely attributed to Prof. J.A. Wendt's bibliometric and geographical studies. Hungarian University of Agriculture and Life

Sciences, represented by L.D. Dávid (9 publications), may be contributing through work on ecotourism or agro-tourism. Bursa Uludağ University in Turkey has produced around 7 publications, notably through Dr. E. Atasoy, reflecting Turkey's consistent academic engagement. These institutional affiliations, illustrated in Figure 5 of the original analysis, provide further evidence of international academic interest and collaborative engagement in Kazakhstan's tourism sector. Such collaboration enhances the visibility and scholarly impact of Kazakhstan-related research, offering comparative perspectives and fostering joint authorship with local academics. Another notable finding is the absence of private research institutions or industry-based research units among the top contributors. All leading entities are universities, suggesting that academic institutions remain the primary producers of tourism-related scholarly knowledge in Kazakhstan. This indicates a gap in direct research contributions from think tanks, government tourism agencies, or private-sector research divisions. Addressing this academia–industry disconnect is an issue discussed in subsequent sections of the study.

Citation and Keyword Analysis

Although the primary focus of this study is on publication volume and collaboration patterns, citation analysis provides a useful proxy for assessing research impact. Across the 377 Scopus-indexed publications analyzed, the total number of citations (as of early 2024) is in the several hundreds. On average, this indicates a modest citation rate per article—an expected outcome, given that a significant portion of the publications are relatively recent and thus have had limited time to accumulate citations. Nevertheless, several standout publications have attracted considerable academic attention. Highly cited works tend to focus on themes such as sustainable tourism development, tourism marketing strategies, and eco-tourism in Kazakhstan's unique natural environments. These studies are frequently published in higher-impact international journals and often involve international co-authors, which enhances their visibility and reach. The most cited publications—each with dozens of citations—are typically review or conceptual articles that situate Kazakhstan's tourism within broader global contexts, compare it to international trends, or propose theoretical frameworks for tourism development. This pattern suggests that Kazakhstan's tourism experience is contributing meaningfully to global academic discourse, particularly in the context of developing and transition economies. Keyword analysis offers further insight into prevailing research themes and evolving academic priorities: As expected, the terms “Kazakhstan” and “tourism” are present in all publications by design. Beyond these, frequently occurring keywords include “tourism development”, “sustainable tourism”, “tourism management”, “ecotourism”, “heritage”, “tourist behavior”, “marketing”, as well as geographic identifiers like “Central Asia”, “Silk Road”, and “Almaty”.

An earlier study by Wendt (2020) similarly noted that “Kazakhstan”, “tourism”, and “tourism development” were among the most common keywords, each appearing over 30 times. This is consistent with our findings, which indicate that development and management themes are central to Kazakhstan's tourism scholarship. The prominence of sustainability-related keywords (e.g., “sustainable tourism”, “ecotourism”) reflects a broader global trend wherein sustainability is increasingly prioritized in tourism research. In the context of Kazakhstan, such terms are often linked to the management of natural attractions—such as national parks, mountainous areas, and lake tourism—and to the integration of environmental concerns into tourism growth strategies. Cultural and historical tourism is another frequent research focus, with keywords like “heritage”, “cultural tourism”, and “Silk Road” appearing in numerous publications. Kazakhstan's geographic

and historical positioning along the Silk Road and its nomadic heritage make it a particularly relevant case for research in this area. Tourism economics and policy are also represented through keywords such as “tourism infrastructure”, “destination competitiveness”, and “economic impact”, highlighting the applied and policy-relevant dimension of the research. Some studies explicitly reference the World Economic Forum’s Travel & Tourism Competitiveness Index in evaluating Kazakhstan’s international standing in tourism. Importantly, certain high-impact publications are associated with topics that are not dominant in quantity but stand out in terms of academic influence. As Wendt (2020) observed, papers including keywords such as “eco-cultural tourism”, “marketing”, “sustainability”, and “development” tended to receive citation counts above the dataset average. Our findings support this: for example, a study on eco-cultural tourism—which combines ecological and cultural heritage perspectives in Kazakhstan—achieved significant citations due to its conceptual universality. Likewise, research on tourism marketing strategies in Kazakhstan has been cited in comparative studies on emerging tourism markets. In summary, the bibliometric evidence indicates that tourism research in Kazakhstan is growing in volume, diversifying in scope, and becoming increasingly collaborative on the international stage. Although average citation rates remain modest, there are clear signs of emerging academic influence, particularly in sustainability and development-focused studies. The following section discusses the implications of these findings for Kazakhstan’s academic and policy-making communities and explores how tourism research can further support innovation, competitiveness, and international recognition.

Discussion

The findings of this bibliometric analysis offer a range of implications and insights regarding the development of Kazakhstan’s academic tourism sector and its broader relevance for policy, innovation, and international positioning.

Trajectory of Growth and Policy Impact

The sharp increase in tourism-related publications after 2012 aligns closely with national policy reforms in science and higher education. Measures such as linking academic promotion and PhD completion to publications in Scopus- or Web of Science-indexed journals have effectively incentivized scholarly output. In the field of tourism, this has led not only to an increase in publication volume but also to greater engagement with international academic standards. The absence of publications in 2011, followed by steady growth, reflects the tangible impact of these systemic changes. However, while the quantitative increase is encouraging, the next challenge lies in improving research quality and ensuring relevance. The expanding body of academic knowledge provides a foundation for policymakers to adopt data-driven approaches—drawing on research about tourist preferences, destination competitiveness, and sustainability—to inform national tourism strategies and close the gap between research and practice.

International Collaboration and Scientific Diplomacy

Kazakhstan’s extensive collaboration with countries such as Turkey demonstrates the value of scientific diplomacy. These partnerships not only enhance publication output through co-authorship but also foster broader academic and cultural exchange. For example, joint projects may include fieldwork, training programs, or student mobility initiatives. International collaboration can also indirectly support tourism by increasing Kazakhstan’s visibility through academic channels. The strong presence of Turkish scholars among co-authors likely reflects deep-rooted academic

linkages, often forged through graduate study exchanges. Kazakhstan may further benefit by expanding partnerships with leading tourism research nations such as Spain, the United States, or China.

Position Relative to Peers – Room for Improvement

Kazakhstan's third-place ranking among post-Soviet countries in tourism research is commendable. However, the gap with Russia—and especially with Turkey—is substantial. Russia's advantage stems from its larger academic system and higher volume of Russia-focused tourism studies. Turkey's lead is more profound, bolstered by dedicated tourism faculties, specialized journals, and strong international ties. To narrow this gap, Kazakhstan could establish national centers of excellence in tourism research, support the launch of a Scopus-indexed tourism journal, or host a regional tourism research conference. Encouraging bilingual publication (Kazakh/Russian for local impact, English for global reach) would also facilitate knowledge diffusion at multiple levels.

Thematic Focus and Relevance to National Needs

Keyword analysis shows that Kazakhstani tourism research engages with globally significant themes such as sustainability, cultural heritage, and tourism management. These themes align well with Kazakhstan's tourism development priorities. For instance, research on eco-cultural tourism supports national strategies to promote Silk Road heritage sites in an environmentally sustainable manner. Similarly, studies on destination management and marketing can contribute to sector professionalization. Nonetheless, certain underexplored areas—such as digital marketing, tourism education and training, and rural/community-based tourism—warrant greater attention. Academic institutions could direct student research and graduate theses toward these strategic niches.

Bridging the Research–Industry Divide

The fact that less than 5% of R&D results are translated into practice underscores a critical weakness in Kazakhstan's knowledge economy. In the tourism sector, this gap implies that much of the academic insight is not reaching policymakers or industry actors. To remedy this, mechanisms for knowledge transfer should be institutionalized. Examples include regular forums connecting scholars with tourism professionals, policy briefs for government agencies, or involving practitioners in research design. Encouraging signs are emerging—studies on tourism entrepreneurship and digital innovation suggest a shift toward applied, market-relevant research. However, greater efforts are required to ensure academic knowledge is not confined to publications but contributes to real-world outcomes.

Academic Capacity and Future Outlook

The concentration of tourism research output in two universities (ENU and KazNU) highlights a potential vulnerability: overdependence on a limited number of institutions. To strengthen national capacity, universities in key tourism regions (e.g., East and South Kazakhstan) should be supported through targeted funding and infrastructure. The establishment of the International University of Tourism and Hospitality (IUTH) in Turkestan is promising and may serve as a catalyst for linking academic research with industry training. Continued professional development for academic staff—in research methods, publication strategies, and English-language writing—will also be essential. As government initiatives like the Bolashak program continue to build a new generation of scholars, the field of tourism studies may experience further expansion and diversification.

Enhancing International Recognition

Publishing in Scopus-indexed journals has already improved Kazakhstan's academic visibility. To strengthen this position, researchers should aim for higher-impact journals and greater participation in international conferences. Hosting international tourism research conferences in Kazakhstan could yield multiple benefits: showcasing Kazakhstan as a research destination, encouraging scholarly tourism, and stimulating domestic innovation through foreign exposure. The growing interest of international scholars in Kazakhstan's tourism sector can be harnessed into collaborative projects and visits, creating intellectual and economic value simultaneously.

Conclusion

This study presented a comprehensive bibliometric analysis of Kazakhstan's academic publications in the field of tourism, based on data from the Scopus database covering the period 2003–2023. The findings reveal a trajectory of significant growth, increased scholarly engagement, and expanding international collaboration. From a near-zero baseline in the early 2000s, Kazakhstan's tourism research output has grown to 377 publications, reflecting the impact of national educational and research reforms that emphasize international publication. Kazakhstan now ranks third among post-Soviet states in terms of tourism-related publications, although it remains significantly behind high-output countries such as Turkey. The field is largely dominated by journal articles (over 80% of total output), indicating a strong academic orientation. Leading contributions originate from major institutions such as L.N. Gumilyov Eurasian National University and Al-Farabi Kazakh National University [6]. A noteworthy aspect is the active participation of foreign scholars—particularly from Turkey, as well as Europe and beyond—in co-authored publications, signaling robust international cooperation and knowledge exchange. Thematic analysis indicates that Kazakhstan's tourism research aligns well with both global academic trends and national strategic priorities. Core areas of focus include sustainable tourism development, cultural heritage and ecotourism, as well as tourism economics and management. These themes are not only academically relevant but also critically important to Kazakhstan's broader goals of economic diversification and cultural preservation. Importantly, the study highlights the potential of academic tourism research to contribute to three interrelated domains:

Policy: The growing body of scholarly work offers valuable, evidence-based insights that can inform tourism policy and planning. Research evaluating destination competitiveness, tourist satisfaction, or infrastructure needs can directly support the implementation of Kazakhstan's tourism development strategies. Involving researchers in policymaking bodies or using academic findings in policy formulation could bridge the persistent gap between theory and practice.

Innovation: Academic studies often explore novel concepts—such as community-based tourism in rural Kazakhstan or the use of digital platforms for destination promotion. Despite current low levels of commercialization, these studies offer untapped potential for practical application. By fostering partnerships between universities and industry actors (e.g., hotels, tour operators, technology firms), Kazakhstan can transform academic knowledge into innovative tourism products and services. Examples include eco-tourism packages, smart tourism applications, or training programs grounded in hospitality research.

International Recognition: Each publication in an internationally indexed journal and each collaborative research project enhances Kazakhstan's global academic visibility. This intellectual diplomacy elevates Kazakhstan's reputation as both a contributor to global knowledge and an emerging tourism destination that emphasizes sustainability and cultural richness. It may also attract foreign academics and students—thereby supporting

educational tourism and fostering long-term advocacy for Kazakhstan abroad. Looking ahead, a new generation of scholars and emerging institutions—such as the International University of Tourism and Hospitality—are well-positioned to sustain and accelerate the momentum. Continued institutional support, targeted research funding, and alignment with national tourism development goals will be essential. Moreover, impact assessment should move beyond publication counts to include social, cultural, and economic outcomes, thereby encouraging researchers to produce work with tangible benefits. In summary, Kazakhstan's academic tourism research sector has evolved over the past two decades from relative obscurity to a position of growing prominence. The bibliometric patterns observed in this study reflect broader shifts in the country's research ecosystem and its engagement with international academic networks. The challenge—and opportunity—now lies in leveraging this academic output to its fullest potential: translating knowledge into innovative, inclusive, and sustainable tourism development. Kazakhstan's experience demonstrates how sustained investment in academic capacity and openness to collaboration can yield dividends in both scholarly prestige and practical transformation.

BIBLIOGRAPHY/ REFERENCES

1. World Economic Forum. *Travel & Tourism Competitiveness Report 2019* [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019> (accessed: 2024).
2. Alibekova G., Mussina K., Nogaibayev R., Omarov A. Determinants of Technology Commercialization Ecosystem for Universities in Kazakhstan // *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. – 2019. – Vol. 6, No. 4. – P. 271–279 [gtg.webhost.uoradea.ro+8researchgate.net+8kci.go.kr+8](https://www.researchgate.net/publication/348888888).
3. Wendt J.A. Directions and Areas of Tourism Research in Kazakhstan // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2020. – Vol. 32, No. 4. – P. 1418–1424 [search.ebscohost.com+8gtg.webhost.uoradea.ro+8academia.edu+8](https://www.ebscohost.com/academic/geojournal-of-tourism-and-geosites).
4. Narbaev T., Amirbekova D. Research Productivity in Emerging Economies: Empirical Evidence from Kazakhstan // *Publications*. – 2021. – Vol. 9, No. 4. – Art. 51. – DOI: <https://doi.org/10.3390/publications9040051>
5. Scopus (Elsevier). *Database Search and Analytics Tool: Query “Kazakhstan” AND “tourism”, 2003–2023* [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.scopus.com> (accessed: 2024).
6. QazTourism National Company. *Kazakhstan strengthens its position in WEF tourism ranking* [Electronic resource]. – 2020. – Access mode: <https://www.qaztourism.kz/news/kazakhstan-wef-tourism-ranking> (accessed: 2024).
7. Ferreira J., Silvério A.C., Fernandes P.O. Bibliometric analysis of Top 100 most cited articles on tourism development of the last 10 years // In: *Advances in Tourism, Technology and Systems: Selected Papers from ICOTTS 2021*. Vol. 1. – Singapore: Springer Nature Singapore, 2022. – P. 255–266.
8. De Bruyn C., Said F.B., Meyer N., Soliman M. Research in tourism sustainability: A comprehensive bibliometric analysis from 1990 to 2022 // *Heliyon*. – 2023. – Vol. 9, No. 8.
9. Wider W., Gao Y., Chan C.K., Lin J., Li J., Tanucan J.C.M., Fauzi M.A. Unveiling trends in digital tourism research: A bibliometric analysis of co-citation and co-word analysis // *Environmental and Sustainability Indicators*. – 2023. – Vol. 20. – Art. 100308.

10. Lukose A., Thomas S.N., Bose J., Jacob G., Simon B., KS S. Exploring the frontiers of health tourism: a bibliometric analysis of research themes and trends // *Cureus*. – 2024. – Vol. 16, No. 8.

This research was funded by the Committee of Science of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan (Grant No. AR19679687).

K. KANTARGI Prof. Dr. Alanya Alaaddin Keykubat University (Turkey, Alanya), e-mail: kantarci07@gmail.com Yassawi International Kazakh-Turkish University (Kazakhstan, Turkistan) e-mail: kantarci07@gmail.com	G. ASHIRBEK Master of Pedagogical Sciences International University of Tourism and Hospitality, (Kazakhstan, Turkistan) e-mail: g.ashirbek@iuth.edu.kz
N. ABDIRAZAKHOV Doctoral student Alanya Alaaddin Keykubat University (Turkey, Alanya) e-mail: 215431001@ogr.alanya.edu.tr	<i>Received 24.02.2025</i> <i>Received in revised form 29.04.2025</i> <i>Accepted for publication 30.06.2025</i>

К. КАНТАРДЖИ^{1,3}, Г. АШИРБЕК², Н. ӘБДІРАЗАҚОВ¹✉

¹Аланья Алааддин Кейкубат университеті
(Түркия, Аланья), e-mail: 215431001@ogr.alanya.edu.tr

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан)

³Қожа Ахмет Ясауи атындағы халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан)

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ АКАДЕМИЯЛЫҚ ЗЕРТТЕУЛЕР:
ҮРДІСТЕР, ЫНТЫМАҚТАСТЫҚ ЖӘНЕ Өңірлік бағытталудың
БИБЛИОМЕТРИЯЛЫҚ ТАЛДАМЫ (2003–2023)**

Аңдатпа. Қазақстанның туризм саласы елеулі әлеуетке ие болғанымен, әлі де толық дамымаған. Бұл жағдай 2019 жылғы Туризм және саяхат бәсекеге қабілеттілік индексында Қазақстанның әлем бойынша 80-орынды иеленуімен көрініс табады. Сонымен қатар, елдегі ғылыми-зерттеу және тәжірибелік-конструкторлық жұмыстардың 5%-дан азы ғана өндірісте коммерцияландырылатыны білім мен инновация арасындағы алашақтықты көрсетеді. Бұл зерттеу Scopus дерекқорын негізге ала отырып, Қазақстандағы туризм тақырыбындағы академиялық жарияланымдарға библиометриялық талдау ұсынады. Талдау 2003–2023 жылдар аралығын қамтиды және жарияланым көлемі, құжат түрлері, авторлық, ынтымақтастық үлгілері, дәйексөздер мен кілт сөздердің динамикасы қарастырылады. Барлығы 377 құжат анықталды, олардың саны 2012 жылдан кейін айтарлықтай артып, 2023 жылы шамамен 60-қа жетті. Жарияланымдардың басым бөлігі (82,5%) – ғылыми мақалалар. Қазақстан ТМД елдері ішінде Ресей мен Украинадан кейінгі үшінші орында, алайда Түркиядан едәуір артта. Негізгі үлес қосушы ұйымдар – отандық жоғары оқу орындары (лидер – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, 94 жарияланым), сондай-ақ шетелдік серіктестер. Нәтижелі авторлардың жартысынан

астамы Қазақстанда орналасқан, ал келесі үлкен топ – Түркиядан. Қазақстандағы туризм саласына арналған академиялық зерттеулердің саны артып келеді, бұл үрдіс 2011 жылдан бері жоғары білім мен ғылым салаларындағы саясаттық реформалармен қолдау тапты. Бұл өсіп келе жатқан зерттеулер қоры деректерге негізделген туризм саясатын қалыптастыруға, инновацияны (мысалы, тұрақты және мәдени туризмде) ілгерілетуге және Қазақстанның халықаралық академиялық және салалық беделін арттыруға ықпал ете алады. Зерттеу нәтижелері Қазақстанның аймақтық әріптестермен салыстырғандағы өнімділігін көрсететін маңызды индикаторлар ұсына отырып, туризмнің дамуы мен бәсекеге қабілеттілігін қолдау үшін академиялық әлеуетті тиімді пайдалану қажеттігін айқындайды.

Кілт сөздер: туризм саласы, ғылыми жарияланымдар, библиометриялық талдау, Қазақстан, тұрақты туризм, мәдени мұра, халықаралық ынтымақтастық, Scopus, ғылыми саясат, жоғары білім

К. КАНТАРДЖИ^{1,3}, Г. АШИРБЕК², Н. АБДИРАЗАКОВ¹✉

¹Аланийский университет Алааддина Кейкубата

(Турция, г. Аланья), e-mail: 215431001@ogr.alanya.edu.tr

²Международный университет туризма и гостеприимства

(Казахстан, г. Туркестан)

³Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави

(Казахстан, г. Туркестан)

АКАДЕМИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ: БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ, НАУЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА И РЕГИОНАЛЬНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ (2003–2023)

Аннотация. Туристический сектор Казахстана обладает значительным потенциалом, но остаётся недостаточно развитым, что отражено в 80-м месте страны в Глобальном индексе конкурентоспособности в сфере туризма и путешествий за 2019 год. Кроме того, менее 5% научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок в Казахстане коммерциализируются в промышленности, что указывает на разрыв между производством знаний и их практическим применением. В настоящем исследовании представлен всесторонний библиометрический анализ научных публикаций по туризму в Казахстане на основе данных из базы Scopus за период 2003–2023 гг. Анализ охватывает объём публикаций, типы документов, авторство, модели сотрудничества, а также динамику цитирования и ключевых слов. Всего было выявлено 377 публикаций, причём объём публикаций значительно вырос после 2012 года и достиг примерно 60 публикаций в 2023 году. Подавляющее большинство (82,5%) составляют статьи в научных журналах. Казахстан занимает третье место среди постсоветских стран (после России и Украины), однако значительно уступает Турции по объёму. Основной вклад внесён отечественными вузами (в первую очередь Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилёва – 94 публикации), а также международными партнёрами. Более половины наиболее продуктивных авторов работают в Казахстане, а следующая по численности группа – из Турции. Академические исследования по туризму в Казахстане находятся на стадии активного роста и получают поддержку со стороны реформ в сфере высшего образования

и науки, начавшихся в 2011 году. Расширяющаяся база научных знаний способна обеспечить формирование политики в сфере туризма, основанной на доказательствах, стимулировать инновации (например, в области устойчивого и культурного туризма) и повысить международный научный и отраслевой имидж страны. Полученные результаты предоставляют ценные ориентиры для сопоставления производительности Казахстана с региональными странами и подчёркивают необходимость активного использования академических ресурсов для развития и повышения конкурентоспособности туристической отрасли страны.

Ключевые слова: туристическая отрасль, научные публикации, библиометрический анализ, Казахстан, устойчивый туризм, культурное наследие, международное сотрудничество, Scopus, научная политика, высшее образование

I. BOGOMOZOVA¹, S. SERIKPAEVA²✉

¹Belgorod State National Research University (Russia, Belgorod)

²Almaty Technological University

(Kazakhstan, Almaty), e-mail: Svetlana_omurzak@mail.ru

ECONOMIC IMPORTANCE OF PUBLIC CATERING: PROBLEMS AND PROSPECTS

Abstract. *The article examines the economic importance and role of public catering, identifies the main problems and prospects for their solution. Recently, the catering market has occupied a certain position and place in the service sector, as well as the role and capabilities of enterprises in the food market, their status, the volume of services they provide, as well as determining the level of consumer and economic activity, changes and the value of the inflation indicator have a certain impact on growth and prospects. The article analyzes the assessment of the inflation rate in the regions of Kazakhstan over the past 2 years, the volume of total revenue and income in the field of catering. As part of the comparison, an analysis of the catering sector in Korea and Russia was carried out, and the main indicators of the food market were reflected. The article identifies the main problems and prospects for the growth of hospitality businesses focused on a specific format. It also reflects promising areas in the format of eurostoiles and coffee shops, "cloud" kitchens, and dark kitchens in order to ensure high passability with relatively low margins. Examples of successful projects are given that confirm the importance of the hotel and restaurant business as sought-after projects in the field of catering and their economic importance.*

Keywords: catering, restaurant business, inflation, food market.

Introduction

The economic importance of the catering sector and the development of the food market has a certain significance and is one of the important tasks both for Kazakhstan and for many countries of the world. The catering system is in demand and the main direction in it is the functioning of enterprises in this field. Catering companies operate depending on their line of business, organizational and legal form and volume of services provided, and also have prospects for further growth. As you know, individual entrepreneurs and limited liability Partnerships mainly operate in this area. The article "The economic importance of public catering: problems and prospects" reveals the peculiarities of the food market in Kazakhstan, Russia, and Korea. The relationship between the field of nutrition and tourism determines the growth of the flow of tourists and the provision of accommodation and meals. In recent years, there has been a noticeable increase in event tourism, with the dynamics of indicators characterized by demand for traditional cuisine and increased food costs increasing sales. In Kazakhstan, sufficient attention is paid to the organization and regulation of the service and catering sector, and attention is focused on the formats of catering enterprises. As

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Bogomozova I., Serikpaeva S. Economic Importance of Public Catering: Problems and Prospects. –2025. –No2(8). –p. 25–37. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.02>

*Cite us correctly: Bogomozova I., Serikpaeva S. Economic Importance of Public Catering: Problems and Prospects. –2025. –No2(8). –p. 25–37. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.02>

part of the growth prospects of the catering market, entrepreneurs are focusing on preserving cultural values, traditions and strengthening the position of domestic tourism.

Materials and methods

The public catering system has been and is a sought-after area, which includes, and at the global and domestic level, the assessment of the activities of the catering enterprise is underway.

As is known, the level of consumer and economic activity, changes in product inflation have a significant impact on the growth and economic significance of the catering turnover. Food inflation as of 2023 was almost 14%, in January 2024, on an annualized basis, it was 9.5%. Prices for food products increased by 8.2%, non-food products - by 8.6%, paid services - by 12.3%.

Inflation rate in regions (from January 2024 to December 2024)

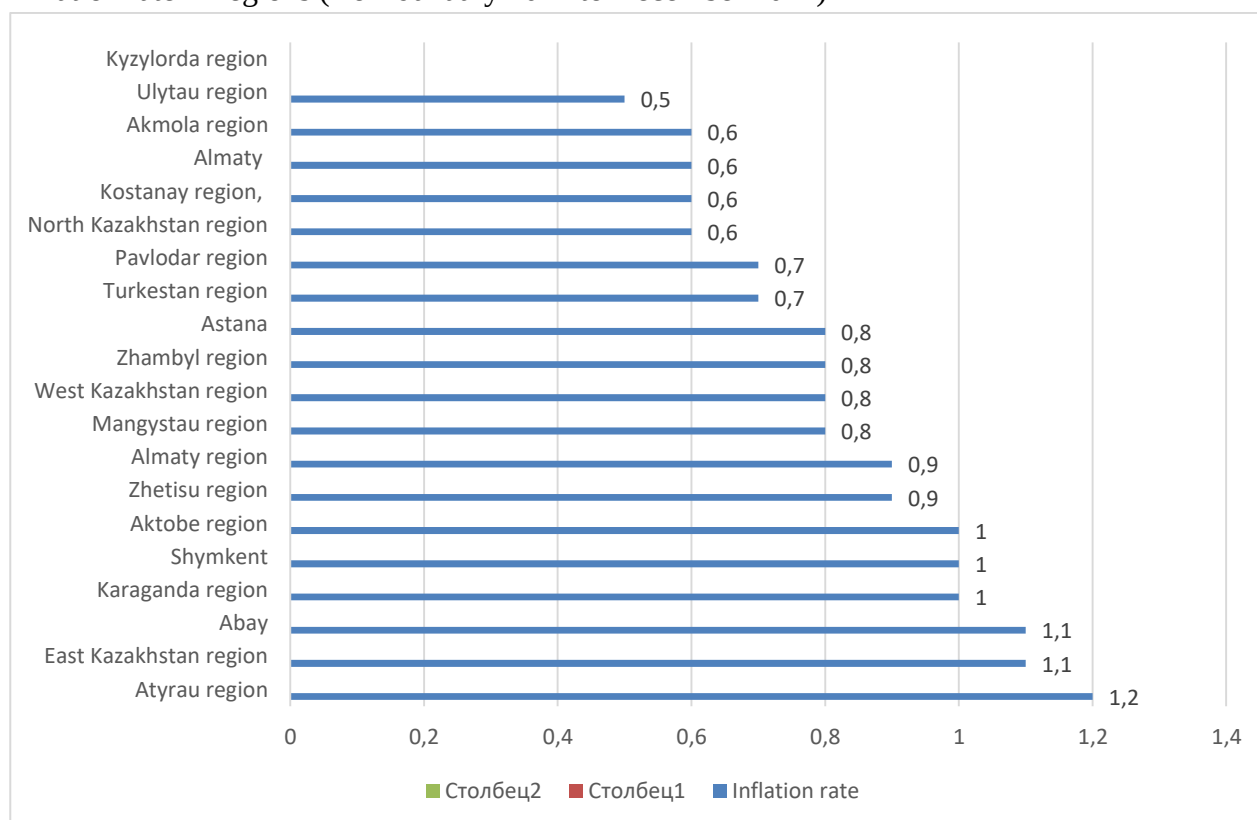


Figure 1 – Regional inflation rate

Source: compiled by the authors

The highest inflation rate is observed in the Atyrau region.

The profitability and turnover indicators of public catering for 2023 exceeded the amount of 883.2 billion tenge. As of the beginning of 2024, there were more than 20 thousand specialized catering establishments in Kazakhstan, while revenue in 2024 reached a record \$ 2.46 billion. The total revenue of catering establishments in Kazakhstan from the sale of food and drinks for 2024 amounted to 1.3 trillion tenge (\$ 2.46 billion at the exchange rate of the National Bank of the Republic of Kazakhstan on January 14, 2025).

The total revenue of catering establishments in Kazakhstan from the sale of food and beverages for 2024 amounted to 1.3 trillion tenge (\$2.46 billion at the exchange rate of the National Bank of the Republic of Kazakhstan on January 14, 2025), including a large share in Almaty and

Astana, which amounted to 47% of this amount and amounted to 1.3 trillion tenge. The distribution of the volumes of services rendered for the provision of food and various beverages for 2024 is presented in Figure 2.

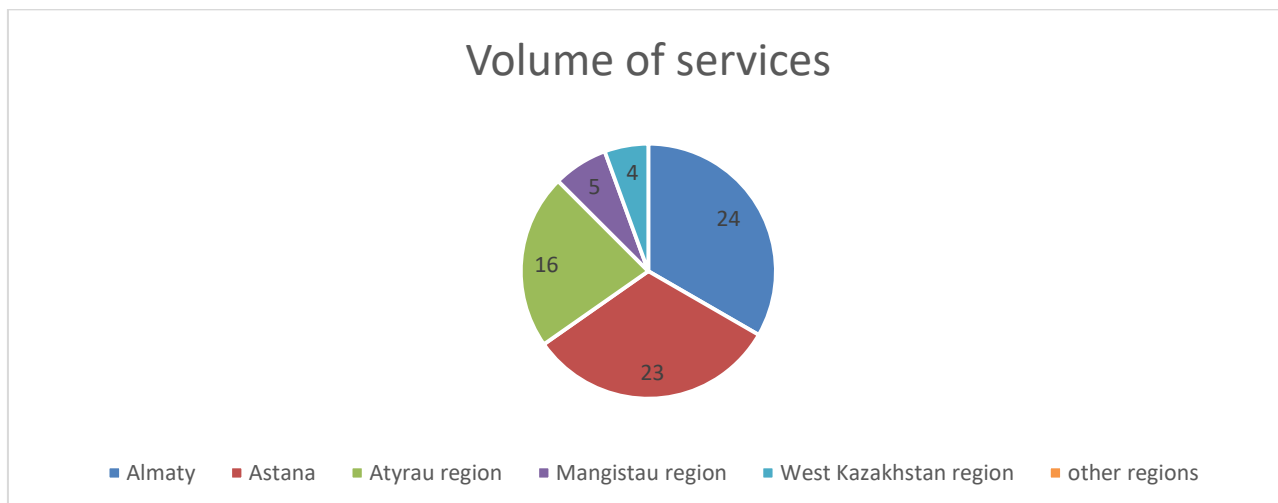


Figure 2 – Share of services provided in the food market, %

Source: compiled by the authors based on statistical data.

Taking into account inflation indicators, revenue in 2024 increased by 10% compared to 2023, Almaty and Astana received income of 625 billion tenge (\$1.18 billion), which is higher than the average of 45% over the past five years and 1/3 more than the share in the past 10 years.

The catering market in Almaty ranks first - revenue amounted to 318.5 billion tenge (\$602.6 million), Astana is second with 306.5 billion tenge (\$579.9 million).

The growth rate in Astana is +23% taking into account inflation, while Almaty showed growth of 8%.

These indicators are typical for the activities of catering enterprises, which are represented by about 200 brands and the operation of more than 2,000 facilities. These facilities form and organize activities in such areas and formats as: Fast food, coffee shops, Casual dining, Fast casual, Grab&Go, bakeries, pizzerias, canteens, pastry shops, Fine dining and others.

By August 2024, the total number of catering facilities in the main segments (QSR, TSR and Grab&Go) in Kazakhstan reached more than 22.7 thousand, which represents an increase of 5%. At the same time, the largest cities of the country — Astana, Almaty and Shymkent — account for 48% of all catering establishments. National operators such as Global Coffee, Salam Bro, Coffee BOOM, Gippo, Bahandi burger and others, as well as chains from other countries, including Russia, the USA, Kyrgyzstan and Armenia, are actively developing in the Kazakhstan catering market.

As part of the consideration of the main issues and data analysis, the indicator of the turnover of public catering can be considered, which according to the plan was determined in the amount of 1420-1456 billion tenge. The growth dynamics in comparative price terms amounted to 12-15%, taking into account the projected inflation of 8.4%. This dynamic is due to high economic and consumer activity, as well as investments in the industry, which contributes to the opening of new establishments. In the second quarter of 2024, the growth of the following indicators: monetary incomes of the population of Kazakhstan - by 16.5%, consumption - by 7.9%, the level of satisfaction with the financial condition to 34.8%, food prices by 5.5%, catering services — by an

average of 10%. Catering companies are exempt from VAT and insurance premiums, and special tax regimes have been introduced since 2023. The national cuisine of Kazakhstan has finally formed, and religious fasts have a significant impact on eating habits. Traditions and seasonal food patterns also influence consumer preferences, although the format of three meals a day is not generally accepted.

For comparison, we will provide indicators of the food market in Russia and Korea.

The Russian catering market since the beginning of 2024, the number of bars, cafes and restaurants in the country has increased by 4.33%, for three quarters of 2023 this figure was 6.48%, and in 2022 - only 2.93%.

Restaurateurs agree with the trend described: the number of catering establishments in the country is growing steadily.

The South Korean foodservice market size is valued at US\$110.11 billion in 2024 and is expected to reach US\$254.17 billion by 2029, growing at a CAGR of 18.21% during the forecast period to 2029. The growth trend is characterized by the demand for traditional cuisine and increasing food spending driving sales.

Full-service restaurants accounted for the largest share of the South Korean foodservice market, with Asian and North American cuisines accounting for over 50% of the market respectively.

Based on the data provided, we note that obtaining a significant share of profitability provides the opportunity to expand the business in the field of hospitality and catering, which has a positive effect on the formation of the revenue side of the budget of the district, city, country. The current market trend is to expand and focus on simpler kitchens, that is, the demand for ordinary ones that are cheaper in cost and faster to prepare. Large restaurants and restaurant chains, as well as large serious gastronomic catering enterprises with a large number of dishes, with a full-cycle kitchen today show not very high profitability, as a result, a reduction in the menu, kitchen, and, as a consequence, a reduction in staff.

And yet, the catering and hospitality industry has its own significant problems, which primarily consist of a lack of qualified personnel.

Restaurant owners highlight the lack of personnel as one of the main problems. The hospitality services market is growing due to the growth of tourism and the number of travelers.

Tourists from many foreign countries come to Kazakhstan, including event tourism, for example, Dimash Kudaibergen's concerts bring together representatives of many countries, for whom it is necessary to provide accommodation and food. And, of course, some of the staff must speak at least 3 languages; today English-speaking tourists and service consumers make up a considerable proportion.

According to the Association of Public Catering of the Republic of Kazakhstan, today there are 78 thousand public catering facilities operating in the country (for reference, before the pandemic, 95 thousand units, after 65 thousand Facilities).

These enterprises focus most on the occupancy of the hall and traffic, they are not interested in the share of growth of the average or high check. The marginality of these establishments is low.

There is a tendency for expensive restaurants to decrease, while the share of canteens is 15%, before the pandemic it was 10%.

What areas are promising today and have a growth trend?

The greatest growth is noticeable in coffee shops in Almaty and other regions of the country,

which often radically change the format of their activities, for example, many events are held not in offices, but in coffee shops. The share of coffee shops at the current time is 3-4%.

A promising area is European canteens and coffee shops, which attract entrepreneurs due to their popularity among consumers and the ability to ensure high traffic even with relatively low margins.

The next area with growth prospects is "cloud" kitchens, a dark kitchen format focused on delivery and not providing for seating, which emerged relatively recently, but became well-known and began to actively develop during the pandemic. The cloud kitchen segment is the fastest growing in the catering market.

The next direction of growth of catering enterprises, mainly restaurants, large cafes is focused on a certain format. For example, the creation of gastronomic projects reflecting the activities and results of creative collaboration of NAAW architects, artists, artisans and designers who have united to create a space that combines gastronomy and performance. This is a place where absolutely everything is handmade - every paint, carving, ebony, stones, chests - absolutely everything is natural, conveying the style of nomads.

The designer of the restaurant "Auyl" uses ornaments and patterns as a medium to create the desired image. In ancient times, patterns carried their meaning, the combination of which was not accidental, the masters wrote their stories into them. The art contained in the creation of a creative pattern, ornament, unfortunately, is gradually becoming history. The names of Kazakh patterns - "koshkar muyiz" or "it kuyryk" - do not reflect the meaning invested in them. When developing the design of items for "Auyl", archival materials were reviewed, style and directions were studied, where patterns were selected based on their compositional features, but not forgetting to take into account their meaning.

Restaurant complexes and other types of catering enterprises, within the framework of achieving a certain economic efficiency, use modern, but at the same time accessible management tools, which include:

- Microsoft Excel - for reporting, graphs, workload analysis and planning;
 - Bitrix24 - as a CRM system, a platform for internal communication, task and project management;
 - The AIKO cash register system is used to account for sales and analytics for each division;
 - Video surveillance and access control - to ensure the safety and monitoring of all zones.
- Using these tools allows you to minimize the human factor, improve control and simplify document flow between departments.

Currently, considerable attention is being paid to multi-format venues that can combine recreation, education, food, holidays and cultural leisure elements under one roof. Complexes such as new generation family centers are becoming not just a place to spend free time, but a kind of cultural and social hubs where family values are formed and strengthened, as well as the development of the younger generation is stimulated. What are the global trends and in what direction is the transformation of the industry Globally, the industry has undergone major changes caused by a number of factors: Digitalization and technologization. More and more children's and family centers are integrating digital solutions into their activities: online booking, mobile applications, CRM systems, feedback services, augmented reality elements, gamification and interactivity. These tools allow you not only to optimize internal processes, but also to significantly improve the user experience. The demand for emotions and personalization. Families are no longer

just looking for a "service" - they are looking for an "impression", an "experience", an "emotional event". That is why animated shows, quests, personalized birthdays and themed events are becoming integral components of the modern family center.

Increased competition and professionalization. The modern industry requires managers to be more highly qualified. The previous models of "I opened the site and everything works" are a thing of the past. Today, owners and managers must think in terms of strategy, branding, digital marketing, HR management, and automation. So, family centers, as one of the areas of public catering, are already going beyond "business for profit" and becoming socially significant elements of the urban environment. The implementation of the development strategy as a result of the activity is reflected in the example of the NEXT family center in Almaty, which is based on a business idea based on total integration and transparency - from reservations and menus to animation and waiters' checklists.

"Consolidation" is conceived as a single digital framework that unites disparate parts of one organism - the NEXT family center. The main key issues: Disparity of information; Difficulty in presenting tasks; risk in the detailed development of goals and objectives; workload of managers and inconsistency of departments and divisions; increased financial costs.

The main stages are provided for the implementation of the "consolidation" implementation process: a full and comprehensive audit, the creation of an MVP (Minimum Viable Product); the introduction and training of personnel, expansion and scaling. The economic effect is to reduce the cost of purchases, reduce the cost of mistakes, increase the average receipt, reduce staff turnover, create a unified corporate language, and motivate staff. The results of the implementation of the "Consolidation" program reflect the following: an increase in the average receipt from 10,000 to 30,000 tenge, a decrease in complaints by 90%, an increase in repeat bookings and orders by 60%, a decrease in internal errors by 85%, write-off of products decreased by 50%, revenue from pre-sales by 250%.

In the context of the modern restaurant and entertainment business, where speed, accuracy, individuality of service and coordination of many processes are important, the Consolidation project is becoming a key element of the transformation of the NEXT center. This project eliminates recurring errors, defines the foundations of a new management model in which each employee is involved, informed and interested in achieving a high level of service. The introduction of "Consolidation" has become a turning point, proving that even in conditions of limited resources, it is possible to implement a powerful, technologically complex and at the same time understandable management tool based on logic, empathy and team responsibility.

Project implementation effects

1. Management effect. The Center was able to quickly analyze event data, see bottlenecks, and make decisions in real time. The transparency of the actions of all departments has increased. The number of unscheduled interventions by the manager has decreased, and the team has begun to act more autonomously.

2. Organizational effect Systematization and manageability of internal communication. A clear structure for event planning, document management, and task allocation has reduced risks. Facilitate the adaptation of new employees - training is based on clear scenarios and digital templates.

3. Human and cultural impact. The team felt the care, participation and importance of their work.

The feeling of "chaos" and "fires" has gone away - trust in the system has appeared. The overall morale of employees has increased, and staff turnover has decreased. Recommendations for scaling

Based on the results achieved, it is safe to say that the Consolidation platform has a high scaling potential. The following are the directions in which the system can be adapted and implemented:

1. Branches and regional points of the NEXT center If the center plans to open additional locations, the implementation of the "Consolidation" system should become a mandatory element. A unified digital ecosystem will ensure standardization of processes and high-quality customer experience, regardless of the city.

2. Partner platforms and franchises. The project can be offered as a ready-made IT solution for other entertainment and family establishments. Creating a franchise model in which "Consolidation" will be part of the support package will increase the value of the offer.

3. Cooperation with software developers. In the future, it is possible to create a commercial version of the system with adaptive design and enhanced functionality. The platform can enter the market as a specialized SaaS product for establishments with a high workload for organizing events.

Business idea development prospects. The Consolidation project can become the basis for the next steps in the digital transformation of the center:

Integration with a mobile application for clients, where parents will be able to track the preparation of the event themselves, make suggestions, confirm scenarios and receive reminders.

Artificial intelligence, which offers ready-made event scenarios, design, and even musical accompaniment based on the preferences of guests.

BI-analytics - creation of a management reporting panel in real time with visualization of key indicators: satisfaction, department efficiency, savings, profit from events, etc.

A motivation system for staff based on KPIs, integrated into "Consolidation": bonuses for successful events without errors or timely completion of tasks.

The formation of the idea of "Consolidation" was predetermined in the activities of the multifunctional family center, which hosted dozens of events, banquets, celebrations and activities every day.

It was here, when diving into management practice, that a whole range of problems were identified that make effective work difficult: poor coordination between departments, fragmented information, high dependence on the human factor, chaotic actions during peak hours and, as a result, customer dissatisfaction.

It was this set of challenges that became the catalyst for the formation of the idea of creating a single digital ecosystem in which each participant in the process - from the manager and animator to the cook and waiter - would not just be a performer of tasks, but part of an integral system that works smoothly, transparently and with full information synchronicity.

This project determines how effectively the catering company operates, whether there will be an economic effect and competitiveness of the family center.

Design, implementation and implementation

The development of the project began with process diagnostics.

A cross-functional team was assembled, which included IT specialists, analysts and representatives of key departments.

At the analysis stage, interviews were conducted, cases were collected, typical errors and

vulnerabilities were recorded.

This data became the basis of the design logic.

The first version of the system (MVP) allowed:

centralize event reservations,

record individual customer requests;

Synchronize the work of all departments;

enter timings, checklists, and automatic notifications;

integrate the system with accounting programs - 1C and Bitrix24.

The effect of the implementation was almost instantaneous.

The sales department began to work faster and more accurately, the kitchen became more conscious and planned, the animation was prepared in advance and adapted to the request, the waiters received all the information about the event even before it started. Management, in turn, gained access to analytics and a quality control system that simply did not exist before. The human aspect of the implementation deserves special attention. Despite the fact that the introduction of a new system always causes resistance, in this case this resistance was minimized through a step-by-step approach, training meetings, illustrative examples, support at each stage, as well as the involvement of the team in the creation process.

Socio-economic and managerial effect

The results of the implementation of "Consolidation" went far beyond technical efficiency. A holistic, multidimensional effect was obtained, including:

Increased customer satisfaction due to attention to detail and precision in fulfilling wishes;

Increase in the average check, due to increased pre-sales and involvement of managers;

Cost reduction by optimizing procurement and eliminating emergency procurement situations;

Reduced staff turnover - employees began to feel part of the team, confident in their work;

Increased manageability - it has become easier for management to control key metrics, make plans, and predict workload.

In fact, "Consolidation" has become the foundation of a new corporate culture in which management is based not on manual control, but on systemic coordination, trust and responsibility.

Financial and strategic results Within the framework of the WRC, a complete financial plan for the project was worked out, including an investment budget, an efficiency assessment, and projected income and expense flows. All calculations have shown that the implementation of the system in the first year brings an economic effect that exceeds investments. This allows us to talk not only about the justification of the idea, but also about its investment attractiveness for scaling and commercialization.

The project can be adapted for other businesses, both inside and outside the holding. It has the potential to be a replicable solution (SaaS product) for the event management market, family centers, hotels, entertainment complexes and restaurants.

Certain financial resources are required for the implementation of projects aimed at optimizing the activities of catering enterprises, as well as increasing the opportunities for the introduction of innovative technologies. Attracting investors: A startup or a developed business idea can attract investments from private investors, venture capital, and investment fund resources.

For example, use Astana Hub as a networking platform. Astana Hub is an incubator and accelerator for startups, launched on the basis of the Expo territory, with ambitious plans for the

development of Kazakhstani entrepreneurship. They provide a platform and financial support for business development. One of these platforms is grant financing for technology commercialization. A startup that is a small business entity can receive a grant. The grant amount varies from 20 million tenge to 80 million tenge. The international forum "Digital Almaty" is also held annually in Almaty. In February 2024, more than 200 speakers were involved, and about 50,000 people attended the event. At the forum, IT startups, developed programs and cases can be presented at the exhibition, thereby attracting a large number of innovation professionals and businessmen. Digital Almaty is also supported by the Almaty City Akimat, which means it can be promoted with the help of government support.

Corporate investments: A startup can attract financing from large corporations in the field of technology or hospitality, such as the multinational company in the information technology industry Yandex, large hotel chains Marriott, Accor, Hilton, etc. **Public and private grants:** A startup can apply for grants from public or private foundations to support innovation and startups in the field of artificial intelligence and information technology. Businesses and startup projects in the Republic of Kazakhstan have the opportunity to win grants and financing from the Bastau Business and Damu Foundation programs.

The Damu Foundation provides support in the amount of up to 3 billion tenge for small and medium-sized enterprises and up to 15 billion tenge for large enterprises. The grant amount of the Bastau Business program is 400 MCI, which is a total of 1,380,000 tenge. These grants cannot be used for consumer expenses or to help repay loans.

Results and discussion

In modern competitive conditions, where hotel companies today offer and try to provide guests not only with a comfortable stay, but also combine the main function with a high-quality catering service. At the same time, more and more not only foreign tourists, but also guests prefer healthy food, which can combine taste diversity, benefits and national gastronomic identity. As an alternative to digitalization and the introduction of innovative technologies in hospitality enterprises, it is necessary to develop a healthy nutrition model.

The direction of the economic development of catering enterprises is the organization of cooking, which represents certain results and sometimes discussions in the field of cuisine selection, preferences of their choice, as well as their types. Nutrition theory has been going on since an early age, where scientists are trying to develop various concepts and theories. Here are some theories of healthy eating that are relevant at the present time, when service and hospitality companies strive for excellence by developing and offering various directions in this field.

Theories of healthy eating

Pokrovsky A.A. academician, 1964 year of creation. The theory of balanced nutrition It is based on the fact that the body should receive as many substances as it consumes. Diets have been developed for people taking into account physical exertion, climate conditions, and geographical location.

Galen, Aristotle. The ancient theory of nutrition Philosophical worldview, all cells and parts of the body receive useful substances through the blood, which supplies trace elements from food. Creation of therapeutic diets.

Ugolev A.M. Theory of adequate nutrition and trophology.

Healthy food and fiber saturation, which creates a filling of the body with trace elements.

Maintaining a balance between caloric intake and energy expenditure. The balance in the consumption of fats, proteins, carbohydrates.

For the modern period of time, service enterprises in Almaty do not have offers that focus on both healthy and national cuisine, and there are very few who focus on either one or the other. This creates a market niche and a cultural need to promote Kazakh cuisine through modern approaches to catering and combining these two aspects. This will be especially true for tourists who seek not just accommodation and meals, but a full-fledged ethnic, cultural and gastronomic experience for both of these factors, to which they are already accustomed.

The organization of a food system with an emphasis on healthy cuisine and the Kazakh cultural ethnic group is both a marketing tool, an economically beneficial direction and a contribution to the promotion of national identity. The problem that the implementation project is considering is the lack of a combined model that could combine the standards of healthy lifestyle and elements of Kazakh cuisine applicable in the hotel sector. Most of the existing catering systems in hotels and hotel complexes are focused on universal dishes, which nevertheless do not take into account either the health trends or the cultural peculiarities of the region.

Conclusion

Within the framework of the issues considered in this article, the main problematic areas of activity of catering and hospitality enterprises have been considered. In addressing these issues, two concepts in the restaurant and hotel business were considered: a healthy nutrition project based on national cuisine and a Consolidation project based on an enterprise management improvement program.

When developing a healthy eating model in the hospitality industry, its main feature stood out not only in healthy and healthy cuisine and in reflecting culture through the nutrition system, namely the combination of benefits and traditions. It is this combination that can set this model apart from the competition and be memorable. One of the directions of the model consists of healthy eating, offering a healthy alternative in nutrition, forming the status of a restaurant or hotel. The next advantage of the model is flexibility, because the concept does not require high costs and can be introduced and replaced gradually. At the same time, it is important to know that the model offers an alternative to traditional cuisine, expands the choice, opportunities and makes the concept of the institution as a whole more interesting. Another feature of the model is that it can show cultural features through existing and established standards that everyone is used to. Traditions are often perceived as an outdated trend, but the proposed model of healthy eating shows that Kazakh cuisine is not only about taste, but also care and attention to detail. Tourists from other countries will especially appreciate this.

The basis of the business idea "Consolidation" is an attentive attitude to practice, the ability to listen to people and the willingness to take responsibility for changes. In an unstable market, the winners are not those who simply follow trends, but those who create them based on a specific management reality and the deep needs of the team. The Consolidation system is not just a technological tool. This is the result of a synthesis of managerial thinking, digital literacy, and human empathy. This is the management model of the future, in which processes and people work in harmony, and the business becomes truly flexible, responsive and sustainable.

BIBLIOGRAPHY

1. Рубрика практиков «Говорят профессионалы» [Professionals Speak] // KAGiR: Казахстанская ассоциация гостиниц и ресторанов. – 2024. – № 1. – Режим доступа: <https://kagir.kz/professionals-speak> (дата обращения: 17.03.2025).
2. Богатова Н. Б. Современный ресторан: книга успешного менеджера. – М.: Деловая литература, 2018. – 256 с.
3. Ресторан: гастрономические тренды и секреты успешного ресторана: материалы круглого стола (Алматы, 20 ноября 2024 г.) / AlmaU School of Hospitality and Tourism. – Алматы: AlmaU, 2024. – 48 с.
4. Резник А. Кухня в «облаке» / А. Резник // Forbes Kazakhstan. – 2024. – 17 мая. – Режим доступа: https://forbes.kz/process/food/cloud_kitchen_trend (дата обращения: 12.03.2025).
5. Бронтвейн С. Ставка на аутентичность: как развивается ресторанная индустрия в Казахстане / С. Бронтвейн // Forbes Life. – 2023. – 12 окт. – Режим доступа: <https://forbes.ru/lifestyle/492311> (дата обращения: 19.03.2025).
6. Бондаренко Г. А. Гостинично-ресторанный менеджмент: учебно-практическое пособие. – 2-е изд. – Минск: БГЭУ, 2021. – 312 с.
7. Смыкова М. Р., Рахимбекова Ж. С. Перспективы развития ресторанного маркетинга в Казахстане // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2019. – Т. 5, № 2. – С. 45–52.
8. Уголев А. М. Теория адекватного питания и трофология. – М.: Концептуал, 2024. – 288 с.

REFERENCES

1. Rubrika praktikov «Govoryat professionalY» // KAGiR: Kazakhstanskaya associaciya gostinic i restoranov. – 2024. – № 1. – Rezhim dostupa: <https://kagir.kz/professionals-speak> (data obrashcheniya: 17.03.2025).
2. Bogatova N. B. Sovremennyj restoran: kniga uspešnogo menedzhera. [The Modern Restaurant: A Successful Manager's Handbook] – М.: Delovaya literatura, 2018. – 256 s.
3. Restoran: gastronomicheskie trendy i sekrety uspešnogo restorana: materialy kruglogo stola x Restaurant: Gastronomic Trends and Secrets of a Successful Restaurantъ (Almaty, 20 noyabrya 2024 g.) / AlmaU School of Hospitality and Tourism. – Almaty: AlmaU, 2024. – 48 s.
4. Reznik A. Kukhnya v «oblake» [Cloud Kitchen] / A. Reznik // Forbes Kazakhstan. – 2024. – 17 maya. – Rezhim dostupa: https://forbes.kz/process/food/cloud_kitchen_trend (data obrashcheniya: 12.03.2025).
5. Brontvejn S. Stavka na autentichnost': kak razvivaetsya restorannaya industriya v Kazakhstane [A Bet on Authenticity: How the Restaurant Industry Develops in Kazakhstan] / S. Brontvejn // Forbes Life. – 2023. – 12 okt. – Rezhim dostupa: <https://forbes.ru/lifestyle/492311> (data obrashcheniya: 19.03.2025).
6. Bondarenko G. A. Gostinichno-restorannyj menedzhment: uchebno-prakticheskoe posobie. [Hotel and Restaurant Management: Educational and Practical Guide] – 2-e izd. – Minsk: BGEHU, 2021. – 312 s.
7. Smykova M. R., Rakhimbekova ZH. S. Perspektivy razvitiya restorannogo marketinga v Kazakhstane [Prospects for the Development of Restaurant Marketing in Kazakhstan] // Nauchnyj rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa. – 2019. – Т. 5, № 2. – S. 45–52.
8. Ugolev A. M. Teoriya adekvatnogo pitaniya i trofologiya. [Theory of Adequate Nutrition

BOGOMOZOVA I. Associate Professor, PhD Belgorod State National Research University (Russia, Belgorod) e-mail: bogomazova_i@bk.ru	S. SERIKPAEVA Senior Lecturer Almaty Technological University (Kazakhstan, Almaty) e-mail: Svetlana_omurzak@mail.ru	Received 12.04.2025 Received in revised form 29.04.2025 Accepted for publication 30.06.2025

И.БОГОМОЗОВА¹, С.СЕРИКПАЕВА²✉

¹Белгород Мемлекеттік Ұлттық Зерттеу Университеті (Ресей, Белгород)

²Алматы Технологиялық Университеті

(Қазақстан, Алматы), e-mail: Svetlana_omurzak@mail.ru

ҚОҒАМДЫҚ ТАМАҚТАНУДЫҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҢЫЗЫ: МӘСЕЛЕЛЕРІ МЕН БОЛАШАҒЫ

Аңдатпа. Мақалада Қоғамдық тамақтанудың экономикалық маңызы мен рөлі қарастырылады, негізгі мәселелер мен оларды шешудің алғы шарттары анықталады. Соңғы уақытта қоғамдық тамақтандыру нарығы қызмет көрсету саласында белгілі бір позиция мен орынға ие болды, сондай-ақ өсу мен болашағы белгілі бір азық-түлік нарығындағы кәсіпорындардың рөлі мен мүмкіндіктері, олардың мәртебесі, олар көрсететін қызметтер көлемі, сондай-ақ тұтыну және экономикалық белсенділік деңгейін анықтау, инфляция көрсеткішінің өзгеруі мен мәні әсерін білдіреді. Мақалада Қазақстанның өңірлері бойынша соңғы 2 жылдағы тапшылық деңгейін, қоғамдық тамақтану саласындағы жалпы түсім мен кірістің көлемін бағалауға талдау жүргізілді. Салыстыру шеңберінде Кореяда, Ресейде қоғамдық тамақтану саласына талдау жүргізілді, тамақтану нарығының негізгі көрсеткіштері көрсетілді. Мақалада белгілі бір форматқа бағытталған қонақ үй бизнесі кәсіпорындарының өсуінің негізгі мәселелері мен алғы шарттары анықталған. Сондай-ақ, еуростолдар мен кофеханалар, "бұлтты" асүйлер, Dark kitchen форматындағы болашақтағы бағыттар салыстырмалы түрде төмен маржиналдылықта жоғары өтімділікті қамтамасыз ету мақсатында көрсетілген. Қонақ үй және мейрамхана бизнесінің қоғамдық тамақтандыру саласындағы сұранысқа ие жобалар ретіндегі маңыздылығын және олардың экономикалық маңыздылығын растайтын сәтті жобалардың мысалдары келтірілген.

Мақалада қонақжайлылық ұйымдардың болашақта дамуына байланысты екі тұжырымдама ұсынылған: ұлттық дәстүрді сақтау негізіндегі денсаулықты сақтауға бағытталған тамақтандыру және басқаруға бағытталған «Консолидация» бағдарлама.

Кілт сөздер: қоғамдық тамақтандыру, мейрамхана бизнесі, тапшылық, тамақтану нарығы.

И.БОГОМОЗОВА¹, С.СЕРИКПАЕВА²✉

¹Белгородский Государственный Национальный Исследовательский Университет (Россия, Белгород)

²Алматинский Технологический Университет

(Казахстан, Алматы), e-mail: Svetlana_omurzak@mail.ru

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Аннотация. В статье рассматривается экономическое значение и роль общественного питания, определены основные проблемы и перспективы их решения. В последнее время рынок общественного питания занимает определенную позицию и место в сфере сервиса, а также определенное влияние на рост и перспективу оказывают роль и возможности предприятий на рынке питания, их статуса, объема оказываемых ими услуг, а также определение уровня потребительской и экономической активности, изменения и значения показателя инфляции. В статье проведен анализ оценки уровня инфляции по регионам Казахстана за последние 2 года, объема общей выручки и дохода в сфере общественного питания.

В рамках сравнения проведен анализ сферы общественного питания в Кореи, России, отражены основные показатели рынка питания. В статье определены основные проблемы и перспективы роста предприятий гостиничного бизнеса, ориентированных на определенный формат. Также отражены перспективные направления в формате евростоловых и кофеен, «облачные» кухни, dark kitchen в целях обеспечения высокой проходимости при относительно низкой маржинальности. Приведены примеры успешных проектов, которые подтверждают важность гостиничного и ресторанного бизнеса как востребованных проектов в сфере общественного питания и их экономической значимости.

В статье предложены и рассмотрены две концепции развития деятельности предприятий гостеприимства: здоровая кухня с сохранением национальной культуры и программа управления «Консолидация».

Ключевые слова: общественное питание, ресторанный бизнес, инфляция, рынок питания.

С. РУСТЕМОВА¹✉, В. КРЪСТЕВ², К. ТУКИБАЕВА¹, Д. АЛИМБЕКОВ³

¹Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

(Қазақстан, Астана), e-mail: sabiruwa1986@mail.ru

²Варна экономикалық университеті (Болгария, Варна)

³Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан қаласы)

АБАЙ ОБЛЫСЫНДА ТАРИХИ-МӘДЕНИ ТУРИЗМДІ ДАМУ МҮМКІНДІКТЕРІ

Аңдатпа. Мақалада Абай облысының туристік мүмкіндіктері мен туристік әлеуетін анықтау және пайдалану жолдары, оларды жетілдіру туралы зерттеулер қарастырылады. Туризм индустриясы тарихи-мәдени ресурстарды пайдалану негізінде республиканың әлеуметтік-экономикалық дамуын анықтайтын ел экономикасының бір бөлігі болып табылады. Бүгінгі таңда Қазақстанда туризмді реформалау және туристік бизнесті дамыту стратегиясы бойынша ауқымды жұмыстар атқарылуда. Туризмнің тұрақты және әлеуметтік дамуы проблемасы Қазақстан Республикасының бүкіл тарихи дамуында өзекті болып келеді. Туризмді дамыту аймақтың әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартуға ықпал етеді: кәсіпкерлікті дамыту, табыс табу, жұмыс орындары, сол арқылы кедейшілікті азайту. Абай өңірінің географиялық орналасуы, ерекшеліктері мен дамуының талдауы, туристік факторлары мен өңірдің бәсекелестік артықшылықтары берілген. Мақалада Абай облысындағы туризмнің негізгі түрлері қарастырылған, сонымен қатар осы аймақтағы туризмнің дамуының негізгі көрсеткіштері мен қазіргі жағдайына талдау жасалған. Абай облысының туристік әлеуетінің, Pest-талдау, SWOT-анализі зерттеулері жасалды: туризмнің мықты және әлсіз жақтары, сонымен қатар ауданның мүмкіншіліктері мен қауіптері көрсетілді. Кіру және шығу туризмінің дамуына кедергі болған факторлар және Абай облысында туризмнің дамуына жағымды әсер ететін факторлар анықталды. Мақалада Абай облысындағы туризмнің негізгі түрі тарихи-мәдени туризмнің даму болашағы мен мүмкіндіктері қарастырылып, негізгі тарихи-мәдени ресурстарға талдау жасалған. Сонымен қатар осы аймақтағы туризмнің дамуының негізгі көрсеткіштері мен қазіргі жағдайына талдау ұсынылады.

Кілт сөздер: туризм, рекреация, танымдық туризм, мәдени туризм, өңірлік туризм, табиғи-ресурстық әлеуеті, туристік әлеует.

Кіріспе

Абай облысы — Қазақстанның шығысындағы әкімшілік-аумақтық бөлініс. Әкімшілік орталығы – Семей қаласы. Құрылған уақыты - 2022 жылғы 8 маусым. 8 ауданнан және

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Рустемова С., Кръстев В., Тукибаева К., Алимбеков Д. Абай облысында тарихи-мәдени туризмді дамыту мүмкіндіктері. –2025. –No2(8). –б. 38–49. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.03>

*Cite us correctly: Rustemova S., Krstev V., Tukibaeva K., Alimbekov D. Abay oblysynda tarihi-mădeni turizmdi damytu mumkindikteri. [Opportunities for the development of historical and cultural tourism in Abay region] –2025. –No2(8). –b. 38–49. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.03>

облыстық бағыныстағы 2 қаладан тұрады.

Абай облысы оңтүстігінде Жетісу, солтүстік-батысында Павлодар, батысында Қарағанды, солтүстік-шығысында Шығыс Қазақстан облыстарымен, оңтүстік-шығысында Қытай Халық Республикасымен, солтүстігінде Ресей Федерациясымен шектеседі.

Мемлекет басшысы туризмді дамыту жөніндегі кеңесте саланың экономиканың маңызды драйвері және инвестициялар үшін перспективалы бағыт екенін атап өтті. Президенттің тапсырмасына сәйкес, Абай облысында туристік инфрақұрылымды дамытуға бағытталған ауқымды жобалар жүзеге асырылуда. Бұл бастамалар айтарлықтай нәтижелер беруде. Сондай-ақ, облыс әкімі Берік Уәлидің тапсырмасымен өңірде туризм басқармасы құрылады. Негізгі мақсаты – өңірдің туристік әлеуетін одан әрі дамыту.

2024 жылдың III тоқсанының қорытындысы бойынша өңірге 225,8 мың турист келді, олардың 2 949-ы шетелдік қонақтар. Облыста 6 582 орындық 321 орналастыру нысаны жұмыс істейді, ал көрсетілген қызметтердің көлемі 4,8 млрд теңгені құрады. Туризм саласына 12,9 млрд теңге инвестиция тартылды, оның 3 млрд теңгесі жеке капитал есебінен.

«Туризмді дамыту – бұл тек экономикалық өсім ғана емес, өңірдің бірегей табиғи және мәдени әлеуетін ашудың негізгі мүмкіндігі. Біз инфрақұрылым мен сервисті жетілдіре отырып, қонақтар мен инвесторлар үшін қолайлы жағдай жасауды жалғастырамыз», – деп атап өтті облыс әкімінің орынбасары Қуаныш Сүлейменов. [1].

Туристік қызмет жүргізудің маңыздылығы және аймақтың туристік әлеуетінің дамуы, аталмыш саладан түсетін мүмкін кірістер қазіргі қоғамда үлкен қызығушылық тудырады және зерттеу жұмысының маңыздылығы мен ауқымдылығын арттырады. Аймақ табиғи әлеуетін сақтап қалған тиімді географиялық орыны мен бай табиғи және мәдени мұралары бірігіп жағымды үйлесім тапқан. Бұл үйлесімділік туризмнің жаңа түрлерінің пайда болуына және жетілуіне зор мүмкіндік береді. Дегенмен, бұл арнайы зерттеулер мен туристік қызмет нарығындағы оның алға жылжуына көп жұмыс істелінуін қажет етеді.

Зерттеудің мақсаты – Абай ауданының тарихи және мәдени әлеуетін туризмнің даму факторы ретінде пайдалануға және оны жетілдіруге ұыныстар қалыптастыру.

Жұмысының зерттеу нысаны: Абай аймағының туристік саласының дамуының негізі болып табылатын аймақтың тарихи-мәдени әлеуеті. Тарихи-мәдени мұралары мен Абайдың «Жидебай-Бөрілі» мемлекеттік тарихи-мәдени және әдеби-мемориалдық қорық-мұражайы.

Әдебиетке шолу

Соңғы бес жылда туризмнің даму қарқынын зерделеуде отандық туризмді дамыту бағдарламаларының маңызы зор [1]. Бұл жоба Елбасының Қазақстанда туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламасын әзірлеу бойынша 2018 жылғы 10 мамырдағы тапсырмасын орындау және «100 нақты қадам» Ұлт жоспарын жүзеге асыру мақсатында жасалып отыр. Мәдениет және спорт министрлігі туризмді дамытудың жаңа жобасын жасап бекітті. Ол 2019-2025 жылдар аралығында іске асырылып жатыр. Мұнда шекарадан өткен шетел азаматтарының санын 9 млн адамға, кәсіби қызметпен емес, 24 сағаттан астам уақыт ҚР аумағында өткізген шетелдіктер санын 3 млн адамға ұлғайту жоспарланған. Сонымен қатар 7 жылдан кейін туристік салада 650 мың адам жұмыс істейтіні көзделуде. Орналастыру орындары көрсеткен туристік қызметтер көлемі 2,5 есеге өсетіні (270 млрд теңгеге дейін), негізгі капиталға инвестициялардың көлемі 3 есеге артатыны (600 млрд теңгеге дейін) да

жоспарда бар [1].

Туризмнің жақсы дамуына әсер ететін негізгі факторларды былай жіктеуге болады, аймақта туристік-рекреациялық ресурстардың болуы, тарихи-мәдени көрікті жерлер, дамыған туристік инфрақұрылымның болуы, жарнама және әлемдік нарықта туризмді белсенді жылжыту әдістері, салынған инвестицияның қысқа мерзімдегі қайтарымдылығы мен жоғары экономикалық пайдалылық.

Алдыңғы зерттеулерде, Ю. Исаков, Б. Иманбекова, А. Бейсембинова, А.Молдғалиева, З.Абишева, Н.Усенов және Л.Давидтың [2] ғылыми еңбектерінде Қазақстандағы туризмді дамытудағы аймақтық ресурстар мен өлкетанулық жұмыстардың тиімділігі айтылса, С.М.Рустемова мен А.А.Жакуповтың еңбегінде қаралып отырған Абай аймағының туристік болашағы жан-жақты зерттелініп талданған [6]. Уранхаев. Н еңбегінде облыстың тарихи-мәдени ресурстары мен нысандарына сипаттама берілген, ол аймақта тарихи-мәдени туризм мүмкіндіктерін айқындайды. Сондай-ақ зерттеу барысында Абайдың мемлекеттік қорық-мұражайы материалдары мен облыс әкімшілігінің жеке құжаттары мен материалдары пайдаланылды.

Бұл ғалымдардың зерттеулері мен дернектері аталмыш мақаланы жазуда үлкен маңызға ие және зерттеу жұмысының тиянақтылығына негіз болды деп айтуға болады.

Материалдар мен әдістері.

Зерттеу жұмысында сипаттамалы, тарихи-салыстырмалы, құрылымдық-типологиялық, статистикалық әдістер, әлеуметтік, ақпараттық, сонымен қатар әдебиеттердің жан-жақтылығы, сараптау, бағалау және жүйелеу сияқты түрлері мен тәсілдері қолданылды.

Сонымен қатар зерттеу барысында аймақта туризмнің дамуына қатысты құқықтық, экономикалық және әлеуметтік факторлар талданды. Аймақтық және халықаралық тәжірибелердің салыстырмалы талдауы жүргізілді. Абай облысындағы туристік әлеуетті арттыру жолдарын анықтау мақсатында аймақтың туристік инфрақұрылымы, соның ішінде қонақ үй саласы, көлік байланыстары және мәдени-танымдық нысандар зерттелді. Туризмнің әлеуметтік-экономикалық әсерін анықтау үшін экономикалық есептеулер жүргізіліп, облыстың туристік ағынына қатысты статистикалық деректермен жұмыс жасалды.

Абай облысы туризмді дамытатын әлеуеті жоғары аймақтардың бірі. Абай ауданы аймағы тарихи-мәдени құндылықтарға бай аймақ, оның әр бір өңірі тарих пен мәдениет ортасы. Облыстың ірі қалаларының бірі Семей қаласынан оңтүстік батысқа қарай Шыңғыстаудың бөктерінде орналасқан Абай ауданы осындай ерекше мәдени құндылықтарға толы.

Қазіргі таңда жылдан жылға Абай облысына шетелдік туристер топтарының, оқушылар мен студенттердің назары көптеп аударып келеді, әсіресе оқу орындары экскурсияларды ұйымдастырып, мұғалімдер өз оқушыларыны туристік маршруттарды ұсынып қызықтырған жағдайда. Ұлттық реңкпен танысу және мұражай кешендерін, сондай-ақ жергілікті қасиетті орындарды аралау үшін Абай өңірін көбірек таңдайтын туристерді тарту үшін инфрақұрылым – бірінші кезекте жолдар, тамақтану орындары кеңейтілуде. Абай облысының Өңірлік коммуникациялар қызметінде өткен баспасөз мәслихатында облыс әкімі атап өткендей, туристер саны жылдан жылға артып келеді. Егер

2021 жылы облысқа 30 433 адам келсе, 2022 жылы – 32 793 адам келген.

Туристердің қызығушылығын арттыру және жеке кәсіпкерлер есебінен этнотуризмді дамыту мақсатында 2022 жылы Сырт Қасқабұлақ ауданында киіз үй орнатылып, тұрғындар мен туристерге ұлттық тағамдар ұсынылған. Жергілікті бюджет есебінен «Еңлік-Кебек» монументіне ағымдағы жөндеу жұмыстары жүргізілген. 2024 жылы облыс әкімдігі туризмді дамыту бағытында ауқымды жұмыстарды атқаруды жоспарлап отыр.

2023 жылы 5 ауылдық округке интернет тартылып, республикалық, облыстық, аудандық маңызы бар жолдар жөнделді. Мұның барлығы туристерге келуге қолайлы жағдай жасайды.

Әрбір компанияның карталарында барлық қажетті ақпарат, соның ішінде контактілер, пайдаланушылардың пікірлері және рейтингтері бар. Туристер баратын жерлері туралы толық ақпаратты жылдам ала алады [3].

Нәтижелер және талқылаулар.

Аймақтағы тарихи-мәдени объектілердің қазіргі жағдайы мен болашағын талдау жүргізсек.

Абай облыстық «Жидебай-Бөрілі» мемлекеттік тарихи-мәдени және әдеби-мемориалдық қорық-мұражайының өзі деңгейлес барлық музейлер тәрізді замана желі әсерімен ХХІ ғасырға лайықты мұражай болу жолдарын тынымсыз іздестіру жолында. Бұл мұражай менеджментіндегі алға қойған мақсаттары: бейхабар келушілерде қызығушылық әсерін оятуда, қызығушылығы оянған келушіні бір күндік келушіге айналдыру, бір күндік келушіні тұрақты келушіге ұштастыру, тұрақты келушіні музейдің жанашырына айналдыру болып табылады. Ол үшін музейге келушіні мұқият зерттеу қолға алынған [4].

Абай ауданында барлық елді мекендерді қоса алғанда 42 тарихи, мәдени ескерткіштер, 60-тан астам ел тарихына, әсіресе Абай есіміне қатысты тарихи орындар мен 30-дан астам археологиялық, көне ескерткіштер бар екен [5].

Жалпы Абай ауданында жергілікті маңызы бар. Тарих және мәдениет ескерткіштерінің мемлекеттік тізімін (кесте-1) келтіруге болады.

Кесте 1 – Абай ауданының жергілікті маңызы бар тарихи және мәдениет ескерткіштерінің мемлекеттік тізімі

№	Ескерткіштің атауы	Ескерткіштің түрі	Ескерткіштің орналасқан жері
1	2	3	4
1	Абыралытас, петроглифтер тобы қола дәуірі	археология	Кайнар ауылынан 30 км Жылғыстау тауының солтүстік жағында
2	Сарыкөл тас мүсінді көне түрік қорғандары, ерте ортағасыр	археология	Қарауыл ауылынан 30 км Сарыкөл көліне қарай
3	Текебұлақ 1,2,4 моласы датасы анықталмаған	археология	Қарауыл ауылынан 35 км Текебұлақ бұлағы жағасы
4	Ш.ӘбенOVтың мұражай-үйі 2003 жыл	қала құрылысы және сәулет	Құндызды ауылы
5	Ш.ӘбенOVтың бейіті 2000 жыл	қала құрылысы және сәулет	Қарауыл ауылынан оңтүстікке қарай 90 км

жалғасы келесі бетте...

1	2	3	4
6	Айпара-ана мазары 1999 жыл	қала құрылысы және сәулет	Қарауыл ауылынан оңт- батысқа қарай 15 км, Бөкенім өзенінің жағасы
7	Ақтамберді мазары 1989 жыл	қала құрылысы және сәулет	Жидебай ауылы, ауылдық зират
8	Кеңес Одағының батыры 3.Белібаевқа ескерткіш 1985 жыл	қала құрылысы және сәулет	Архат ауылы, мәдениет үйінің алдында Қарауыл ауылынан 70 км
9	Дәмөгөй, Кәмила, Жағыпар бейіттері 1987 жыл	қала құрылысы және сәулет	Қасқабұлақ ауылынан оңт-батысқа қарай 18 км
10	Ділдә мен Әйгерім (Аралтөбе) бейіті 1924 жыл	қала құрылысы және сәулет	Қасқабұлақ ауылынан солт-шығысқа қарай 20 км
11	«Еңлік-Кебек» XIV-XV ғасырлар, құлпытас	қала құрылысы және сәулет	Қасқабұлақ ауылынан 25 км Қарауыл ауылына қарай тас жолдың бойы
12	Ералы би мазары, авторы М.Жанболатов 1998 жыл	қала құрылысы және сәулет	Қасқабұлақ ауылынан 15 км
Ақпарат көзі: Мәліметтер негізінде авторлармен құрастырылған			

Бөрілі - Әуез әулетінің ата мекен қоныс-қыстауы. Абай мен Әуездің бір-біріне жиі қатынасып тұрғаны белгілі. Қыстаулары да жақын 3-3,5км аралығында орналасқан. Сол себепті Әуездің немересі – Мұхтар 1897 жылы 28 қыркүйекте Аяққараған деген жерде дүниеге келгенде Абай жасы үлкен досының қуанышына ортақ болғанды.

Аяққараған мен Бөрілі – қазақ әдебиетінің классигі, Мемлекеттік және Лениндік сыйлықтардың лауреаты, абайтанудың негізін салушы, әлемге әйгілі жазушы Мұхтар Әуезовтың ата қонысы ретінде қадірлі жерлер [6].

Мұражай-үйдің экспозициясы жазушының 90-жылдық мерейтойына орай ашылды.

1987 жылдан бастап Бөрілідегі жазушының мұражай-үйі Абай мұражайының бөлімі болып келеді. «Омархан – Нұржамал» кесенесі 1997 жылы салынды. Кесене жобасының авторы – сәулетші Бек Ибраев, орындаушы - Нұрлан Назарбеков. Ішкі безендіру жұмыстарын жүргізген «Ел дана» кәсіпорнының шеберлері. [7].

1960 ж. Абай ауданының тұрғындары Еңлік пен Кебек бейітінің басына қазіргі жаңа ескерткішті тұрғызды. Ескерткіштің қасында Ақшоқы шағын ауылы бар. Абайдың әкесі, аға сұлтан Құнанбай қажы мен оның ұрпақтары осында жерленген. Абай ауданында Архат тауы орналасқан, таудың Қопадай ғажайып көлімен, Үш келіншектей ерекше тауымен, Күйметастай дара биігі бар.

Аудан орталығы Қарауылға қарай созылған жолдың сол жағында қасқайып қарсы тұрған тау – Үлкен Орда, оң жағындағысы – Кіші Орда деп аталады. Үлкен Орданың бауырында сол кезден Абай ауданын мекендеген тобықты елінің қолбасшысы Тоқтамыс батыр мен атақты Мамай батырдың кесенелері орналасқан [8].

Мәдени туризмнің ең негізгі бөлшегі ретінде тарихи-мәдени құндылықтарды алсақ, яғни тарихи-мәдени құндылықтар кезең кезеңмен жинақталған, өткен ғасырлардағы

адамгершілікті және рухани тәжірибе алынады.

Қазақстан Республикасы Президентінің 2019 жылғы 26 желтоқсандағы N 288- VI ҚРЗ «Тарихи-мәдени мұра объектілерін қорғау және пайдалану туралы» Қазақстан Республикасының 1992 жылғы 2 шілдедегі Заңының 27-бабына және Ескерткіштер мен тарихи және Мемлекеттік маңызы бар объектілерге тізім жасалған, ескерткіштерді қаржылай сақтау туралы құқықтық алғышарттар құрады, соның ішінде табиғи және антропогендік тегі бар тәуекелдік факторларын анықтауға болады [9]. Туризм мен мәдениеттің өзара байланысы анық: туризмнің бес негізгі мотивтерінің (таным, коммуникация, емдеу және сауықтыру, әлеуметтік престиж) барлығы мәдени элементті өзіне кірістіреді. Осылай талдағанда мәдениетті бір жағынан ескерткіштер, қолөнер туындылары, материалды заттар және т.б. қарастыруға болады, ал екінші жағынан мәдени туризм коммуникация ретінде ұсынылады. Сондықтан, мәдениет әлемнің көптеген елдерінде негізгі ресурс болып табылады.

Мәдени құндылықтарды оларды қолдануына байланысты В.А.Квартальновтың ұсыныстары бойынша келесідей жіктеуге болады: туристердің қолдануының қолжетімділігі (мәдени іс-шаралар, мейрамдар); аралас қолдану қолжетімділігі (тарихи ескерткіштер мен мұражайлар, театрлар, қорықтар); негізінде жергілікті халықтың қолдануы (мәдени объектілер, театрлар, кітапханалар және т.б.). Жоғарыдағы анықтамаға сәйкес еліміз мәдени мұраға, құндылыққа бай. Еліміз мәдени мұраларды тек қолданып қана емес, сонымен бірге оны сақтау, дәріптеу және т.б. сияқты мәселелерді шешуге тырысады, аймақтық стратегиялар әзірленуде [10].

Бүгінде Қазақстандағы туризм ел экономикасын дамытудағы приоритетті бағыт деп саналады, ол туристік нарықтың кенеттен дамуының дамуына кедергі келтіретін салалық құқықтық қамтылуды қамтамасыз етеді. Тек жағымды жағдай құру және туристік бизнесті жеткілікті түрде қолдау арқылы туристік кәсіпорындарды стимулдау, қоршаған ортаны қорғау (соның ішінде табиғи рекреациялық туристік ресурстар), өмірді, денсаулықты сақтау, құқықты және туристік қызметті тұтынушылар қызығушылықтарын қорғау [11].

Аймақтың тарихи-мәдени құндылықтарының маркетингтік талдауын қарастырып, бағалау жасауға болады (кесте 2).

Кесте 2 – Аймақтың тарихи-мәдени құндылықтарының маркетингтік мүмкіндіктеріне PEST-талдау

	Іс-әрекеттер	Әсері	Жауап реакциясы
1	2	3	4
Саяси факторлар	Мемлекеттік реттеу: Мемлекет тарапынан қаржы бөліну жеткілікті емес	Нарықтың сауығуы	Жаңа нарықтарға шығудың үлкен мүмкіндіктері
	Тауарлық саясатты дамыту, өндірілетін ассортиментті кеңейту, қорлық нарықты дамыту	Көршілес аудандардағы туроператорлардан сақтану	Нарыққа ену мүмкіндігі
Экономикалық факторлар	Өлке экономикасын дамыту	Туристік кәсіпорындардың қызмет көрсету саласындағы қызметін көрсетеді	Туристік сала кәсіпорындарының туризм инфрақұрылымын дамыту

Жалғасы келесі бетте

	Негізгі облыстар-серіктестер негізінде ҚР туристік нарық айналымының құрылымы (Павлодар облысы, Қытай, Ресей елдерімен шектес болған себепті және Абай тойының ЮНЕСКО көлемінде тойлануына байланысты)	Жоғары үлкен экономикалық белсенділік нарықты дамуыға әсер етеді	сыртқы-экономикалық байланыстарды дамытуға күш салады
Әлеуметтік-мәдени факторлар	Мәдени құндылықтарды сақтау, қорғау бойынша бағдарлама әзірлеу	Тез дамиды	Туристік қызметті көсетуді реттейтін нормативтік құқықтық актілерді дамытудың әлемдік тәжірибесін үйрену
	Мәдени құндылықтарды сақтау, қорғау бойынша 2024-2027 ж. бағдарламаны іске асыру	Бағдарламаның орындалуына қызығушылық	Туристік қызметті дамытуға үлкен мүмкіндік
Технологиялық	IT технологиялар төлемдердің жалпы көлемдерін азайтуға мүмкіндік береді	Бағалардың азаюы	Туристік қызметті дамытуға үлкен мүмкіндік
	Интернет бойынша онлайн сатуды дамыту	Клиенттік базаның кеңуі	Туристік қызметті дамытуға үлкен мүмкіндік
	www.abai.vko.kz сайтының ресурстарын жетілдіру	Клиенттерді арттыру	Туристік қызметті дамытуға үлкен мүмкіндік
Ақпарат көзі: Авторлармен құрастырылған			

Абай ауданы өзіндік ерекшелігімен көзге түсетін, тарихи-мәдени мұраларға аса бай өңірлердің бірі болып табылады. Бұл оның туризм саласында жоғары әлеуетке ие екендігін дәлелдейді және мәдени бағыттағы туризмді дамыту үшін айтарлықтай мүмкіндік бар екенін көрсетеді. Дегенмен, қолда бар мол мүмкіндіктерге қарамастан, бұл салада кешенді даму байқалмайды, себебі ауданға инфрақұрылымдық қолдау, инвестициялық ағын және туристік жобаларды іске асыруға бағытталған қаржыландыру жеткілікті деңгейде қамтамасыз етілмеген. Осыған орай, Абай ауданының даму болашағын тиімді бағалау және нақты қадамдар жасау үшін оның негізгі күшті және әлсіз жақтарын төмендегі кестеде (кесте 3) жүйелі түрде талдап көрсетеміз.

Сонымен қатар, аймақтың табиғи ландшафты мен мәдени мұра нысандары ішкі және шетелдік туристердің қызығушылығын арттыра алатын бірегей ресурс ретінде қарастырылады. Алайда, туризм саласын жүйелі түрде дамыту үшін кешенді стратегия мен жергілікті билік тарапынан тұрақты қолдау тетіктері қажет.

Туристік инфрақұрылымды жақсарту, жол-көлік қатынасын дамыту және сервистік қызметтердің сапасын арттыру – ауданның бәсекеге қабілеттілігін көтерудің басты шарттары болып табылады. Сонымен қатар, жергілікті тұрғындардың туризмге деген

көзқарасын өзгерту, олардың бұл салаға белсенді қатысуын ынталандыру маңызды факторлардың бірі саналады.

Кесте 3 – Абай облысында тарихи-мәдени туризмнің дамуына SWOT-талдау

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
- өлке тарихи-мәдени мұраларға толы; - Еуразия құрлығының кіндігі; - рекреациялық туризмді дамытуға мүмкіндік бере алатын Қоңыр Әулие үңгірі; - Архат ауылында экологиялық, спелео, жаяу туризмді, альпинизмді дамыту мүмкіндігі; - тұрғылықты халықтың әлеуметтік жағдайының жақсылығы; - танымдық туризмді дамытуға мүмкіндік; - ат туризмін дамыту мүмкіндіктері	- туризм саласына назар аударылмауы; - инвестицияның құйылмауы; - географиялық жағдайына зерттеу жұмыстарының жүргізілмеуі; - білікті мамандардың жетіспеуі; - жарнамалау саясатының жоқтығы - аудан туралы мәліметтердің жоқтығы
Мүмкіндіктері	Қатерлер
- рекреациялық, экологиялық, танымдық, спелео, жаяу туризмді және альпинизмді дамыту - шет ел туристерінің келу мүмкіндігі - ірі магистральды жолдарға жақындығы; - шет елдермен шекараға жақын (Ресей, Қытай); - Абай, Мұхтар, Шәкірімнің мерей тойларының ЮНЕСКО көлемінде аталып өтуі	- мемлекет тарапынан қолдауға ие бола алмауы; - қаражаттың болмауы; - дағдарыс жағдайы; - тарихты ұмыту; - құндылықтан айырылу
Ақпарат көзі: Мәліметтер негізінде авторлармен құрастырылған	

Зерттеу талдауларын қорытындылай келе біз мынадай нәтижелерге қол жеткіздік, кесте мәліметтері Абай ауданының тарихи-мәдени туризмді дамыту үшін әлеуетінің жоғары екендігін көрсетеді. Кез келген аймақ сияқты бұл аймаққа да тарихи-мәдени туризмді дамытудың негізгі міндеттерін шешу үшін үлкен мөлшерде инвестиция керек. [12].

Абай облысы тарихи-мәдени, киелі орындарға, экологиялық, жағажай және шекаралық туризм бағыттары бойынша зор әлеуетке ие. Республикалық деңгейдегі туристендіру картасына «Тарбағатай» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі мен Алакөл көлінің жағалауы енгізілді. Ал өңірлік деңгейде Шошқалы көлі, «Абай-Шәкәрім» мемориалдық кешені және «Жидебай-Бөрілі» музей-қорығы маңызды туристік нысандар қатарында. Бұл орындар қазақстандықтар мен шетелдік саяхатшылардың назарын аударып келеді [8].

Қорытынды.

Зерттеу нәтижелерін қорытындылай келе аталған аймақта туризмді дамытудың мынадай ұсыныстарын ұсынып отырмыз:

1. Инфрақұрылымды дамыту. Көлікке қолжетімділікті жаңғырту: негізгі көрікті жерлерге (Жидебай, Семей, Абай ауданы және т.б.) жолдарды қайта жаңарту. Автобус және

теміржол турмаршруттарын құру (Шымкент – Семей – Жидебай – Павлодарды қоса алғанда). Өскемен және Семей әуежайларынан туристер үшін трансфер ұйымдастыру. Қонақ үй қорын дамыту: қазақ ауылының стилистикасындағы этно-қонақүйлер, глампингтер салу және қолдау. Қонақ үйлер саласындағы шағын кәсіпкерлерді қолдау.

2. Мәдени-танымдық бағыттарды әзірлеу. "Абай ізімен" бағыты: Семей-Жидебай-Бөрілі-Шыңғыстау: Абай мен Шәкәрімнің өмірі мен мұрасымен танысу. Мұражайларды, мемориалдық кешендерді, мешіттерді, әдеби кештерді қосу. Тарихи-сәулет турлары: Семей: XIX–XX ғғ. ғимараттарын, Ертіс арқылы өтетін ескі көпірді, мұражайлар мен мешіттерді тексеру. Археологиялық нысандарға, соның ішінде сақ және түркі дәуірінің ескерткіштеріне бару. Мәдени фестивальдар мен іс-шаралар: әдеби оқулармен, театр қойылымдарымен, халық қолөнері жәрмеңкелерімен жыл сайынғы "Абай әлемі" фестивалін ұйымдастыру.

3. Цифрландыру және жылжыту. Бірыңғай туристік портал құру: интерактивті карталар, іс-шаралар кестелері, көрікті жерлер мен брондау туралы ақпарат. AR/VR қосымшаларын әзірлеу: мұражайларға, тарихи орындарға виртуалды турлар, XIX ғасырдағы оқиғаларды қайта құру. Әлеуметтік желілерде және халықаралық платформаларда (TripAdvisor, Booking, Lonely Planet) белсенді жылжыту: бейне мазмұны, жергілікті тұрғындардың әңгімелері, саяхатшылардың пікірлері.

4. Жергілікті бизнес пен қолөнерді қолдау. Кәдесый өнімдерін дамыту: Абай символикасы бар кәдесыйлар, халық бұйымдары (киіз, керамика, былғары). Гидтерге арналған оқу бағдарламалары: өлкетану, шет тілдері, туризм этикасы бойынша курстар. Агротуризммен ынтымақтастық: Қазақ ауылдарына сапарларды турларға қосу, дәстүрлі рәсімдер мен асханаларға қатысу.

5. Ынтымақтастық және инвестициялар. Мемлекеттік-жекеменшілік әріптестік: мәдени кешендер, этнопарктер құру үшін инвесторларды тарту. ЮНЕСКО және халықаралық ұйымдармен ынтымақтастық: көрнекілікті арттыру үшін ескерткіштерді дүниежүзілік мұра тізіміне қосу. Білім беру турлары мен тағылымдамалар: студенттерге, ғалымдарға және қазақ мәдениетін зерттеушілерге арналған бағдарламалар.

Сонымен, Абай аймағы туризмнің барлық түрлері үшін орасан зор әлеуетке ие, егер аймақтық туристік кластер қалыптасса, ол аймақ экономикасының драйверіне айналады. Ресурстарды дұрыс бөлу, туризм түрлерінің жіктелуіне және мемлекеттік және жеке секторлардың өзара әрекеттесуіне негізделген дұрыс модель дестинацияны алдағы жылдары саланың негізгі бағыттарының біріне айналдырады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Алиасқаров, Ғ.С. Туризм индустриясы және инфрақұрылымы: оқу-әдістемелік құрал [Мәтін] / Ғ.С. Алиасқаров. – Алматы: «Тұран» Университеті, 2020. – 49 б.

2. Абай облысы // Ауылдық аймақтарды тұрақты дамыту қоры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://furst.kz/abay> (дата обращения: 30.06.2024).

3. Красна, С. А., Драгичевич-Шешич, М. Культурный туризм как перспективное направление развития современного туризма [Текст] // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. – 2017 (2006?). – № 4. – С. 125–128.

4. Александрова, А.Ю. Глобальные стратегии развития туризма (по материалам Всемирной туристской организации) / А.Ю. Александрова // Научный вестник МГИИТ. –

2018. – № 6 (56). – С. 9–15.

5. Timothy, D.J. Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study // *Tourism Management Perspectives*. – 2018. – Vol. 25. – P. 177–180. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.018> (дата обращения: 14.02.2020).

6. Рустемова, С.М., Жакупов, А.А. Абайская область: туризм как драйвер развития региона [Текст] // *Proceedings of the 5th International Scientific Conference “Theoretical Hypotheses and Empirical Results”* (December 14–15, 2023). – Oslo, Norway: Publisher.agency, 2023. – P. 171–175.

7. Уранхаев, Н. Киелі Абай Елі: фото-сурет [Мәтін] / Н. Уранхаев. – Абай, 2023. – 480 б.

8. Седова, Н.А. Культурно-просветительный туризм: учебное пособие [Текст] / Н.А. Седова. – М.: Советский спорт, 2004. – 96 с.

9. Аршабеков, Т.Т., Шотбакова, А.К., Аяпбергенова, Ж.А. Абай ауданының тарихы [Мәтін] / Т.Т. Аршабеков, А.К. Шотбакова, Ж.А. Аяпбергенова. – Қарағанды, 2016. – 390 б.

10. Абайдың мемлекеттік қорық-мұражайы [Текст] // Қазақстан Республикасы Мәдениет, ақпарат және спорт министрлігі. – Астана: Елорда, 2015. – 20 б.

11. Қазақстан Республикасының Заңы «Туристік қызмет туралы» 2019 жылғы 26 желтоқсандағы № 288-VI ҚРЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1900000288> (дата обращения: 30.06.2024).

12. Абай облысының туризм және сыртқы байланыстар басқармасы [Электронный ресурс]. – URL: <https://semeynews.kz/kk/news/35500/> (дата обращения: 30.06.2024).

REFERENCES

1. Aliasqarov, G.S. Turizm industriyası zhane infrastrukturalyqylymy: oqu-adistemelik qural [Tourism Industry and Infrastructure: Teaching and Methodological Guide] [Matin] / G.S. Aliasqarov. – Almaty: «Turan» Universiteti, 2020. – 49 b.

2. Abaj oblysy // Auyldyk ajmaktardy turakty damytu kory [Abai Region // Fund for Sustainable Development of Rural Areas] [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://furst.kz/abaj> (data obrasheniya: 30.06.2024).

3. Krasna, S.A., Dragichevich Sheshich, M. Kulturnyj turizm kak perspektivnoe napravlenie razvitiya sovremennogo turizma [Cultural Tourism as a Promising Direction for the Development of Modern Tourism] // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kultury i iskusstv*. – 2017 (2006?). – № 4. – S. 125–128.

4. Aleksandrova, A.Yu. Globalnye strategii razvitiya turizma (po materialam Vsemirnoj turistskoj organizacii) [Global Strategies for Tourism Development (Based on UNWTO Materials)] / A.Yu. Aleksandrova // *Nauchnyj vestnik MGIIIT*. – 2018. – № 6 (56). – S. 9–15.

5. Timothy, D.J. Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study // *Tourism Management Perspectives*. – 2018. – Vol. 25. – P. 177–180. – URL: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.018> (data obrasheniya: 14.02.2020).

6. Rustemova, S.M., Zhakupov, A.A. Abajskaya oblast: turizm kak drajver razvitiya regiona [Abai Region: Tourism as a Driver of Regional Development] // *Proceedings of the 5th International Scientific Conference “Theoretical Hypotheses and Empirical Results”* (December 14–15, 2023). – Oslo, Norway: Publisher.agency, 2023. – P. 171–175.

7. Urahaev, N. Kieli Abaj Eli: foto-suret [Sacred Land of Abai: Photo Album] / N.

Uranhaev. – Abaj, 2023. – 480 b.

8. Sedova, N.A. Kulturno-prosvetitelnyj turizm: uchebnoe posobie [Cultural and Educational Tourism: Textbook] / N.A. Sedova. – M.: Sovetskij sport, 2004. – 96 s.

9. Arshabekov, T.T., Shotbakova, A.K., Ayapbergenova, Zh.A. Abaj audanyryn tarihy [History of the Abai District] / T.T. Arshabekov, A.K. Shotbakova, Zh.A. Ayapbergenova. – Qaraqandy, 2016. – 390 b.

10. Abajdyn memlekettik koryq-murazhajy [Abai State Historical and Memorial Museum-Reserve // Ministry of Culture, Information and Sports of the Republic of Kazakhstan] // Kazakstan Respublikasy Mädeniet, akparat zhane sport ministrliги. – Astana: Elorda, 2015. – 20 b.

11. Kazakstan Respublikasynyn Zany «Turistik kyzmet turaly» 2019 zhyly 26 zheltoksandary № 288-VI KRZ [Law of the Republic of Kazakhstan “On Tourism Activities” dated December 26, 2019 No. 288-VI] [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/Z1900000288> (data obrasheniya: 30.06.2024).

12. Abaj oblysynyn turizm zhane syrtky bajlanystar baskarmasy [Department of Tourism and External Relations of the Abai Region] [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://semeynews.kz/kk/news/35500/> (data obrasheniya: 30.06.2024).

С. РУСТЕМОВА Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің докторанты (Қазақстан, Астана) e-mail: sabiruwa1986@mail.ru	В. КРЪСТЕВ География ғылымдарының докторы, доцент Варна Экономикалық университеті (Болгария, Варна), e-mail: vkrstev@mail.ru
К. ТУКИБАЕВА PhD, доцент м.а., Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, (Қазақстан, Астана) email: kuralay.phd2018@gmail.com	Д. АЛИМБЕКОВ Магистр, аға оқытушы Халықаралақ туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан) email: damirbek.alimbekov@iuth.edu.kz
	24.03.2025 ж. баспаға түсті 05.04.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды

S. RUSTEMOVA¹✉, V. KRYSTEV², K. TUKIBAEVA¹, D. ALIMBEKOV³

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University

(Kazakhstan, Astana), e-mail: sabiruwa1986@mail.ru

²Varna University of Economics (Bulgaria, Varna)

⁴International University of Tourism And Hospitality (Kazakhstan, Turkestan)

POSSIBILITIES FOR THE DEVELOPMENT OF HISTORICAL AND CULTURAL TOURISM IN THE ABAY DISTRICT

Abstract. The article discusses research on identifying and using tourism opportunities and tourism potential of the Abay region, and their improvement. The tourism industry is part of the country's economy, determining the socio-economic development of the republic based on the use of historical and cultural resources. Today, large-scale work is being carried out in Kazakhstan to reform tourism and the tourism business development strategy. The problem of sustainable and social development of tourism is relevant throughout the historical development of the Republic of Kazakhstan. The development of tourism helps to improve the socio-economic situation of the

region: the development of entrepreneurship, earnings, employment, thereby reducing poverty. An analysis of the geographical location, characteristics and development of the Abay region, tourist factors and competitive advantages of the region is presented.

The article examines the main types of tourism in the Abay region, and also analyzes the main indicators and the current state of tourism development in this region. Research was carried out on the tourism potential of the Abay region, Pest analysis, SWOT analysis: the strengths and weaknesses of tourism, as well as the opportunities and risks of the area were shown. Factors that impede the development of inbound and outbound tourism, and factors that favorably influence the development of tourism in the Abay region, have been identified. The article discusses the main types of tourism in the Abay region, and also offers an analysis of the main indicators and the current state of tourism development in this region.

Keywords: tourism, recreation, educational tourism, cultural tourism, regional tourism, natural resource potential, tourist potential.

С. РУСТЕМОВА¹✉, В. КРЪСТЕВ², К. ТУКИБАЕВА¹. Д. АЛИМБЕКОВ³

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева

(Казахстан, Астана), e-mail: sabiruwa1986@mail.ru

²Экономический университет Варны (Болгария, Варна)

⁴Международный университет туризм и гостеприимства (Казахстан, Туркестан)

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В АБАЙСКОМ РАЙОНЕ

Аннотация. В статье рассматриваются исследования по выявлению и использованию туристских возможностей и туристского потенциала Абайской области, их совершенствованию. Индустрия туризма является частью экономики страны, определяющей социально-экономическое развитие республики на основе использования историко-культурных ресурсов. на сегодняшний день в Казахстане проводится масштабная работа по реформированию туризма и стратегии развития туристского бизнеса. Проблема устойчивого и социального развития туризма актуальна на протяжении всего исторического развития Республики Казахстан. Развитие туризма способствует улучшению социально-экономического положения региона: развитию предпринимательства, заработку, занятости, тем самым снижению бедности. Представлен анализ географического положения, особенностей и развития Абайского региона, туристских факторов и конкурентных преимуществ региона. В статье рассмотрены основные виды туризма в Абайской области, а также проанализированы основные показатели и современное состояние развития туризма в этом регионе. Проведены исследования туристского потенциала Абайской области, Pest-анализ, SWOT-анализ: показаны сильные и слабые стороны туризма, а также возможности и риски района. Выявлены факторы, препятствующие развитию въездного и выездного туризма, и факторы, благоприятно влияющие на развитие туризма в Абайской области. В статье рассматриваются основные виды туризма в Абайской области, а также предлагается анализ основных показателей и современного состояния развития туризма в этом регионе.

Ключевые слова: туризм, рекреация, познавательный туризм, культурный туризм, региональный туризм, природно-ресурсный потенциал, туристский потенциал.

М. АБДИКАРИМОВА¹, Т. АБДРАСИЛОВ¹✉, Э. АЛЬЖАНОВА¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz

**ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ САЛАСЫН ЖЕТІЛДІРУДІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ
БАҒЫТТАРЫ: ВЬЕТНАМ, ТҮРКИЯ, МАЛАЙЗИЯ ЖӘНЕ ИСПАНИЯ
ТӘЖІРИБЕЛЕРІ НЕГІЗІНДЕ**

Аңдатпа. Бұл мақалада Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания мемлекеттерінің туризм саласындағы озық тәжірибелері жан-жақты сараланып, олардың негізгі даму факторлары мен стратегиялары Қазақстан жағдайымен салыстырылады. Зерттеу барысында әр елдің туризмді дамытуға бағытталған мемлекеттік саясаты, инфрақұрылымдық шешімдері, маркетингтік стратегиялары және туристік өнімді әртараптандыру тәсілдері талданады. Сонымен қатар, Қазақстанның туризм саласындағы қазіргі ахуалы сипатталып, құрылымдық кемшіліктері мен даму әлеуеті бағаланады. Мақалада халықаралық benchmarking әдісі арқылы табысты елдердің үлгілері негізінде Қазақстанға бейімделетін нақты ұсыныстар жасалады. Бұл ұсыныстар туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық секторына айналдыру мақсатында институционалдық, инфрақұрылымдық және кадрлық өзгерістерді қамтиды. Мақаланың практикалық маңыздылығы – халықаралық тәжірибені ескере отырып, Қазақстанда тұрақты әрі бәсекеге қабілетті туризм моделін қалыптастыруға бағытталған ұсыныстар беруінде.

Кілт сөздер: туризм, халықаралық тәжірибе, салыстырмалы талдау, инфрақұрылым, маркетинг, Қазақстан, туризмді дамыту

Кіріспе

Туризм - қазіргі жаһандық экономикадағы ең қарқынды дамып келе жатқан салалардың бірі. 2023 жылы халықаралық туристік сапарлар саны шамамен 1,3 миллиардқа жетіп, бұл пандемияға дейінгі деңгейдің 88–90%-ына сәйкес келді [1]. 2024 жылы бұл көрсеткіш одан әрі өсіп, 1,4 миллиард туристке жетіп, саланың толық қалпына келу үдерісі басталды. Бүгінде әлем елдерінің көпшілігі туризмді экономикалық өсімнің маңызды қозғаушы күшіне айналдырып, осы салада өзара бәсекеге түсуде. Туризмнен түсетін табыстар ұлттық бюджеттің кіріс бөлігін толықтырып, жаңа жұмыс орындарының ашылуына ықпал етеді

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Абдикаримова М., Абдрасилов Т., Альжанова Э. Қазақстандағы туризм саласын жетілдірудің стратегиялық бағыттары: Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания тәжірибелері негізінде. –2025. –No2(8). –б. 50–68. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.04>

*Cite us correctly: Abdikarimova M., Abdrasilov T., Alzhanova E. Kazakstandagy turizm salasyn zhetildirudin strategiyalyk bagyttary: Vetnam, Turkiya, Malajziya zhane Ispaniya tazhiribeleri negizinde. [Strategic directions for improving the tourism industry in Kazakhstan: based on the experience of Vietnam, Turkey, Malaysia and Spain] –2025. –No2(8). –b. 50–68. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.04>

және төлем балансына оң әсерін тигізеді. Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO) мәліметтері бойынша, 2022 жылы халықаралық туризмнен түскен экспорттық түсімдер 1,5 триллион АҚШ долларынан асып, пандемияға дейінгі көрсеткіштің 64%-ын құрады. Қазақстан үшін туризм саласын дамыту – ұлттық экономиканы әртараптандыру мен тұрақты жұмыс орындарын құрудың маңызды стратегиялық бағыты болып табылады. Алайда, еліміздің туризм индустриясы қазіргі кезеңде жаһандық нарықта бәсекеге қабілеттілік тұрғысынан төмен деңгейде қалып отыр. Бұл әсіресе шетелдік туристер ағыны мен сала бойынша түсетін кіріс көлемінен айқын байқалады. 2023 жылы Қазақстанға 9,2 миллион шетелдік турист келіп, бұл сала тарихындағы рекордтық көрсеткіш ретінде тіркелді. Алайда бұл көрсеткіш әлемдік туристік нарықтағы жетекші елдермен салыстырғанда айтарлықтай төмен. Мәселен, сол жылы Түркия 50 миллионнан астам халықаралық саяхатшыны қабылдаса, Испания 2024 жылы 94 миллион шетелдік туристі қарсы алып, өзінің тарихи рекордын жаңартты. Аталған айырмашылықтар Қазақстанда туризм саласын жүйелі түрде дамыту, инфрақұрылымды жетілдіру және халықаралық нарықтағы тартымдылығын арттыру қажеттігін көрсетеді. Бұл мақалада Вьетнамның және бірқатар басқа елдердің (Түркия, Малайзия, Испания) туризм саласындағы озық тәжірибелері жан-жақты талданып, олардың табысты даму модельдерін айқындайтын негізгі факторлар қарастырылады. Сонымен қатар Қазақстандағы туризм индустриясының қазіргі даму деңгейі мен айрықша ерекшеліктері сипатталып, аталған елдердің тәжірибелерімен салыстырмалы түрде сараптама жасалады. Зерттеудің негізгі мақсаты – шетелдік тәжірибелер негізінде Қазақстанда туризмді тиімді дамытуға бағытталған практикалық ұсыныстар мен стратегияларды ұсыну. Осы арқылы туризм саласын институционалдық және инфрақұрылымдық тұрғыдан жетілдіруге ықпал ету көзделеді. Мақалада алынған нәтижелер негізінде ғылыми тұрғыда тұжырымдалған қорытындылар жасалып, болашақта қолдануға болатын нақты ұсыныстар берілді.

Теориялық-әдістемелік негіздер

Әлем елдерінің туризм саласындағы жетістіктерін салыстырмалы тұрғыда талдау нақты ғылыми әдіснама мен туризм теориясына сүйенуді талап етеді. Туризмді дамытуға бағытталған тиімді модельдерді бағалау үшін, ең алдымен, туризмнің бәсекеге қабілеттілігі мен туристік дестинацияның тартымдылығы сияқты негізгі ұғымдарға теориялық тұрғыдан назар аудару қажет [2]. Бұл ретте Ричи мен Крауч ұсынған туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілік моделіне сәйкес, белгілі бір елдің туризм саласының табысты дамуы келесі негізгі факторлар жиынтығына тәуелді: негізгі ресурстар мен тартымды нысандар (табиғи байлықтар, тарихи-мәдени мұра объектілері); қолдаушы инфрақұрылым (көлік жүйесі, қызмет көрсету сапасы, ақпараттық инфрақұрылым); тиімді басқару және маркетинг саясаты (бренд қалыптастыру, ішкі және сыртқы нарықтармен жұмыс); мемлекеттік реттеу мен стратегиялық жоспарлау (институционалдық қолдау, заңнамалық негіздер); макроортаның ықпалы (географиялық орналасу, саяси тұрақтылық, қауіпсіздік деңгейі, экономикалық ахуал).

Осы факторлар жиынтығы туристік дестинацияның халықаралық нарықтағы тартымдылығын айқындайды және елдің туризм секторындағы бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыруға мүмкіндік береді. Туризм саласындағы бәсекеге қабілеттілік пен даму әлеуетін бағалауда Дүниежүзілік экономикалық форум (World Economic Forum) әзірлеген Саяхат және туризмнің бәсекеге қабілеттілік индексі (Travel & Tourism Competitiveness Index, TTCI) кеңінен қолданылады. Бұл индекс елдердің саяхат пен

туризмді дамытуға қолайлы жағдай жасау деңгейін әртүрлі көрсеткіштер негізінде салыстыра отырып бағалайды. Аталған көрсеткіштер қатарына туристік инфрақұрылымның дамуы, визалық режимнің жеңілдігі, бағалық бәсекелестік, денсаулық сақтау және қауіпсіздік деңгейі, сондай-ақ табиғи және мәдени ресурстардың әлеуеті сияқты факторлар кіреді. Мәселен, 2019 жылғы TTCI есебіне сәйкес, Испания туризм саласындағы жалпы көрсеткіштер бойынша әлемде көшбасшы орынға ие болған, ал Малайзия 141 елдің ішінде 26-орынды иеленген. Бұл көрсеткіштер зерттеліп отырған елдердің туризм индустриясында қол жеткізген жетістіктерінің жан-жақтылығын және стратегиялық тиімділігін көрсетеді. Осы мақалада қолданылатын зерттеу әдістемесі – салыстырмалы талдау әдісіне негізделеді. Бұл әдіс аясында Вьетнам, Түркия, Малайзия, Испания және Қазақстан секілді елдердің туризм саласына қатысты келесі негізгі көрсеткіштері сараланады: халықаралық туристер саны, туристік түсім көлемі, ішкі жалпы өнімдегі (ЖІӨ) туризм үлесі, туризм саласындағы жұмыспен қамтылғандар саны. Сонымен қатар, сапалық сипаттамалар да ескеріледі: мемлекеттік саясаттың рөлі, маркетингтік және имидждік стратегиялар, инфрақұрылымдық даму деңгейі, кәсіби кадрлар даярлау жүйесі және т.б.

Аталған деректерді талдау барысында ресми статистикалық мәліметтер, халықаралық ұйымдардың (мысалы, UNWTO, WEF) есептері, ғылыми жарияланымдар мен сала сарапшыларының пікірлері негізгі ақпарат көздері ретінде қолданылады. Мұндай кешенді және жүйелі тәсіл әр елдің туризмді дамытудағы тиімді тәжірибелерін саралап, Қазақстанның ұлттық ерекшеліктерін ескере отырып бейімдеуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар зерттеуде туризм саласын дамытуға бағытталған мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялық құжаттар да талданады. Мысалы, Қазақстан Республикасында 2019–2025 жылдарға арналған туризм индустриясын дамытудың мемлекеттік бағдарламасы қабылданып, онда агротуризм, экотуризм, этнографиялық туризм, аңшылық туризмі және өзге де бағыттар басымдық ретінде айқындалған [3]. Мұндай бағдарламаларды талдау арқылы әрбір елдің мемлекет тарапынан туризмді қолдау үшін қандай нақты құралдар мен тетіктерді қолданатынын салыстыруға мүмкіндік туады. Теориялық деңгейде зерттеу туристік жүйелердің даму деңгейлерін салыстырмалы түрде талдауға негізделеді. Бұл тұрғыда benchmarking (үлгі алу) әдісі қолданылады – яғни, озық халықаралық тәжірибелер өлшем ретінде алынып, Қазақстан туризмінің сол үлгілерге қаншалықты жақындағаны немесе қандай олқылықтары бар екені бағаланады. Бұл әдіс стратегиялық жоспарлау мен салалық саясатты жетілдіру тұрғысынан маңызды ақпараттық база қалыптастыруға септігін тигізеді.

Вьетнамның туризм саласындағы тәжірибесі

Соңғы онжылдықта Вьетнам Оңтүстік-Шығыс Азиядағы ең қарқынды дамып келе жатқан туристік дестинациялардың біріне айналды. 2024 жылы елге 17,5 миллион шетелдік турист келген, бұл көрсеткіш Вьетнамды өңірлік деңгейде Таиланд пен Малайзиядан кейінгі үшінші орынға шығарды. Туризм секторының ел экономикасындағы үлесі айтарлықтай артып келеді: 2025 жылдың басында жарияланған ресми есеп бойынша, 2024 жылы туризм индустриясы Вьетнамға 39,5 миллиард АҚШ доллары көлемінде табыс әкелген.

Вьетнам үкіметі туризмді ұлттық экономиканың «серпінді» (driving) секторы ретінде айқындап, 2030 жылға дейінгі стратегиялық даму жоспары шеңберінде мынадай мақсаттар қойды: 35 миллион халықаралық турист тарту; туризмнің ЖІӨ-дегі үлесін 10%-ға дейін арттыру. Аталған мақсаттарға қол жеткізу үшін Вьетнам билігі кешенді мемлекеттік саясат

пен институционалдық реформалар топтамасын енгізді. Бұл ретте туризм саласындағы құқықтық және басқарушылық негіздерді жетілдіру маңызды рөл атқарды. Вьетнамның туризмдегі табысты реформаларының негізін 2017 жылы қабылданған «Туризм туралы» заңы қалады. 2018 жылдан бастап күшіне енген бұл заң елдің туризмін экономиканың жетекші саласына айналдыруды көздейтін жан-жақты нормативтік базаны қалыптастырды. Заң негізінде визалық жеңілдіктер, шетелдік инвестицияларды тарту тетіктері, маркетинг стратегиялары мен ішкі кадрларды даярлау бағдарламалары жүзеге асырыла бастады [4].

Вьетнам туризм саласының қарқынды дамуы мемлекет тарапынан жүргізілген жүйелі қолдау мен реформалардың нәтижесі болып табылады. Ел үкіметі туристік секторға инвестиция тарту үшін қолайлы жағдай жасап, бұл салаға қаржы құятын компаниялар мен жеке кәсіпкерлерге салықтық жеңілдіктер мен инвестициялық преференциялар ұсынды. Сонымен қатар, жыл сайын туризм инфрақұрылымын дамытуға мемлекеттік бюджеттен елеулі көлемде қаржы бөлінуде. Бұл саясаттың нәтижесінде Вьетнамда әлемдік қонақүй желілері мен ірі туристік брендтер белсенді түрде орнығып, жеке бизнес өкілдері курорттық кешендер мен ойын-сауық орталықтарын салуға белсене кіріскен.

Визалық режимді жеңілдету - шетелдік туристер ағынын арттырудағы шешуші факторлардың бірі. 2023 жылдың тамыз айынан бастап Вьетнам барлық елдердің азаматтарына 90 күндік көп мәртелік электронды виза алу мүмкіндігін енгізді. Бұған дейін виза 30 күнге және тек бір мәрте ғана берілетін. Электрондық виза жүйесі халықаралық саяхатшылар үшін айтарлықтай ыңғайлылық туғызды және Еуропа, Солтүстік Америка мен Австралия елдерінен келетін туристердің санын едәуір арттырды. Сонымен қатар, Вьетнам Қазақстан азаматтары үшін 30 күндік визасыз режимді енгізіп, екі ел арасындағы туризмдік байланыстарды жандандыруға жол ашты. Инфрақұрылымды жетілдіру де Вьетнамның туризм саласындағы табысты тәжірибесінің маңызды құрамдас бөлігі болып отыр. Үкімет туристік нысандарға апаратын көлік жолдарын, әуежайларды жаңғырту мен кеңейту ісіне ерекше көңіл бөлуде. Соңғы жылдары жаңа халықаралық әуежайлар салынды, ішкі әуе қатынасы кеңейтіліп, танымал туристік бағыттарға тікелей рейстер ашылды. Сондай-ақ теңіз және өзен круиз туризмін дамыту мақсатында теңіз порттары мен өзен айлақтары салынуда. Мәселен, Халонг шығанағы мен Меконг өзені бойында круиздік лайнерлер тоқтайтын заманауи терминалдар пайдалануға берілді. Бұдан бөлек, теміржол туризмі де назардан тыс қалмай, ерекше туристік пойыз бағыттары іске қосылды. Вьетнамның туристік тартымдылығын арттыратын маңызды факторлардың бірі - елдің табиғи және мәдени ресурстарының байлығы. Ел аумағында ұзындығы бірнеше мың шақырымға созылған жағажайлар, жыл бойы сақталатын жазғы климат, тропикалық ормандар, көркем тау сілемдері мен тарихи-мәдени ескерткіштер кеңінен таралған. Бұл ресурстарды тиімді пайдалануда жеке сектор белсенді рөл атқаруда: жағалау өңірлерінде заманауи курорттық кешендер бой көтерсе, тарихи қалалар мен ұлттық парктер маңында экотуризм бағыттары қарқынды дамып келеді. Мемлекет шалғай өңірлердегі бірегей табиғи және мәдени мұра нысандарын туризм айналымына енгізу үшін ынталандыру шараларын жүзеге асыруда. Бұған салықтық жеңілдіктер беру, инфрақұрылым тарту және мемлекеттік-жекеменшік серіктестікті дамыту жатады. Вьетнам туризм индустриясының көрнекті инвестициялық жобасына елдің оңтүстігіндегі Фукуок аралында орналасқан «Grand World» туристік кешені мысал бола алады. Жергілікті инвесторлар консорциумы бұл жобаға 1,337 млрд АҚШ доллары көлемінде қаржы салып, 500 мың шаршы метрден астам аумақта заманауи туристік

қала салды. Кешен құрамында бірнеше бес жұлдызды қонақүй, ойын-сауық парктері, сауда орталықтары ашылып, 25 мыңнан астам тұрғын қоныстанған және 1100-ден аса шағын және орта кәсіпкерлік субъектілері жұмыс істеуде. Жоба мемлекет пен жекенің тиімді серіктестік моделі ретінде жүзеге асып, елдің туризмнен түсетін кірісін арттыруға елеулі үлес қосуда [5].

Вьетнам тәжірибесі көрсетіп отырғандай, жүйелі мемлекеттік қолдау, визалық саясаттың ашықтығы, инфрақұрылымға бағытталған инвестициялар мен табиғи-мәдени мұраларды тиімді жарнамалау қысқа мерзімде туризм секторының қарқынды дамуына мүмкіндік береді. Бұл үлгі Қазақстан үшін де өзекті: ұқсас демографиялық әлеует, географиялық артықшылықтар мен өсіп келе жатқан нарықтарға бағытталу арқылы туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық басым саласына айналдыруға нақты алғышарттар бар [6].

Түркияның туристік моделі

Түркия - халықаралық деңгейде ең танымал туристік бағыттардың бірі және туризмді экономикалық өсімнің негізгі қозғаушы күшіне айналдыра алған табысты елдердің қатарында. 2023 жылы Түркия 56,7 миллион халықаралық турист қабылдап, бұл көрсеткіш бойынша әлемде 5-орынға ие болды. Сол жылы туризмнен түскен кіріс 54,3 миллиард АҚШ долларын құрап, 2022 жылмен салыстырғанда 17%-ға өсім көрсетті. Сәйкесінше, саяхат және туризм секторы ел экономикасының шамамен 12%-ын қамтамасыз етіп, 3,2 миллионнан астам адамды жұмыспен қамтыды. 2024 жылға қарай Түркия үкіметі 60 миллион турист тартып, 60 миллиард доллар көлемінде табыс табуды межелеп отыр. Бұл көрсеткіштер Түркияның жаһандық туризмдегі орны мен ұлттық экономика үшін стратегиялық маңызын айқын дәлелдейді. Түркия туризмінің табысты болуы бірнеше негізгі факторлармен байланысты. Ең алдымен, елдің географиялық орналасуы мен табиғи ресурстарының әртүрлілігі ерекше рөл атқарады. Түркия - Еуропа мен Азияны жалғайтын трансконтинентальды мемлекет ретінде Жерорта теңізі мен Эгей теңізінің жағалауында ұзақ жағажай маусымын ұсына алады. Елдің 551 жағажайы «Көк ту» (Blue Flag) халықаралық экологиялық стандарттарына сай деп танылып, бұл көрсеткіш бойынша Түркия әлемде үшінші орында тұр (салыстыру үшін, Испания ~600 жағажаймен бірінші орында). Жағажайлық туризммен қатар, Түркияда тарихи-мәдени туризм кеңінен дамыған. Ел аумағында Стамбул, Эфес, Каппадокия сынды тарихи қалалар мен мәдени ескерткіштер шоғырланған. Бұған қоса, табиғи көрікті жерлер (Памуккале, Кемер таулары) және емдік-сауықтыру туризмі де маңызды орын алады. Түркияның UNESCO Бүкіләлемдік мұра тізіміне енген 19 нысаны бар, бұл да елдің мәдени туризмдегі бәсекеге қабілеттілігін күшейтетін маңызды көрсеткіш [7]. Түркия туризмінің табысты дамуындағы негізгі факторлардың бірі — мемлекеттік саясат пен стратегиялық инвестициялар. 2000-жылдардың басынан бері Түркия үкіметі туристік инфрақұрылымды жаңғырту, көлік қатынасының қолжетімділігін арттыру бағытында ауқымды жобаларды жүзеге асырып келеді. Соның ішінде жаңа әуежайлар мен автобандар салу ерекше мәнге ие. 2019 жылы ашылған жаңа Стамбул халықаралық әуежайы бүгінде әлемдегі ең ірі көлік хабтарының біріне айналды. Шетелдік туристерді тарту мақсатында визалық саясат та едәуір жеңілдетілді. Көптеген Еуропалық Одақ елдері мен өзге мемлекеттердің азаматтарына визасыз немесе электронды виза алу тәртібі енгізілді, бұл Түркияға келуді анағұрлым қолжетімді етті. 2019 жылы Түркияның Мәдениет және туризм министрлігі жанынан Түркия Туризмді насихаттау және дамыту агенттігі (TGA) құрылып, елдің туристік брендингін ілгерілетуге және халықаралық нарықта

белсенді маркетингтік кампаниялар жүргізуге бағытталған жүйелі жұмыс басталды.

Маркетинг саласында Түркия “Göbeklitepe Year 2019”, “Turkish Riviera”, “Be Our Guest” сынды жаһандық кампаниялар арқылы туристердің назарын аударуға қол жеткізді. Ал 2020 жылы қабылданған «Түркия туризмінің даму стратегиясы – 2023» құжаты аясында туризмді тұрақты дамыту, маусымаралық туристік өнімдерді көбейту, сондай-ақ сала сегменттерін әртараптандыру (медициналық туризм, конгресс туризмі, спорт туризмі және т.б.) көзделді. Мәселен, медициналық туризм Түркияның туризм саласындағы жаңа табыс көздерінің біріне айналды. 2022 жылғы деректер бойынша, елге 1 миллионнан астам шетелдік азамат медициналық қызмет алу мақсатымен келген. Бұл көрсеткіш мемлекеттік қолдаудың нәтижесінде қол жеткізілген нақты жетістік ретінде қарастырылады [7].

Түркия туризмінің табысты моделінің үшінші маңызды құрамдас бөлігі — қызмет көрсету сапасы мен баға бәсекелестігі. Ел “all-inclusive” жүйесіндегі теңіз курорттарымен кеңінен танымал. Анталия, Бодрум, Мармарис сынды демалыс аймақтарында халықаралық стандарттарға сай қонақүйлер салынған және туристік сервистің сапасы жоғары деңгейге жеткен. Қызмет көрсету құны батысеуропалық курорттармен салыстырғанда едәуір төмен, бұл өз кезегінде отбасылық туристерді тартуда маңызды фактор болып отыр. Сонымен қатар, түрік халқының қонақжайлылығы, мамандандырылған кадрлар мен сервистік стандарттардың жоғары деңгейі туристер тарапынан оң бағаланып, қайталама келушілердің үлесін арттыруда шешуші рөл атқаруда. Түркия моделі туризмді тек маусымдық емес, жыл бойына үздіксіз жүзеге асыру қағидатына негізделген. Жазғы жағажай туризмімен қатар, елде қысқы туризм де дамыған — Улудағ, Паландөкен, Эрджияс сынды тау-шаңғы курорттары халықаралық деңгейде қызмет көрсетеді. Сонымен қатар көктем мен күз мезгілдерінде мәдени, өнер және гастрономиялық фестивальдер өткізіледі, бұл маусымаралық кезеңдерде де туристік ағынның тұрақтылығын қамтамасыз етеді. Осындай тәсіл туристік сектордың жылдық табысын теңестіруге және маусымдық ауытқулардың теріс әсерін азайтуға мүмкіндік беріп отыр. Түркияның озық туристік тәжірибесі – кешенді және көпқырлы даму стратегиясының жемісі. Елдің табысты үлгісі келесі негізгі бағыттарға негізделген: табиғи және мәдени ресурстарды тиімді және тұрақты пайдалану; инфрақұрылым мен көлік қолжетімділігін жүйелі дамыту; шетелдік инвестициялар мен жеке секторды ынталандыру; жоғары сапалы туристік сервис және баға бәсекелестігі; халықаралық деңгейдегі маркетинг пен ел брендинің ілгерілету; туризмді әртараптандыру және жыл он екі ай белсенді ұстау.

Түркия моделі Қазақстан үшін маңызды үлгі бола алады. Ұқсас географиялық, тарихи және демографиялық артықшылықтарды ескере отырып, Қазақстанда да туризмді кешенді экожүйе ретінде дамыту қажеттілігі айқын байқалады. Бұл үшін төмендегідей басым бағыттарға назар аудару ұсынылады: туристік инфрақұрылымды жаңғырту және кеңейту; елдің туристік брендинің халықаралық аренада жүйелі насихаттау; туристік қызмет көрсету сапасын халықаралық стандарттарға сәйкестендіру. Түркияның тәжірибесі Қазақстан үшін туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық саласына айналдыру жолында маңызды әдістемелік және практикалық негіз бола алады.

Малайзияның туристік моделі

Малайзия — Оңтүстік-Шығыс Азияда туризмді табысты дамыта білген елдердің бірі. Этностық және мәдени көптүрлілікпен сипатталатын, тропикалық табиғаты бай бұл мемлекет жыл сайын миллиондаған халықаралық саяхатшыларды тартуда. 2019 жылы

Малайзия 26 миллионнан астам халықаралық турист қабылдап, әлем бойынша туристер саны жөнінен ТОП-10 елдің қатарына кірген болатын. COVID-19 пандемиясынан кейінгі кезеңде сала қайта жанданып, өсім көрсетуде. 2023 жылдың қаңтар–қараша айлары аралығында елге келген туристер саны 17,8 миллион адамды құрап, 2022 жылмен салыстырғанда 116%-ға артты. Үкіметтің болжамы бойынша, 2025 жылға қарай елдің туризм саласы толық қалпына келіп, жыл сайын 23–24 миллион турист қабылдау деңгейіне жетеді. Ал 2026 жылы іске қосылатын “Visit Malaysia 2026” атты ұлттық кампания аясында 35,6 миллион турист тарту және 147,1 млрд малайзия ринггиті (шамамен 30,8 млрд АҚШ доллары) көлемінде табыс табу көзделуде. Малайзия туризмінің табысты дамуы бірнеше негізгі факторлармен байланысты [8]. Ең алдымен, бұл — саяси-стратегиялық жоспарлау мен ұлттық брендингтің тиімділігі. Елдің туристік саясатын жүзеге асыратын Tourism Malaysia агенттігі тәуелсіздіктің алғашқы жылдарынан бастап белсенді жұмыс жүргізіп келеді. 1999 жылы іске қосылған “Malaysia Truly Asia” ұраны халықаралық деңгейде кеңінен танылып, Малайзияның мәдени әртүрлілігін көрсететін ең табысты туристік брендтердің біріне айналды. Одан кейінгі онжылдықтарда елдің имиджін жаңартып, туристік тартымдылығын арттыру мақсатында түрлі ұлттық кампаниялар іске асырылды. Мысалы, 2007 жылы жүзеге асырылған “Малайзия – Азияның жүрегі” (Malaysia – The Heart of Asia) концепциясы елге 21 миллионға жуық турист тартуға мүмкіндік берді. Ал қазіргі таңда 2025 жылдан бастау алған “Malaysia: A Sustainable Destination & Rich in Culture” ұраны аясында Малайзияны экотуризм және мәдени туризмнің халықаралық орталығы ретінде ілгерілетуге басымдық берілуде. Малайзия туризмінің табысты дамуы тек брендтік маркетингпен ғана шектелмейді. Елдің тәжірибесінде тұрақты даму қағидаттарына негізделген экологиялық және нишалық туризмді дамыту маңызды рөл атқарады [9].

Біріншіден, Малайзия тұрақты және экологиялық туризмге ерекше мән береді. Ел биологиялық әртүрлілік бойынша әлемдегі ең бай 12 мемлекеттің қатарына кіреді. Мұнда 15 000-нан астам өсімдік түрі мен 1 500-ге жуық жерүсті жануар түрі мекендейді. Бұл биологиялық байлықты сақтай отырып, оны экономикалық әлеуетке айналдыру үшін 2016–2025 жылдарға арналған Ұлттық экотуризм жоспары қабылданды. Аталған бағдарлама «Туризм – табиғатты, мәдениетті және мұраны қорғайды» деген ұранмен жүзеге асырылуда. Осы саясат аясында көптеген ұлттық парктер мен қорықтар туристер үшін тартымды дестинацияларға айналды. Мысалы: Борнео аралындағы Сабах штаты – сирек кездесетін сепілдік орангутантарды табиғи ортада көруге мүмкіндік береді; Саравак штатындағы Мулу ұлттық паркі – алып әктасты үңгірлерімен және карсттық формацияларымен танымал; Бірнеше табиғи аймақ UNESCO биосфералық резерваттары мәртебесіне ие болып, халықаралық деңгейде қорғалуда. Экотуризмнің дамуы жергілікті қауымдастықтарға қосымша табыс көзі ұсынып, табиғатты қорғауға деген ынтаны арттыруда.

Екіншіден, Малайзия туристік өнімді диверсификациялауға және нишалық туризм бағыттарын дамытуға ерекше көңіл бөлуде. Елде тек жағажайлық немесе урбанизацияланған туризммен шектелмей, келесі салалар жүйелі дамуда: Медициналық туризм: Куала-Лумпур Оңтүстік-Шығыс Азиядағы жетекші медициналық туризм хабына айналып, жыл сайын жүздеген мың шетелдік емделушіні қабылдайды; Білім туризмі: халықаралық жоғары оқу орындары мен колледждер арқылы шетелдік студенттерді тарту жүзеге асуда; Гастрономиялық туризм: этностық тағамдар мен ұлттық ас мәзірін насихаттау арқылы аспаздық саяхат бағыттары кеңеюде; Ислам туризмі: халал индустриясының жоғары дамуы

арқасында Малайзия мұсылман елдері үшін маңызды дестинацияға айналған. Mastercard-CrescentRating рейтингісіне сәйкес, ел ислам туризміндегі жетекші елдердің бірі ретінде мойындалған. Сонымен қатар, Малайзия MICE туризмін (кәсіби іс-шаралар, конференциялар, көрмелер және іскерлік кездесулер) дамытуға да ерекше назар аударады. Ел ірі халықаралық мәдени фестивальдер мен спорт жарыстарын тұрақты түрде қабылдайды. Мысалы, Куала-Лумпур қаласы 2019 жылы Mastercard Global Destination Cities Index рейтингінде әлем бойынша 6-орынға ие болды.

Төртіншіден, Малайзияның туристік жетістіктерінде әуе қатынасы мен қолжетімділік айрықша орын алады. Елдің ұлттық әуе тасымалдаушысы – Malaysia Airlines – әлемнің әртүрлі бөліктерінен тікелей халықаралық рейстерді қамтамасыз етіп келеді. Сонымен қатар, AirAsia бюджеттік әуе компаниясы аймақтық туризмді дамытуда ерекше рөл атқарып, Оңтүстік-Шығыс Азия ішінде қолжетімді әуе қатынасын қамтамасыз етуде. Ел астанасындағы Куала-Лумпур халықаралық әуежайы қазіргі таңда аймақтық әуе хаб ретінде қалыптасқан. Бұдан бөлек, көршілес Сингапур, Таиланд және Индонезиямен шекаралас аймақтарда құрлықтық және теңіз қатынасы арқылы келетін туристердің саны да артуда. Мысалы, Сингапурдан Малайзияға жолаушылар автобус немесе теміржол көлігімен келіп жатады. Осы шекаралық нарықтарды тарту үшін мемлекет өткізу бекеттерінің өткізу қабілетін арттырып, бірлескен трансшекаралық турпакеттер әзірлеу арқылы туризм ағынын ынталандыруда. Маркетинг стратегиясы тұрғысынан Малайзия үкіметі цифрлық технологияларды белсенді қолдануда [10]. Туризм саласына бөлінетін маркетинг бюджетінің 70%-ға жуығы онлайн жарнамаға, блогерлер мен инфлюенсерлер арқылы жүргізілетін ілгерілетуге бағытталған. Бұл бағытта Қытай, Үндістан сияқты басым нарықтарда туризм елшілері (tourism ambassadors) тағайындалып, Малайзияның туристік әлеуеті кеңінен насихатталуда. Аталған шаралар нақты нәтижесін беруде: 2024 жылдың бірінші тоқсанында елге келген шетелдік туристер саны 5,8 миллионға жетіп, өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 32,5%-ға өсім көрсеткен. Жалпы алғанда, Малайзия моделі мынаны көрсетеді: мемлекеттік стратегиялық жоспарлау, мәдени және табиғи мұраны сақтау, туристік өнімді әртараптандыру, инфрақұрылым мен қолжетімділікті арттыру, және белсенді цифрлық маркетинг ұштастырылған жағдайда, туризм ұлттық экономикаға елеулі үлес қоса алады. Мәселен, 2022 жылы туризм Малайзияның ЖІӨ-нің 14%-ын құрап, елдің ең ірі шетел валютасы түсетін көздерінің біріне айналған. Қазақстан үшін Малайзия тәжірибесі бірнеше маңызды бағытта бағдар бола алады: тұрақты және экологиялық туризмді дамыту; мәдени және табиғи мұраны сақтай отырып туризмге енгізу; нишалық секторларды (экотуризм, этнотуризм, медициналық туризм) бір уақытта үйлестіре дамыту; шекаралық және аймақтық нарықтарды интеграциялау; және цифрлық маркетинг құралдарын тиімді пайдалану арқылы туристік брендті ілгерілету.

Испанияның туристік моделі

Испания – жаһандық туризм индустриясының көшбасшыларының бірі әрі жыл сайын жүз миллионға жуық халықаралық турист қабылдайтын бірегей туристік дестинация. 2019 жылы елге 83 миллионнан астам шетелдік турист келген болса, пандемиядан кейін саланың қалпына келуі қарқынды түрде жүзеге асты. 2023 жылдың қорытындысы бойынша Испания 84–85 миллион турист қабылдап, 108 миллиард еуро көлемінде кіріс тапты. Ал 2024 жылы Испания тарихи рекорд орнатып, 94 миллион шетелдік туристі қабылдады, бұл алдыңғы жылмен салыстырғанда 10%-ға артық көрсеткіш болды [11]. Аталған жетістіктің

нәтижесінде Испания әлемде ең көп турист тартатын елдердің ішінде екінші орынға (бірінші орында – Франция) шықты. 2024 жылы шетелдік туристер Испания экономикасына 126 миллиард еуро көлемінде тікелей кіріс әкеліп, бұл 2019 жылғы деңгейден де жоғары болды. Туризмнің ДЖӨ-дегі үлесі шамамен 12%-ды құрады, ал елдегі әрбір сегізінші жұмыс орны туризммен байланысты екенін ескерсек, бұл саланың әлеуметтік-экономикалық мәні аса жоғары екені анық. Испания туризмінің табысты дамуын бірнеше негізгі аспектіде қарастыруға болады.

Біріншіден, бұл – тарихи және инфрақұрылымдық негіздердің тиімді үйлесімі. Испания 1960-жылдардан бастап Жерорта теңізі жағалауында массалық жағажай туризмін дамытуға ден қоя бастады. Франко режимі кезеңінде басталған «күн мен теңіз» (sun and beach) моделі негізінде Испания Еуропа елдерінің туристерін қолжетімді жағажайлық демалыспен қызықтыра алды. Осы бағытта Каталония, Андалусия, Балеар және Канар аралдары секілді өңірлерде қонақүй және курорттық инфрақұрылым жүйелі түрде дамыды, туризм экономиканың локомотивіне айналды. Кейінгі кезеңдерде Испания үкіметі елдің инфрақұрылымын жаңғыртуға және кеңейтуге ерекше назар аударды. Нәтижесінде қазіргі таңда Испанияның барлық ірі қалалары мен туристік орталықтары жоғары жылдамдықты теміржол желілерімен (AVE), заманауи халықаралық әуежайлармен және дамыған автобандар желісімен өзара байланысқан. Бұл өңірлік қолжетімділікті арттырып, ішкі және шетелдік туризмді тең дәрежеде дамытуға мүмкіндік берді.

Екіншіден, Испанияның туризм саласындағы табысының маңызды факторларының бірі — мәдени және табиғи мұраның жоғары тартымдылығы. Испанияда 49 нысан UNESCO-ның Бүкіләлемдік мұралар тізіміне енген. Бұл көрсеткіш бойынша Испания әлемде үшінші орын алады (Италия және Қытайдан кейін). Барселона, Мадрид, Севилья, Толедо және Гранада секілді қалалар әлемдік деңгейдегі мәдени орталықтар болып табылады. Гаудидің архитектуралық мұрасы, Пикассо мен Далидің өнер туындылары, фламенко биі мен коррида сияқты ұлттық-мәдени феномендер шетелдік туристер үшін бірегей тәжірибе ұсынады. Ел аумағында жүздеген музей, тарихи ескерткіштер, ортағасырлық қамалдар мен соборлар туристік ағынның тұрақтылығын қамтамасыз етуде маңызды рөл атқарады. Сонымен қатар, Испанияның әр өңірінің гастрономиялық ерекшеліктері де туризмді жандандыратын фактор ретінде танылған. Мысалы: Баск өлкесі – Michelin жұлдызды мейрамханаларымен танымал; Андалусия – шараптары мен теңіз өнімдері арқылы ерекшеленеді; Каталония – авторлық ас мәзірімен туристерді қызықтырады [11].

Табиғи көрікті жерлер де Испания туризмінің тартымдылығын арттыруда шешуші рөл атқарады. Пиреней таулары, «Жасыл Испания» аталған солтүстік жағалау, Канар аралдарының жанартаулық ландшафттары және басқа да бірегей экожүйелер экотуризм мен шытырман оқиғалы туризмге (adventure tourism) кең мүмкіндіктер ұсынады.

Үшіншіден, Испания туристік өнімдердің әртараптандырылуы мен қызмет көрсету сапасының жоғары деңгейімен ерекшеленеді. Ел тек жағажайлық туризммен ғана шектелмейді. Қазіргі таңда кең таралған бағыттарға мыналар жатады: қала туризмі (urban tourism); мәдени туризм; гастрономиялық және шарап туризмі; қажылық туризмі (әсіресе Camino de Santiago бағыты); спорт туризмі (мысалы, Реал Мадрид немесе Барселона клубтарына арналған турлар); іскерлік және конгресс туризмі (MICE).

Барселона мен Мадрид сияқты қалалар жыл сайын ондаған халықаралық конференциялар мен көрмелерге үй иелік етеді, бұл елде маусымаралық туризмнің тұрақты

сақталуына мүмкіндік береді. Сонымен қатар, Испания үкіметі туристік қызмет сапасына қатаң талаптар қояды. Қонақүйлер мен мейрамханалар қатаң классификациядан өтеді, ал гидтер мен туроператорлар міндетті түрде сертификация және аттестациялау рәсімдерінен өтеді. Туристік гидтерді кәсіби даярлау және біліктілік беру жүйесі жолға қойылған, бұл сапалы қызмет көрсетуге және туристердің қанағаттануына ықпал етеді. Испанияда туризмнің шектен тыс өсуі соңғы жылдары белгілі бір қиындықтар мен теріс әсерлерге әкелді. Мысалы, Барселона мен Пальма-де-Майорка сияқты танымал бағыттарда овертуризм мәселелері туындап, жергілікті тұрғындардың наразылығына себеп болды. Осы қиындықтарға қарсы шара ретінде Испания үкіметі туризм ағындарын аймақтарға тең бөліп, маусымнан тыс туризмді ынталандыру және экологиялық тұрақтылықты қамтамасыз ету мақсатында кешенді шараларды қолға алды. Мысалы, Барселона мэриясы 2028 жылға дейін қаладағы қысқа мерзімді туристік пәтерлерді шектеу жоспарын қабылдап, жергілікті тұрғындардың баспана мәселесін жеңілдетуге бағытталды. Сонымен қатар, Балеар аралдары туристік салықтарды енгізіп, түскен қаражатты табиғатты қорғауға жұмсайды. Испания Туризм министрлігі «туризмнен түсетін пайда мен шығынның балансын сақтау» тұжырымдамасын алға тартып, туризмнің экономикалық тиімділігін арттырумен қатар, оның әлеуметтік-экологиялық жүктемесін азайтуға үлкен назар аударады. 2024 жылы Испания үкіметі тұрақты туризмді дамыту стратегиясын қабылдап, көміртегі ізін аз, жергілікті қоғамға пайдалы сапалы туризм сегменттерін қолдауды мақсат етті. Бұл стратегия елдің ұзақ мерзімді даму модельіне сәйкес жасалып, туризмнің тек табыс көзі ретінде ғана емес, сонымен бірге жергілікті экожүйені, мәдени мұраны және халықтың тұрмыс сапасын жақсартуға бағытталған кешенді саласы ретінде қалыптасуына ықпал етуде. Испанияның жетістігі ондаған жылдар бойы қалыптасқан туризм мәдениеті мен жүйелі басқару тәжірибесінің нәтижесі болып табылады. Осы модель Қазақстан үшін де ұзақ мерзімді перспективада тиімді бағыт алуға тұрарлық үлгі бола алады, әсіресе: туристік әлеуетті толық іске қосу, тарихи-мәдени мұраны халықаралық деңгейде танымал ету, сапалы қызмет ұсыну және туризмді тұрақты дамыту принциптерін ұстану салаларында.

Қазақстандағы туризм саласының даму деңгейі мен ерекшеліктері

Қазақстандағы туризм саласының қазіргі дамуында оң динамика байқалып отырғанымен, халықаралық деңгейдегі туристік бәсекеге қабілеттілік әлі де төмен деңгейде қалып отыр. Соған қарамастан, соңғы жылдары елде ішкі және кірмелік туризм бағыттарында айтарлықтай серпіліс байқалады. 2023 жылы Қазақстан 9,2 миллион шетелдік туристі қабылдап, бұл көрсеткіш 2022 жылғы 4,7 миллионмен салыстырғанда екі есеге жуық өсті. Сонымен қатар, ішкі туризм де жанданып, 2023 жылы ел ішінде саяхат жасаған қазақстандықтардың саны 9,6 миллионнан асты. 2024 жылдың алғашқы деректері бойынша бұл өсім одан әрі жалғасып, Қазақстанға келген халықаралық келушілер саны 15,3 миллионға жеткен. Оның ішінде 10 миллионнан астамы кемінде бір түн түнеп, ресми түрде турист ретінде тіркелген. Аталған өсім бірнеше факторлармен байланысты: визалық режимнің жеңілдеуі, жаңа халықаралық әуе бағыттарының ашылуы, COVID-19 шектеулерінің алынуы, және елдің халықаралық туристік көрмелер мен платформаларда белсенді насихатталуы. Туризмнің Қазақстан экономикасындағы үлесі біртіндеп артып келеді. 2023 жылы туристік қызметтерден түскен табыс 230 млрд теңгені (шамамен 521 млн АҚШ доллары) құрады. Мемлекет бюджетіне 450 млрд теңгеге жуық салықтық түсім түсті. 2023 жылы туристік инфрақұрылым мен жобаларға тартылған инвестициялар көлемі 787

млрд теңгеге жетіп (1,7 млрд АҚШ доллары), бұл өткен жылмен салыстырғанда 53%-ға артық. 2024 жылдың алғашқы тоқсанында бұл көрсеткіш өткен жылдың сол кезеңімен салыстырғанда үш есеге ұлғайды, бұл үкімет пен жеке сектордың туризмді болашағы бар экономикалық сала ретінде көріп отырғанын айғақтайды [12].

Қазақстан үкіметі туризмді дамыту мақсатында бірнеше стратегиялық бағдарламалар мен жобаларды қабылдады. Олардың ішінде 2019–2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарлама аясында 10 басым туристік кластер анықталды: Нұр-Сұлтан (қазіргі Астана), Алматы, Щучинск–Бурабай, Шығыс Қазақстан, Түркістан, Маңғыстау және т.б. Сонымен қатар агротуризм, экотуризм, этнотуризм сияқты нишалық бағыттар басымдық ретінде белгіленді. 2023 жылдан бастап бұл бағдарламаның орнына жаңа ұлттық туристік жоба қабылдануы жоспарланды. 2029 жылға дейінгі кезеңді қамтитын бұл стратегиялық құжатта тек туристер санын ұлғайту ғана емес, қызмет көрсету сапасын арттыру, туризмді стандарттау және білікті кадрлар даярлау мәселелері басым бағыттар ретінде қарастырылып отыр.

Қазақстанның туристік даму болашағын бағалауда ең алдымен елдің табиғи-географиялық және мәдени-тарихи ресурстарына назар аудару қажет. Республиканың кең-байтақ аумағында орналасқан әр өңір туристерді тартуға әлеуетті бірегей нысандармен ерекшеленеді. Мысалы: Шығыс Қазақстанда – Алтай таулары мен Марқакөл көлі; Оңтүстікте – Тянь-Шань сілемдері, Шарын шатқалы, Түрген сарқырамалары; Батыста – Каспий теңізі жағалауы; Орталықта – Баянауыл мен Қарқаралы таулары; Солтүстікте – Бурабай курорттық аймағы мен Көкшетау маңы; Түркістан өңірі – Қожа Ахмет Ясауи кесенесі орналасқан мәдени-рухани орталық ретінде айрықша маңызға ие. Бұл аумақтар экологиялық, мәдени, сауықтыру және шытырман туризм бағыттарын дамыту үшін айтарлықтай ресурстық база қалыптастырып отыр. 2019 жылы Қазақстан аумағындағы Ұлы Жібек жолының қазақстандық бөлігін қамтитын 8 тарихи нысан (Түркістан, Отырар, Талғар және т.б.) UNESCO-ның Бүкіләлемдік мұралар тізіміне енді. Бұл жетістік Қазақстанның мәдени туризмін халықаралық деңгейде танымал етуге жол ашып, шетелдік туристердің қызығушылығын арттыруға серпін берді. Сонымен қатар, Қазақстан туризмінің бірқатар ерекшеліктері мен құрылымдық қиындықтары да бар. Солардың ішіндегі ең бастылары: Географиялық орналасу: Қазақстан теңізге шығатын жолы жоқ, негізгі туристік нарықтардан қашық орналасқан, бұл көлік және логистикалық шығындардың артуына себеп болады; Ішкі көлік қатынасының қымбаттығы мен қолайсыздығы: республиканың алып аумағы ішкі туризмді дамытуда қосымша кедергі тудырады; Туристік орындардың шалғайлығы: көптеген танымал нысандар ірі қалалардан алыс, бұл жол жүру уақытын ұлғайтады және шығындарды көбейтеді; Инфрақұрылымның жеткіліксіздігі: жол сапасының төмендігі, байланыс жүйесінің дамымауы, қонақүйлер, кемпингтер, санитарлық тораптар, автотұрақтар және ақпараттық белгілердің болмауы. Мысалы, Үкімет басшысы 2023 жылы жасаған баяндамасында: «Бізде өте әдемі жерлер көп, бірақ оған жету қиын. Балқаш, Алакөл, Шығыс Қазақстанның көрікті аймақтарына жетудің өзі турист үшін сынаққа айналуы мүмкін», – деп атап өткен. Бұл жағдай ұлттық парктер мен өңірлік туризм орталықтарының әлеуетін толық пайдалануға кедергі келтіруде [13].

Екіншіден, Қазақстан туризм саласындағы өзекті мәселелердің бірі — қызмет көрсету мәдениетінің төмендігі мен білікті кадрлар тапшылығы. Елде туризм және қонақжайлылық индустриясына арналған мамандар даярлайтын жоғары оқу орындары мен колледждер

жүйесі қалыптасқанымен, түлектердің шет тілдерін меңгеру деңгейі, кәсіби коммуникация, халықаралық сервис стандарттарын білуі көбіне жеткіліксіз болып отыр. Бұл жағдай әсіресе алыс шетелдерден келген туристерге сапалы қызмет көрсетуге теріс әсерін тигізуде. Қазіргі заманауи туристің сұранысы тек қызмет алу ғана емес, мәдениаралық диалогқа негізделген сапалы тәжірибе екенін ескерсек, бұл фактордың маңызы арта түседі. Дегенмен, соңғы жылдары аталған мәселені шешуге бағытталған нақты қадамдар жасалып жатыр. "Kazakh Tourism" ұлттық компаниясы кәсіби гидтерге арналған электрондық сертификаттау реестрі жүйесін енгізді. Қазіргі уақытта 400-ден астам кәсіби гид тіркеуден өтіп, арнайы оқытылған. Туроператорлар мен турфирмалар үшін екі деңгейлі лицензиялау жүйесі (шығарып салушы және қабылдаушы туризм) енгізіліп, бұл жүйе автоматтандырылды. Бұл шаралар туристік қызмет сапасын арттыруды, кәсіпқойлықты реттеуді және нарықтың ашықтығын қамтамасыз етуді көздейді.

Үшіншіден, визалық саясат пен туристік имидж мәселелері де ерекше назар аударуға тұрарлық. 2019 жылдан бастап Қазақстан 82 елдің азаматтары үшін 30 күндік визасыз режим енгізіп, бұл қадам туризм ағынының артуына оң ықпал етті. Алайда, визалық рәсімдеуде электронды виза жүйесіне қатысты техникалық ақаулар орын алған кездер де болды, бұл шетелдік азаматтардың Қазақстанға уақтылы келуіне кедергі келтірген. Осыған жауап ретінде 2024 жылы Қазақстан Үкіметі шетелдік фрилансерлер мен цифрлық көшпенділерге арналған Neo Nomad Visa атты ұзақмерзімді виза жүйесін енгізу жоспарын мәлімдеді. Бұл бастама IT мамандары мен онлайн кәсіби қауымдастықтарды тарту арқылы ел экономикасын әртараптандыру мен жаһандық цифрлық мобилділікке интеграциялануға бағытталған. Сонымен қатар, Қазақстанның туристік имиджі мен елдік брендінің халықаралық деңгейде әлі де толық қалыптаспай тұрғаны байқалады. Шетелдік аудиторияда Қазақстан көбінесе Орталық Азиядағы посткеңестік мемлекет ретінде қабылданады. Айқын туристік бренд ассоциациялары мен жүйелі елдік бейне әлі де қалыптаспаған. Мемлекет бұл бағытта жекелеген маркетингтік кампанияларды қолға алды [14]. Мысалы: "Kazakhstan. Very Nice!" атты халықаралық назарға іліккен науқан (мәзірге танымал фильм кейіпкерінің фразасын қосу арқылы); әлеуметтік желілер мен видеоконтент арқылы тартымды визуал материалдар тарату. Алайда, бұл әрекеттердің көпшілігі бір реттік сипатқа ие және жүйелі бренд стратегиясы мен ұзақ мерзімді коммуникациялық жоспардың жоқтығы сезіледі. Қазақстанға тұрақты туристік бренд қалыптастыру, нарықтық сегментация негізінде мақсатты аудиториялармен байланыс орнату, сондай-ақ инфлюенсерлік және сандық маркетинг құралдарын жүйелі қолдану қажет [15].

Қазақстандағы туризм саласының даму деңгейін Орталық Азиядағы көрші мемлекеттердің тәжірибесімен салыстыра қарастыруға болады. Мәселен, Өзбекстан соңғы жылдары туризм бағытында айтарлықтай ілгерілеушілікке қол жеткізіп, 2019 жылы шамамен 6 миллион шетелдік туристі қабылдаған. Бұл көрсеткіштің елеулі бөлігі мәдени-зыярат туризміне тиесілі. Сол жылы Қазақстанға келген шетелдік туристердің саны шамамен 3 миллионға жеткен. Бұл деректер аймақтық деңгейдегі бәсекелестік аясында Қазақстанның белсенді іс-қимыл жасау қажеттілігін айғақтайды. 2023–2024 жылдар аралығындағы өсім қарқыны осы бағыттағы олқылықтарды жоюдың мүмкін екенін көрсетеді. Алайда бұл оң серпінді ұзақмерзімді, тұрақты үрдіске айналдыру шешуші маңызға ие. Жалпы алғанда, Қазақстан туризмінің әлеуеті жоғары болғанымен, салада бірқатар құрылымдық түйткілдер бар және ол әлі де қалыптасу үдерісінде тұр. Келесі бөлімде жоғарыда аталған

мемлекеттердің тәжірибесін негізге ала отырып, Қазақстан туризмінің дамуындағы кемшіліктер мен үлгі алуға болатын тұстарға салыстырмалы талдау жасалады.

Салыстырмалы талдау және сабақ алынар тұстар

Жоғарыда аталған Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания мемлекеттерінің тәжірибесін Қазақстандағы туризмнің ағымдағы жағдайымен салыстыру арқылы бірнеше маңызды ұқсастықтар мен айырмашылықтар анықталады. Бұл салыстырмалы талдау Қазақстан туризмінің дамуындағы әлеуетті және кедергілерді айқындауға, сондай-ақ тиімді халықаралық тәжірибеден сабақ алуға мүмкіндік береді.

Мемлекеттік саясат және стратегиялық басымдықтар. Вьетнам мен Түркия туризмді ұлттық даму стратегиясының негізгі бағыты ретінде заңнамалық және бағдарламалық деңгейде бекітіп отыр (мысалы, Вьетнамның 2017 жылғы Туризм туралы заңы, Түркияның 2023 жылға дейінгі даму стратегиясы). Малайзия мен Испания да туризмді экономиканы әртараптандыру тетігі ретінде қарастырады. Қазақстанда да салалық мемлекеттік бағдарламалар қабылданғанымен, олардың орындалу сапасы мен қаржылық қамтамасыз етілуі жеткіліксіз. Мәселен, Вьетнам виза тәртібін түбегейлі жеңілдетсе, Қазақстанда визасыз елдер тізімі кеңейтілгенімен, виза рәсімдеудегі бюрократиялық қиындықтар әлі де кездеседі. Бұл тұрғыда Қазақстан туризмді мемлекеттік саясаттың басым бағытына айналдырып, құқықтық және әкімшілік кедергілерді жою арқылы оның тиімділігін арттыруы қажет.

Инфрақұрылым және қолжетімділік. Түркия мен Испания ондаған жылдар бойы көлік және туристік инфрақұрылымды жүйелі түрде дамыту арқылы туризмнің кең ауқымды географиясын қамтамасыз етіп отыр. Вьетнам соңғы онжылдықта осы салада айтарлықтай ілгерілеушілікке қол жеткізді. Ал Қазақстанда бұл сала туризмнің ең әлсіз тұсы болып қалып отыр. Ішкі әуе қатынасының шектеулілігі, жол сапасының төмендігі, орналастыру орындарының тапшылығы (әсіресе жоғары санатты қонақүйлер санының аздығы) туризмнің дамуын тежейді. Осыған байланысты Қазақстан инфрақұрылымдық жобаларға басымдық беріп, жол-көлік желісі мен туристік сервисті дамытуға кешенді түрде инвестиция тартуы қажет.

Маркетинг және ел брендінің ілгерілетуі. Малайзияның «Truly Asia» бренді, Түркияның жаһандық жарнамалық кампаниялары мен Испанияның халықаралық көрмелердегі (World Travel Market, ITB) белсенділігі елге миллиондаған турист тартуға ықпал етті. Қазақстанның маркетингтік бюджеті мен халықаралық танымалдығы әлі де шектеулі деңгейде. Вьетнам әртүрлі нарықтар үшін мәдениет пен табиғатты бейімдеп таныстыру арқылы тиімді нәтижелерге жетіп отыр. Қазақстан да өзінің табиғи және мәдени әлеуетін әртүрлі туристік сегменттерге бейімдеп таныту тактикасын жетілдіруі қажет. Мысалы, Түркістанды зиярат туризмі бренді ретінде, Тянь-Шаньды шытырман оқиға туризмі үшін, ал Алматы мен Астананы мәдени-танымдық туризм үшін ілгерілетуге болады. Бұл бағытта мемлекет пен жеке сектордың бірлескен, креативті маркетингтік әрекеттері маңызды.

Туристік өнімнің әртараптандырылуы. Түркия мен Малайзия тәжірибесі көрсеткендей, туризмнің тек маусымдық немесе бір бағытқа ғана тәуелді болуы ұзақ мерзімді табыс әкелмейді. Қазақстанда туризм көбіне жазғы табиғат аясындағы демалыспен шектеледі. Қыста туристер саны күрт төмендейді. Сондықтан ел ішінде қысқы спорт (Шымбұлақ, Алтай), іскерлік (Астана), медициналық-оңалту (Сарыағаш, Алматы), этнографиялық және мерекелік (Наурыз, аңшылық маусымы) туризм бағыттарын қатар дамыту өзекті. Бұл ретте Түркияның төрт маусымдық туризм моделінен және Малайзияның нишалық сегменттерін

қалыптастыру тәжірибесінен үйренуге болады.

Қызмет көрсету сапасы және кадрлық әлеует. Испания мен Түркиядағы туризмнің табысты дамуы сапалы сервистің тұрақты қамтамасыз етілуімен тығыз байланысты. Қазақстанда туристік қызмет көрсету мәдениеті біркелкі емес, тілдік кедергілер мен кәсіби дайындықтың жетіспеушілігі жиі сынға алынады. Вьетнам бұл мәселені туризм арқылы қоғамды қонақжайлық пен ашықтыққа тәрбиелеу арқылы шешуге тырысуда. Қазақстан да халықты туристермен тиімді қарым-қатынас орнатуға бағыттау үшін арнайы білім беру, оқыту бағдарламаларын (мысалы, “Tourist Friendly”) енгізіп, шетелдік сарапшыларды тартуы қажет.

Тұрақты даму және овертуризмнің алдын алу. Испания соңғы жылдары шектен тыс туризмнен туындайтын экологиялық және әлеуметтік салдарлармен күресуде. Қазақстанда бұл мәселе әлі кең ауқымда байқалмағанымен, кейбір туристік бағыттарда (мысалы, Көлсай, Маңғыстау) маусымдық жүктеме шектен тыс артуда. Осыған байланысты табиғи ресурстарды қорғау, жергілікті қауымдастықтың мүддесін ескеру және туристік ағындарды реттеу шараларын алдын ала қолға алу қажет. Бұл бағытта Малайзияның экотуризм тәжірибесі мен Испанияның заңнамалық реттеулері Қазақстан үшін маңызды үлгі бола алады.

Қазақстан үшін практикалық ұсыныстар

Жоғарыда жүргізілген салыстырмалы талдау негізінде Қазақстанның туризм саласын сапалы дамыту үшін келесі нақты әрі іске асыруға болатын практикалық ұсыныстарды ұсынуға болады: Туризмді ұлттық экономиканың стратегиялық басымдығы ретінде белгілеу. Туризмді елдің ұзақ мерзімді даму стратегиясының ажырамас бөлігіне айналдыру қажет. Бұл үшін Үкімет деңгейінде туризмге институционалдық мәртебе беру маңызды. Мысалы, Туризм және спорт министрлігін қайта құрылымдап, туризмге жеке ведомство ретінде жауапкершілік жүктеу ұсынылады. Мұндай құрылым саланы басқару мен қаржыландыру тетіктерін күшейтеді. Сонымен қатар, Вьетнамның 2017 жылғы Туризм туралы заңы үлгісінде Қазақстанда да жаңартылған заң қабылданып, онда шетелдік және отандық инвесторларға салықтық жеңілдіктер, жер телімдерін бөлу, субсидиялау секілді ынталандыру тетіктері қарастырылуы тиіс. Визалық және көші-қон рәсімдерін жеңілдету. Шетелдік туристер үшін қолайлы визалық режим – туризмді жедел дамыту құралы. Қазақстан визасыз елдер тізімін 100-ден астам мемлекетке дейін кеңейтіп, e-Visa жүйесін толық автоматтандыруы қажет. Бұған қоса, “Digital Nomad”, ұзақ мерзімді туристік немесе инвестициялық визалар сияқты арнайы визалық бағдарламалар енгізу ұсынылады. Бұл бағытта Грузия мен Эстонияның цифрлық көшпенділерге арналған визалық режимі тиімді үлгі бола алады. Көлік және инфрақұрылымдық байланысты дамыту. “Open Sky” режимін кеңейту арқылы жаңа халықаралық бағыттарға лоукостерлерді тарту қажет. Ішкі әуе рейстерін субсидиялау және туризм орталықтарына (Алакөл, Балқаш, Бекет Ата) тұрақты әуе қатынасын қамтамасыз ету маңызды. Сонымен қатар, ұлттық парктер мен туристік кластерлерге апаратын автожолдарды жаңғыртып, жол бойындағы инфрақұрылымды (кемпингтер, тамақтану және демалыс орындары) дамыту ұсынылады. Түркияның автокөлік пен авиа инфрақұрылымын интеграциялаған тәжірибесі – тиімді үлгі. Қызмет көрсету сапасы және кадрлық әлеуетті күшейту. Туризм саласында қызмет көрсетуші мамандар үшін міндетті сертификаттау және лицензиялау жүйесін енгізу қажет. Туризм колледждері мен ЖОО бағдарламаларын халықаралық стандарттарға сәйкестендіріп, көптілді (қазақ, орыс,

ағылшын) кадрлар даярлауға басымдық беру ұсынылады. Сонымен қатар, салалық қызметкерлерге тіл курстары мен кәсіби оқыту гранттарын ұсыну, сондай-ақ шетелдік сарапшыларды (менеджерлер, аспаздар, маркетинггерлер) тарту арқылы қызмет көрсету мәдениетін арттыру қажет.

Туризмді ілгерілету және ұлттық брендті қалыптастыру. “Kazakh Tourism” ұлттық компаниясының стратегиясы түбегейлі жаңартылып, әр мақсатты нарық үшін (Еуропа, Қытай, Ресей, Таяу Шығыс) жеке маркетинг жоспарлары әзірленуі тиіс. Әлеуметтік медиа, блогерлер, халықаралық көрмелер (WTM, ITB, ATM) арқылы ел имиджін жүйелі түрде таныту ұсынылады. Ұлттық бренд ретінде қазақ мәдениеті мен табиғи ландшафты, заманауи жетістіктер үйлестіріліп, тартымды туристік бейне қалыптастыру қажет. Туристік өнімнің әртараптандырылуы. Қазақстанда маусымдық туризмнен тыс, жыл бойы қызмет ететін туризм түрлерін (медициналық, этно, гастрономиялық, іскерлік) дамыту маңызды. Әр өңір бойынша нақты нишалық жобаларды (глэмпинг, экосокпақ, этноауыл, гастрофестивальдер) қолдау қажет. Бұл бағытта мемлекет тарапынан бағдар беру, жеңілдіктер мен гранттық қаржыландыру тетіктері іске қосылуы тиіс. Тұрақты және жауапты туризм қағидаларын енгізу. Экологиялық жүктемені азайту мақсатында ұлттық парктерде келушілер санына шектеу қою, табиғатты қорғау талаптарын қатаңдату және туристік алым-салықты экологияны қорғауға бағыттау ұсынылады. Сонымен бірге, ауылдық туризмді дамыту үшін жергілікті тұрғындарға гранттар беру арқылы гестхаус, хостел, қолөнер шеберханаларын ұйымдастыруға жағдай жасау қажет. Грузиядағы ауыл туризмі үлгісі Қазақстанның таулы өңірлеріне бейімделе алады. Халықаралық ынтымақтастық пен тәжірибе алмасу. Қазақстан БҰҰ Дүниежүзілік туристік ұйымы (UNWTO) және басқа да халықаралық құрылымдармен белсенді серіктестік орнатуы тиіс. Шетелдік туристік жоғары оқу орындарымен кадрлық алмасу, тағылымдамалар мен бірлескен жобалар арқылы тәжірибе жинақтау ұсынылады. Сонымен қатар, Түркия, Малайзия секілді елдермен меморандумдар жасасып, мамандардың өзара тағылымдамадан өтуіне жағдай жасау өзекті.

Қорытынды

Жүргізілген зерттеу жұмысы Вьетнам, Түркия, Малайзия және Испания секілді елдердің туризм саласындағы озық тәжірибелерін талдай отырып, оларды Қазақстанның қазіргі жағдайымен салыстыру арқылы бірқатар маңызды қорытындылар жасауға мүмкіндік берді. Бұл елдердің әрқайсысының өзіне тән ерекшеліктері болғанымен, туризм саласында жетістікке жетудің бірқатар ортақ факторлары анықталды. Атап айтқанда, стратегиялық жоспарлау мен мемлекет тарапынан кешенді қолдау, инфрақұрылымға жүйелі инвестиция тарту, тиімді маркетинг пен ұлттық брендті қалыптастыру, туристік өнімдерді әртараптандыру, қызмет көрсету сапасын үздіксіз жетілдіру, сондай-ақ туризмнің тұрақты дамуына мән беру табысты дамудың негізгі алғышарттары ретінде танылды. Қазақстан туризм саласы соңғы жылдары белгілі бір даму көрсеткіштеріне қол жеткізгенімен, салыстырмалы талдау нәтижелері еліміздің туризм көлемі мен тартымдылық деңгейі бойынша жоғарыда қарастырылған мемлекеттерден едәуір артта қалғанын көрсетті. Бұл олқылықтарды жою мақсатында кешенді шаралар қабылдау қажет. Атап айтқанда, визалық және көліктік қолжетімділікті жақсарту, инфрақұрылымдық жүйелерді жаңғырту, халықаралық деңгейде елдің имиджін көтеру, кадрлық әлеуетті дамыту және сервистік мәдениетті жетілдіру бағыттарына басымдық беру ұсынылады. Вьетнамның қысқа мерзімде

Оңтүстік-Шығыс Азия аймағындағы жетекші туристік бағытқа айналуы, Түркия мен Испанияның жыл сайын ондаған миллион турист қабылдайтын әлемдік туризм орталықтарына айналуы, Малайзияның тұрақтылық пен инновация арқылы өз орнын табуы – Қазақстан үшін үйренуге тұрарлық үлгілер. Әрине, бұл модельдерді тікелей көшіру мүмкін емес, себебі әр елдің тарихи-мәдени, географиялық және институционалдық ерекшеліктері бар. Алайда, бұл табысты тәжірибелердің негізін құрайтын қағидаттар әмбебап сипатқа ие: жүйелілік, жаңашылдыққа ашықтық, жергілікті артықшылықтарды тиімді пайдалану және сыртқы өзгерістерге икемді бейімделе білу. Зерттеу барысында алынған басты сабақ – туризмді тек экономикалық пайда көзі ретінде ғана емес, қоғамның жан-жақты дамуына серпін беретін стратегиялық сала ретінде қарастыру қажеттігі. Туризм – валюталық түсім ғана емес, ол мәдениеттер тоғысы, халықаралық танымдылықты арттыру құралы және азаматтардың өмір сапасын жақсартатын әлеуетті құрал. Осы тұрғыдан алғанда, Қазақстан туризмді ұлттық дамудың басым бағыттарының бірі ретінде қарастырып, ғылыми негізделген, жүйелі және ұзақ мерзімді стратегияны қабылдауы қажет. Ұсынылған талдау мен ұсыныстар Қазақстанның туризм саласын сапалы деңгейге көтеруге бағытталған нақты әрі прагматикалық қадамдарға негіз бола алады. Елдегі табиғи, мәдени және тарихи ресурстарды, сондай-ақ қонақжайлылық әлеуетін толық іске қоса отырып, Қазақстан алдағы онжылдықта Орталық Азия мен Еуразия кеңістігіндегі беделді туристік бағыттардың біріне айнала алады деген сенім бар. Бұл бағыттағы жетістіктер елдің халықаралық беделін нығайтып қана қоймай, халықтың ұлттық бірегейлікке деген мақтанышын арттырып, әлеуметтік-мәдени жаңғыруға да оң ықпал етеді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2021. – Vol. 29, № 1. – P. 1–20.
2. Dwyer, L., Kim, C. Destination competitiveness: determinants and indicators // *Current Issues in Tourism*. – 2003. – Vol. 6, № 5. – P. 369–414.
3. Қазақстан Республикасы Үкіметі. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019–2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы туралы: Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 мамырдағы № 360 қаулысы [Электрондық ресурс]. – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (дата обращения: 25.03.2025).
4. Phong, H. Thailand takes back the crown from Malaysia as Southeast Asia's most visited country // *VNExpress International* [Электронный ресурс]. – 2025. – 6 Feb. – Режим доступа: <https://e.vnexpress.net/news/travel> (дата обращения: 25.03.2025).
5. Hanh, V. N. Vietnam's Tourism Boom During Tet 2025: Key Insights // *Vietnam Briefing News* [Электронный ресурс]. – 2025. – 3 Feb. – Режим доступа: <https://www.vietnam-briefing.com> (дата обращения: 25.03.2025).
6. Forbes Kazakhstan. В чѐм Вьетнам может быть примером для Казахстана [Электронный ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://forbes.kz> (дата обращения: 25.03.2025).
7. Invest in Türkiye. Tourism Industry Report [Электронный ресурс]. – Ankara, 2023. – Режим доступа: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/tourism-industry.pdf> (дата обращения: 25.03.2025).
8. TTN Worldwide. Malaysia invites sustainable, eco-curious travel // TTN Worldwide

[Электронный ресурс]. – Apr. 2025. – Режим доступа: <https://ttnworldwide.com> (дата обращения: 25.03.2025).

9. TravelMole. Tourism Malaysia Unveils Strategic Roadmap For Visit Malaysia 2026 // TravelMole [Электронный ресурс]. – 2024. – 30 Apr. – Режим доступа: <https://www.travelmole.com> (дата обращения: 25.03.2025).

10. Wikipedia. Tourism in Malaysia [Электронный ресурс]. – Обновлено в 2023 г. – Режим доступа: https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Malaysia (дата обращения: 25.03.2025).

11. Reuters. Spain expects more tourists this year after record 94 mln visitors in 2024 // Reuters.com [Электронный ресурс]. – 2025. – 15 Jan. – Режим доступа: <https://www.reuters.com> (дата обращения: 25.03.2025).

12. The Astana Times. Kazakhstan Sees Record Tourism Indicators in 2023 // Astana Times [Электронный ресурс]. – 2024. – 14 May. – Режим доступа: <https://astanatimes.com> (дата обращения: 25.03.2025).

13. Travel Tomorrow. How Kazakhstan continues to expand tourism sector for manageable growth [Электронный ресурс]. – 2025. – 14 May. – Режим доступа: <https://traveltomorrow.com> (дата обращения: 25.03.2025).

14. Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. – 2000. – Vol. 21, № 1. – P. 97–116.

15. UNWTO. International Tourism to End 2023 Close to 90% of Pre-Pandemic Levels [Электронный ресурс]. – Madrid: UNWTO, 2024. – Режим доступа: <https://www.unwto.org> (дата обращения: 25.03.2025).

REFERENCES

1. Gossling, S., Scott, D., Hall, C. M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // Journal of Sustainable Tourism. – 2021. – Vol. 29, № 1. – P. 1–20.

2. Dwyer, L., Kim, C. Destination competitiveness: determinants and indicators // Current Issues in Tourism. – 2003. – Vol. 6, № 5. – P. 369–414.

3. Kazakstan Respublikasy Ykimeti. Kazakstan Respublikasynyn turistik salasyn damytudyn 2019–2025 zhyldarga arnalgan memlekettik bagdarlamasy turaly: Kazakstan Respublikasy Ukimetinin 2019 zhylygy 31 mamyrdayy № 360 kaulysy [Правительство Республики Казахстан. О государственной программе развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019-2025 годы: постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360] [Elektrondyk resurs]. – Rezhim dostupa: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (data obrasheniya: 25.03.2025).

4. Phong, H. Thailand takes back the crown from Malaysia as Southeast Asia's most visited country // VNExpress International [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 6 Feb. – Rezhim dostupa: <https://e.vnexpress.net/news/travel> (data obrasheniya: 25.03.2025).

5. Hanh, V. N. Vietnam's Tourism Boom During Tet 2025: Key Insights // Vietnam Briefing News [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 3 Feb. – Rezhim dostupa: <https://www.vietnam-briefing.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).

6. Forbes Kazakhstan. V chyom Vetnam mozhet byt primerom dlya Kazahstana [How Vietnam can be an example for Kazakhstan] [Elektronnyj resurs]. – 2023. – Rezhim dostupa: <https://forbes.kz> (data obrasheniya: 25.03.2025).

7. Invest in Türkiye. Tourism Industry Report [Elektronnyj resurs]. – Ankara, 2023. – Rezhim dostupa: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/tourism-industry.pdf> (data obrasheniya: 25.03.2025).
8. TTN Worldwide. Malaysia invites sustainable, eco-curious travel // TTN Worldwide [Elektronnyj resurs]. – Apr. 2025. – Rezhim dostupa: <https://ttnworldwide.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
9. TravelMole. Tourism Malaysia Unveils Strategic Roadmap For Visit Malaysia 2026 // TravelMole [Elektronnyj resurs]. – 2024. – 30 Apr. – Rezhim dostupa: <https://www.travelmole.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
10. Wikipedia. Tourism in Malaysia [Elektronnyj resurs]. – Obnovleno v 2023 g. – Rezhim dostupa: https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Malaysia (data obrasheniya: 25.03.2025).
11. Reuters. Spain expects more tourists this year after record 94 mln visitors in 2024 // Reuters.com [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 15 Jan. – Rezhim dostupa: <https://www.reuters.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
12. The Astana Times. Kazakhstan Sees Record Tourism Indicators in 2023 // Astana Times [Elektronnyj resurs]. – 2024. – 14 May. – Rezhim dostupa: <https://astanatimes.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
13. Travel Tomorrow. How Kazakhstan continues to expand tourism sector for manageable growth [Elektronnyj resurs]. – 2025. – 14 May. – Rezhim dostupa: <https://traveltomorrow.com> (data obrasheniya: 25.03.2025).
14. Buhalis, D. Marketing the competitive destination of the future // Tourism Management. – 2000. – Vol. 21, № 1. – P. 97–116.
15. UNWTO. International Tourism to End 2023 Close to 90% of Pre-Pandemic Levels [Elektronnyj resurs]. – Madrid: UNWTO, 2024. – Rezhim dostupa: <https://www.unwto.org> (data obrasheniya: 25.03.2025).

Бұл зерттеу жұмысы Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитеті тарапынан АР19679687 нөмірлі грант аясында қаржыландырылды.

М. АБДИКАРИМОВА PhD, қауымдастырылған профессор Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: madina.abdikarimova@iuth.edu.kz	Т. АБДРАСИЛОВ PhD, қауымдастырылған профессор Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz
Э. АЛЬЖАНОВА Тарих ғылымдарының кандидаты Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: alzhanova.elmira@iuth.edu.kz	<i>02.03.2025 ж. баспаға түсті</i> <i>01.04.2025 ж. түзетулермен келді</i> <i>30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды</i>

M. ABDIKARIMOVA¹, T. ABDRASIOV¹✉, E. ALZHANOVA¹

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz

STRATEGIC DIRECTIONS FOR IMPROVING THE TOURISM SECTOR IN KAZAKHSTAN: BASED ON THE EXPERIENCES OF VIETNAM, TURKEY, MALAYSIA, AND SPAIN

Abstract. This article presents a comprehensive comparative analysis of tourism development models in Vietnam, Turkey, Malaysia, and Spain, with the aim of drawing applicable insights for Kazakhstan. The study examines government policies, infrastructure development, marketing strategies, and diversification of tourism products in these countries. It also evaluates the current state of Kazakhstan's tourism sector, identifying structural challenges and untapped potential. Using the benchmarking method, the article formulates concrete recommendations tailored to Kazakhstan's context, aimed at transforming tourism into a strategic sector of the national economy. These recommendations include institutional reforms, infrastructural investments, capacity building, and improved international positioning. The article contributes to the practical discourse on developing a competitive and sustainable tourism model for Kazakhstan by integrating successful international practices.

Keywords: tourism, international experience, comparative analysis, infrastructure, marketing, Kazakhstan, tourism development

М. АБДИКАРИМОВА¹, Т. АБДРАСИЛОВ¹✉, Э. АЛЬЖАНОВА¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Түркестан), e-mail: t.abdrasilov@iuth.edu.kz

**СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА: НА ОСНОВЕ ОПЫТА ВЬЕТНАМА,
ТУРЦИИ, МАЛАЙЗИИ И ИСПАНИИ**

Аннотация. В статье проводится сравнительный анализ успешных моделей развития туризма во Вьетнаме, Турции, Малайзии и Испании с целью выявления применимых подходов для Казахстана. Рассматриваются государственная политика, инфраструктурные решения, маркетинговые стратегии и диверсификация туристических продуктов в указанных странах. Особое внимание уделено текущему состоянию туризма в Казахстане, выявляются основные проблемы и потенциал роста. На основе метода бенчмаркинга предлагаются конкретные рекомендации, адаптированные к казахстанским реалиям, направленные на превращение туризма в стратегическую отрасль экономики. Предложения включают институциональные реформы, развитие инфраструктуры, повышение квалификации кадров и продвижение туристического имиджа страны. Практическая значимость статьи заключается в разработке стратегии устойчивого и конкурентоспособного туризма на основе международного опыта.

Ключевые слова: туризм, международный опыт, сравнительный анализ, инфраструктура, маркетинг, Казахстан, развитие туризма

Н. АБИШОВ¹✉, М. ЖҰБАНОВА², Г. АЙТБАЕВА², С. АЙТКУЛОВА³

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан), e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

²Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университеті
(Қазақстан, Алматы)

³І. Жансүгіров атындағы Жетісу университеті (Қазақстан, Алматы)

АУЫЛ ТУРИЗМНІҢ ЖЕРГІЛІКТІ ТҰРҒЫНДАРЫНЫҢ ТАБЫСЫНА ӘСЕРІ: ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА

Аңдатпа. Бұл мақалада Түркістан облысы ауылдық аймақтарында ауыл туризмнің дамуы мен оның ауыл тұрғындарының табысына тигізетін ықпалы қарастырылды. Түркістан облысы табиғи-климаттық жағдайларының қолайлылығы, тарихи-мәдени ескерткіштерінің молдығы және ауыл шаруашылығының кең таралуы сияқты факторлармен ауыл туризмді дамытуға қолайлы аймақ болып саналады. Зерттеу барысында ауыл туризмнің табыс көздерін қалыптастырудағы рөлі, ауыл тұрғындарының ауыл туризмге қатысу деңгейі және ауыл туризмдегі қызметтердің экономикалық тиімділігі талданды. Жасалған жұмыстар негізінде алынған деректер ауыл туризмнің ауыл тұрғындары үшін қосымша табыс көзі ғана емес, сонымен қатар кәсіпкерлік белсенділікті дамытуға ықпал ететінін көрсетті. Ғылыми мақаланың аясында ауыл туризмнің Түркістан облысындағы ауыл тұрғындарының табысына әсерін зерттеу үшін әдебиетке шолу және салыстырмалы талдау сияқты зерттеу әдістері қолданылды. Мақалада ауыл туризмді дамытудың негізгі кедергілері мен шектеулері де атап өтіліп, оны шешу жолдары ұсынылды. Зерттеу нәтижелері ауылдық аймақтарда тұрақты табыс көздерін қалыптастыру, жұмыссыздықты азайту және өңірлік экономиканы қолдауға бағытталған нақты ұсыныстармен түйінделді. Бұл мақала ауыл туризм саласын зерттеушілерге, жергілікті билік органдарына және кәсіпкерлерге пайдалы бола алады.

Кілт сөздер: Түркістан облысы, ауыл туризм, кәсіпкерлік, табыс көзі.

Кіріспе

Қазіргі заманғы жаһандану және урбанизация үдерістері ауылдық аумақтардың әлеуметтік-экономикалық жағдайына елеулі әсерін тигізіп отыр. Ауыл тұрғындарының жаппай қалаларға көшуі, жұмыссыздық деңгейінің жоғарылауы, ауыл шаруашылығына тәуелділіктің артуы – бұл проблемалардың барлығы ауыл аймақтарының тұрақты дамуын қамтамасыз ету жолында жаңа, тиімді тетіктерді талап етеді. Осындай тетіктердің бірі – ауыл

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Абишов Н., Жұбанова М., Айтбаева Г., Айткулова С. Ауыл туризмнің жергілікті тұрғындарының табысына әсері: Түркістан облысы мысалында – 2025. –No2(8). –б. 69–85. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.05>

*Cite us correctly: Abishov N., Zhubanova M., Aitbaeva G., Aitkulova S. Auyl turizmnin zhergilikti turgyndarynyn tabysyna aseri: Turkistan oblysy mysalynda. [The impact of rural tourism on the income of local residents: on the example of the Turkestan region] –2025. –No2(8). –b. 69–85. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.05>

туризм болып табылады.

Ауыл туризм – бұл ауылдық жерде орналасқан фермалар, шаруашылықтар және ауыл тұрғындары ұсынатын туристік қызмет түрі, оның негізгі мақсаты – туристерге ауыл өмірінің тыныс-тіршілігімен танысуға мүмкіндік беру. Ауыл туризм ауыл шаруашылығы мен туризм саласының тоғысу нүктесінде орналасқан, сондықтан ол тек экономикалық пайда ғана емес, сонымен қатар мәдени және экологиялық құндылықтарды да күшейтеді [Колесников, 2017].

Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, ауыл туризм дамыған елдерде ауылдық жерлердегі кәсіпкерлікті жандандырудың тиімді тәсілі ретінде қарастырылады. Мәселен, Италия, Франция, Испания және Жапония секілді елдерде ауыл туризм ауыл халқының табысының маңызды көзіне айналып отыр [Barbieri, 2013]. Lane (1994) өз зерттеуінде ауыл туризмді ауылдық аймақтарды жаңғыртудың және жергілікті экономиканы әртараптандырудың маңызды құралы ретінде сипаттайды.

Қазақстанда туризм саласын дамыту стратегиялық маңызды бағыттардың бірі ретінде қарастырылуда. ҚР Президенті тапсырмасымен қабылданған 2019–2025 жылдарға арналған Туризмді дамытудың мемлекеттік бағдарламасында ішкі және ауылдық туризмді қолдау басты басымдықтардың бірі ретінде көрсетілген. Алайда, ауыл туризм елімізде әлі де даму сатысында. Туризмнің бұл түрі өңірлерде жүйелі түрде зерттеліп, ғылыми-тәжірибелік негізде дамытуды қажет етеді. Осы тұрғыдан алғанда, Түркістан облысы ауыл туризмді дамытуда айрықша әлеуетке ие.

Түркістан облысы — Қазақстандағы ең ежелгі тарихи-мәдени аймақтардың бірі. Оның географиялық орналасуы, табиғи ландшафттарының алуандығы және ауыл шаруашылығына бейімдігі ауыл туризмді дамытуға үлкен мүмкіндік береді. Облыстағы Сайрам-Өгем мемлекеттік ұлттық табиғи паркі, Қазығұрт, Түлкібас, Бәйдібек, Созақ аудандарының көрікті ауылдық аумақтары туристер үшін тартымды нысандар бола алады. Сонымен қатар, киелі Түркістан қаласының тарихи және мәдени тартымдылығы да аймаққа келетін туристер ағынын ұлғайта алады.

Жалпы алғанда, ауыл туризм ауыл тұрғындары үшін қосымша табыс көзі ғана емес, сонымен қатар жергілікті ресурстарды тиімді пайдалану, ауыл мәдениетін сақтау және ауыл өмірінің тартымдылығын арттыру құралы бола алады. Сондықтан ауыл туризмді ғылыми негізде дамыту — ауылдық аумақтардың әлеуметтік-экономикалық өркендеуінің маңызды факторы болып табылады.

Зерттеу әдістері

Бұл ғылыми мақаланың аясында ауыл туризмнің Түркістан облысындағы ауыл тұрғындарының табысына әсерін зерттеу үшін әдебиетке шолу және салыстырмалы талдау сияқты зерттеу әдістері қолданылды. Зерттеудің теориялық негізін құру үшін ауыл туризм тақырыбы бойынша ғылыми әдебиетке шолу жүргізілді. Әдеби шолуды жүргізу барысында әлемдік және отандық авторлардың, ғалымдардың, зерттеушілердің еңбектері негізге алынды. Сондай-ақ, салыстырмалы талдау арқылы Түркістан облысындағы ауыл туризмінің әлеуеті мен даму стратегиясын анықтау үшін халықаралық тәжірибелер мен үлгілер зерттелді.

Бұл әдістер кешені ауыл туризмнің Түркістан облысындағы ауыл тұрғындарының табысына әсерін анықтау және оның тиімділігін бағалау үшін ғылыми тұрғыдан негізделген деректерді жинауға мүмкіндік берді. Сонымен қатар, қолданылған әдістердің нәтижелері

ауыл туризмді дамытуға бағытталған нақты ұсыныстар мен шараларды ұсынып, аймақтың әлеуметтік-экономикалық дамуына ықпал етуге бағытталған саясатты анықтауға көмектесті.

Ауыл туризм ұғымы және оның маңызы

Ауыл туризм – қазіргі заманғы ауылдық туризмнің маңызды бағыттарының бірі ретінде қарастырылатын, ауылдық жерлердегі өмір салтын, шаруашылық жүргізу әдістерін және мәдени мұраны көрсетуге негізделген туризм түрі. Аталған ұғым көптеген халықаралық және отандық зерттеушілердің еңбектерінде түрліше сипатталған.

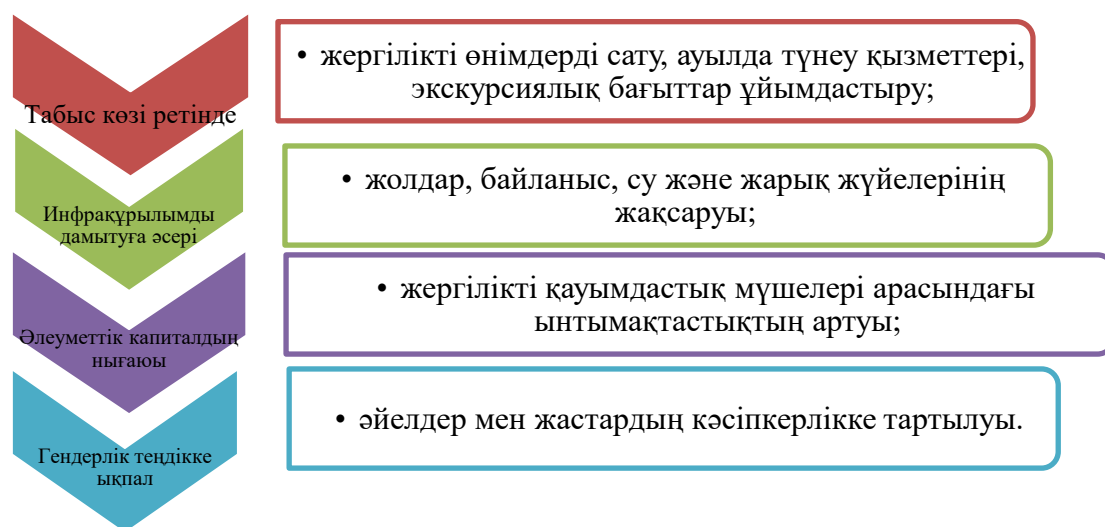
Phillip, Hunter және Blackstock (2010) ауыл туризмді келесі бес критерий бойынша анықтайды: - ауылдық ортада өткізілуі; - ауыл шаруашылығына байланысты қызмет түрлері; - ауыл тұрғындарының тікелей қатысуы; - туристерге белсенді тәжірибе ұсыну; және - демалыс пен танымдық мақсаттағы сапарларды қамту.

Отандық зерттеушілер арасында Жұмабаева А.К. ауыл туризмді ауыл шаруашылығы өнімдерін өндірумен қатар, оларды туристік өнім ретінде ұсыну мен ауыл тұрмысын тәжірибе ретінде ұсынудың синтезі ретінде сипаттайды [Жұмабаева, 2020]. Ол ауыл туризмнің тек экономикалық емес, сондай-ақ әлеуметтік және экологиялық аспектілерін де атап өтеді.

Ауыл туризмнің құрамдас бөлігі ретінде ауыл туризм — ауыл шаруашылығына негізделген ерекше туризм формасы ретінде танылып, туристерге ауыл өмірімен танысуға, жергілікті өнімдерді тұтынуға және дәстүрлі кәсіп түрлерімен айналысуға мүмкіндік береді. Бұл тәжірибе туристік өнімнің жаңа формасын – «эмоциялық тәжірибеге» негізделген ауылдық туризмді қалыптастырады [Kizos & Iosifides, 2007].

Ауыл туризмнің маңызын сипаттауда оның тұрақты даму тұжырымдамасымен тікелей байланысы айрықша рөл атқарады. БҰҰ Даму бағдарламасы ауылдық аумақтарда экономикалық әртараптандыруды қамтамасыз ету үшін ауыл туризм сынды балама кәсіп түрлерін дамытуды ұсынады [UNDP, 2023]. Бұл – ауыл шаруашылығына тәуелді өңірлер үшін аса маңызды.

Ауылдық аумақтардың экономикалық әлеуетін арттыруда ауыл туризмнің бірқатар артықшылықтары бар (сурет 1).



Сурет 1 – Ауыл туризмнің аймаққа экономикалық әсері
(автормен құрастырылған)

Бұған қоса, ауыл туризм экологиялық тұрақтылыққа да ықпал етеді. Көптеген агротуристтік нысандар экологиялық егіншілік, органикалық өнімдер, жасыл технологиялар сияқты тәжірибелерді қолданады. Бұл туристердің экологиялық мәдениетін дамытуға және ауылдың табиғи ресурстарын тиімді пайдалануға мүмкіндік береді [Barbieri & Mahoney, 2009].

Ауыл туризмнің әлеуметтік-экономикалық маңызы өте зор. Ол ауылдық аумақтарда жергілікті тұрғындардың әл-ауқатын арттырумен қатар, олардың әлеуметтік құрылымын да жетілдіреді. Ауыл туризм экономикалық тұрғыдан екі негізгі функцияға ие: біріншіден, ол ауыл тұрғындары үшін қосымша табыс көзі болып табылады, екіншіден, ол ауыл шаруашылығы мен туризмнің интеграциясын қамтамасыз етеді.

Ауыл туризмнің әлеуметтік функциялары да айтарлықтай маңызды. Бұл туризм түрі жергілікті қауымдастықтың мәдени мұрасын сақтап, оның әлеуметтік байланыстарын нығайтады. Сонымен қатар, ауыл тұрғындарының арасында ынтымақтастық пен өзара көмек көрсету жүйесін қалыптастырады. Ауыл туризмнің әлеуметтік әсерлері оның ауылдық мәдениетті сақтауға, дәстүрлерді қайта жаңғыртуға және ұрпақтар арасындағы байланыстарды нығайтуға ықпал ететіндігін көрсетеді.

Ауыл туризмнің әлеуметтік аспектілері туралы зерттеулер жүргізген авторлар ауыл туризмнің ауылда мәдени құндылықтарды сақтауда, жергілікті тұрғындардың өзіндік ерекшеліктерін насихаттауда маңызды рөл атқаратынын атап өтеді. Әр түрлі мәдениеттердің араласуы мен туристердің ауылдық өмірмен танысуы олардың экологиялық жауапкершіліктерін арттырады және табиғатты қорғауға деген көзқарастарын өзгертеді [Blackstock, 2005].

Жоғарыда қарастырылған авторлардың еңбектеріне сүйене отырып, ауыл туризміне қатысты ортақ қорытындыны тұжырымдайтын болсақ, ауыл туризмді көпқырлы құбылыс ретінде қарастырып, оның экономикалық, әлеуметтік, экологиялық және мәдени мәнін жан-жақты сипаттайды. Осылайша, авторлар ауыл туризмінің **тұрақты даму, жергілікті халықтың әл-ауқаты, табиғатты қорғау және мәдени мұраның сақталуына** тікелей әсер ететін маңызды құрал екенін дәлелдеуге тырысады.

Сонымен қатар, ауыл туризмнің әлеуметтік маңызы жоғары болғанымен, оның кейбір дағдыларды меңгеру қажеттігі де жоқ емес. Мысалы, ауылдық аймақтарда ауыл туризмді дамыту барысында жергілікті тұрғындардың туризм индустриясына бейімделуі, жаңа дағдыларды меңгеруі қажет. Бұл жағдайда, қоғамдық және мемлекеттік қолдау маңызды рөл атқарады. Бұл тұрғыда мемлекет тарапынан ауыл туризмді дамыту бағдарламалары, оқыту және кадрларды дайындау курстары үлкен көмек көрсете алады.

Әлемдік тәжірибе және Қазақстандағы жағдай

Әлемде ауыл туризм көптен бері дамып келе жатқан салалардың бірі. Бұл сала негізінен ауылдық аудандарда ауыл шаруашылығын қолдау және дамыту үшін, сондай-ақ туризмді өркендету мақсатында қолданылады. Германия, Франция, Испания, Италия және Жапония сияқты елдерде ауыл туризм белсенді түрде дамыған және осы елдерде ауыл шаруашылығы мен туризм бір-бірімен тығыз байланыста жұмыс істейді. Бұл елдерде ауыл туризмнің ерекше модельдері құрылып, олар ауылдық аумақтардың тұрақты дамуына, ауыл шаруашылығының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға және жергілікті халықтың әл-ауқатын жақсартуға үлкен үлес қосуда.

Германияда ауыл туризмнің дамуы дәстүрлі ауыл шаруашылығын қолдау және ауыл тұрғындарын жұмыспен қамтамасыз ету мақсатында жүргізілуде. Германияның агротуристтік нысандары көбіне ауылдық шаруашылық өндірісін жандандырумен байланысты және бұл тәжірибе басқа елдерге де үлгі болуда [Kizos & Iosifides, 2007].

Испанияда ауыл туризм айтарлықтай табысты бағытқа айналды. Бұл елде ауыл шаруашылығы мен туризмнің үйлесімі ауылдағы экономикалық дамуды жеделдетуде. Каталония аймағында ауыл туризмнің дамуы ауыл тұрғындары үшін тұрақты табыс көзі болуда, ал туризмнің осы түрі жергілікті мәдениетті танытуда маңызды рөл атқарады

[Barbieri & Mahoney, 2009]. Испанияның ауылдық аймақтарында ауыл туризм индустриясы жұмыс орындарын құрып, аймақтық экономиканың дамуына ықпал етуде.

Италияда ауыл туризм агроөнеркәсіп пен туризмді үйлестіретін негізгі құралы ретінде пайдаланылады. Бұл елде ауыл туризм экономиканың негізгі салаларының бірі болып саналады және ауылдық аймақтарды тұрақты дамытудың басты құралы болып табылады. Италиядағы ауыл туризмнің табысты модельдері ауылдық аймақтарда мәдени, экологиялық және экономикалық тұрақтылықты қамтамасыз етуге бағытталған [Phillip et al., 2010].

Жапония ауылдық аумақтарда ауыл туризмнің дамуына ерекше көңіл бөледі. Бұл елде ауыл туризмді дамыту арқылы ауыл шаруашылығының өнімдерін экспорттау мен ауыл өмірін танытуға бағытталған кешенді стратегиялар жүзеге асырылуда [Barbieri, 2013].

Қазақстандағы ауыл туризмнің дамуы соңғы жылдары үлкен серпіліс алғанымен, бұл сала әлі де толыққанды дамымаған. ҚР Туризмді дамыту жөніндегі мемлекеттік бағдарламасында ауыл туризмді дамытуға арналған бірқатар шаралар көрсетілген, бірақ оның жүзеге асуы үшін көп жұмыс атқарылуы қажет. Ауыл туризмнің Қазақстандағы дамуы негізінен табиғи-экологиялық ресурстарға, мәдени мұраға және ауыл шаруашылығына байланысты болып табылады. Түркістан облысы ауыл туризмді дамыту үшін өте қолайлы аймақ болып табылады. Түркістан облысының ауыл шаруашылығының дамыған салалары мен тарихи мәдени ескерткіштері ауыл туризмді дамытуға мүмкіндік береді.

ҚР-сы Ұлттық статистика бюросының 2024 жылғы орналастыру орындарының санына талдау жасау арқылы, Түркістан облысының ауыл туризм және этнотуризм сияқты бағыттарда мүмкіндігі мол екенін дәлелдеуге болады (кесте 1).

Кесте 1 – 2024 жылғы орналастыру орындарының саны [Qazstat, 2025]

	Орналастыру орындарының саны, бірлік		
	барлығы	соның ішінде	
		қала	ауыл
Қазақстан Республикасы	4 303	2 485	1 818
Абай	318	64	254
Ақмола	369	165	204
Ақтөбе	106	77	29
Алматы	277	93	184
Батыс Қазақстан	94	67	27
Жамбыл	219	150	69
Қызылорда	165	103	62
Маңғыстау	106	78	28
Солтүстік Қазақстан	127	53	74
Түркістан	240	123	117
Шығыс Қазақстан	367	120	247

Кестеде Қазақстан Республикасы бойынша 2024 жылғы орналастыру орындарының саны көрсетілген. Жалпы ел бойынша 4 303 орналастыру орны тіркелген. **Аймақтық бөлініс бойынша:** Ең көп орналастыру орындары Астана (369), Шығыс Қазақстан (367), және Алматы (277) облыстарында орналасқан. Ауылдық аймақтарда орналастыру орындары ең көбі Абай (254), Түркістан (117), және Шығыс Қазақстан (247) облыстарында шоғырланған. Түркістан облысы бойынша 2024 жылғы орналастыру орындарының саны – 240, оның ішінде қалаларда – 123 болса, ауылдарда – 117. **Қала мен ауыл арасында тепе-теңдік бар** —

қалалық орналастыру орындарының саны ауылдықтарға өте жақын (123 және 117), бұл өңірде туризмнің тек қалада емес, ауылдық аймақтарда да белсенді дамып жатқанын көрсетеді. **Ауылдық туризм әлеуеті жоғары** — 117 ауылдық орналастыру орны Түркістан облысының агротуризм және этнотуризм сияқты бағыттарда мүмкіндігі мол екенін дәлелдейді.

ҚР-сы Ұлттық статистика бюросының курорттық аймақтардағы орналастыру орындарымен көрсетілген қызметтер көлеміне талдау жасау арқылы, ауыл туризмінің дамуы жергілікті халықтың табысын арттыруға айтарлықтай әсер етіп отырғандығын көрсетеді (кесте 2).

Кесте 2 – Курорттық аймақтардағы орналастыру орындарымен көрсетілген қызметтер көлемі [Qazstat, 2025]

мың теңге

	2020	2021	2022	2023	2024
қаңтар-желтоқсан					
Кур-тық аймақтар бойынша	33 582 073	58 021 430	101 699 867	130 799 897	168 265 737
Щучье-Бурабай кур. аймағы	5 389 666,2	8 880 56,2	14 878 006	18 277 462	24 148 274
Алматы курорттық аймағы	585 414,5	1 168 955,9	1 050 061,3	984 320,8	1 374 721,3
Баянауыл курорттық аймағы	69 651,5	534 749,1	1 114 277,6	1 245 109,5	1 623 827,8
Қарқаралы курорттық аймағы	322 37,1	565 625,6	625 826,4	109 330,5	102 265,6
Маңғыстау курорттық аймағы	4 115 488,1	7 030 110,7	11 135 919	14 665 069	17 519 682
Сарыағаш курорттық аймағы	39 778,4	294 610,4	317 542,2	341 661,4	474 656,0
Қостанай курорттық аймағы	21 559,1	80 788,8	135 590,9	117 381,1	265 361,5
Алтай курорттық аймағы	469 22,8	533 944,5	731 081,5	1 067 075,1	1 876 422,2
Зеренді курорттық аймағы	90 247,5	175 543,0	381 509,2	568 785,3	744 872,4
Балқаш курорттық аймағы	388 144,5	721 502,2	948 487,7	1 389 638,3	2 376 015,6
Байқоңыр туристік аймағы	1 040,0	275,0	669,0	1 672,0	890,0
Қатон-Қарағай кур. аймағы	8 185,0	33 216,3	33 079,1	54 140,8	59 262,1
Түркістан туристік аймағы	347 445,6	2 113 453,2	2 823 258,0	3 103 318,6	3 247 751,2

Түркістан туристік аймағында көрсетілген қызмет көлемі: 2020 жылы — 347,4 млн теңгеден, 2024 жылы — 3 247,8 млн теңгеге ұлғайғандығын көреміз. Бұл 9 еседен астам өсім ауылдық орналастыру орындары арқылы қызмет көрсету көлемінің де артқанын көрсетеді. Демек, ауыл тұрғындары: тұрғын үйді пансионат, қонақ үй ретінде жалға беруден, және ұлттық тағам, қолөнер бұйымдарын сатудан сондай-ақ, гид, атпен серуендету, экскурсиялық қызметтерден нақты табыс тауып отыр. Түркістан өңірінде ауыл туризмінің дамуы жергілікті

халықтың табысын арттыруға айтарлықтай әсер етіп отыр. Орналастыру орындарының ауылдарда кең таралуы мен қызмет көрсету көлемінің жыл сайын өсуі — бұл үрдісті растайды.

Әлемдік тәжірибе ауыл туризмнің ауыл шаруашылығын қолдау және ауылдық өмір салтын сақтау тұрғысынан маңызды рөл атқаратынын көрсетеді. Германия, Испания, Италия және Жапония сияқты елдер ауыл туризмді тиімді түрде дамыта отырып, ауыл шаруашылығы мен туризм салаларының арасындағы байланысты нығайтты. Қазақстанда, оның ішінде Түркістан облысында ауыл туризмді дамыту үшін инфрақұрылымды жақсарту, жергілікті тұрғындарды кәсіпкерлікке бейімдеу, дәстүрлі қолөнер салалары және мемлекеттік қолдау көрсету маңызды рөл атқарады.

Түркістан облысы контексіндегі ауыл туризм

Түркістан облысы Қазақстанның оңтүстік өңірінде орналасқан, табиғи-климаттық және мәдени жағынан ерекше әлеуетке ие. Бұл өңірдің ауыл туризм үшін өте қолайлы екендігін бірнеше факторлар дәлелдейді. Түркістан облысындағы ауылдық аймақтарда экологиялық туризм мен ауыл туризмді дамыту үшін үлкен мүмкіндіктер бар. Облыс аумағында табиғи ескерткіштер мен тарихи орындар, сондай-ақ ауыл шаруашылығының дамыған салалары туризм индустриясын дамытудың негізі болып табылады.

Түркістан облысының 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. Қазіргі таңда трендке ене бастаған глэмпинг (шатыр) демалу қызметін ұсыну өз жалғасын табуда. Түлкібас, Төле би аудандарының ауыл тұрғындары туризмнің арқасында жұмыс, жол, көлік қатынасы мәселелерін шешуге қол жеткізгендігін айта кеткен жөн. 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. Түлкібас ауданының әкімшілігінің хабарлауынша 2025 жылы ауданға 20 мыңнан астам туристерді тарту көзделінген және олардың 10% шетелдік болуы болжамдалынған.

Облыс аумағындағы 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.

Түркістан облысы үшін ауыл туризмнің әлеуеті зор, себебі бұл аймақтың ауыл шаруашылығы мен табиғи ресурстары ауыл туризмді дамытуға негіз бола алады. Түркістан облысының ауылдық аумақтарында тарихи және мәдени ескерткіштердің көп болуы облыстың ауыл туризм саласын дамыту үшін зор мүмкіндік беретіндігі сөзсіз.

Қазақстандағы және Түркістан облысындағы ауыл туризм саласын зерттеген авторлар ауыл туризмнің ауыл шаруашылығы өнімдерінің сатылымын арттыруға және туризм саласының жаңа нарықтарын ашуға мүмкіндік беретінін атап өтеді.

Бүгінгі таңда Қазақстанның туризм индустриясындағы перспективасы зор бағыттардың

бірі аграрлық (ауыл) туризмі болып табылады. 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 және жұмыссыздық мәселесінің шешілуі қамтамасыз етіледі [Қазақстан Республикасының Туризмді дамыту жөніндегі бағдарламасы, 2025]. Агротуризмді дамытудан қолжеткізілетін әлеуметтік-экономикалық факторлар төмендегі кестеде көрсетілген (кесте 3).

Кесте 3 – Ауыл туризмін дамытудың ауылдық аймақтарға әлеуметтік-экономикалық әсері [Smagulova et al., 2022]

Ауыл туризмінің элементтері	Ауылдың экономикалық әсерлері	Әлеуметтік-экономикалық нәтижелері
Өмір сүру	Өңірдің инфрақұрылымы өзгереді.	Ауыл тұрғындарының үлкен қаржылық шығындар жұмсамай кірістері мен өмір сүру деңгейлерінің артуы. Ауылды, ауылдық үй-жайлардың абаттандырудың өсуі. Ауылдың әлеуметтік инфрақұрылымын жетілдіру. Ауылдық жерлерде жұмыспен қамту және өзін-өзі жұмыспен қамту деңгейін арттырумен салық алымдары мен бюджетке түсетін түсімдерді ұлғайту. Жергілікті өндірілген тауарларға сұранысты арттыру. Капиталды тарту, оның ішінде шетелден.
Тамақтану	Ауылдың жеке сауда жүйесіндегі тамақ өнімдерінің сатылымы. Мысалы, магазиндер мен ауыл нарықтары. Жеке қосалқы шаруашылықтарда өнім өсіру.	
Ойын-сауық құру	Мәдени мекемелер мен шығармашылық ұжымдардың дамуы. Ойын-сауық және демалыс салаларында кәсіпкерліктің дамуы (қыдыру, экскурсиялар, маршруттар).	
Көлік қатынасы	Қоғамдық көліктің дамуы, такси.	
Туристердің қауіпсіздігін қамтамасыз ету	Сақтандыру мекемелері, банктер. Ауылдарда ұжымшылдықтың жандануы, ұжымдық әрекеттер мен жауапкершіліктердің артуы.	

Жоғарыда аталған факторлар агротуризмді дамытудың және қолдаудың негізінде жүзеге аспақ. Жан-жануарлардың түрлерінен ферма ұйымдастыру арқылы туристерге экскурсия ұйымдастыра алатын агробизнесті құрудың тәжірбиесі Қазақстанда қалыптасып үлгерді деуге болады. Мысалы, Түркістан облысының Бәйдібек ауданында асылтұқымды гиссар қойларын өсірумен айналысатын «ДОДА» фермасындағы гиссар қойларының саны бірнеше жүзді құрайды және туристердің тамашалауына ұсынатын ерекшеліктері бар болып табылады. Облыстағы туристер үшін тартымды аудандардың бірі Бәйдібек 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.

Осы аталған факторларды ескере отырып, Түркістан облысындағы ауыл туризмнің даму ахуалы бойынша SWOT-талдау жасалып, нәтижелері төмендегі кестеде айқындалған

(кесте 4).

Кесте 4 – Түркістан облысындағы ауыл туризмінің даму ахуалына жүргізілген SWOT-талдау

Күшті тараптары	Әлсіз тараптары
– облыс аумағындағы керемет табиғи нысандар (Ақсу-Жабағалы, Шардара); – діни-мәдени мәндегі нысандар (Түркістан, Отырар, Домалақ Ана және т.б.); - облыс аумағындағы ауылдардың санының көптігі (841 ауылдық елдімекендер); - табиғи емдік ресурстар (Сарыағаш, емдік сулар); - бау-бақша өндірісінің үлкен қоры; - инвестиция құюға қолайлы климат және халық санының молдығы; - көлік қатынасының дамыған түрі.	- туризм инфрақұрылымының жеткіліксіз дамуы; - ауылдық туристік өнімді жылжыту бойынша тиімді маркетингтік іс-шаралардың болмауы; - туризмнің осы түрін дамытуға ақпараттық және басқарушылық қолдаудың болмауы; - ауыл туризмнің дамуына ықпал ететін заңнаманың жетілмегендігі; - ауылдық туризм саласындағы қызметті бастағысы келетін кәсіпкерлерге мемлекеттік қолдаудың болмауы.
Мүмкіндіктері	Қатерлері
– туристерге атпен және жаяу жүру, балық аулау, аңшылық, монша және т.б. қызметтерді көрсетудің жоғарылығы; – бау-бақша алқаптарын таныстыру және жұмыс орындарын ашу; – агротуристтік сектордың қалыптасуы, өңірдің болашақтағы орнықты даму тұжырымын жетілдіруде.	- көрші елдер мен аймақтардың агротуристтік орталықтарымен болатын бәсекелестікке жауап беру; - авиа және теміржол тасымалдарының жоғары тарифтері; - ережелерді сақтамайтын туристер тарапынан табиғи ортаның ластану қауіптері.
<i>Ескерту: автор тарапынан құрастырылған</i>	

Жоғарыдағы кесте 4-те көрсетілген мәліметтер Түркістан облысында ауыл туризмді дамытудың күшті тараптары мен табиғи-шаруашылық мүмкіндіктерінің көп екендігін айқындайды. Әлсіз тараптары ретінде маркетингтік әдістердің жетілмеуі мен ақпараттық қолдаудың аз екендігін алға тартуға болады. Облыс аумағының бау-бақша өндірісіне бай екендігін ескере келе, осы саланы дамытуға көп күш жұмсау қажеттігін мойындау қажет. Табиғи ресурстарды тамашалаумен қатар, туристерге жасанды табиғи өндіріс ресурстарын көрсету және осы арқылы кіріс түсіру кезек күттірмейтін міндеттердің қатарына жатады.

Ауыл туризмнің әлеуметтік әсерлері туралы зерттеулер жүргізген авторлар ауыл туризмнің ауылдық мәдениет пен дәстүрлерді сақтауда және жергілікті тұрғындардың әлеуметтік жағдайын жақсартуда маңызды рөл атқаратынын атап өтеді [Lane, 2009].

Түркістан облысындағы ауыл туризмнің дамуына бірқатар кедергілер бар. Ауылдық аймақтарда инфрақұрылымның жетіспеушілігі, қажетті кадрлардың болмауы, маркетинг пен насихаттың жеткіліксіздігі ауыл туризмнің тиімді дамуына кедергі келтіретін факторлар болып табылады. Сонымен қатар, туристік нысандарды дамыту үшін қаржылық ресурстардың тапшылығы да мәселе туғызады.

Бұған қарамастан, Түркістан облысындағы ауыл туризмнің даму перспективалары жоғары. Аймақтың тарихи және мәдени мұрасы, экологиялық таза ауыл шаруашылығы өнімдері, ауылдық дәстүрлер мен мәдениеттің сақталуы ауыл туризм саласының дамуына

үлкен мүмкіндік береді. Сонымен қатар, ауыл туризмді дамыту арқылы Түркістан облысының ауылдары экономикалық тұрғыдан дамып, әлеуметтік жағдайы жақсарады, жергілікті тұрғындардың кәсіпкерлік белсенділігі артады.

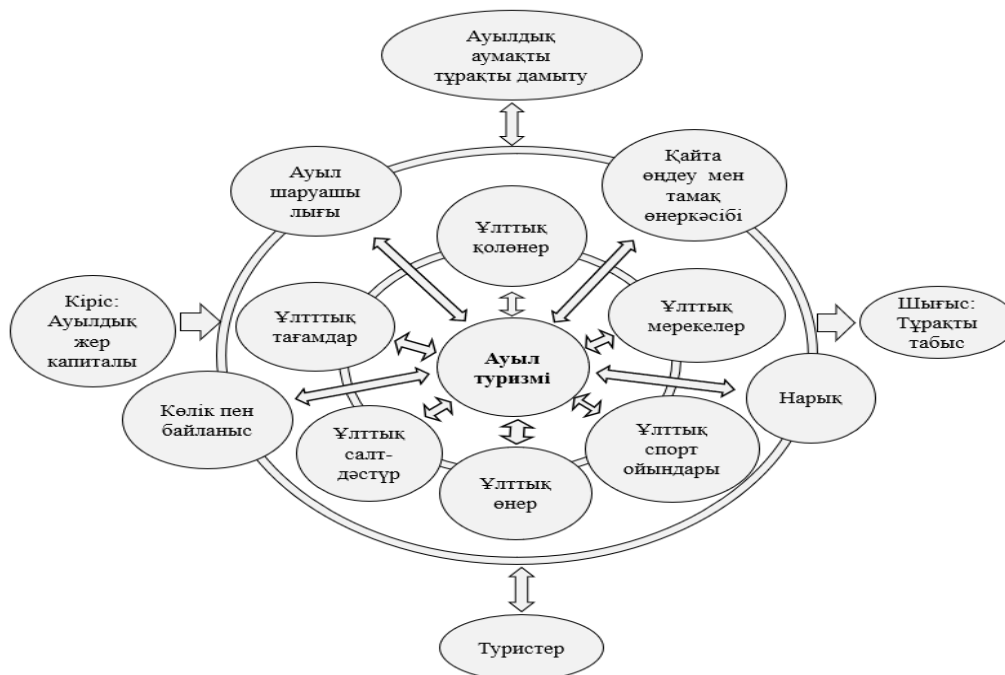
Түркістан облысындағы ауыл туризмнің даму мүмкіндіктерін пайдаланудың маңызды бағыттары:

- Түркістан облысының табиғи және мәдени ресурстарын тиімді пайдалану;
- Ауыл туризм саласында кәсіпкерлік қызметті дамыту;
- Ауыл шаруашылығы өнімдерін жаңа нарыққа шығару;
- Әлеуметтік инфрақұрылымды дамыту;
- Мемлекеттік қолдауды күшейту.

Бұл шаралар ауыл туризмнің Түркістан облысында дамуына және ауылдық аумақтардың әлеуметтік-экономикалық жағдайының жақсаруына ықпал ететіні сөзсіз.

Ауыл туризмнің ауыл тұрғындарының табысына әсері

Ауыл туризмін дамыту арқылы ауылдық жерлерін, оның экономикасын, оның ішіндегі ауыл шаруашылығын, қайта өңдеу өнеркәсіптерін, сонымен қоса ұлттық қолөнер кәсіптерін, ұлттық тағам түрлерін, ұлттық спорт пен ойындарын, ұлттық мереке мен той-думан түрлерін, жалпы келгенде қазақтың салт-дәстүрін де өрлете түседі. Қысқасы, бұл ауыл туризмінің құраушы элементтерінің барлығы өзара байланыста болып бір-бірін дамытады. Ауыл туризмінің кластерлік моделінің тұрақты дамуы - қаншама салаларды өзара тиімді қатыстыра дамыту арқылы үлкен табыстарға жеткізеді (сурет 2).



Сурет 2 – Ауыл туризміндегі туристік кластер моделі [Тлеубаева, 2013]

Сурет 2-де көрсетілгендей, ауылдық аумақтың ауылдық капитал құндылықтарын тиімді пайдалану арқылы ауыл шаруашылығы, өңдеуші өндірістер, ұлттық ерекшеліктер (тағамдар, салт-дәстүрлер, қолөнер және т.б.), нарық, көлік және байланыс салалары арасындағы өзара байланысты ауыл туризмінің дамуы негізінде нығайтып, тұрақты дамуға және табыстың тұрақтылығына қол жеткізуге болады.

Ауыл туризм ауыл шаруашылығы мен туризмнің тиімді байланысын қалыптастырып,

ауыл тұрғындарының табысын арттыру үшін маңызды механизм болып табылады. Ауыл туризмнің экономикаға әсері екі негізгі бағытта көрінеді: біріншіден, ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу мен туризмді дамыту арқылы қосымша табыс алу, екіншіден, ауылдық аймақтардағы инфрақұрылым мен қызмет көрсету салаларын дамыту арқылы жұмыс орындарын ашу. Осылайша, ауыл туризм ауыл экономикасының тиімділігін арттыруға және тұрғындардың тұрмыс деңгейін көтеруге мүмкіндік береді.

Ауыл туризмнің дамуында бірқатар мәселелер бар, оларды шешу ауыл туризмнің тиімділігін арттырып, ауыл тұрғындарының табысын көтеруге мүмкіндік береді (сурет 3).



Сурет 3 – Түркістан облысындағы ауыл туризмі мәселелері (автормен құрастырылған)

Сурет 3-те көрсетілгендей Түркістан облысында ауыл туризмді дамыту үшін ең алдымен негізгі мәселелерге назар аудару қажет, олар: Инфрақұрылымның жеткіліксіздігі; Қаржылық қолдаудың жоқтығы; Білім мен біліктілік жетіспеушілігі; Құқықтық реттеу мен саясаттың жеткіліксіздігі. Бұдан басқа, Түркістан облысында ауыл туризмді дамыту үшін келесі мәселелерге де назар аудару қажеттігін қосуға болады, яғни: Маркетинг және туризм саласын жарнамалау; Экологиялық таза туризмді дамыту [Buckley, 2009].

Ауыл туризмнің дамуы Түркістан облысындағы ауыл экономикасына үлкен ықпал етеді және ауыл тұрғындарының табысын арттыруға мүмкіндік береді. Ауыл туризмді тиімді дамыту үшін инфрақұрылымды жақсарту, қаржылық қолдау, кадрлық даярлық, құқықтық реформалар мен маркетингтік стратегияларды жүзеге асыру қажет. Бұл шаралар ауыл туризмнің потенциалын толық іске асыруға және Түркістан облысының әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартуға ықпал етеді.

Қорытынды

Ауыл туризм – бұл ауылдық аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуын қамтамасыз ететін және ауыл тұрғындарының табысын арттыруға мүмкіндік беретін тиімді құрал. Түркістан облысындағы ауыл туризмнің дамуы тек ауыл шаруашылығын қолдап қана

қоймай, сонымен бірге экологиялық, мәдени және экономикалық тұрғыдан маңызды мүмкіндіктер ашады. Бұл бағытта жүйелі және кешенді тәсілдер арқылы ауыл туризмнің потенциалын тиімді пайдалану мүмкіндігі бар.

Түркістан облысындағы ауыл туризм саласының дамуымен шаруа қожалығының иелері жаңа жұмыс орындарын құрып, ауыл тұрғындарын маусымдық және тұрақты жұмыс орындарымен қамтамасыз етіп, ауыл туризм саласында түрлі қызметтерді ұсына алады. Мысалы, ауыл шаруашылығы жұмыстарын жүргізу, туристерді қабылдау, экскурсиялар ұйымдастыру, ауылдық қолөнер бұйымдарын сату және тағы басқа. Түркістан облысында ауыл шаруашылығына қатысты және туризмге негізделген жұмыстар мен қызметтердің кеңейтілуі ауыл тұрғындарының еңбек нарығына жаңа мүмкіндік ашады. Осылайша, ауыл туризм ауылдық аймақтарда жұмыспен қамту деңгейін арттырып, әлеуметтік мәселелерді шешуге ықпал етеді.

Қазақстанда ауыл туризмді дамыту үшін инфрақұрылымдық қолдауды жақсарту, жергілікті халықты осы салаға бейімдеу және мемлекеттік қолдауды күшейту қажет. Әлемдік тәжірибе көрсеткендей, ауыл туризмнің табысты дамуы ауылдық жерлердің инфрақұрылымын дамыту мен тұрғындардың кәсіпкерлік белсенділігін арттырумен тығыз байланысты.

Түркістан облысы ауыл туризмді дамыту үшін арнайы бағдарламалар мен жобалар дайындауды қажет етеді. Ауыл туризм саласындағы мемлекеттік қолдау мен инфрақұрылымдық жақсартулар өңірде тұрақты туризм индустриясын қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Түркістан облысының ауыл туризмін дамыту үшін аймақтың табиғи және мәдени ерекшеліктерін тиімді пайдалану қажет. Облыстың ауыл шаруашылығы, экологиялық туризм және мәдени мұраға негізделген ауыл туризм жобаларын жүзеге асыру ауылдық аймақтардың әлеуметтік және экономикалық дамуына оң әсерін тигізеді. Осылайша, ауыл туризм ауылдық аумақтардың тұрақты дамуына және ауыл тұрғындарының әл-ауқатының артуына ықпал етеді.

Осы зерттеу нәтижелері көрсеткендей, ауыл туризм саласының дамуы үшін бірнеше маңызды бағыттарды анықтауға болады:

Біріншіден, ауыл туризмнің экономикалық тиімділігін арттыру үшін инфрақұрылымды дамыту, қаржылық қолдау көрсету, жергілікті халықты кәсіби даярлау және қажетті біліммен қамтамасыз ету маңызды. Түркістан облысындағы инфрақұрылым мәселелері, оның ішінде жолдар, көлік жүйесі, қонақ үйлер мен демалыс орындарының сапасын арттыруға ерекше назар аудару қажет. Бұл шаралар ауыл туризм саласын дамытуға және аймақтың тартымдылығын арттыруға мүмкіндік береді.

Екіншіден, ауыл туризмді дамытуға бағытталған қаржылық және мемлекеттік қолдаудың маңызы зор. Бұл шаруа қожалығының иелері мен агробизнес өкілдеріне өз жобаларын жүзеге асыруда көмек көрсету, аймақтық деңгейде ауыл туризмнің тиімділігін арттыру үшін жеңілдетілген несиелер мен гранттар беру түрінде болуы керек. Сонымен қатар, ауыл шаруашылығы мен туризм саласының өзара интеграциясын қамтамасыз ету үшін арнайы заңнамалық және құқықтық шаралар қабылдау қажет.

Үшіншіден, ауыл тұрғындарына ауыл туризм бойынша кәсіби білім мен дағдыларды арттыру мақсатында оқу бағдарламалары мен курстар ұйымдастыру маңызды. Бұл ауылдық жерлерде қызмет көрсету сапасын жақсартып, туристер үшін тартымды әрі сапалы

қызметтерді ұсынуға мүмкіндік береді. Ауыл туризм саласында мамандарды даярлау, сондай-ақ экологиялық және мәдениетке бағытталған бағдарламалар жергілікті тұрғындар үшін жаңа мүмкіндіктер ашады.

Төртіншіден, ауыл туризмнің экологиялық және мәдени аспектілерін ескеру маңызды. Түркістан облысында экологиялық таза өнімдер мен қызметтерді ұсыну арқылы ауыл туризмді дамыту жергілікті табиғи ресурстарды тиімді пайдалану мен қоршаған ортаға зиян келтірмеуге ықпал етеді. Сонымен қатар, аймақтың мәдениетін және тарихи мұрасын сақтау арқылы туризмнің экологиялық бағытын дамытуға болады.

Авторлардың қорытынды пайымдауына аналитикалық тұрғыдан терең көз жүгіртсек, зерттеудің мәні тек ауыл туризмінің Түркістан облысындағы әлеуетін сипаттауда емес, оның әлеуметтік-экономикалық трансформация құралы ретіндегі орнын нақтылауда жатыр. Авторлар ауыл туризмін стратегиялық даму векторы ретінде қарап, оны ауыл шаруашылығы, кәсіпкерлік, мәдениет пен экология салаларымен тығыз байланысты кешенді механизм ретінде ұсынады.

Атап айтқанда, инфрақұрылымдық және институционалдық кедергілерге қарамастан, ауыл туризмінің дамуы ауыл өмірінің жаңа экономикалық парадигмасына жол аша алатыны байқалады. Авторлар ауыл туризмін ауыл тұрғындарының табысын арттырып қана қоймай, олардың белсенділігін, өмір сапасын, әлеуметтік ұстанымдарын өзгертетін маңызды фактор ретінде қарастырады. Мұнда негізгі назар ауыл шаруашылығы өнімдерін туристік өнім ретінде ұсынуға, дәстүрлі тұрмыс пен мәдениетті экономикалық ресурсқа айналдыруға бағытталған.

Бұл зерттеу жұмысында ұсынылған шараларды жүзеге асыру ауыл туризмді дамытудағы негізгі қиындықтарды шешуге және Түркістан облысының ауылдық аймақтарының экономикасын әртараптандыруға мүмкіндік береді. Мұндай шаралар ауыл тұрғындарының әлеуметтік жағдайын жақсартуға, жаңа жұмыс орындарын ашуға және аймақтың экономикасын нығайтуға ықпал етеді.

Қорытындылай келе, ауыл туризм Түркістан облысында ауыл шаруашылығын қолдаудың және ауыл экономикасын дамыту үшін маңызды құрал болып табылады. Тиімді даму үшін мемлекет, жергілікті әкімшіліктер мен жеке кәсіпкерлер бірлесіп жұмыс істеп, ауылдық аймақтардағы ауыл туризмнің даму әлеуетін толық пайдалану керек. Бұл өз кезегінде ауылдық жерлердегі өмір сапасын арттырып, аймақтық экономикаға жаңа серпін береді.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Жұмабаева А.Қ. Агротуризм және ауылдық аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуы // Қазақ ауыл туризм журналы. – 2020. – № 12(1). – Б. 45–58.
2. Колесников М.Ю. Агротуризм: теория, практика и перспективы развития. – М.: Наука, 2017. – 214 с.
3. ҚР Ұлттық статистика бюросы. Түркістан облысының әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштері. – 2024.
4. Қазақстан Республикасының Туризмді дамыту жөніндегі 2019–2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы. – [Электрондық ресурс]. – Қолжетімді: <https://adilet.zan.kz> (қол жеткізілген күні: 25.03.2025).
5. Barbieri C. Assessing the sustainability of agritourism in the US: a comparison between

agritourism and other farm entrepreneurial ventures // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2013. – Vol. 21, № 2. – P. 252–270.

6. Barbieri C., Mahoney E. Farm-Based Tourism and Agritourism in the United States: A Review of the Literature // *Tourism Review International*. – 2009. – Vol. 13, № 4. – P. 289–302.

7. Blackstock K. A Critical Look at Community-based Tourism // *Tourism Management*. – 2005. – Vol. 26, № 2. – P. 232–247.

8. Buckley R. *Ecotourism: Principles and Practices*. – Oxford: CABI Publishing, 2009. – 360 p.

9. Lane B. Rural Tourism: An Overview // In: *Tourism and the Development of Rural Areas*. – Cambridge: CABI Publishing, 2009. – P. 17–25.

10. Lane B. What is rural tourism? // *Journal of Sustainable Tourism*. – 1994. – Vol. 2, № 1. – P. 7–21.

11. Kizos T., Iosifides T. Agritourism and Rural Development: The Case of the Greek Countryside // *International Journal of Tourism Research*. – 2007. – Vol. 9, № 6. – P. 391–411.

12. Phillip S., Hunter C., Blackstock K. A Typology of Rural Tourism // *Tourism Management*. – 2010. – Vol. 31, № 5. – P. 565–576.

13. United Nations Development Programme (UNDP). *Agriculture and Rural Development in the Context of Sustainable Development Goals*. – New York: UNDP, 2023. – 48 p.

14. Smagulova Sh., Yermukhanbetova A., Akimbekova G., Yessimzhanova S., Razakova D., Nurgabylov M., Zhakupova S. Prospects for Digitalization of Energy and Agro-Industrial Complex of Kazakhstan // *International Journal of Energy Economics and Policy*. – 2022. – Vol. 12, № 2. – P. 198–209.

15. Тлеубаева А.Н. Қазақстан Республикасындағы ауыл туризмі дамуының модельдері (Ақмола облысы мысалында): дис. ... магистрі / Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті. – Нұр-Сұлтан, 2020. – 124 б.

16. Qazstat. Ұлттық статистика бюросы – Туризм статистикасы [Электрондық ресурс]. – Қолжетімді: <https://stat.gov.kz/industries/business-statistics/stat-tourism/> (қол жеткізілген күні: 25.03.2025).

REFERENCES

1. Zhumabaeva A.K. Agroturizm zhane auyl dyk ajmaktardyn aleumettik-ekonomikalyk damuy [Agritourism and socio-economic development of rural regions] // *Kazak auyl turizm zhurnaly*. – 2020. – № 12(1). – B. 45–58.

2. Kolesnikov M.Yu. Agroturizm: teoriya, praktika i perspektivy razvitiya. [Agrotourism: theory, practice and development prospects.] – M.: Nauka, 2017. – 214 s.

3. KR Ulttyk statistika byurosy. Turkistan oblysynyn aleumettik-ekonomikalyk korsetkishteri. [National Bureau of statistics of the Republic of Kazakhstan. Socio-economic indicators of the Turkestan region.] – 2024.

4. Kazakstan Respublikasynyn Turizmdi damytu zhonindegi 2019–2025 zhyldarga arналған мемлекеттік бағдарламасы. [State program of the Republic of Kazakhstan for Tourism Development for 2019-2025.] – [Elektrondyk resurs]. – Kolzhetimdi: <https://adilet.zan.kz> (kol zhetkizilgen kyini: 25.03.2025).

5. Barbieri C. Assessing the sustainability of agritourism in the US: a comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2013. –

Vol. 21, № 2. – P. 252–270.

6. Barbieri C., Mahoney E. Farm-Based Tourism and Agritourism in the United States: A Review of the Literature // *Tourism Review International*. – 2009. – Vol. 13, № 4. – P. 289–302.

7. Blackstock K. A Critical Look at Community-based Tourism // *Tourism Management*. – 2005. – Vol. 26, № 2. – P. 232–247.

8. Buckley R. *Ecotourism: Principles and Practices*. – Oxford: CABI Publishing, 2009. – 360 p.

9. Lane B. Rural Tourism: An Overview // In: *Tourism and the Development of Rural Areas*. – Cambridge: CABI Publishing, 2009. – P. 17–25.

10. Lane B. What is rural tourism? // *Journal of Sustainable Tourism*. – 1994. – Vol. 2, № 1. – P. 7–21.

11. Kizos T., Iosifides T. Agritourism and Rural Development: The Case of the Greek Countryside // *International Journal of Tourism Research*. – 2007. – Vol. 9, № 6. – P. 391–411.

12. Phillip S., Hunter C., Blackstock K. A Typology of Rural Tourism // *Tourism Management*. – 2010. – Vol. 31, № 5. – P. 565–576.

13. United Nations Development Programme (UNDP). *Agriculture and Rural Development in the Context of Sustainable Development Goals*. – New York: UNDP, 2023. – 48 p.

14. Smagulova Sh., Yermukhanbetova A., Akimbekova G., Yessimzhanova S., Razakova D., Nurgabylov M., Zhakupova S. Prospects for Digitalization of Energy and Agro-Industrial Complex of Kazakhstan // *International Journal of Energy Economics and Policy*. – 2022. – Vol. 12, № 2. – P. 198–209.

15. Tleubaeva A.N. *Kazakstan Respublikasyndagy auyl turizmi damuynyn modelderi (Akmola oblysy mysalynda)* [Models of rural tourism development in the Republic of Kazakhstan (on the example of Akmola region)]: dis. ... magistri / L.N. Gumilev atyndagy Euraziya ulttyk universiteti. – Nur-Sultan, 2020. – 124 b.

16. Qazstat. *Ulttyk statistika byurosy* [National Bureau of Statistics – tourism statistics] – Turizm statistikasy [Elektrondyk resurs]. – Kolzhetimdi: <https://stat.gov.kz/industries/business-statistics/stat-tourism/> (kol zhetkizilgen kyni: 25.03.2025).

Н. АБИШОВ

PhD, қауымдастырылған профессор м.а.
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті, (Қазақстан, Түркістан)
e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

М. ЖУБАНОВА

ф.ғ.н., профессор
Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық
қатынастар және әлем тілдері университеті
(Қазақстан, Алматы)
e-mail: m.zhubanova@ablaikhan.kz

Г. АЙТБАЕВА

ф.ғ.н., профессор
Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық
қатынастар және әлем тілдері университеті
(Қазақстан, Алматы)
e-mail: z_ussen2018@mail.ru

С. АЙТКУЛОВА

экономика ғылымдарының магистрі
І. Жансүгіров атындағы Жетісу
университеті, (Қазақстан, Алматы)
e-mail: sagadat84@mail.ru

01.04.2025 ж. баспаға түсті
09.05.2025 ж. түзетулермен келді
30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды

N. ABISHOV¹✉, M. ZHUBANOVA², G. AITBAYEVA², S. AITKULOVA³

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

²Kazakh University of International Relations and World Languages named after Abylai Khan (Almaty, Kazakhstan)

³Zhetysu I. Zhansugurov University (Taldykorgan, Kazakhstan)

THE IMPACT OF RURAL TOURISM ON LOCAL INCOMES: A CASE STUDY OF THE TURKISTAN REGION

Abstract. This article explores the development of rural tourism in rural areas of the Turkistan region and its impact on the incomes of local residents. The Turkistan region is considered a favorable area for the development of rural tourism due to its advantageous natural and climatic conditions, abundance of historical and cultural landmarks, and widespread agricultural activity. The study analyzes the role of rural tourism in generating income sources, the level of participation of rural residents in rural tourism activities, and the economic efficiency of rural tourism services. The findings reveal that rural tourism not only serves as an additional source of income for rural populations but also promotes entrepreneurial activity. Within the framework of this scientific article, research methods such as literature review and comparative analysis were used to examine the effect of rural tourism on rural incomes in the Turkistan region. The article also highlights the main barriers and constraints to the development of rural tourism and proposes solutions to overcome them. The research results conclude with practical recommendations aimed at creating sustainable income sources in rural areas, reducing unemployment, and supporting regional economic development. This article may be of interest to researchers in the field of rural tourism, local government bodies, and entrepreneurs.

Keywords: Turkistan region, rural tourism, entrepreneurship, income source.

Н. АБИШОВ¹✉, М. ЖУБАНОВА², Г. АЙТБАЕВА², С. АЙТКУЛОВА³

¹Международный университет туризма и гостеприимства

(Казахстан, Туркестан), e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

²Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана (Казахстан, Алматы)

³Жетысуский университет им. И. Жансугурова (Казахстан, Талдыкорган)

ВЛИЯНИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА НА ДОХОДЫ МЕСТНЫХ ЖИТЕЛЕЙ: НА ПРИМЕРЕ ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В данной статье рассматривается развитие сельского туризма в сельских районах Туркестанской области и его влияние на доходы местных жителей. Туркестанская область считается благоприятным регионом для развития сельского туризма благодаря своим природно-климатическим условиям, богатству историко-культурных памятников и широкому распространению сельского хозяйства. В ходе исследования проанализирована роль сельского туризма в формировании источников дохода, уровень участия сельских жителей в агротуристической деятельности, а также экономическая эффективность агротуристических услуг. Полученные на основе

проведённых исследований данные показали, что сельского туризм является не только дополнительным источником дохода для сельского населения, но и способствует развитию предпринимательской активности. В рамках научной статьи были использованы такие методы исследования, как обзор литературы и сравнительный анализ для изучения влияния сельского туризма на доходы сельских жителей Туркестанской области. В статье также обозначены основные барьеры и ограничения в развитии сельского туризма и предложены пути их преодоления. Результаты исследования завершены конкретными рекомендациями, направленными на формирование устойчивых источников дохода в сельской местности, снижение безработицы и поддержку региональной экономики. Данная статья может быть полезна исследователям в области сельского туризма, местным органам власти и предпринимателям.

Ключевые слова: Туркестанская область, сельский туризм, предпринимательство, источник дохода.

Г. АЗРЕТБЕРГЕНОВА¹✉, А. СЫЗДЫҚОВА¹, Ж. ЖЕТИБАЕВ¹, Д. ХАМИТОВА²

¹Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: gulmira.azretbergenova@ayu.edu.kz

²Қазақ ұлттық хореография академиясы (Қазақстан, Астана)

ДАМУШЫ ЕЛДЕРДЕГІ ТУРИЗМ КІРІСТЕРІ МЕН ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУ АРАСЫНДАҒЫ БАЙЛАНЫСТЫ ТАЛДАУ

Аңдатпа. Бұл мақала дамушы елдердегі туризмнен түсетін кірістер мен экономикалық өсу арасындағы ұзақ мерзімді байланыс пен себеп салдарлық байланысты зерттейді. Зерттеуде Бразилия, Куба, Грузия, Малайзия, Мексика, Оңтүстік Африка, Таиланд және Түркия сияқты дамушы 8 елдің 2000-2023 жылдардағы жылдық деректері пайдаланылды. Талдау аясында ұзақ мерзімді коинтеграциялық қатынасты анықтау үшін *Redroni* және *Као* коинтеграциялық сынақтары қолданылды. Сонымен қатар, айнымалылар арасындағы себептілік бағытын анықтау үшін *Dumitrescu* және *Hurlin* панельдік себептілік сынағы қолданылды.

Нәтижелер дамушы елдердегі туризмнен кірістер мен экономикалық өсу арасында ұзақ мерзімді коинтеграциялық байланыс бар екенін көрсетеді. Себеп-салдарлық талдаудың нәтижелері туризмнен түскен кірістен экономикалық өсуге дейін бір жақты себептілік байланыс бар екенін анықтайды. Бұл тұжырым туризм секторының зерттелген елдердің экономикалық өсуіне айтарлықтай үлес қосатынын және туризмнің тұрақты даму саясаты тұрғысынан стратегиялық сектор ретінде қарастырылуы керектігін көрсетеді.

Зерттеу дамушы елдердегі туризмнің экономикалық өсудегі рөлін көрсету арқылы саясаткерлер мен инвесторларға маңызды ақпарат береді. Нәтижелер туризм секторын ынталандыру экономикалық өсуді қолдайтынын және тұрақты туризм саясатының қажеттілігіне назар аударатынын көрсетті. Бұл тұрғыда туризмді инфрақұрылымдық инвестициялармен, жарнамалық іс-шаралармен және тұрақты даму стратегияларымен қолдау экономикалық өсудің маңызды факторы болып табылады.

Кілт сөздер: туризм кірістері, экономикалық өсу, дамушы елдер, панельдік коинтеграция, панельдік себеп салдарлық

Кіріспе

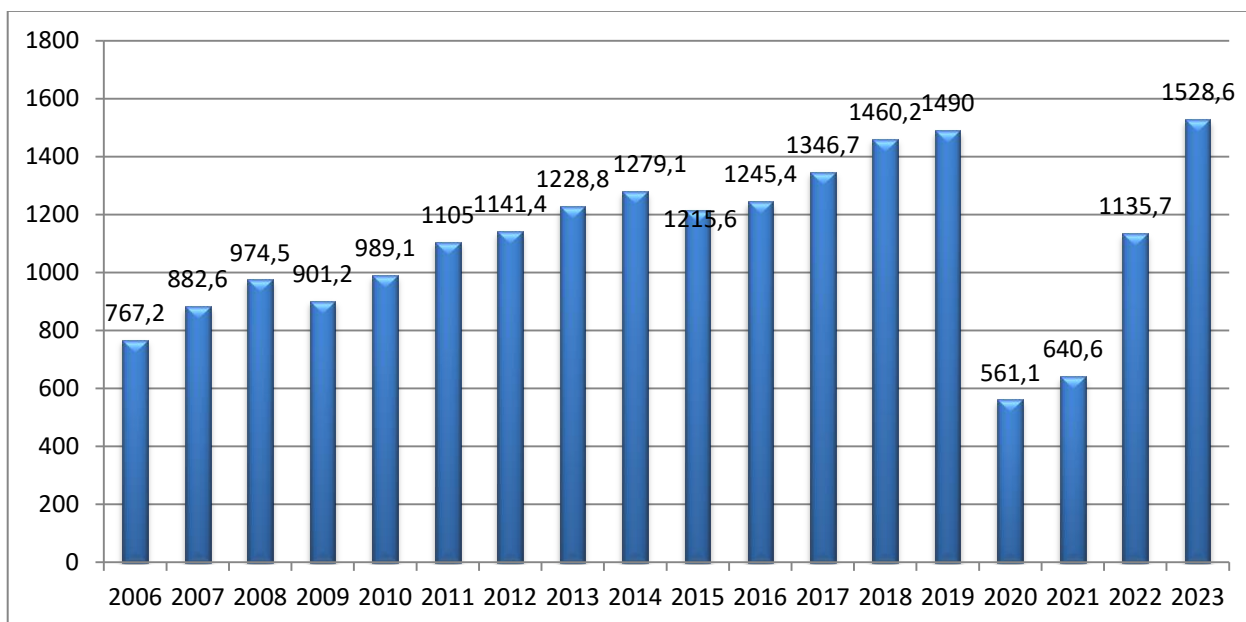
Туризм дамушы елдер үшін үлкен экономикалық әлеуеті бар стратегиялық сала. Тікелей және жанама экономикалық жарналарымен ол жұмыс орындарын құру, валюта

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Азретбергенова Г., Сыздықова А., Жетибаев Ж., Хамитова Д. Дамушы елдердегі туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысты талдау –2025. –No2(8). –б. 86–97. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.06>

*Cite us correctly: Azretbergenova G., Syzdykova A., Zhetibaev Zh., Hamitova D. Damushy elderdegi turizm kiristeri men ekonomikaluk osu arasyndagy bailanysty taldaу [Analysis of the relationship between tourism revenues and economic growth in developing countries] –2025. – No2(8). –b. 86–97. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.06>

ағынын қамтамасыз ету және инфрақұрылымдық инвестицияларды іске қосу сияқты көптеген артықшылықтарды ұсынады. Әсіресе дамушы елдерде туризм саласы экономикалық дамудың маңызды элементтерінің бірі болып саналады. Сондықтан халықаралық туристік кірістердің барысы және олардың экономикалық әсері туралы академиялық зерттеулер саясаткерлер мен экономистер үшін үлкен маңызға ие.

Соңғы жылдары халықаралық туристік кірістердің үлкен ауытқуы байқалды. 2006 жылы 767,2 млрд. АҚШ доллары кірісімен басталған халықаралық туризм секторы жаһандық экономикада 2019 жылы 1490 млрд. АҚШ долларына дейін өсті. Алайда, 2020 жылы COVID-19 пандемиясына байланысты халықаралық саяхатқа шектеулер енгізілгеннен кейін туризмнен түскен кіріс 561,1 млрд. АҚШ долларына дейін күрт төмендеді. Бұл кезең туристік индустрияның қаншалықты «нәзік» екенін және дамушы елдер үшін олар тәуелді болатын осы кірісті жоғалту күрделі экономикалық проблемаларға әкелетінін көрсетті. Қалпына келтіру процесі 2021 және 2022 жылдары басталып, 2023 жылы туризмнен түскен табыс 1528,6 млрд. АҚШ долларымен пандемияға дейінгі деңгейден асып түсті (1-сурет).



Сурет 1- 2006-2023 жылдар аралығындағы дүниежүзілік халықаралық туризм кірістері (млрд.АҚШ доллары)

Ескерту: <https://www.statista.com/> деректері негізінде авторлар құрастырған.

Туристік кірістердің бұл ауытқуы дамушы елдердің экономикалық өсуіне тікелей әсер етеді. Әсіресе, экономикасы валюталық кіріске тәуелді елдерде туризм секторы экспорттық кірістер, инвестициялар және жұмыс орындарын құру тұрғысынан маңызды рөл атқарады. Осы тұрғыда халықаралық туризм кірістері артқан кезеңде дамушы елдердің экономикалық өсімі жылдамдайтыны байқалады. Екінші жағынан, пандемия сияқты дағдарыс кезеңдерінде туризмнен түсетін кірістердің күрт төмендеуі бұл елдердің экономикалық көрсеткіштеріне теріс әсер етеді.

Бұл мақалада туризмнің экономикалық дамуға әсері дамушы елдердегі туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысты қарастыру арқылы талқыланады. Сонымен бірге туризмнен түсетін кірісті арттыру үшін жүзеге асырылуы мүмкін саясаттар мен стратегиялар да талқыланады. Бұл тұрғыда туристік кірістердің экономиканың дамуына

қосқан үлесін егжей-тегжейлі талдауды ұсынуға бағытталған.

Әдебиетке шолу

Туризмнен түсетін кірістер мен экономикалық өсу арасындағы оң қарым-қатынасты бірнеше механизмдермен түсіндіруге болады, соның ішінде тікелей кірістерді қалыптастыру, халықтың әл-ауқатын арттыру және тұрақты бәсекеге қабілеттілік рөлі [1, 2]. Бұл механизмдер туризмнің әртүрлі контексттерде экономикалық дамудың катализаторы ретінде қалай әрекет ететінін көрсетеді. Туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланыс теориялық және эмпирикалық зерттеулерде қарастырылған және зерттеу нәтижелері әдетте айтарлықтай оң корреляцияны көрсетеді. Түрлі зерттеулер туризмнің тікелей табыс алу және қоғамның әл-ауқатына және ЖІӨ өсуіне жанама әсер ету арқылы экономикалық дамуға қалай ықпал ететінін көрсетеді. Туризм мен экономикалық өсу арасындағы оң қарым-қатынас айқын болғанымен, зерттеу әдістемелеріндегі ықтимал қиғаштықтарды және қоғамдық қабылдау мен инвестициялық шешімдерді бұрмалауы мүмкін академиялық емес перспективалардың әсерін ескеру қажет [3].

Әдебиеттердегі зерттеулерді тұтастай қарастырғанда, туризмге негізделген өсу гипотезасының аясында туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысқа арналған эмпирикалық зерттеулердің көпшілігі негізінен уақыттық қатарларды талдау әдістемесін қолдана отырып, дамушы елдерде жүргізілетіні байқалады. Қарастырылған зерттеулердің нәтижелерін бағалағанда, туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысты ұзақ мерзімді байланыстар мен себептілік тұрғысынан зерттейтін эмпирикалық зерттеулерде жалпы Туризмге негізделген өсу гипотезасын қолдайтын нәтижелерге қол жеткізілгені байқалады [4, 5]. Дегенмен, туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысты ұзақ мерзімді байланыстар мен себептілік тұрғысынан зерттейтін дамушы елдерде жүргізілген эмпирикалық зерттеулердің шектеулі бөлігінде Туризмге негізделген өсу гипотезасын қолдайтын нәтижелерге қол жеткізілмеген. Бұл туристік кірістердің экономикалық өсуге ықпалы бойынша алынған нәтижелер зерттеулерде қамтылған елдердің экономикалық аспектілеріндегі айырмашылықтарға және туризм секторларының даму деңгейіне, зерттеулердің іріктеу кезеңдері мен эконометрикалық әдіснамаларға байланысты өзгеретінін көрсетеді.

Chien-Chiang Lee және Chun-Ping Chang (2008) зерттеулерінде 1990-2002 жылдар аралығындағы деректермен, ЭЫДҰ-ның 23 елі мен ЭЫДҰ-ға кірмейтін 32 ел (Азия, Латын Америкасы және Сахараның оңтүстігіндегі елдер) үшін жан басына шаққандағы туристік шығындардың, туристер санының және нақты айырбас бағамының ЖІӨ-ге әсерін талдаған. Зерттеу нәтижелері 55 елде туризмнің дамуы мен экономикалық өсу арасында оң байланыс бар екенін көрсеткен. Бұл байланыс ЭЫДҰ-ға кірмейтін елдерде күштірек екені анықталған [6].

Nikolaos Dritsakis (2012) өз зерттеуінде, 1998 және 2011 жылдар аралығында 7 Жерорта теңізі елдері (Испания, Франция, Италия, Грекия, Кипр және Тунис) үшін туристік кірістер, нақты тиімді айырбас бағамының және жан басына шаққандағы нақты ЖІӨ-нің экономикалық өсуге әсерін талдады. Зерттеу нәтижелері бойынша Жерорта теңізінің 7 елінде туризм мен экономикалық өсу арасында байланыс анықталған [7].

Wu және т.б.(2023) зерттеулерінде Сингапур мен Таиландта халықаралық туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы себепті байланысты анықтаса, Камбоджа, Гонконг және Макаодағы жағымсыз күйзелістер туризмнің ауытқуы осы аймақтардағы экономикалық өсуге айтарлықтай кері әсер етуі мүмкін екенін анықтаған [8].

Konuk (2024) өз зерттеуінде MINT (Мексика, Индонезия, Нигерия және Түркия) елдерінде туризмнен түсетін кірістер мен экономикалық өсу арасында статистикалық тұрғыдан маңызды байланыс бар екенін және туризмнен түскен табыстың 1%-ға артуы экономикалық өсудің 0,2211%-ға артуына әкелетінін көрсетіп, туризмнің оң экономикалық әсеріне баса назар аударды [9].

Nayak & Hanagodimath (2024) өз зерттеулерінде Үндістандағы туристік кірістер мен экономикалық өсу арасындағы маңызды байланысты көрсетеді, 2003-2020 жылдар аралығындағы елдің экономикалық дамуына бірлесіп ықпал ететін жан басына шаққандағы ЖІӨ және халықаралық туристік түсімдер сияқты факторларды көрсетеді [10].

Sarkhanov & Baghirov (2024) өз зерттеулерінде туризмнен түскен табыстың өсуі ГУАМ (Грузия, Украина, Әзірбайжан және Молдова) елдеріндегі жан басына шаққандағы ЖІӨ-ге оң әсер ететінін анықтады. Атап айтқанда, Грузияда туризмнен түсетін табыстың өсуі экономикалық өсуге ықпал ететінін және әсер елдердің ерекшеліктеріне байланысты өзгеретінін көрсетеді [11].

Сыздықова (2024) зерттеуінде Қазақстандағы туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысты 1995-2022 жылдар аралығындағы деректермен талдаған. Автор айнымалылар арасындағы ұзақ мерзімді байланысты Johansen коинтеграциялық талдауымен қарастырып, туризм кірістері мен өсу арасында ұзақ мерзімді байланысты тапқан. Сонымен қатар Грэнджер себептілік тестінің нәтижесінде ұзақ мерзімде туризм кірісінен экономикалық өсуге бір бағытты себептілік байланысы анықталған [12].

Montvydaite & Labanauskaite (2024) өз зерттеулерінде Литва мен Эстониядағы туристік кірістер мен экономикалық өсу арасында статистикалық маңызды оң байланыс бар екенін анықтады. Бұл нәтиже туризмді қолдаудың экономикалық өсуді ынталандыратынын көрсетеді. Дегенмен, талданған кезеңде Латвиядағы туризмнен түскен табыс пен экономикалық өсу арасында айтарлықтай байланыс табылған жоқ [13].

Ülger & Uçar (2024) өз зерттеулерінде BRICS-T елдеріндегі экономикалық өсу мен туризм арасында статистикалық маңызды себептік байланысты таппады. Бұл туризмнен түсетін кірістердің экономикалық өсімге тікелей әсер етпейтінін көрсетеді.

Қорытындылай келе, әдебиеттерде туризмнен түсетін кірістер мен экономикалық өсу арасындағы байланысқа қатысты әртүрлі тұжырымдар бар. Кейбір зерттеулер осы екі айнымалының арасындағы оң қатынасты дәлелдесе, кейбіреулері оң байланыстың жоқ екендігін анықтайды. Бұл жағдай осы байланысты әлі де тереңірек зерттеу қажеттігін көрсетеді. Бұл зерттеу дамушы елдердегі туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы ұзақ мерзімді және себептілік қатынастарын жан-жақты бағалай отырып, бірнеше жаңалықтар ұсынады. Біріншіден, 2000–2023 жылдар аралығындағы кеңейтілген панельдік деректердің қолданылуы зерттеу нәтижелерінің өзектілігі мен сенімділігін арттырады. Екіншіден, Pedroni және Као коинтеграциялық тесттері арқылы ұзақ мерзімді тепе-теңдік қатынасын, ал Dumitrescu және Hurlin панельдік себептілік әдісі арқылы айнымалылар арасындағы себеп-салдар байланысын бағалау қазіргі әдебиетте сирек қолданылатын әдіснамалық біріктіруді көрсетеді. Бұл тәсіл елдер арасындағы гетерогенділікті ескеруге мүмкіндік беріп, нәтижелердің нақты әрі кең мағыналы болуына жол ашады.

Материалдар мен әдістер

Зерттеудің эмпирикалық бөлігінде кірісі орташа жоғары (upper middle-income) 8 дамушы елдердегі (Бразилия, Куба, Грузия, Малайзия, Мексика, Оңтүстік Африка, Таиланд және Түркия) туризмнен түсетін кірістер мен экономикалық өсу арасындағы байланыс

панельдік деректерді талдау әдісі арқылы зерттелді. Талдау кезінде 2000-2023 жылдар аралығындағы деректер пайдаланылды. Экономикалық өсу көрсеткіші ретінде елдердің ЖІӨ мен туризмнен түскен кірістері қарастырылды. ЖІӨ және туризмнен түскен кіріс деректеріне Дүниежүзілік банк дерекқоры арқылы қол жеткізілді. Талдауда екі айнымалының логарифмі алынып қолданылды. Зерттеуде анықталған модельді келесідей көрсетуге болады: $lngdp_{it} = \beta_0 + \beta_1 lntr + \varepsilon_{it}$

Модельде $lngdp$ номиналды ЖІӨ (экономикалық өсу), $lntr$ туризм кірістерін және ε қате терминін білдіреді.

Зерттеуде стационарлықты анықтау үшін Levin, Lin және Chu (LLC) (2002); Im, Pesaran және Shin (1997) шығарған бірлік түбір сынақтары қолданылды. Айнымалылар арасындағы ұзақ мерзімді байланысты анықтау үшін Као және Pedroni коинтеграциялық сынақтары қолданылды. Содан кейін, айнымалылар арасындағы байланыс бағыты Dumitrescu және Hurlin Панельдік себептілік талдауы көмегімен зерттелді. Қате шарттарына негізделген ұзақ мерзімді қарым-қатынасты анықтау үшін панельдік коинтеграция тестіне негізделген сынақтар Dickey Fuller (DF) және Augmented Dickey Fuller (ADF) сынақтары. Као коинтеграциясы, ADF ұзақ мерзімді регрессия моделі келесідей:

$$\hat{e}_{it} = p\hat{e}_{it-1} + \sum_{j=1}^p \varphi_j \Delta \hat{e}_{it-j} + u_{itp}$$

Тесттің гипотезалары төмендегідей:

H_0 : Айнымалылар арасында коинтеграция жоқ.

H_1 : Айнымалылар арасында коинтеграция бар.

Pedroni (1995 және 1999) Коинтеграция сынағы 7 панельдік коинтеграциялық тесттерді қамтиды, оның 4-і панельдік (топ ішіндегі сынақтар) және 3-і топтық сынақтар (топтар арасындағы). Егер 7 сынақтан алынған нәтиженің көпшілігі коинтеграция бағытында болса, шешімдер осылай қабылданады. Pedroni (1995 және 1999) тестінде зерттелетін модельді жобалау кезінде ескерілетін негізгі фактор орташа мәннің бар-жоғы болып табылады. Тұрақты мен трендті қамтитын коинтеграциялық тест келесідей:

$$y_{i,t} = \alpha_i + \delta_i t + \beta_1 x_{1i,t} + \beta_2 x_{2i,t} + \dots + \beta_{Mi} x_{Mi,t} + \varepsilon_{i,t}$$

$t = 1, \dots, T; i = 1, \dots, N; m = 1, \dots, M$

Pedroni (1995 және 1999) панельдік коинтеграция гипотезаларын келесідей тексерді:

H_0 : Коинтеграция жоқ. ($H_0 = \rho_i = 1$)

H_1 : Коинтеграция бар. ($H_0 = \rho_i < 1$)

Dumitrescu-Hurlin Панельдік себептілік талдауы (2012) айнымалылар арасындағы себептілікті тексеру үшін әзірленген. Бұл сынақты уақыт өлшемін білдіретін T көлденең қима өлшемі болып табылатын N өлшемінен үлкен немесе кішірек болғанда қолдануға болады. Dumitrescu-Hurlin Панельдік себептілік талдауы (2012) төмендегідей:

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \sum_{k=1}^K \gamma_i^{(k)} Y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^K \beta_i^{(k)} X_{i,t-k} + \varepsilon_{i,t}$$

k : лаг ұзындығы, γ авторегрессивті параметр және β көлбеу коэффициентті білдіреді.

Тесттің гипотезалары келесідей:

H_0 : Панельдік деректер жиынының барлық бірліктерінде себепті байланыс жоқ.

H_1 : Панельдік деректер жиынының кем дегенде бір бірлікте себепті байланыс бар.

Нәтижелер мен талқылау

1-кесте айнымалылардың стационарлығын зерттейді. Статистикалық маңыздылықты анықтау кезінде айнымалылар бірлік түбірі болмауы керек. Егер айнымалылардың уақытша қатарында тренд болса, қатынастың жалған болуы мүмкін. Демек, тоқырау қарым-қатынастың шындығының көрінісі болып табылады.

Ең көп қолданылатын панельдік бірлік түбірлік сынақтар, Levin, Lin және Chu (LLC) (2002) және Im, Pesaran және Shin (IPS) (1997) бірлік түбір сынақтары 1-кестеде көрсетілгендей айнымалылардың стационарлық екенін көрсетеді. Екі айнымалы да бірінші дәрежелі айырмашылықтарды алу арқылы стационар болды және қатардың бірлік түбірі бар деген нөлдік гипотеза (H_0) қабылданбады. Барлық айнымалылар бірінші дәрежелі айырмашылықта стационар болғандықтан, айнымалылар арасындағы ұзақ мерзімді коинтеграциялық байланыс Pedroni және Као коинтеграциялық сынақтарымен тексеріледі.

Кесте 1 – Бірлік түбірлік сынақтары

Айнымалы	Тест	Деңгей				1-ші айырмашылық			
		Тұрақты		Тұрақты & Тренд		Тұрақты		Тұрақты & Тренд	
		t-стат.	p-мәні	t-стат.	p-мәні	t-стат.	p-мәні	t-стат.	p-мәні
<i>lngdp</i>	LLC	2.8076	0.7893	-0.9486	0.6031	-5.4735	0.0000	-5.4093	0.0000
	IPS	2.9437	1.0175	-0.3679	0.5690	-7.0498	0.0000	-5.0476	0.0000
<i>lntr</i>	LLC	0.4489	0.7035	-0.3023	0.7681	-8.5350	0.0000	-7.4187	0.0000
	IPS	1.2036	0.7643	-0.5279	0.2934	-8.4076	0.0000	-7.1199	0.0000

Pedroni коинтеграция сынағы жеті сынақ статистикасынан тұрады, соның ішінде төрт түрлі тест бөлім ішінде және үш тест бөлім аралық. 2-кестедегі Pedroni коинтеграциялық тесті нәтижелеріне сәйкес, жеті тест статистикасының алтауындағы ықтималдық мәні 0,05-тен төмен болғандықтан, коинтеграциялық қатынас жоқ деп есептейтін H_0 гипотезасы қабылданбайды және айнымалылар арасында коинтеграцияланған байланыс бар деп болжанады. Бұл жағдай бұл айнымалылардың ұзақ мерзімді перспективада коинтеграцияланған қатынасы бар екенін көрсетеді. Сонымен қатар, Као коинтеграциялық тесті нәтижесі бойынша ықтималдық мәні 0,05-тен төмен екендігі анықталды және коинтеграциялық қатынас жоқ деген H_0 гипотезасы қабылданбады және айнымалылар арасында коинтеграцияланған байланыс бар деп ұйғарылды. Бұл жағдай қарастырылып отырған айнымалылар арасында ұзақ мерзімді байланыс бар екенін көрсетеді.

Кесте 2- Коинтеграциялық тест нәтижелері

Pedroni панелдік коинтеграция тестінің нәтижесі					
1	2	3	4	5	6
Тесттер	t-стат.	p-мәні	Weighted t-стат.	p-мәні	Шешім
Panel v	0.657807	0.3076	-0.60243	0.9873	H_0 : Қабылданбайды
Panel rho	-10.41823	0.0012	-10.27234	0.0000	
Panel pp	-20.50764	0.0000	-18.09975	0.0000	
Panel adf	-12.31736	0.0000	-10.70783	0.0000	
Group rho	-10.06987	0.0000			

жалғасы келесі бетте...

Group pp	-23.45739	0.0000		
Group adf	-13.60476	0.0000		
Као панелдік коинтеграция тестінің нәтижесі				
Тесттер	t-стат.	p-мәні	Шешім	
ADF	-9.684051	0.0000	H_0 :	
Residual variance	3.0430705		Қабылданбайды	

3-кестедегі тұжырымдар шеңберінде *lntr* ретінде көрсетілген туризмнен түскен кірістен экономикалық өсуге (*lngdp*) қарай біржақты себептілік байланысы анықталды. Талдауға енгізілген дамушы елдердегі экономикалық өсуден туризмнен түскен кірістерге қарай себеп-салдарлық байланыс анықталған жоқ.

Кесте 3 – Dumitrescu және Hurlin панелдік себептілік сынағы нәтижелері

Гипотеза	k=1	k=2	k=3	Шешім
$lngdp \rightarrow lntr$	0.13678 (0.9078)	0.79631 (0.2036)	1.06781 (0.1079)	H_0 : Қабылданады
$lntr \rightarrow lngdp$	7.196310 (0.0000)***	6.301523 (0.0000)***	5.039642 (0.0195)**	H_0 : Қабылданбайды

Ескерту: k: лаг ұзындығы, жақшадағы мәндер ықтималдық мәндерін көрсетеді. *** және ** белгілері сәйкесінше 1% және 5% деңгейінде маңыздылықты көрсетеді.

Тәуелсіз айнымалы болып табылатын туризм кірістерінің тәуелді айнымалыға, экономикалық өсуге әсерін өлшеу үшін қажетті панельдік регрессиялық талдау 4-кестеде келтірілген.

Кесте 4- Панельдік регрессиялық талдау нәтижелері

Айнымалы	Коэффициент	Стандартты қате	t-стат.	p-мәні
<i>lntr</i>	0.358012	0.056730	0.09438	0.0130

Панельдік регрессиялық талдау нәтижесінде алынған ақпарат шеңберінде *lntr* айнымалысы мен *lngdp* айнымалысы арасында статистикалық маңызды байланыс ($p < 0,05$) табылды. Басқаша айтқанда, дамушы елдердегі туризм кірістері 1% өзгерсе экономикалық өсу 0,36%-ға өзгереді. Коэффициент оң болғандықтан туризмнен түскен кірістер өскен сайын дамушы елдерде экономикалық өсу артады.

Зерттеу нәтижелері туризмнен түсетін кірістер экономикалық өсуді қолдайтынын және осы екі айнымалының арасында ұзақ мерзімді коинтеграциялық байланыс бар екенін көрсетеді. Бұл нәтиже туристік кірістердің экономикалық өсуге оң әсерін ашатын көптеген алдыңғы зерттеулермен сәйкес келеді. Туризмге негізделген өсу гипотезасын қолдайтын зерттеулер әсіресе туризмнің экономикалық өсуге тікелей ықпал ететінін және елдердің даму процестеріндегі маңызды қозғаушы күш екенін атап көрсетеді. Мысалы, дамушы елдерге қатысты кейбір зерттеулер туризмнен түсетін кірістер экономикалық өсуді қолдайтынын және туризм секторына салынған инвестиция экономикалық дамуды жеделдететінін көрсетеді. Дегенмен, біздің зерттеу нәтижелеріміз әдебиеттегі кейбір зерттеулерден

ерекшеленеді. Атап айтқанда, кейбір зерттеулер экономикалық өсуден туристік кіріске дейінгі екі жақты немесе кері себептілік бар деп болжағанымен, бұл зерттеуде мұндай себептілік табылған жоқ. Бұл айырмашылық зерттелетін елдердің экономикалық құрылымдарына, экономикадағы туризмнің салмағына, туризм саясатына және деректер жиынындағы айырмашылықтарға байланысты болуы мүмкін. Экономикалық өсудің туризмге тікелей әсер етпеуі туристік сектордың зерттелген елдердегі экономикалық өсумен жеткілікті түрде интеграцияланбағанын немесе туристік сұраныстың көп жағдайда сыртқы факторларға (жаһандық табыс деңгейі, валюта бағамы, қауіпсіздік және т.б.) тәуелді екенін білдіреді. Сонымен қатар, туризмнен түсетін кірістердің өсуі экономикалық өсуге 0,36% ықпал етеді деген тұжырым кейбір зерттеулерде күшті немесе әлсіз әсер бағалауларымен ерекшеленуі мүмкін. Бұл айырмашылық елдердің туристік тәуелділік деңгейі, туристік кірістердің экономикаға интеграциялану дәрежесі және елдер арасындағы құрылымдық айырмашылықтар сияқты факторлардан туындауы мүмкін. Атап айтқанда, бұл әсер туристік кірісі жоғары елдерде көбірек болады деп күтілуде, ал туризм экономиканың салыстырмалы түрде аз үлесін құрайтын елдерде әсер шектеулі болуы мүмкін.

Осы тұрғыда зерттеу нәтижелері әдебиеттегі жалпы тенденцияларға негізінен сәйкес келсе де, оларда кейбір айырмашылықтар байқалады. Бұл елдердің экономикалық құрылымдары мен туристік саясаттарындағы айырмашылықтарға, сондай-ақ қолданылатын әдістер мен деректер жиынтығының өзгермелілігіне байланысты болуы мүмкін. Сондықтан болашақ зерттеулерде үлкенірек ел үлгілерін және әртүрлі әдістерді пайдалану туризм мен экономикалық өсу арасындағы байланыс туралы анағұрлым жан-жақты және салыстырмалы нәтиже береді.

Қорытынды

Бұл зерттеу 2000-2023 жылдар аралығындағы деректер аясында дамушы елдердегі туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысты зерттеді. Pedroni және Као коинтеграциялық сынақтарының нәтижесінде туризмнен түскен кірістер мен экономикалық өсу арасында ұзақ мерзімді коинтеграциялық байланыс бар екені анықталды. Думитреску мен Хурлин панельдік себептілік сынағы туризмнен түскен кірістен экономикалық өсуге дейін бір жақты себептілік байланыс бар екенін көрсетті, бірақ экономикалық өсуден туристік кіріске дейін себеп-салдарлық байланыс жоқ. Сонымен қатар, панельдік регрессиялық талдау нәтижелеріне сәйкес, туризм кірісінің 1%-ға артуы экономикалық өсуді 0,36%-ға арттырғаны анықталды.

Зерттеу нәтижелері туризмнің дамушы елдерде экономикалық өсуге ықпал ететін маңызды фактор екенін көрсетеді. Алайда, экономикалық өсудің туризмге тікелей кері байланыс әсерінің болмауы, туризмнің экономикалық өсуге әсерінің біржақты екенін аңғартады. Бұл жағдай туризм секторының экономиканың басқа салаларымен жеткілікті деңгейде интеграцияланбағанын немесе туризмнен түскен табыстың ел ішінде тиімді бөлінбеуін білдіруі мүмкін. Сондықтан туризмнің экономикалық өсімге әсерін барынша арттыру үшін салалық әртараптандыруды жүзеге асыру, инфрақұрылымға инвестиция тарту және тұрақты туризм саясатын әзірлеу қажет.

Саясаткерлер үшін маңызды ұсыныстардың бірі — туризм саласына бағытталған ұзақ мерзімді және тұрақты стратегияларды қабылдау. Туризмнен түскен табыстың экономиканың басқа секторларына тиімді таралуын қамтамасыз ету үшін, ең алдымен,

жергілікті бизнесті қолдау және туризммен байланысты салаларды дамыту қажет. Сонымен қатар, туристік инфрақұрылымға инвестицияларды ұлғайту арқылы қызмет көрсету сапасын арттырып, халықаралық деңгейде бәсекеге қабілеттілікті күшейтуге болады. Экологиялық тұрақтылықты қамтамасыз ету мақсатында экотуризмді, мәдени туризмді дамыту және жергілікті халықтың белсенді қатысуын ынталандыратын саясаттарды іске асыру маңызды.

Қорытындылай келе, туризм секторы дамушы елдерде экономикалық өсімге айтарлықтай үлес қосып отыр. Алайда бұл үлестің ұзақ мерзімді әрі тұрақты болуы үшін салалық интеграцияны күшейту, инфрақұрылымға инвестицияларды арттыру және экологиялық тұрақтылық қағидаттарын енгізу аса маңызды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Zhang J. The effects of tourism on economic growth targets achievement // *Current Issues in Tourism*. – 2024. – С. 1–19.
2. Panagiotidis T., Mussoni M., Voucharas G. How important is tourism for growth? // *International Journal of Finance & Economics*. – 2024. – Т. 29, № 4. – С. 4704–4720.
3. Perles-Ribes J. F., Ramón-Rodríguez A. B., Such-Devesa M. J., Moreno-Izquierdo L. Methodological proposal to determine explosive tourism growth: a warning for unsustainable development? // *Current Issues in Tourism*. – 2024. – С. 1–19.
4. Bhatt K., Sahoo M., Behera D. K., Panigrahi C. M. A. Tourism-led inclusive growth in emerging and developing economies: a systematic literature review // *SAGE Open*. – 2024. – Т. 14, № 2. – С. 21582440241252516.
5. Kumar N. N., Patel A. Modelling structural breaks in the tourism-led growth hypothesis // *Current Issues in Tourism*. – 2024. – Т. 27, № 5. – С. 701–709.
6. Lee C. C., Chang C. P. Tourism development and economic growth: A closer look at panels // *Tourism Management*. – 2008. – Т. 29, № 1. – С. 180–192.
7. Dritsakis N. Tourism development and economic growth in seven Mediterranean countries: A panel data approach // *Tourism Economics*. – 2012. – Т. 18, № 4. – С. 801–816.
8. Wu T. P., Pham T. H., Le T. H. Tourism and economic growth in Asia: a symmetric and asymmetric causality // *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. – 2023. – С. 1–17.
9. Konuk T. Turizm gelirlerinin yakınsaması: MINT ülkeleri için panel birim kök testinden kanıtlar // *Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Bilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*. – 2024. – Т. 8, № 20. – С. 73–83.
10. Nayak J., Hanagodimath V. An impact analysis of tourism and economic growth in India // *International Education and Research Journal (IERJ)*. – 2024. – Т. 10, № 8. – С. 1–16.
11. Sarkhanov T., Baghirov A. Impact of tourism revenues and inflation on economic growth: An empirical study on GUAM countries // *Multidisciplinary Reviews*. – 2024. – Т. 7, № 3. – С. 1–7.
12. Сыздықова А. Қазақстандағы туризм кірістері мен экономикалық өсу арасындағы байланысты талдау // *Мемлекеттік аудит – Государственный аудит*. – 2024. – № 1 (62). – С. 75–84.
13. Montvydaitė D., Labanauskaitė D. Investigation of the relationship between tourism and economic growth: the case of the Baltic States // *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. – 2023. – Т. 45, № 4. – С. 406–418.
14. Ülger M., Uçar M. The relationship between tourism, trade openness and economic growth: The case of BRICS-T countries [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

REFERENCES

1. Zhang J. The effects of tourism on economic growth targets achievement // *Current Issues in Tourism*. – 2024. – S. 1–19.
2. Panagiotidis T., Mussoni M., Voucharas G. How important is tourism for growth? // *International Journal of Finance & Economics*. – 2024. – T. 29, № 4. – S. 4704–4720.
3. Perles-Ribes J. F., Ramon-Rodriguez A. B., Such-Devesa M. J., Moreno-Izquierdo L. Methodological proposal to determine explosive tourism growth: a warning for unsustainable development? // *Current Issues in Tourism*. – 2024. – S. 1–19.
4. Bhatt K., Sahoo M., Behera D. K., Panigrahi C. M. A. Tourism-led inclusive growth in emerging and developing economies: a systematic literature review // *SAGE Open*. – 2024. – T. 14, № 2. – S. 21582440241252516.
5. Kumar N. N., Patel A. Modelling structural breaks in the tourism-led growth hypothesis // *Current Issues in Tourism*. – 2024. – T. 27, № 5. – S. 701–709.
6. Lee C. C., Chang C. P. Tourism development and economic growth: A closer look at panels // *Tourism Management*. – 2008. – T. 29, № 1. – S. 180–192.
7. Dritsakakis N. Tourism development and economic growth in seven Mediterranean countries: A panel data approach // *Tourism Economics*. – 2012. – T. 18, № 4. – S. 801–816.
8. Wu T. P., Pham T. H., Le T. H. Tourism and economic growth in Asia: a symmetric and asymmetric causality // *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. – 2023. – S. 1–17.
9. Konuk T. Turizm gelirlerinin yakinsamasi: MINT ülkeleri için panel birim kök testinden kanıtlar // *Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Bilimleri Akademik Araştırmalar Dergisi*. – 2024. – T. 8, № 20. – S. 73–83.
10. Nayak J., Hanagodimath V. An impact analysis of tourism and economic growth in India // *International Education and Research Journal (IERJ)*. – 2024. – T. 10, № 8. – S. 1–16.
11. Sarkhanov T., Baghirov A. Impact of tourism revenues and inflation on economic growth: An empirical study on GUAM countries // *Multidisciplinary Reviews*. – 2024. – T. 7, № 3. – S. 1–7.
12. Syzdykova A. Kazakstandagy turizm kiristeri men ekonomikalyk osu arasyndagy bailanysty taldau [Analysis of the relationship between tourism revenues and economic growth in Kazakhstan] // *Memlekettik audit – Gosudarstvennyj audit*. – 2024. – № 1 (62). – S. 75–84.
13. Montvydaitė D., Labanauskaitė D. Investigation of the relationship between tourism and economic growth: the case of the Baltic States // *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. – 2023. – T. 45, № 4. – S. 406–418.
14. Ulger M., Ucar M. The relationship between tourism, trade openness and economic growth: The case of BRICS-T countries [Elektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub570.c2329> (қол жеткізу күні: 20.03.2025).

Г. АЗРЕТБЕРГЕНОВА

Экономика ғылымдарының кандидаты
Профессор, Қожа Ахмет Ясауи атындағы
Халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан)
e-mail: gulmira.azretbergenova@ayu.edu.kz

А. СЫЗДЫКОВА

PhD., қауымдастырылған профессор
Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық
қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан)
e-mail: aziza.syzdykova@ayu.edu.kz

Ж. ЖЕТИБАЕВ	Д. ХАМИТОВА
PhD., қауымдастырылған профессор м.а. Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті (Қазақстан, Түркістан) e-mail: zhanture.zhetibayev@ayu.edu.kz	Экономика ғылымдарының кандидаты қауымдастырылған профессор Қазақ ұлттық хореография академиясы (Қазақстан, Астана) e-mail: dariga1979@mail.ru
	06.02.2025 ж. баспаға түсті 10.03.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025ж. басып шығаруға қабылданды

G. AZRETBERGENOVA¹✉, A. SYZDYKOVA¹, ZH. ZHETIBAYEV¹, D. KHAMITOVA²

¹Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: gulmira.azretbergenova@ayu.edu.kz

²Kazakh National Academy of Choreography (Kazakhstan, Astana)

ANALYZING THE RELATIONSHIP BETWEEN TOURISM REVENUES AND ECONOMIC GROWTH IN DEVELOPING COUNTRIES

Abstract. *This study examines the long-term relationship and causality direction between tourism revenues and economic growth in developing countries. In this context, annual data from eight countries, namely Brazil, Cuba, Georgia, Malaysia, Mexico, South Africa, Thailand and Turkey, between the years 2000-2023 were used. Within the scope of the analysis, Pedroni and Kao cointegration tests were applied to determine the long-term cointegration relationship. In addition, Dumitrescu and Hurlin panel causality test was used to determine the causality direction between the variables.*

The findings show that there is a long-term cointegration relationship between tourism revenues and economic growth in developing countries. The causality analysis results reveal that there is a unidirectional causality relationship from tourism revenues to economic growth. This finding shows that the tourism sector makes a significant contribution to the economic growth of the examined countries and that tourism should be considered as a strategic sector in terms of sustainable development policies.

The study emphasizes the role of tourism on economic growth in developing countries and provides important information to policy makers and investors. The results obtained show that incentives for the tourism sector can support economic growth and draw attention to the necessity of sustainable tourism policies. In this context, supporting tourism with infrastructure investments, promotional activities and sustainable development strategies stands out as a critical factor in terms of economic growth.

Keywords: *tourism revenues, economic growth, developing countries, panel cointegration, panel causality*

Г. АЗРЕТБЕРГЕНОВА¹✉, А. СЫЗДЫКОВА¹, Ж. К.ЖЕТИБАЕВ¹, Д. ХАМИТОВА²

¹Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави
(Казakhstan, Түркестан), e-mail: gulmira.azretbergenova@ayu.edu.kz

²Казахская национальная академия хореографии (Казakhstan, Астана)

АНАЛИЗ ВЗАИМОСВЯЗИ МЕЖДУ ДОХОДАМИ ОТ ТУРИЗМА И ЭКОНОМИЧЕСКИМ РОСТОМ В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ

Аннотация. В данном исследовании изучается долгосрочная взаимосвязь и причинно-следственная связь между доходами от туризма и экономическим ростом в развивающихся странах. В данном контексте были использованы годовые данные за период 2000–2023 гг. по восьми странам, а именно Бразилии, Кубе, Грузии, Малайзии, Мексике, Южной Африке, Таиланду и Турции. В рамках анализа были применены коинтеграционные тесты Pedroni и Као для определения долгосрочной коинтеграционной связи. Кроме того, для определения направления причинно-следственной связи между переменными использовался панельный тест причинности Думитреску и Херлина.

Результаты показывают, что существует долгосрочная коинтеграционная связь между доходами от туризма и экономическим ростом в развивающихся странах. Результаты анализа причинно-следственных связей показывают, что существует односторонняя причинно-следственная связь между доходами от туризма и экономическим ростом. Этот вывод показывает, что сектор туризма вносит значительный вклад в экономический рост рассматриваемых стран и что туризм следует рассматривать как стратегический сектор с точки зрения политики устойчивого развития.

Исследование предоставляет важную информацию лицам, формирующим политику, и инвесторам, подчеркивая роль туризма в экономическом росте в развивающихся странах. Результаты показывают, что стимулы для туристического сектора могут поддержать экономический рост и привлечь внимание к необходимости политики устойчивого туризма. В этом контексте поддержка туризма посредством инвестиций в инфраструктуру, рекламных мероприятий и стратегий устойчивого развития становится важнейшим фактором экономического роста.

Ключевые слова: доходы от туризма, экономический рост, развивающиеся страны, панельная коинтеграция, панельная причинность

Р. АГЫБЕТОВА¹, А. ШОКПАРОВ², Н. АБИШОВ²✉, М. БАЙМЫРЗАЕВА³

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті (Қазақстан, Астана)

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

³І. Жансүгіров атындағы Жетісу университеті (Қазақстан, Талдықорған)

АГРОТУРИЗМНІҢ АУЫЛДЫҚ АЙМАҚТЫ ДАМУЫҒА ӘСЕРІ

Аңдатпа. Агротуризмнің ауылдық аймақтарды дамытудағы маңызды рөл атқаратыны ғылыми еңбектерде көп сараланған. Мақала агротуризмнің ауылды дамытуға қосатын экономикалық, әлеуметтік және экологиялық әсерлерін талдайды. Агротуризм ауыл шаруашылығын қолдап, жергілікті өнімдердің нарыққа шығуына ықпал етеді, жұмыс орындарын құрады, шағын және орта бизнестің дамуына мүмкіндік береді. Сонымен қатар, ауылдық жерлердегі мәдени мұраны сақтау мен қоғамның әлеуметтік бірлігін нығайтуға ықпал етеді. Қазақстанда агротуризмнің даму әлеуеті зор, ауылдық жерлердің инфрақұрылымын жақсартып, жастардың тұрақтап қалуына мүмкіндік береді. Мақалада агротуризмнің ауылды дамытудағы стратегиялық маңызы да қарастырылған, оның ауылдық өмір сапасын арттыру және ауыл шаруашылығы мен туризмді үйлестіру арқылы ауыл аймақтарының әлеуметтік-экономикалық дамуына әсері қарастырылған.

Кілт сөздер: туризм, агротуризм, ауылдық аймақтар, агротуризм әсері, туристік ресурстар

Кіріспе

Агротуризм, ауылдық жерлерде орналасқан шаруашылықтар мен табиғи ресурстарды пайдаланып, демалушыларға ауыл өмірі мен оның ерекшеліктерін таныстыруды мақсат тұтатын туризмнің бір түрі. Оның негізгі мақсаты — табиғатқа жақын болу, ауылдық өмір салтымен танысу, жергілікті мәдениет пен дәстүрлерді сақтау және дамыту болып табылады. Қазіргі уақытта агротуризм ауылдық аймақтарды дамытудың тиімді құралдарының бірі болып саналады. Ауыл шаруашылығы мен туризмнің үйлесіміне негізделіп, ауылдағы экономикалық, әлеуметтік және экологиялық дамуға оң әсер етуі мүмкін [1].

Агротуризм, ауылдық аймақтардың экономикалық дамуына, табиғи ресурстарды сақтауға және ауыл шаруашылығының тұрақты дамуына ықпал ететін маңызды салалардың бірі. Қазіргі таңда туризмнің түрі әлемнің көптеген елдерінде ауылдық өңірлердің экономикалық жағдайын жақсартуда, жергілікті халықтың өмір сүру деңгейін арттыруда және экологиялық тұрақтылықты қамтамасыз етуде тиімді құрал ретінде танылып отыр [2]. Агротуризм, әсіресе ауыл шаруашылығының дамуы үшін маңызды әрі тиімді бағыттардың

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Агыбетова Р., Шокпаров А., Абишов Н., Баймырзаева М. Агротуризмнің ауылдық аймақты дамытуға әсері –2025. –No2(8). –б. 98–111. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.07>

*Cite us correctly: Agybetova R, Shokparov A., Abishov N., Baimyrzaeva M. Agroturizmnin auyllyk aimakty damytuga aseri [The impact of agritourism on Rural Development] –2025. – No2(8). –b. 98–111. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.07>

бірі болып табылады, себебі ол ауылдық жерлердің табиғи байлықтарын, мәдениет пен дәстүрлерді сақтауға және дамытуға бағытталған [3].

Қазақстандағы ауылдық аймақтар үшін агротуризм — экономикалық тұрғыдан да, әлеуметтік тұрғыдан да маңызды сала. Әсіресе соңғы онжылдықтарда ауыл шаруашылығын әртараптандыру мен ауылдық аумақтарды дамытудың жаңа бағыттары аясында агротуризмнің рөлі айтарлықтай артты. Елде көптеген ауылдық аймақтарда ауыл шаруашылығы мен туризм саласының үйлесімі арқылы жаңа жұмыс орындары құрылып, жергілікті кәсіпкерлер үшін жаңа мүмкіндіктер ашылды [5]. Сонымен қатар, агротуризм ауыл тұрғындарының мәдениетін, дәстүрлерін және табиғи ресурстарын таныстыру арқылы ұлттық құндылықтарды сақтауға ықпал етеді. Бұл ауылдық жерлердің өзіндік ерекшеліктерін және олардың табиғи байлықтарын құрметтеуді қалыптастыруда маңызды рөл атқарады [6].

Агротуризм ауылдық аймақты дамыту үшін ерекше ықпал бола алады, себебі ауылдың экономикасын көтеруге әсер ету арқылы жергілікті халықтың ауылшаруашылығына және туризм саласының жаңа мүмкіндіктеріне жол ашады [7]. Жергілікті халықтың өз өнімдерін өткізу, қонақтарға қызмет көрсету, өлкелік экскурсиялық қызметтерін ұсыну және ауыл халқының қолөнерлік шебер бұйымдарын жарнамалау, сату қызметтерінің артуы жергілікті экономиканың өсуіне әсерін тигізеді. Сонымен бірге, аграрлық туризм жаңа жұмыс орындарының ашулуына, инфрақұрылымның дамуына, ауыл халқының тұрмыс-тіршілігінің оңалуына оң серпін береді [9].

Агротуризм маңызды әсер ететін аспектілердің бірі әлеуметтік сала. Агротуризм ауыл халқының ынтымақтастығын арттыруға, жергілікті мәдени мұраны сақтап келесі ұрпаққа жеткізуде де маңызды рөл атқарады [8]. Аграрлық қызметті ұсынуға бағытталған туризмнің бұл түрі ауылдағы салт-дәстүрді жаңғыртуға, халықтың өмір салтын көрсету жағдайында қалалық және ауылдық мәдениет пен коммуникацияны дамытуға мүмкіндік жасайды, сонымен қатар, ауыл жастарының ауылда тұрақтауына жұмыс орнын ұсыну арқылы өздерінің ауылшаруашылығы кәсіптерін ашуға септігін тигізеді [10].

Экологиялық тұрғыдан алғанда, агротуризм табиғатты қорғауға және экологиялық балансты сақтауға ықпал етеді. Табиғатқа деген құрметті арттырып, ауыл шаруашылығында экологиялық таза әдістерді қолдануға түрткі болады [11]. Жергілікті өнімдер мен дәстүрлі ауыл шаруашылығы әдістері табиғи ресурстарды тиімді пайдалану мен экологиялық тұрақтылықты сақтау үшін маңызды құралдар болып табылады [12].

Қазақстанда агротуризмнің әлеуеті зор, әсіресе ауылдық аймақтардың инфрақұрылымын дамыту, ауыл тұрғындарының өмір сүру деңгейін арттыру және ауыл шаруашылығының тұрақты дамуы тұрғысынан. Сондықтан да агротуризмнің ауылды дамытудағы ықпалын зерттеу маңызды әрі өзекті мәселе болып табылады. Мақала агротуризмнің ауылды дамытуға қосатын үлесін тереңірек зерттеп, оның ауыл шаруашылығы мен туризмнің интеграциясы арқылы әлеуметтік-экономикалық және экологиялық әсерлерін талдауды мақсат етеді.

Мақалада агротуризмнің ауылды дамытуға қосатын үлесін зерттеу мақсатында оның себептері мен әсерлері талданады. Агротуризмнің ауылдық жерлердің экономикалық және әлеуметтік жағдайына ықпалы, оның экологиялық артықшылықтары, сондай-ақ ауылды аймақтарды дамытудағы маңызды рөлі қарастырылады.

Материалдар мен әдістер

Агротуризм саласындағы зерттеулерде жалпы ғылыми және осы салаға тән әртүрлі

әдістер қолданылады. Жалпы ғылыми әдістерден библиографиялық талдау, жүйелік талдау және синтез, құрылымдық-логикалық талдау, салыстырмалы, статистикалық талдау және экономикалық әдістер қолданылды, себебі агротуризмнің ауылды дамытуға әсерін талдау үшін жоғарыда аталған әдіс-тәсілдерді қолдану тақырыпты ашуға жеткілікті болды. Мақалада агротуризмнің ауылды дамытудағы стратегиялық маңызы да қарастырылған, оның ауылдық өмір сапасын арттыру және ауыл шаруашылығы мен туризмді үйлестіру арқылы ауыл аймақтарының әлеуметтік-экономикалық дамуына әсері көрсетілген.

Нәтижелер мен талқылаулар

Агротуризмнің ауылды дамытудағы экономикалық аспектілері, агротуризм – ауылдық аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуын ынталандырудың тиімді құралдарының бірі ретінде қарастырылады. Бұл сала ауыл шаруашылығы мен туризмді ұштастыра отырып, жергілікті халықтың табысын арттыруға, жұмыс орындарын құруға және ауыл инфрақұрылымын жақсартуға ықпал етеді. Агротуризм ауыл тұрғындарының дәстүрлі өмір салты мен мәдениетін сақтауына мүмкіндік беріп қана қоймай, сондай-ақ сырттан инвестиция тартуға және ауыл шаруашылығы өнімдерін нарыққа шығаруға жаңа мүмкіндіктер ашады.

Агротуризм ауылды аймақтарды дамытудағы ең тиімді тәсілдердің бірі болып табылады, өйткені ол көптеген артықшылықтар ұсынады, мысалы:

- Экономикалық әсерлері (жергілікті экономикаға әсері, жұмыс орындарын құру, кіші және орта бизнес дамуы);
- Әлеуметтік әсерлері (мәдени мұраны сақтау, қоғамның бірігуі);
- Экологиялық әсерлері (табиғи ресурстарды сақтау, экологиялық таза өнімдерге сұраныс).

Агротуризмнің ауылды аймақтарды дамытудағы артықшылықтары төмендегі 1 суретте көрсетілген.



Сурет 1 – Агротуризмнің ауылдық аймақтарды дамытудағы артықшылықтары

Осылайша, агротуризм ауылды тұрақты дамыту мен оның экономикалық әлеуетін арттырудың маңызды тетігіне айналуда.

Агротуризмнің экономикалық маңыздылығы ауылдық аймақтардағы экономиканы әртараптандырудың тиімді жолдарының бірі. Көптеген ауылдық өңірлерде туризм, әсіресе агротуризм, ауыл шаруашылығы өнімдерін өткізу мен қызмет көрсету саласында жаңа мүмкіндіктер ұсынады. Туристердің ауылдық жерлерге келуі жергілікті шаруалар мен фермерлер үшін жаңа нарықтар ашады. Бұл ауыл шаруашылығы өнімдерінің сұранысын арттырып, олардың саудалануына ықпал етеді. Агротуризм арқылы аймақтарда экологиялық таза өнімдерді сату, қолөнер бұйымдарын ұсыну және ауыл шаруашылығына қатысты экскурсиялар мен шаралар ұйымдастыру арқылы жаңа кәсіпкерлік мүмкіндіктер пайда болады. Агротуризм ауылда жұмыс орындарын құруға мүмкіндік береді. Мұның өзі қалаға көшу үрдісін азайтып, ауыл тұрғындарының ауылда тұрақтап қалуына ықпал етеді. Сонымен қатар, туристік инфрақұрылымның дамуы - қонақ үйлер, көлік қызметтері, экскурсиялық бағдарламалар - жаңа жұмыс орындарын ашу, ауыл тұрғындарына қосымша табыс көздерін ұсыну үшін маңызды фактор болып табылады. Мысалы, агротуризм арқылы ауылдық аймақтарда жаңа қонақ үйлер мен демалыс орындарын ашу, сонымен қатар жергілікті халыққа түрлі қызметтер ұсыну арқылы ауылдың экономикасын жандандыруға болады.

Агротуризм сонымен қатар ауыл шаруашылығын әртараптандыруға да ықпал етеді. Бұл саланың дамуы фермерлер мен ауыл шаруашылығы кәсіпорындарының тек ауыл шаруашылығы өнімдерін өндіруден басқа, туризм қызметтерін көрсетуге де назар аударуына мүмкіндік береді. Осылайша, агротуризм ауыл шаруашылығын жаңғыртуға, оның өнімдерін әртараптандыруға, нарықта бәсекеге қабілетті болуға ықпал жасайды[5].

Агротуризмнің әлеуметтік маңыздылығы ауылдық аймақтардың әлеуметтік дамуындағы маңызды рөл атқаратындылығы. Агротуризмді дамыту арқылы ауыл тұрғындары өздерінің мәдениетіне, дәстүрлеріне, өмір салтына мақтанышпен қарауға, оны туристерге көрсету арқылы өздері үшін де жаңа құндылықтар қалыптастыруға мүмкіндік алады. Туризм арқылы жергілікті халық өздерінің ұлттық мәдениетін танытуға, ұлттық қолөнер мен тағамдарды көрсетуге және дәстүрлі ауыл шаруашылығын дәріптеуге мүмкіндік алады. Ауыл тұрғындарының арасында бірлікті нығайтуға ықпал етеді. Бұл саланың дамуы қоғамның әлеуметтік байланыстарын күшейтіп, адамдардың бірігуіне септігін тигізеді. Туристік бағыттарды дамыту үшін ауыл тұрғындары арасында тығыз байланыс орнатылып, бірлескен іс-шаралар мен жобалар жүзеге асырылады. Сонымен қатар, агротуризм сырттан келген қонақтар мен жергілікті тұрғындар арасындағы мәдениетаралық диалогты арттырады, бұл өз кезегінде қала мен ауыл арасындағы байланыстарды нығайтады [8].

Агротуризм ауылдың демографиялық жағдайын жақсартуға да көмектеседі. Бұл сала жас адамдардың ауылда қалуын қамтамасыз етіп, олардың ауыл шаруашылығы мен туризм саласында жұмыс істеуіне ықпал етеді. Сонымен қатар, агротуризмнің дамуы білім беру мен кәсіби дағдыларды арттыруға ықпал етеді, өйткені ауыл тұрғындары туризм саласы бойынша білім алып, кәсіби дамуға мүмкіндік алады.

Агротуризмнің экологиялық маңызы ауылдың экологиялық таза ауыл шаруашылығының қолданысқа енгізілуін ынталандырады. Агротуризмді дамытудың маңызды аспектілерінің бірі - табиғатты қорғау мен ауыл шаруашылығында экологиялық әдістерді қолдану. Жергілікті өнімдерді өндіру мен органикалық ауыл шаруашылығына бағытталған шаралар табиғатты қорғау, топырақтың құнарлылығын сақтау және

биоалуантүрлілікті қамтамасыз ету сияқты экологиялық мәселелерді шешуге бағытталған [10].

Агротуризмнің ауылды дамытудағы стратегиялық маңызы еліміздің ауылдық аймақтарының экономикалық, әлеуметтік және экологиялық дамуына үлкен ықпал ете алуында. Агротуризм ауыл шаруашылығы мен туризмнің үйлесімді дамуымен, сондай-ақ табиғи ресурстарды тиімді пайдалану мен жергілікті мәдениетті сақтау арқылы ауылдардың тұрақты дамуын қамтамасыз етуге бағытталған маңызды құрал. Агротуризмді дамыту ауылдық жерлерде жастардың тұрақтап қалуына, олардың жұмыс орындарына қол жеткізуіне және ауыл шаруашылығы саласында кәсіпкерлік дағдыларын меңгеруіне мүмкіндік береді. Бұл өз кезегінде ауылдың демографиялық жағдайын тұрақтандырып, ауылдық өмірдің сапасын арттыруға ықпал етеді.

Агротуризм әлемнің көптеген елдерінде ауылдық аймақтарды дамытудың тиімді құралы ретінде кеңінен қолданылуда. Бұл сала ауыл шаруашылығы мен туризмді үйлестіруге, ауылдық аймақтардың әлеуметтік және экономикалық жағдайын жақсартуға, сондай-ақ экологиялық тұрақтылықты қамтамасыз етуге бағытталған. Әр түрлі елдерде агротуризмнің даму ерекшеліктері мен нәтижелері көрсетіп отырғандай, оның ауылды дамытуға қосатын үлесі айтарлықтай маңызды [15]. Агротуризмнің шетелдегі тәжірибесі Қазақстан үшін де маңызды үлгі болып табылады. Агротуризмнің ауылды дамытуға қосатын үлесінің шетелдік модельдерін қарастырайық:

Италия моделі: Агротуризмнің экономикалық және әлеуметтік әсері, Италия агротуризмнің ең дамыған елдерінің бірі. Бұл елде агротуризм тарихи түрде қалыптасып, ауылдық аймақтардағы экономика мен қоғамды дамытуға үлкен ықпал етті. Италияның көптеген аймақтарында агротуризм ауыл шаруашылығының негізгі саласы мен туризмді біріктіретін ұтымды индустрияға айналды. Италияндық агротуризмнің үлгісі жергілікті тұрғындардың ауыл шаруашылығы өнімдерін сатуы, қонақжайлылық қызметтерін ұсынуы, дәстүрлі аспаздық өнер мен мәдениетті таныстыру сияқты қызметтерді қамтиды. Италияның агротуризмді дамытудағы басты ерекшелігі - оның жергілікті мәдениет пен дәстүрлерді сақтау арқылы ауылдық туризмді қалыптастыруында. Италиялық фермерлер туризм саласында жаңа мүмкіндіктерді ашып, табиғи таза өнімдерді өндірумен қатар, осы өнімдерден түрлі аспаздық өнер туындыларын жасап, туристерге ұсынады. Бұл тек экономикалық пайда әкеліп қана қоймай, жергілікті мәдениеттің сақталуына және ауылдық өмірдің ерекшеліктерінің танылуына мүмкіндік береді. Агротуризмді дамыту арқылы Италия ауылды аймақтарда жұмыс орындарын көбейтіп, жастардың ауылда тұруына және жұмыс жасауына жағдай жасайды [6].

Италияның тәжірибесі Қазақстан үшін де өте маңызды, себебі біздің елімізде де ауыл шаруашылығы мен мәдени мұраны үйлестіру арқылы агротуризмді дамытудың әлеуеті зор.

Франция моделі: Экологиялық туризм мен ауыл шаруашылығының үйлесімі, Францияда агротуризм дамыған және экологиялық туризммен тығыз байланысты. Францияның агротуризм моделі ауыл шаруашылығы мен экологиялық тұрақтылықты үйлестіруге бағытталған. Мұнда агротуризм ауылдың экологиялық таза өнімдеріне және табиғи ресурстарды сақтау мен қорғауға баса назар аударады. Франциядағы агротуризм тек қана ауыл шаруашылығы өнімдерін сатумен шектелмейді, сонымен қатар жергілікті экологиялық тұрақты әдістермен өндірілген өнімдерді туристерге таныстыруды қамтиды. Франциядағы фермерлер табиғи ландшафттардың әсемдігін көрсетіп, экологиялық жағынан таза өнімдер

шығарып, туристерді тартуды мақсат етеді. Францияда экологиялық таза ауыл шаруашылығын дамыту үшін арнайы мемлекеттік бағдарламалар мен субсидиялар бар. Бұл ауылдық аймақтарды дамытуда агротуризмнің стратегиялық маңызын көрсетеді. Туристер экологиялық таза өнімдерді сатып алу арқылы экологияны сақтау және ауыл шаруашылығын дамытуға үлес қосады. Сонымен қатар, Францияда агротуризм ауыл шаруашылығы мен табиғатты қорғаудың бірлескен дамуын қамтамасыз етеді, бұл ауылдағы жұмыс орындарын көбейтуге және ауыл тұрғындарының өмір сүру сапасын арттыруға көмектеседі [4].

Француз тәжірибесі Қазақстанға экологиялық агротуризмді дамыту үшін пайдалы үлгі бола алады. Ауыл шаруашылығында экологиялық әдістерді қолдану және туризмді экологиялық аспектілермен үйлестіру еліміздің ауылдық аймақтарының тұрақты дамуын қамтамасыз етуге мүмкіндік береді.

Жаңа Зеландия моделі: Агротуризм арқылы ауыл шаруашылығын әртараптандыру, Жаңа Зеландияда агротуризм ауыл шаруашылығын әртараптандырудың тиімді құралы ретінде қолданылады. Бұл елде агротуризм әсіресе мал шаруашылығымен айналысатын фермерлер арасында танымал. Жаңа Зеландияның агротуризм жүйесі ауыл тұрғындарына қосымша табыс көзін ұсынады. Сонымен қатар, агротуризм ауылдың дамуындағы экономикалық мүмкіндіктерді ашып, қала мен ауыл арасындағы байланысты нығайтады. Агротуризм Жаңа Зеландияда ауыл шаруашылығының дәстүрлі әдістерін көрсету және туристерге жергілікті өнімдер мен дәстүрлерді таныстыру арқылы жүзеге асады. Мұнда туристер агротуризмді қызығушылықпен тамашалап, фермерлердің күнделікті жұмысын көреді, өнімдер өндірісінің процесімен танысады. Жаңа Зеландияда агротуризм ауыл шаруашылығы мен туризмді үйлестіру арқылы ауылдағы экономикалық белсенділікті арттырып, жаңа жұмыс орындарын ашуға мүмкіндік береді [10].

Қазақстан үшін Жаңа Зеландияның тәжірибесі ауыл шаруашылығын әртараптандыру мен агротуризмді дамытуда үлкен мәнге ие. Агротуризм ауыл шаруашылығын туризммен үйлестіру арқылы ауылдық аймақтардың экономикалық әлеуетін арттыруға мүмкіндік береді.

Испания моделі: Агротуризм және ауыл шаруашылығындағы инновациялар, Испанияда агротуризм ауылдық аймақтарды дамытуда маңызды рөл атқарады, әсіресе Андалусия аймағында бұл сала үлкен танымалдылыққа ие. Испанияның агротуризм моделінде фермерлер инновациялық әдістерді қолдана отырып, жергілікті өнімдерді сату мен туризмді дамытуға бағытталған. Испанияда агротуризм ауыл шаруашылығын жаңғырту мен жаңа технологияларды енгізуді көздейді, бұл өз кезегінде ауылдық аймақтардың дамуына және туристердің қызығушылығын арттыруға ықпал етеді [10].

Испанияның агротуризмнің ерекшелігі - ауыл шаруашылығы өнімдерін өңдеуді туризммен ұштастырып, ауыл шаруашылығында қолданылатын инновациялық технологияларды көрсету. Бұл тәсіл туристерді тарту мен жергілікті экономиканы дамытуда маңызды рөл атқарады.

Ресей моделі: Агротуризмнің ауылды дамытудағы рөлі мен тәжірибесі, Ресейде агротуризм соңғы жылдары ауылды дамытудағы маңызды бағыттардың біріне айналды. Елдегі агротуризмді дамыту үдерісі әлі де болса бастапқы кезеңде болғанымен, ауылдық аймақтардың экономикалық өсуі мен әлеуметтік тұрақтылығын қамтамасыз ету үшін агротуризм үлкен әлеуетке ие. Ресейде агротуризм ауыл шаруашылығын жандандырып, ауылдардың инфрақұрылымын жақсартуға және жұмыс орындарын құруға көмектеседі.

Ресейдің агротуризм саласында негізінен үш негізгі бағыт бар: ауылдағы фермерлік шаруашылықтарда туристер үшін экскурсиялар мен демалыс орындарын ұйымдастыру, экологиялық таза өнімдер өндірісі, сондай-ақ жергілікті мәдениет пен дәстүрлерді таныстыру. Бұл бағыттар арқылы агротуризм аймақтардың экономикасына қосымша қаржы ағынын әкеліп, жергілікті тұрғындардың өмір сүру деңгейін жақсартады [7].

Жоғарыда қарастырып кеткен үздік шетел тәжірибелерінде агротуризмнің ауылдық аумақты дамытудағы маңыздылығын сараланды. Қарастырылған мемлекеттердің агротуризм саласын дамыту стратегиялары мен жетістіктері ауылдық аймақтың шаруашылығын әртараптандыру, жергілікті экономиканы қолдау, экологиялық тұрақтылықты қамтамасыз ету, ауылдық мәдениетті сақтап болашақты қамтамасыз етуге болатынын көрсетті. Біздің мемлекет үшін осы тәжірибелердің маңыздылығы жоғары, себебі агротуризмнің ауыл аймақтарын өркендетуге тиімділігі жоғары.

Еліміздің агротуризм саласы соңғы жылдары қарқынды түрде дамып келеді, төмендегі 2 суретте агротуризмнің ауылды дамытуға қосатын үлесі сараланған.



Сурет 2 – Агротуризмнің ауылдық аймақтарды дамытуға қосқан үлесі

Агротуризмнің ауылды дамытуға қосатын үлесін анықтау үшін статистикалық мәліметтер мен зерттеулерді қарастыру маңызды. Бұл мәліметтер агротуризмнің ауыл шаруашылығына, экономиканың басқа салаларына және әлеуметтік жағдайға әсерін бағалауға мүмкіндік береді [13]:

Агротуризмнің жалпы дамуы соңғы жылдары айтарлықтай байқалуда. Қазақстанда туризмді дамыту мақсатында заңнамаға түзетулер әзірленді. Аграрлық туризмді дамытуға жақсы серпін беріліп отыр, бұл ауыл экономикасының өсуіне ықпал ететін болады. Қазіргі уақытта елде 200 мыңнан астам шаруа қожалықтары бар. Бұл шара ауыл тұрғындары үшін қосымша жұмыс орындарын құруға және ауылдық аумақтардың әл-ауқатын арттыруға мүмкіндік береді [16].

Қазақстанның агро және ауылдық туризм қауымдастығының ақпараты бойынша

алдын ала есептеулеріне сәйкес, өңірлерде агро және ауылдық туризмді дамыту есебінен агротуризмнің жыл сайынғы айналымы 2025 жылы шамамен 10 млрд теңгені құрауы мүмкін, оның ішінде шетелдік туристер есебінен 1 млрд теңгеге дейін. Сондай-ақ, маршруттар әзірлеу, агро және ауылдық туризм объектілері мен өнімдерінің тізілімін қалыптастыру үшін экспедициялық-түгендеу маршруттарын жүргізу, туристік өнімдер мен өңірлердің/аудандардың агротуристік әлеуетін дамытудың кешенді жоспарларын жасау қажеттілігін де айтады. Қалыптасқан тұрақты туристік өнімдер мен аумақтық туристік брендтер қалыптастыру процесінде белсенді жұмыстар атқарылып жатыр, ауыл тұрғындарының туристерді қабылдау және іс-шараларды өткізу жөніндегі жұмысын дербес үйлестіру жұмыстары да қолға алынған, коммуникациялар мен жылжыту арналары және т.б. мүмкіндіктерін дұрыс жолға қою жоспарланып отыр [17].

Сондай-ақ, Қазақстан ауылдық туризмді дамытқаны үшін марапаттарға ие болды: Саты ауылы best Tourism Village Award сыйлығын алды, ал Катонқарағай ауданының жобасы ITB Berlin 2024-те үшінші орынды иеленді.

Агротуризмнің дамуы ауылдық аймақтардағы инфрақұрылымды жаңартуға да әсер етті. Ауылдық аймақтарда жаңа қонақ үй, демалыс аймақтары және туризмге арналған нысандар салынды. Бұл инфрақұрылымның дамуы туристер санының артуына және ауылдық аймақтардың тартымдылығына тікелей ықпал етті.

2024 жылы 2024 жылы Kazakh Tourism ұлттық компаниясы Ақмола облысының агротуризм бойынша алғашқы «Көшпенділер ізімен: Астана маңы мен Ақмола облысы» жолсілтемесін әзірледі. Каталог туристерге аграрлық және ауылдық туризм элементтері бар саяхаттар мен бірегей бағыттарды ұсынады (сурет 3).



Сурет 3 – «Көшпенділер ізімен: Астана маңы мен Ақмола облысы» жолсілтемесінің логотипі

Туристер өңірге саяхаттарын алдын ала жоспарлай алады. Олар аутентикалық маршруттармен жүріп, 20-дан астам ауылдық туризм нысандарын аралауға мүмкіндік бар. Омарталар, қолөнершілер және бірегей фермалар – олардың бір бөлігі ғана.

Жолсілтеме арқылы туристер қай жерде глэмпингте түнеуге, маралдарды көруге және

нағыз табиға атмосфераны сезінуге болатын жерлерді көрсетеді. Этнотурларда салт-дәстүрлермен және тұрмыспен танысуға, ұлттық тағамдарды дайындаудың құпияларын білуге, өз қолымен зергерлік бұйымдар мен мүсіндер әзірлеуге болады.

«Еліміздің әр өңірі саяхатшыларға туризмнің әртүрлі және танымал түрлерін ұсына алады. Ақмола облысының агротуризм туралы қажетті ақпаратты жинап, оны барлығына қолжетімді етуге шешім қабылданған. Нұсқаулық туристерге жылдам бейімделуге және өңірге саяхат бағдарламасын жасауға мүмкіндік береді. Әр адам өлкенің бірегей орындары мен нысандарын таба алады. Жолсілтеме туристерге қажетті байланыс деректері бар агротуристтік бағыттарды ғана емес, сонымен қатар қауіпсіздік техникасы бойынша ұсыныстарды және өзімен бірге қандай киім алу керектігін де ұсынады».

Жолсілтеме қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде жарық көрді. Пайдаланушыларға ыңғайлы болу үшін каталог практикалық ақпаратпен, сондай-ақ туристер үшін пайдалы кеңестермен жабдықталған [18].

Егер Ұлттық компания еліміздің басқа өңірлерінде де осындай агротуризм жолсілтемелерін әзірлесе, осы туризм саласын дамытуға үлкен мүмкіндік болар еді.

Сонымен қатар, [19] әдебиет көзі мәліметіне сәйкес елімізде агротуризмнің даму тенденциясының қалыптасқанын көруге болады. Агротуризмді дамыту облыстар көлемінде ақырындап қарқын алғанын төмендегі 1 кесте мәліметтерінен көруге болады.

№	Облыс атауы	Қамтылған елді мекен саны	Аграрлық туризм нысандары
1	Алматы облысы	4	81 нысан
2	Ақмола облысы	16	30 нысан
3	Түркістан облысы	5	16 нысан
4	Жетісу облысы	2	13 нысан
5	Қарағанды облысы	1	7 нысан
6	Шығыс Қазақстан облысы	2	12 нысан
7	Солтүстік Қазақстан облысы	2	6 нысан
8	Маңғыстау облысы	3	3 нысан
9	Жамбыл облысы	1	1 нысан
Жалпы:		36	169 нысан

Кесте 1 – Республика бойынша аграрлық туризм нысандары

Market research intellect зерттеулеріне сәйкес, әлемдік агротуризм нарығының көлемі 2024 жылы 33,8 млрд. доллар табыспен бағаланды. Бұл ретте сала жоғары өсу қарқынын жылына шамамен 12,5% өсімді көрсетіп отыр, зерттеу болжамы бойынша 2032 жылға қарай агротуризмнің әлемдік көрсеткіші 92,5 млрд. долларды құрайды [20].

Демек, саланың өте табысты кәсіп көзі екенін ескеретін болсақ Қазақстандағы агротуризмнің маңызды бағыттарының бірі – экологиялық таза өнімдер өндірісі. Соңғы жылдары агротуризм арқылы экологиялық таза ауыл шаруашылығы өнімдерінің экспорты артты. Бұл, өз кезегінде, аграрлық сектордың тұрақты дамуына және экологиялық жауапкершіліктің артуына ықпал етіп, салаға сұранысты да арттырып отыр.

Агротуризм жастарды ауылда тұрақты тұруға ынталандырады. Агротуризмді дамыту нәтижесінде ауылдық аймақтарда жастардың тұрақты жұмысқа орналасқаны және ауылға

оралу тенденциясы байқалып отыр. Бұл ауылдың демографиялық жағдайына оң әсерін көрсетіп отыр.

Қорытынды

Біздің елімізде агротуризмнің табысты дамуы үшін қажетті көптеген табиғи, мәдени, адами және басқа ресурстар бар. Бұл нарықта осы қызметтерді ұсынудың өсуіне әкеледі. Екінші жағынан, салауатты өмір салты мен "жасыл" мінез-құлықтың танымалдылығының артуы немесе туризмнің танымдық және "дәстүрлі емес" түрлеріне сұраныстың артуы секілді бірқатар жағымды факторларға байланысты агротуризмге сұраныс артып келеді.

Агротуризмнің дамуы мемлекетке салық түсімдерінің артуынан бастап ауылдық жерлердің жандануына және аумақтардың дамуына дейінгі көптеген жағымды факторларды береді. Сонымен қатар, агротуризм ауыл шаруашылығы мен туризммен ғана емес, сонымен қатар синергетикалық әсердің арқасында Ұлттық экономика мен ЖІӨ-нің айтарлықтай өсуіне әкелетін бірқатар басқа салалармен де байланысты. Экономикалық тұрғыдан ауыл шаруашылығы өнімдерінің сатылуын арттырып, ауыл тұрғындары үшін жаңа жұмыс орындарын құруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, агротуризм жергілікті мәдениет пен дәстүрлерді сақтауға ықпал етеді, ауылдағы жастардың тұрақтап қалуына жағдай жасайды және экологиялық таза өнімдер өндірісін дамытуға үлес қосады.

Мемлекет тарапынан бастау алып отырған іс-шаралар кешенін арттыру арқылы да туризмнің осы саласын туристерді көп тарта алатын бағытқа айналдыруға еліміздің аграрлық туристік әлеуеті толық жетеді деп қорытындылауға болады.

Осылайша, агротуризм ауылды дамытудағы стратегиялық маңызға ие салалардың бірі болып табылады. Қазақстанның агротуризм әлеуетін толық пайдалануы үшін шетел тәжірибелерін ескере отырып, ауыл шаруашылығын әртараптандыру, экологиялық таза әдістерді енгізу, ауыл инфрақұрылымын дамыту және мемлекет тарапынан қолдау көрсету қажет. Агротуризм ауылдық аймақтарды дамытуда және ауыл тұрғындарының өмір сапасын жақсартуда жаңа мүмкіндіктерді аша алады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Молдағали Б. Агротуризм және ауылдық аймақтарды дамыту: теория және практика. – Алматы: ҚазҰУ баспасы, 2019. – 184 б.
2. Давыдова Л. С. Агротуризм: сельские районы как новая отрасль развития. – Москва: Экономика, 2018. – 176 с.
3. Андреев И. В. Суть агротуризма как интеграции сельского хозяйства и туризма // Туризм и экономика. – 2020. – Т. 35, № 2. – С. 45–58.
4. Van der Meide M. Agrotourism: European experience and its role in rural development. – Brisbane: Routledge, 2017. – 210 p.
5. Громова Н. А. Агротуризм и экологический туризм: новые возможности для устойчивого развития. – Санкт-Петербург: Невский университет, 2021. – 152 с.
6. Hale S. Сельский туризм в Италии и его влияние на местное население // Туризм и развитие. – 2016. – Т. 42, № 5. – С. 77–83.
7. Юрьев В. А. Агротуризм в России: развитие и перспективы. – Москва: Русь, 2019. – 198 с.
8. Алексеева В. Е. Агротуризм и экологическое сельское хозяйство. – Махачкала: Изд-во Дагестанского университета, 2018. – 140 с.

9. Сорокин А. И. Агротуризм и сельский туризм: вклад в развитие сельских территорий // Агроэкономика. – 2020. – Т. 27, № 3. – С. 13–25.
10. Жукова О. А. Опыт агротуризма в Новой Зеландии и Испании // Туризм и экология. – 2022. – Т. 30, № 1. – С. 50–65.
11. Food and Agriculture Organization (FAO). Rural development and agri-tourism: A global perspective. – Rome: FAO, 2021. – 108 p.
12. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Rural development and sustainable tourism: Policy recommendations. – Paris: OECD, 2020. – 120 p.
13. Қазақстанның агротуризм нарығы: мүмкіндіктер мен қиындықтар. – Астана: ҚР Ұлттық статистика агенттігі, 2022. – 54 б.
14. Назарбаев Н. Ә. Қазақстанның жаңа экономикалық саясаты: аграрлық секторды дамыту. – Астана: ҚазМем баспасы, 2018. – 200 б.
15. Agri-tourism and sustainable rural development // International Journal of Tourism Research. – 2020. – Vol. 26, No. 4. – P. 100–112.
16. Фермеры Казахстана смогут получить дополнительный доход за счет развития агротуризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://east-fruit.com/novosti/fermery-kazahstana-smogut-poluchit-dopolnitelnyj-dohod-za-schet-razvitiya-agroturizma/> (дата обращения: 06.02.2025).
17. Официальный сайт «Казахстанская ассоциация агро и сельского туризма» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://kaart.kz> (дата обращения: 06.02.2025).
18. QazTourism. Логотип проекта «Көшпенділер ізімен: Астана маңы мен Ақмола облысы» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://qaztourism.kz/press-center/all/1592/> (дата обращения: 06.02.2025).
19. Республика бойынша аграрлық туризм нысандары // Цифрлық репозиторий АПА [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://repository.apa.kz/handle/123456789/1236> (дата обращения: 06.02.2025).
20. Размер рынка агротуризма по продуктам, по приложениям, по географии, конкурентной среде и прогнозу // Market research intellect. – Февраль 2025. – URL: <https://www.marketresearchintellect.com/ru/product/agro-tourism-market/> (дата обращения: 06.02.2025).

REFERENCES

1. Moldağali B. Agroturizm және ауылдық аймақтарды дамыту: теория және практика. [Agritourism and Rural Area Development: Theory and Practice] – Almaty: QazҰУ баспасы, 2019. – 184 б.
2. Davydova L. S. Agroturizm: selskie raiony kak novaia otrasl razvitiia. [Agrotourism: Rural Areas as a New Sector of Development] – Moskva: Ekonomika, 2018. – 176 s.
3. Andreev İ. V. Süt agroturizma kak integrasii selskogo hozäistva i turizma [The Essence of Agritourism as an Integration of Agriculture and Tourism] // Turizm i ekonomika. – 2020. – Т. 35, № 2. – S. 45–58.
4. Van der Meide M. Agrotourism: European experience and its role in rural development. – Brisbane: Routledge, 2017. – 210 p.
5. Gromova N. A. Agroturizm i ekologicheski turizm: novye vozmojnosti dlä ustoichivogo razvitiia. [Agrotourism and Ecotourism: New Opportunities for Sustainable Development] – Sankt-

Peterburg: Nevski universitet, 2021. – 152 s.

6. Hale S. Selski turizm v Italii i ego vlianie na mestnoe naselenie [Rural Tourism in Italy and Its Impact on the Local Population] // Turizm i razvitie. – 2016. – T. 42, № 5. – S. 77–83.

7. Ĭurev V. A. Agroturizm v Rossii: razvitie i perspektivy. [Agritourism in Russia: Development and Prospects] – Moskva: Rüs, 2019. – 198 s.

8. Alekseeva V. E. Agroturizm i ekologicheskoe selskoe hozäistvo. [Agritourism and Organic Farming] – Mahachkala: Ĭzd-vo Dagestanskogo universiteta, 2018. – 140 s.

9. Sorokin A. Ĭ. Agroturizm i selski turizm: vklad v razvitie selskih territori [Agritourism and Rural Tourism: Contribution to the Development of Rural Areas] // Agroekonomika. – 2020. – T. 27, № 3. – S. 13–25.

10. Jukova O. A. Opyt agroturizma v Novoi Zelandii i Ĭspanii [Experience of Agritourism in New Zealand and Spain] // Turizm i ekologia. – 2022. – T. 30, № 1. – S. 50–65.

11. Food and Agriculture Organization (FAO). Rural development and agri-tourism: A global perspective. [Rural Development and Agri-Tourism: A Global Perspective] – Rome: FAO, 2021. – 108 p.

12. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Rural development and sustainable tourism: Policy recommendations. [Rural Development and Sustainable Tourism: Policy Recommendations] – Paris: OECD, 2020. – 120 p.

13. Qazaqstannyñ agroturizm naryğy: mümkindikter men qyndyqtar. [Kazakhstan's Agritourism Market: Opportunities and Challenges] – Astana: QR Ŭlttyq statistika agenttığy, 2022. – 54 b.

14. Nazarbaev N. Ä. Qazaqstannyñ jaña ekonomikalyq saiasaty: agrarlyq sektordy damytu. [Kazakhstan's New Economic Policy: Agricultural Sector Development] – Astana: QazMem baspasy, 2018. – 200 b.

15. Agri-tourism and sustainable rural development [Agri-Tourism and Sustainable Rural Development] // International Journal of Tourism Research. – 2020. – Vol. 26, No. 4. – P. 100–112.

16. Fermery Kazahstana smogut poluchit dopolnitelnyi dohod za schet razvitiya agroturizma [Kazakhstan's Farmers Can Earn Additional Income through Agritourism Development][Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://east-fruit.com/novosti/fermery-kazahstana-smogut-poluchit-dopolnitelnyj-dohod-za-schet-razvitiya-agroturizma/> (data obraşenia: 06.02.2025).

17. Ofisiälnyi sait «Kazahstanskaia assosiasia agro i selskogo turizma» [Official Website of the “Kazakhstan Association of Agro and Rural Tourism”] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://kaart.kz> (data obraşenia: 06.02.2025).

18. QazTourism. Logotip proekta «Köşpendiler izimen: Astana mañy men Aqmola oblysy» [QazTourism. Project Logo “In the Footsteps of Nomads: Around Astana and Akmola Region”] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://qaztourism.kz/press-center/all/1592/> (data obraşenia: 06.02.2025).

19. Respublika boiynşa agrarlyq turizm nysandary [Agritourism Facilities Across the Republic] // Sifrlıq repozitori APA [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://repository.apa.kz/handle/123456789/1236> (data obraşenia: 06.02.2025).

20. Razmer rynka agroturizma po produktam, po priloeniam, po geografii, konkurentnoi srede i prognozu [Agritourism Market Size by Product, Application, Geography, Competitive Landscape, and Forecast] // Market research intellect. – Fevräl 2025. – URL:

<https://www.marketresearchintellect.com/ru/product/agro-tourism-market/> (data obraşenia: 06.02.2025).

Р. АГЫБЕТОВА PhD, қауымдастырылған профессор Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, (Қазақстан, Астана) e-mail: agybetova@mail.ru	А. ШОКПАРОВ Педагогика ғылымдарының кандидаты Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: shokparov.alibek@iuth.edu.kz
Н. АБИШОВ PhD, қауымдастырылған профессор м.а. Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz	М. БАЙМЫРЗАЕВА к.э.н., доцент І.Жансүгіров атындағы Жетісу университет (Қазақстан, Талдықорған) e-mail: aiko_1990kz@mail.ru
	06.02.2025 ж. баспаға түсті 10.03.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025ж. басып шығаруға қабылданды

R. AGYBETOVA¹, A. SHOKPAROV², N. ABISHOV²✉, M. BAIMYRZAYEVA³

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan, Astana)

²International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

³Zhetisu University named after I. Zhansugirov (Kazakhstan, Taldykorgan)

THE IMPACT OF AGRO TOURISM ON RURAL DEVELOPMENT

Abstract. Agritourism is recognized as one of the most important tools for the development of rural areas. This article analyzes the economic, social, and ecological impacts of agritourism on rural development. Agritourism supports agriculture, facilitates the entry of local products into the market, creates jobs, and stimulates the development of small and medium-sized businesses. Additionally, it helps preserve cultural heritage in rural areas and strengthens social cohesion within society. In Kazakhstan, agritourism has significant potential for development, improving the infrastructure of rural areas and providing opportunities for youth to settle and stay. The research methods used in this article include literature review, comparative, and statistical analysis, as these methods are sufficient for exploring the impact of agritourism on rural development. The article also examines the strategic importance of agritourism in rural development, its impact on improving the quality of rural life, and its role in the socio-economic development of rural regions through the integration of agriculture and tourism. Considering the above, agritourism is an effective tool that contributes to the sustainable development of rural areas.

Keywords: tourism, agritourism, rural development, tourism development, tourist resources

Р. АГЫБЕТОВА¹, А. ШОКПАРОВ², Н. АБИШОВ²✉, М. БАЙМЫРЗАЕВА³

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева (Казахстан, Астана)

²Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

³Жетысуский университети имени И. Жансугурова (Казахстан, Талдықорған)

ВЛИЯНИЕ АГРОТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО РЕГИОНА

Аннотация. Агротуризм признан одним из важнейших инструментов для развития сельских территорий. В статье анализируются экономические, социальные и экологические воздействия агротуризма на развитие сельских районов. Агротуризм поддерживает сельское хозяйство, способствует выходу местной продукции на рынок, создает рабочие места и стимулирует развитие малого и среднего бизнеса. Кроме того, он способствует сохранению культурного наследия сельских территорий и укреплению социальной сплоченности общества. В Казахстане агротуризм имеет большой потенциал для развития, улучшая инфраструктуру сельских районов и предоставляя возможности для устойчивого пребывания молодежи. В качестве методов исследования в данной статье использованы методы обзора литературы, сравнительного и статистического анализа, так как использование этих методов достаточно для раскрытия темы анализа влияния агротуризма на развитие сельских территорий. В статье также рассматривается стратегическое значение агротуризма в развитии сельских территорий, влияние на улучшение качества сельской жизни и социально-экономическое развитие сельских регионов через сочетание сельского хозяйства и туризма. С учетом вышеизложенного, агротуризм является эффективным инструментом, способствующим устойчивому развитию сельских территорий.

Ключевые слова: туризм, агротуризм, развитие села, туристическое развитие, туристические ресурсы

МҒТАР 06.71.07;
УДК 656.2:338.48;

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.08>

С. АЛЬДЕШОВА¹✉, А.КАЖМУХАМЕТОВА¹, Д. МАМЫРБЕКОВА², Г. АХМЕТОВА³

¹Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің
(Қазақстан, Астана), e-mail: samalab_79@mail.ru

²С.Аманжолов атындағы Шығыс- Қазақстан университеті (Қазақстан, Өскемен)

³Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университеті (Қазақстан, Атырау)

ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫН ДАМУ ЖАҒДАЙЫНДА ТЕМІРЖОЛ ЖҮК ТАСЫМАЛЫНЫҢ ЕСЕБІН ЖЕТІЛДІРУ

Аңдатпа. Бұл мақалада теміржол жүк тасымалын есепке алу жүйесін туризм инфрақұрылымымен үйлестірудің өзектілігі қарастырылады. Зерттеудің негізгі мақсаты – теміржол логистикасы мен туризм саласы арасындағы байланыстарды анықтап, есеп жүргізу жүйесін жақсартуға арналған нақты ұсыныстар ұсыну.

Зерттеу аясында Қазақстандағы теміржол бағыттары мен туризм инфрақұрылымының шоғырланған аймақтары салыстырылып, олардың арасында логистикалық байланыс бары дәлелденді. SPSS бағдарламасында жүргізілген талдау нәтижесінде жүк тасымалы көлемі мен туризм даму деңгейі арасында жоғары оң корреляция байқалды ($r = 0.98$, $p < 0.01$).

Қолданыстағы есеп жүйесінің қазіргі жай-күйі құжаттық және сапалық деректер негізінде сипатталды. Сарапшылармен сұхбаттар арқылы есеп жүйесінің кемшіліктері мен даму бағыттары нақтыланды. Сонымен қатар, халықаралық тәжірибелерге шолу жасалып, цифрлық шешімдердің артықшылықтары мен оларды бейімдеу мүмкіндіктері қарастырылды.

Нәтижесінде, есеп жүйесін жетілдіру бойынша нақты ұсыныстар әзірленіп, олардың тиімділігі SWOT-талдау мен сценарийлік модельдеу арқылы бағаланды.

Кілт сөздер: теміржол тасымалы, туризм инфрақұрылымы, есеп жүйесі, цифрлық логистика, SPSS, халықаралық тәжірибе, корреляциялық талдау.

Кіріспе

Қазіргі кезеңде Қазақстанның экономикалық және әлеуметтік дамуының маңызды бағыттарының бірі – туризм саласын дамыту және оны қолдаушы инфрақұрылымды жетілдіру болып табылады. Туризм инфрақұрылымы – бұл туристік қызметтердің тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ететін материалдық және ұйымдастырушылық элементтердің

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Альдешова С, Кажмухаметова А., Мамырбекова Д., Ахметова Г. Туризм инфрақұрылымын дамыту жағдайында теміржол жүк тасымалының есебін жетілдіру – 2025. – No2(8). – б. 112–126. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.08>

*Cite us correctly: Aldeshova S, Kajmuhametova A., Mamyrbekova D., Ahmetova G. Turizm infraquūrylymyn damytu jaǵdaiyndā temirjol jük tasymalynyñ esebin jetildiru [Improving the accounting of railway freight traffic in the context of the development of tourism infrastructure] – 2025. – No2(8). – b. 112–126. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.08>

жиынтығы. Оның ішінде көлік инфрақұрылымы, әсіресе теміржол тасымалы, ерекше орын алады. Туризм нысандарына қолжетімділік, тауарлар мен жабдықтарды жеткізу, туристік логистика мен қызмет көрсету сапасы көбіне осы салаға тәуелді.

Қазақстанның кең байтақ аумағы мен туристік әлеуеті жоғары өңірлерінің бір-бірінен қашық орналасуы туризм мен көлік логистикасын тығыз байланыстырады. Осы ретте, теміржол көлігі – үлкен көлемдегі жүктерді тиімді әрі арзан тасымалдауға мүмкіндік беретін негізгі көлік түрі. Теміржол жүк тасымалының есебін жүргізу жүйелері туризм инфрақұрылымының жоспарлау, жабдықтау және қызмет көрсету салаларында маңызды рөл атқарады. Алайда қазіргі таңда теміржол жүк тасымалына байланысты есеп жүйелерінің кейбір тұстары ескірген, цифрландыру деңгейі жеткіліксіз, ал логистикалық тиімділік көрсеткіштері әрқашан жоғары бола бермейді.

Осыған орай, бұл зерттеудің өзектілігі теміржол жүк тасымалының есебін жетілдіру арқылы туризм инфрақұрылымын дамытуға қолдау көрсету қажеттілігінен туындайды. Жүк қозғалысы мен қойма логистикасын тиімді басқару, жеткізу тізбегін оңтайландыру, және инфрақұрылымдық жобаларды жоспарлау үшін нақты әрі заманауи есеп жүйелері қажет. Бұл бағытта цифрлық технологияларды енгізу, халықаралық тәжірибелерді зерделеу және отандық статистика деректерін тиімді пайдалану өзекті болып отыр.

Зерттеудің мақсаты – туризм инфрақұрылымын дамыту аясында теміржол жүк тасымалына қатысты есеп жүйесін жетілдірудің әдістемелік және практикалық негіздерін анықтау.

Зерттеу міндеттері:

- Теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымының өзара байланысын талдау;
- Есеп жүргізу жүйелерінің қазіргі жағдайын сипаттау;
- Озық халықаралық тәжірибелер мен цифрлық шешімдерді қарастыру;
- Қазақстанда теміржол жүк тасымалының есебін жетілдіруге арналған ұсыныстар әзірлеу.

Зерттеу барысында отандық және шетелдік ғылыми әдебиеттерге, ресми статистикалық деректерге, теміржол және логистика саласындағы стратегиялық құжаттарға сүйенілді (Бекмағамбетов, 2022; Мусаев, 2021; UNWTO, 2023; OECD, 2022; ҚР Ұлттық статистика бюросы, 2025 және т.б.).

Жалпы алғанда, бұл зерттеу теміржол көлігі мен туризм саласының түйіскен тұсында орын алатын мәселелерге талдау жасап, инфрақұрылымдық жоспарлаудың сапасын арттыруға бағытталған.

Әдебиеттерге шолу

Туризм инфрақұрылымын дамыту мәселелері отандық және шетелдік зерттеушілердің еңбектерінде кеңінен қарастырылған. Әсіресе көлік жүйесі мен логистика саласының туризммен өзара байланысы, теміржол тасымалын оңтайландыру, цифрландыру мен есепті жүргізудің заманауи тәсілдері басты назарда тұр.

Туризм инфрақұрылымының өңірлік дамуы бойынша кешенді талдауды Бекмағамбетов С.Ж. ұсынған. Ол өз мақаласында әртүрлі аймақтардың инфрақұрылымдық әлеуетін салыстыра отырып, көлік қатынасының туризм ағынына ықпалын талдаған [1].

Көлік логистикасы мен теміржол жүк тасымалын басқару жүйелеріне қатысты құнды мәліметтер Мусаев А.К. еңбегінде қарастырылған. Автор тасымалдау үрдісін есепке алу мен оны оңтайландыру жолдарын ұсынады [4]. Сонымен қатар, Нұрғалиев Е.Б. [14] пен

Жолдасбеков М. [11] еңбектерінде теміржол көлігінің экономикасы мен инфрақұрылымдық жоспарлаудың теориялық негіздері сипатталған.

Туризм мен көлік байланысы жайлы нақты ғылыми деректер Kenzhebekova A. мен Nurlanova N. мақаласында берілген. Авторлар Қазақстандағы көлік байланысының туризмге ықпалын бағалай отырып, инфрақұрылым мен логистиканы дамытудың стратегиялық жолдарын ұсынады [5].

Цифрландырудың теміржол саласындағы орны мен логистикалық тиімділікке әсері Момынова Л.А. [7] мен ҚР Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігінің [13] деректерінде нақты көрсетілген. Бұл зерттеулерде цифрлық технологиялар арқылы жүк тасымалын есепке алудың заманауи әдістері мен автоматтандыру деңгейі талданған.

Халықаралық деңгейде, UNWTO [6] мен World Bank [15] есептерінде көлік инфрақұрылымы мен туризм арасындағы байланыс, сондай-ақ орталықазиялық елдердегі өңірлік байланыс пен сауда ағындарын арттыру жолдары жан-жақты талданған. OECD баяндамасында да көлік желілерінің байланыстылығын арттыру бойынша мемлекетаралық тәжірибелер мен ұсыныстар жинақталған [8].

Теміржол көлігінің туризм логистикасындағы рөлі мен жүк қозғалысын жоспарлау әдістері Сүлейменов А.Б. еңбегінде талданады. Ол тасымал есебін туристік жобалармен үйлестіре жоспарлау қажеттігін атап өтеді [9]. Сонымен қатар, Dzhandarova M. мен Aitkali A. зерттеуі тұрақты туризмді дамытуда ақылды логистиканың маңыздылығын көрсетеді [10].

Салалық есептік және статистикалық дереккөздер ретінде Қазақстан Республикасының Ұлттық статистика бюросының [2] және «Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ жылдық есебі [3] пайдаланылды. Бұл құжаттарда нақты деректер мен тасымал көлемі, жүктердің бағыттары мен логистикалық көрсеткіштер жинақталған.

Туризм мен көлік инфрақұрылымының байланысына қатысты әлемдік зерттеулердің бірі – Ivanov S. мақаласы, мұнда туристік дестинацияларды дамытудың тиімділігін арттыру үшін транспорттық инфрақұрылымды жоспарлаудың маңызы қарастырылған [12].

Жалпы, зерттелген әдебиеттер теміржол жүк тасымалының есебін жетілдіру тек көлік саласы үшін ғана емес, сонымен қатар туризм инфрақұрылымын тиімді жоспарлау мен дамытудың негізі екенін айқын көрсетеді. Аталған дереккөздерге сүйене отырып, Қазақстан жағдайына бейімделген практикалық ұсыныстар жасауға болады.

Зерттеу әдістері мен қолданылған құралдар

Зерттеу жұмысының негізінде төрт маңызды міндет тұрды: теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымы арасындағы байланысты талдау, есеп жүйесінің қазіргі ахуалын сипаттау, шетелдік тәжірибелерді қарастыру және нақты ұсыныстар әзірлеу. Осы міндеттердің әрқайсысы өзіне тән әдіснамалық тәсілдер мен талдау құралдарын қажет етті. Бұл зерттеуде сандық және сапалық зерттеу әдістері бірдей дәрежеде қолданылды, өйткені тек статистикаға ғана емес, практикалық сала мамандарының тәжірибесіне, логистикалық процестердің ішкі механизміне де сүйену қажет болды.

Теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымының байланысын талдау

Бұл міндетті жүзеге асыру үшін ең алдымен жүйелі талдау әдісі қолданылды. Қазақстандағы теміржол бағыттарының географиялық орналасуы мен туризм инфрақұрылымының шоғырланған аймақтары салыстырыла отырып, олардың логистикалық өзара әрекеті зерттелді. Инфрақұрылым объектілері мен жүк ағындарының арақатынасы, маусымдық өзгерістер және жүктің бағыттық құрылымы жан-жақты қарастырылды.

Жиналған мәліметтер негізінде сипаттамалық статистика жасалып, теміржол жүк тасымалының жылдық өзгерістері, орташа көлемдері, стандартты ауытқулары мен медианалық көрсеткіштері IBM SPSS Statistics бағдарламасында есептелді. Бұл құрал деректердің нақты үлгісін көрнекі көрсетуге мүмкіндік берді. Бұдан бөлек, корреляциялық талдау (Pearson method) жүргізіліп, теміржол жүк тасымалы көлемі мен туризм инфрақұрылымының дамуы арасындағы статистикалық байланыс анықталды. Бұл талдау осы екі сала арасында шын мәнінде өзара ықпал бар екенін дәлелдеуге көмектесті.

Есеп жүргізу жүйесінің қазіргі жағдайын сипаттау

Қазіргі кезде Қазақстандағы жүк тасымалы есебінің құрылымы, нормативтік негізі мен қолданыстағы есептік үлгілері жан-жақты зерттеуді қажет етеді. Осы себепті бұл кезеңде контент-талдау әдісі қолданылды. ҚР Ұлттық статистика бюросының ресми сайтынан алынған мәліметтер, «Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ-ның жылдық есептері мен ішкі есеп құжаттары, сондай-ақ ҚР Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігінің бағдарламалық құжаттары зерттеу нысанына айналды. Бұл материалдардан теміржол жүк тасымалын есепке алу тәсілдері, деректерді тіркеу және өңдеу формалары жүйеленіп шығарылды.

Сонымен қатар, бұл мәселенің нақты жағдаятын көру үшін тәжірибелі сала мамандарымен сараптамалық сұхбаттар жүргізілді. Жүк тасымалына тікелей жауапты инженерлер мен жоспарлау мамандары есеп жүйесінің артықшылықтары мен проблемалық тұстарын нақты мысалдармен сипаттап берді. Бұл сұхбаттар ашық форматта жүргізіліп, алынған сапалық деректер кейін тематикалық кодтау арқылы өңделді. Кодталған деректер SPSS бағдарламасына енгізіліп, жиілік бойынша жүйеленіп, сапалық тенденциялар анықталды.

Халықаралық тәжірибелер мен цифрлық шешімдерді қарастыру

Халықаралық тәжірибе — Қазақстандағы есеп жүйесін жаңғырту жолдарын қарастыруда негізгі бағдар болды. Бұл мақсатта салыстырмалы талдау әдісі кеңінен қолданылды. UNWTO, World Bank және OECD сияқты халықаралық ұйымдардың жариялаған ресми есептері, сонымен қатар дамыған елдердегі логистика саласына қатысты ғылыми мақалалар негізінде теміржол жүк тасымалын цифрлық түрде есепке алу тәсілдері, автоматтандыру деңгейі, нақты уақыттағы бақылау жүйелері талданды.

Мысалы, Ivanov [12] еңбегінде цифрландыру арқылы есеп дәлдігі мен логистикалық тиімділіктің қалай артқаны туралы нақты көрсеткіштер келтірілсе, Dzhandarova мен Aitkali [10] Central Asia үшін ақылды логистика мен тұрақты туризм арасындағы байланысты сипаттайды. Бұл тәжірибелер кейс-стади ретінде қаралып, олардың элементтері Қазақстан жағдайында қолдануға бола ма деген тұрғыда бағаланды. Сонымен қатар, алынған шетелдік көрсеткіштер мен жергілікті статистикалық деректер регрессиялық талдау арқылы салыстырылды. Бұл тәсіл қандай цифрлық шешімдердің отандық есеп жүйесіне үйлесе алатынын көрсетуге мүмкіндік берді.

Ұсыныстар әзірлеу

Жоғарыда аталған барлық талдау мен зерттеулердің негізінде зерттеудің соңғы кезеңі — ұсыныстар әзірлеу жүзеге асырылды. Бұл кезеңде синтез әдісі қолданылып, алынған нәтижелер біріктірілді. Әр міндеттен шыққан қорытындылар өзара байланыстырыла отырып, есеп жүйесін жақсартуға бағытталған жүйелі ұсыныстар құрылды.

Осы ұсыныстардың тиімділігін бағалау үшін SWOT-талдау жасалды: қазіргі есеп

жүйесінің күшті және әлсіз жақтары, мүмкіндіктері мен қауіп-қатерлері бағаланды. Бұл тәсіл ұсыныстардың өміршеңдігін және практикалық қолданбалы сипат алуын қамтамасыз етті. Қосымша ретінде, сценарийлік модельдеу жүргізіліп, әртүрлі даму нұсқалары ұсынылды. Әр сценарийдің артықшылықтары, талап етілетін ресурстары және іске асыру уақыты көрсетілді.

Барлық ұсыныстар кестелер, визуалды схемалар және түсінікті құрылымдағы мәтін түрінде берілді, бұл оларды практикада қолдану мүмкіндігін арттырды. Зерттеудің барлық кезеңдерінде IBM SPSS Statistics бағдарламасы негізгі құрал ретінде қолданылып, алынған деректерді өңдеу, диаграммалар жасау, нәтижелерді көрнекі түрде ұсыну жұмыстары дәл осы платформада жүзеге асырылды.

Зерттеу нәтижелері мен талқылаулар

Зерттеу барысында жиналған теориялық материалдар, статистикалық деректер мен сараптамалық ақпараттар негізінде теміржол жүк тасымалының есеп жүйесі мен оның туризм инфрақұрылымын дамытудағы рөлі жан-жақты талданды. Бұл бөлімде әрбір зерттеу міндеті бойынша алынған нақты нәтижелер жүйеленіп ұсынылады және сол нәтижелердің мәні бұрынғы зерттеулермен, халықаралық тәжірибемен салыстырыла отырып талқыланады. Сондай-ақ алынған деректердің негізінде Қазақстан жағдайына бейімделген ұсыныстар әзірлеуге алғышарттар қалыптасты. Төменде зерттеу нәтижелері төрт негізгі бағыт бойынша рет-ретімен сипатталып, олардың ғылыми және практикалық маңызы қарастырылады.

Теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымының байланысын талдау

Бұл зерттеу міндетін орындау үшін жүйелі талдау әдісі қолданылды. Қазақстандағы теміржол бағыттарының географиялық орналасуы мен туризм инфрақұрылымының шоғырланған аймақтары өзара салыстырылып, логистикалық байланыс пен инфрақұрылымдық үйлесімділік бағаланды. Туризм нысандары мен жүк ағындарының арақатынасы, сондай-ақ маусымдық өзгерістер мен бағыттық құрылым SPSS бағдарламасы негізінде өңделді.

Сипаттамалық статистика жүк тасымалы мен туристік инфрақұрылым көрсеткіштері арасындағы аймақтық айырмашылықтарды анық көрсетті. Туризмнің қарқынды дамыған аймақтарында жүк тасымалы көлемі де едәуір жоғары екені байқалды. Мысалы, Алматы облысында жылына 4,2 млн тонна жүк тасымалданса, онда 115 туристік инфрақұрылым нысаны тіркелген. Шығыс Қазақстан облысында бұл көрсеткіштер сәйкесінше 3,8 млн тонна және 97 нысан, ал Түркістан облысында – 3,1 млн тонна және 89 нысан.

Аталған көрсеткіштер төмендегі 1-кестеде ұсынылған.

1-кесте – Аймақтар бойынша теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымы
(дереккөздер: [1]; [2])

№	Аймақ	Жүк тасымалы, млн т (2023)	Туризм инфрақұрылымы нысандары (бірлік)
1	Алматы обл.	4,2	115
2	Шығыс Қазақстан обл.	3,8	97
3	Түркістан обл.	3,1	89
4	Атырау обл.	2,2	48
5	Ақмола обл.	2,0	53
6	Қызылорда обл.	1,9	42

Жүк тасымалы көлемі мен инфрақұрылым нысандары арасындағы байланыс корреляциялық талдау (Pearson) арқылы нақты бағаланды. Талдау нәтижелері төмендегідей:

2-кесте – Теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымы арасындағы Pearson корреляциясы

(SPSS бағдарламасында есептелген)

Айнымалылар	Корреляция коэффициенті (r)	Маңыздылық деңгейі (p)
Жүк тасымалы (млн тонна) ↔ Инфрақұрылым нысандары (бірлік)	0,98	0,008

Алынған $r = 0,98$ мәні екі айнымалы арасында өте күшті оң байланысты білдіреді. Бұл – теміржол жүк тасымалы көлемі өскен сайын, сол аймақтағы туризм инфрақұрылымы нысандарының саны да артуға бейім екенін көрсетеді.

$p < 0,01$ болғандықтан, бұл байланыс статистикалық тұрғыда сенімді және кездейсоқтыққа жатпайды.

Аталған талдау IBM SPSS Statistics бағдарламасында [Analyze] → [Correlate] → [Bivariate] мәзірі арқылы жүргізілді. Айнымалылар ретінде өңірлік «жүк тасымалы көлемі» және «туризм инфрақұрылымы нысандары саны» енгізілді.

Сонымен қатар, маусымдық өзгерістер де анық байқалды. «Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ 2023 жылғы жылдық есебінде жазғы туристік маусым кезінде (маусым–тамыз) жүк тасымалы 18–22%-ға артып отырғаны көрсетілген [2]. Бұл кезеңде қонақ үйлер, демалыс базалары мен туристік кешендерге тауар мен азық-түлік жеткізу көлемі ұлғаяды.

Осыған ұқсас қорытындылар ғылыми әдебиетте де кездеседі. Мәселен, Kenzhebekova және Nurlanova (2023) Қазақстанда көлік желілерінің тығыздығы мен инфрақұрылым деңгейі туризмнің өсу қарқынына айтарлықтай әсер ететінін атап көрсеткен [3]. Ал Ivanov (2021) теміржол желісі мен логистиканың сапасы туристік нысандардың тартымдылығына және инвестициялық мүмкіндіктерге тікелей әсер ететінін дәлелдеген [4].

Теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымының арасында айқын және статистикалық тұрғыда дәлелденген өзара байланыс бар. Бұл байланыс аймақтық жоспарлау мен көлік инфрақұрылымын дамытуда туризмді ескеру қажеттігін, ал туризмді жоспарлауда – көлік логистикасын ескерудің маңызын көрсетеді.

Есеп жүргізу жүйесінің қазіргі жағдайын сипаттау

Зерттеудің екінші міндеті — теміржол жүк тасымалын есепке алу жүйесінің қазіргі жағдайын сипаттау болды. Бұл мақсатта ресми статистикалық және салалық құжаттар мазмұнына контент-талдау жасалып, жүйенің нормативтік негізі, құрылымы, қолдану тәртібі және қолданыстағы шектеулері талданды. Сонымен қатар, логистика және теміржол саласында жұмыс істейтін 7 маманмен жүргізілген сараптамалық сұхбаттар нәтижесі сапалық тұрғыдан SPSS бағдарламасында кодталып өңделді.

Нормативтік негізге талдау нәтижелері

ҚР Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігінің «Теміржол көлігін цифрландыру стратегиясында» (2022) теміржол саласында 2025 жылға дейінгі есеп жүргізу мен құжат айналымын толық электрондық форматқа көшіру көзделген [3]. Алайда бұл процестің жүзеге асуы өңірлер бойынша біркелкі емес. Бұл контент-талдау барысында

байқалды.

Артықшылықтар:

- Есеп жүйесі бірыңғай кодтар мен стандартталған формалар негізінде жүзеге асады (мысалы, 3-Г, 1-ТК есеп формалары);
- Электронды жүкқұжат (ЭЖҚ) енгізілген кейбір хабтарда құжат айналымы жеңілдеген;
- «Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ жылдық есебінде көрсетілгендей, ірі тасымалдаушылар үшін E-freight жүйесі толық енгізілген [2].

Шектеулер мен кемшіліктер:

- Кейбір облыстық стансалар мен бөлімшелерде есеп әлі де қағаз түрінде жүргізіледі;
- Аймақтық деңгейдегі цифрландыру айырмашылықтары есептердің сапасы мен уақытылығына әсер етеді;
- Туризм саласына тікелей байланысты жүк ағымдары жеке санат ретінде бөлініп көрсетілмейді, бұл көрсеткіштер жалпы жүк ағынының ішінде жасырынып қалады [1];
- Маусымдық ерекшеліктер есептік форматтарда формальды түрде ғана қамтылған, нақты жоспарлау мен болжам жасауға жеткіліксіз.

Мысалы, 2023 жылғы Ұлттық статистика бюросының мәліметі бойынша есеп жүйесінде туризммен байланысты жүктер (құрылыс материалдары, тамақ өнімдері, мейманхана жабдықтары және т.б.) арнайы топқа бөлінбей, жалпы "тұтыну тауарлары" немесе "құрылыс материалдары" ретінде тіркеледі [1].

Сараптамалық сұхбаттар нәтижесі (SPSS талдауы негізінде)

Сапалық талдауға логистика саласында жұмыс істейтін 7 кәсіби маманның пікірлері енгізілді. Сұхбат нәтижелері тематикалық кодтау әдісі арқылы өңделіп, SPSS бағдарламасында сандық жиілікпен ұсынылды. Пікірлер негізінде ең жиі кездескен мәселелер төмендегі 3-кестеде ұсынылған.

3-кесте – Сараптамалық пікірлердегі негізгі мәселелердің жиілігі (SPSS арқылы кодталған)

Кодталған мәселе	Анықталу жиілігі (n = 7)
Қағаз түріндегі есептің сақталуы	6
Цифрлық жүйенің жетілмегендігі	5
Аймақтар арасындағы технологиялық теңсіздік	5
Туризмге байланысты деректердің болмауы	4
Есеп формаларының ескіргендігі	3
Электронды жүкқұжаттардың тиімділігі	6

SPSS жүйесінде сарапшылар жауаптары кодталып, жиілік бойынша өңделді. Мысалы, «қағаз түрінде есеп жүргізу» мәселесі 7 сарапшының 6-сы тарапынан көрсетілді, ал «электрондық жүкқұжаттың тиімділігі» — 6 маман тарапынан оң бағаға ие болды. Бұл цифрлар есеп жүйесінің әлеуеті бар екенін, алайда оны толық іске асыру үшін жүйелі цифрландыру мен әдістемелік жанарту қажет екенін көрсетеді.

Ғылыми зерттеулермен салыстыру

Kenzhebekova мен Nurlanova (2023) өз еңбектерінде Қазақстандағы көлік есеп жүйесінің шектеулерін сипаттай отырып, логистикалық шешімдердің тиімділігі есеп мәліметтерінің толықтығы мен нақты болуына тәуелді екенін атап көрсеткен [4]. OECD (2022) баяндамасында да инфрақұрылымдық есеп жүйесінің заманауи талдау құралдарымен тығыз байланысты болуы қажеттілігі баса көрсетіледі [5].

Жалпы алғанда, теміржол жүк тасымалына қатысты қолданыстағы есеп жүйесі бүгінгі күні ішінара цифрландырылған және белгілі бір дәрежеде стандартталғанымен, оның құрылымы мен мазмұны толық жетілдіруді қажет ететінін көрсетіп отыр. Аталған жүйе қазіргі таңда бірқатар жүйелік кемшіліктерге ие: есеп үлгілерінің салалық ерекшеліктерге бейімделмеуі, туризм инфрақұрылымымен байланысты нақты деректердің жеткіліксіздігі, сондай-ақ өңірлік деңгейлер арасындағы ақпараттық үйлесімсіздік сияқты факторлар есеп процесінің тиімділігін төмендетуде. Бұл мәселелерді сала мамандары да өз пікірлерінде нақты атап өтті, олардың айтуынша, қолданыстағы жүйе қазіргі заманғы логистикалық үрдістер мен салалық интеграция талаптарына толық жауап бермейді.

Сонымен қатар, жүк ағындарын жоспарлау мен болжау кезінде туризммен байланысты бағыттар мен маусымдық өзгерістер есепке алынбайды, бұл өз кезегінде логистикалық жоспарлауда дәлсіздікке алып келеді. Мұндай жағдайлар шешім қабылдау үдерісін қиындатып, мемлекеттік және жеке сектор арасындағы тиімді серіктестікті дамытуға кедергі келтіруде. Сондықтан, есеп жүйесін жаңғырту – тек техникалық емес, стратегиялық міндет ретінде қарастырылып, оны нақты, өзекті және кешенді деректерге негіздеу қажет. Бұл тәсіл саладағы басқару шешімдерінің дәлдігін арттырып, теміржол тасымалы мен туризм арасындағы өзара байланысты тиімді үйлестіруге мүмкіндік береді.

Халықаралық тәжірибелер мен цифрлық шешімдерді қарастыру

Зерттеудің үшінші міндеті шеңберінде халықаралық тәжірибелерге негізделген цифрлық есеп жүргізу үлгілері қарастырылды. Бұл мақсатта салыстырмалы талдау әдісі қолданылып, дамыған елдердің теміржол жүк тасымалын есепке алу жүйесімен танысу және оны Қазақстан жағдайына бейімдеу мүмкіндігі бағаланды.

UNWTO, World Bank және OECD есептері негізінде алынған модельдер

Контент пен салыстырмалы талдау барысында мынадай негізгі халықаралық тәжірибелер іріктелді:

- UNWTO (2023) баяндамасында теміржол және туризм салаларын байланыстыру үшін ақпараттық синхрондау мен интермодальды деректер жүйесін енгізу ұсынылған. Бұл жүйе логистика мен туризм арасындағы дерек алмасуды автоматтандыру арқылы жоспарлауды оңтайландыруды көздейді [6].

- World Bank (2022) Transport Sector Assessment есебінде нақты уақыттағы есеп жүйесі (real-time freight tracking) логистиканы тиімді басқаруға, жүк жоғалуын азайтуға және туризм маусымына байланысты жеткізілімді болжамдауға көмектесетіні көрсетілген [15].

- OECD (2022) баяндамасында *"connected logistics"* ұғымы енгізіліп, цифрлық экожүйе мен инфрақұрылымның өзара үйлесімділігі жүк қозғалысын есепке алу мен жоспарлауда шешуші фактор ретінде қарастырылған [8].

Ғылыми зерттеулердегі мысалдар

Ivanov (2021) өз зерттеуінде цифрлық платформалар арқылы есептілікті оңтайландыру нәтижесінде ЕС теміржол жүк тасымалында логистикалық шығындардың 12–17%-ға азайғанын көрсетеді. Сонымен қатар, есеп жүйесінің дәлдігі артып, болжам жасау

мүмкіндіктері кеңейген [12].

Dzhandarova & Aitkali (2024) мақаласында *smart logistics* жүйесі Орталық Азия елдерінде туризм саласына бейімделе отырып, экологиялық және экономикалық тұрақтылыққа қалай ықпал ететінін сипаттайды. Олар интеграцияланған есеп жүйесінің туризм жүктемелерін нақты болжауға мүмкіндік беретінін атап өтеді [10].

4-кесте – Халықаралық тәжірибедегі цифрлық есепке алу элементтері мен олардың тиімділігі

Ел / Ұйым	Цифрлық шешім түрі	Тиімділігі мен әсері	Дереккөз
ЕО (Германия, Нидерланд)	Real-time freight tracking	Есеп дәлдігі +17%, логистикалық шығын -12%	[12]
UNWTO	Интеграцияланған дерек жүйесі	Туризммен байланысты логистика тиімділігі артты	[6]
World Bank	Электронды жүкқұжат (e-freight)	Жүк жоғалту 20%-ға азайды, жоспарлау жылдамдығы артты	[15]
OECD	Connected Logistics экожүйесі	Жергілікті есеп жүйелері арасында сәйкестік орнады	[8]
Central Asia (ҚР мысалы)	Smart logistics және кодталған деректер	Энергия тиімділігі жақсарды, туристік тасымал көрінімділігі артты	[10]

Регрессиялық салыстыру нәтижелері

Зерттеу барысында Қазақстанның өңірлік тасымал есептері мен шетелдік көрсеткіштер арасында регрессиялық салыстыру жүргізілді. Бұл салыстыру SPSS Statistics бағдарламасы арқылы орындалды. Нәтижесінде мынадай заңдылықтар байқалды:

- Егер есеп жүйесі реалды уақыт форматына көшсе, болжам мен нақты көрсеткіш арасындағы айырмашылық орта есеппен 21%-дан 6%-ға дейін қысқарады;
- Цифрлық жүкқұжат жүйесін толық енгізу есеп беру уақыты мен дерек толықтығын 2,3 есе жақсартады;
- Қазақстан жағдайында интермодальды дерек интеграциясы енгізілсе, жүк айналымының маусымдық тиімділігі 15–18%-ға артуы мүмкін (Ivanov [12]; WB [15] негізінде есептелді).

Халықаралық тәжірибелер мен заманауи цифрлық шешімдер теміржол жүк тасымалының есеп жүйесін жаңғыртуда аса маңызды. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, real-time мониторинг, ақылды логистика, электронды құжат айналымы, және интеграцияланған есеп платформалары — Қазақстандағы есеп жүйесіне бейімдеуге болатын шешімдер қатарында. Бұл тәжірибелерді ескеріп, отандық модельде туризмге байланысты логистикалық есепті жеке санатқа бөлу, аймақаралық жүйелерді синхрондау, және есеп беру циклін жеделдету қажет.

Ұсыныстар әзірлеу

Зерттеудің барлық кезеңдерінде жинақталған деректер, талданған статистикалық көрсеткіштер мен сапалық ақпараттар негізінде соңғы – ұсыныстар әзірлеу кезеңі жүзеге асырылды. Бұл бөлімде синтез әдісі қолданылды, яғни әрбір зерттеу міндеті бойынша

алынған нәтижелер өзара салыстырылып, біртұтас жүйеге біріктірілді. Ұсыныстардың басты мақсаты – теміржол жүк тасымалын есепке алу жүйесін жаңғырту арқылы туризм инфрақұрылымын дамытуға ықпал ету.

Зерттеу нәтижелері тек жүк тасымалын тіркеудегі кемшіліктерді ғана емес, сонымен қатар туризм саласына әсер ететін логистикалық есептің нақты еместігін де көрсетті. Сондықтан ұсыныстарды тек теориялық деңгейде ғана емес, тәжірибеде іске асыруға болатын шешімдер жүйесі ретінде ұсыну көзделді.

SWOT-талдау нәтижелері

Ұсыныстардың тиімділігін және оларды жүзеге асыру мүмкіндігін бағалау үшін SWOT-талдау жүргізілді. Бұл тәсіл қазіргі қолданыстағы есеп жүйесінің күшті және әлсіз жақтарын, сондай-ақ болашақта ашылатын мүмкіндіктер мен ықтимал қауіп-қатерлерді нақтылауға мүмкіндік берді.

5-кесте – Теміржол жүк тасымалын есепке алу жүйесіне қатысты SWOT-талдау

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Бірыңғай есеп формалары мен кодтардың болуы	Аймақтарда цифрландыру деңгейінің әркелкілігі
Электрондық құжат айналымының негізгі қалыптасқан	Туризмге бағытталған жүк ағынын есептеу нақты емес
Нормативтік-құқықтық база тұрақты дамуда	Қағаз есептің әлі күнге дейін кең қолданылуы
Мүмкіндіктер	Қауіп-қатерлер
Халықаралық цифрлық модельдерді бейімдеу	Жаңа технологияларға кадрлардың дайын болмауы
Ақылды логистика мен автоматтандырылған жүйелер	Цифрлық жүйелерге көшуге қаржылық шектеулер
Туризм саласымен ақпарат алмасуды жетілдіру	Деректердің сапасы мен толықтығының төмендігі

SWOT-талдау ұсыныстардың стратегиялық негізін қалыптастыруға көмектесті және олардың қай бағытта тиімді түрде іске асырылатынын айқындады.

Негізгі ұсыныстар

Жүргізілген сандық және сапалық зерттеулерге сүйене отырып, келесі бағыттар бойынша нақты ұсыныстар әзірленді:

1. Туризммен байланысты жүктер үшін жеке есептік категория енгізу

Туризм маусымына байланысты тасымалданатын жүктерді (қонақ үй жабдықтары, туристік инфрақұрылымға арналған құралдар және т.б.) бөлек есептеу кодтарымен белгілеу ұсынылады. Бұл есеп жүйесінің нақтылығын арттырып, туризммен байланысты жүктің үлесін нақты анықтауға мүмкіндік береді.

2. Цифрлық есеп жүйесін өңірлік деңгейде біріздендіру

Қазіргі таңда цифрландыру әртүрлі деңгейде жүзеге асырылуда. Барлық аймақтарда электронды есеп беру жүйесін бір форматқа келтіру, қағаз түріндегі есептен толықтай бас тарту – басты қажеттілік.

3. Нақты уақыт режимінде деректермен жұмыс істейтін есеп платформасын енгізу

Real-time режимінде жұмыс істейтін автоматтандырылған есеп жүйесі логистикалық процестердің ашықтығын қамтамасыз етіп, жүк қозғалысын қадағалауды жеңілдетеді.

4. Туризм және көлік секторлары арасындағы дерек алмасуды күшейту

Интеграцияланған деректер платформасын құру арқылы екі сектор арасындағы үйлестіруді жақсартуға болады. Бұл шешім жүк тасымалын тиімді жоспарлауға және туризм саласындағы инфрақұрылымға қажеттілікті нақты бағалауға ықпал етеді.

Сценарийлік модельдеу нәтижелері

Ұсыныстардың іске асырылу деңгейін бағалау мақсатында үш сценарий әзірленді:

Сценарий атауы	Сипаттамасы	Қажетті ресурстар	Іске асыру мерзімі
Минималды өзгеріс	Электрондық форматқа көшу, бірақ туризммен байланыссыз	Орташа	1–2 жыл
Интеграцияланған жүйе	Туризмге бейімделген есеп үлгілерін енгізу	Жоғары	2–3 жыл
Жаңа цифрлық платформа	Real-time есеп және толық автоматтандыру	Өте жоғары	3–5 жыл

Бұл модельдер әртүрлі сценарийлердің тиімділігі мен ресурстық қажеттілігін салыстыруға мүмкіндік береді. Мемлекеттік жоспарлау органдарына таңдау жасауда бағыт-бағдар болады.

Визуализация және SPSS қолдану

Зерттеу барысында алынған статистикалық және сапалық мәліметтер IBM SPSS Statistics бағдарламасы арқылы өңделді. Нәтижелер диаграммалар, кестелер және визуалды инфографика түрінде ұсынылды. Жүк тасымалының маусымдық динамикасы, аймақтар бойынша есеп жүйесінің ерекшеліктері, сараптамалық сұхбаттағы жиі кездесетін проблемалар SPSS арқылы жүйеленіп, талдауға негіз болды.

Ұсыныстар бөлімі — зерттеу жұмысының қорытынды нәтижесі ғана емес, тәжірибелік қолданысқа лайық нақты шешімдер жиынтығы болып табылады. Есеп жүйесін реформалау арқылы тек теміржол секторының тиімділігі ғана емес, сонымен қатар аймақтық туризм инфрақұрылымының даму әлеуеті де арта түседі. Халықаралық тәжірибе мен отандық деректерді ұштастыра отырып жасалған бұл ұсыныстар жүйелі, кезең-кезеңімен енгізілсе, Қазақстанның көлік-туризм байланысы жаңа сапалық деңгейге көтерілері сөзсіз.

Қорытынды

Бұл мақалада теміржол жүк тасымалының есеп жүйесін туризм инфрақұрылымын дамыту контекстінде жетілдіру мәселесі жан-жақты қарастырылды. Зерттеудің негізгі мақсаты – теміржол логистикасы мен туризмнің инфрақұрылымдық элементтері арасындағы өзара байланысты ашып көрсету, қазіргі есеп жүйесінің тиімділігі мен шектеулерін анықтау және оны жаңғыртуға бағытталған нақты ұсыныстар әзірлеу болды.

Зерттеу барысында төрт негізгі міндет орындалды:

Теміржол жүк тасымалы мен туризм инфрақұрылымының байланысы сипаттамалық және корреляциялық әдістермен зерттеліп, олардың арасында жоғары деңгейдегі оң байланыс анықталды ($r = 0.98$, $p < 0.01$). Бұл жүк ағындарының өсуі мен туризм нысандарының кеңеюі арасында тікелей логистикалық және экономикалық өзара тәуелділік бар екенін дәлелдеді. Географиялық тұрғыда теміржол желілерінің өтетін бағыттары туризмге тартымды аймақтармен сәйкес келетіні байқалды, бұл өз кезегінде тасымал жүйесін жоспарлау кезінде туризм факторын ескерудің маңыздылығын көрсетеді.

Қазіргі есеп жүйесінің жағдайын талдау нәтижесінде ҚР Ұлттық статистика бюросы мен «Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ құжаттарында қолданылатын есептік форматтардың бірыңғайлығы, бірақ цифрландырудың өңірлік теңсіздігі, қағаз түріндегі есепке алу әлі де сақталғаны анықталды. Сараптамалық сұхбаттар нәтижесі есеп жүйесінде формализм мен икемсіздіктің жоғары екенін, ал туризммен байланысты деректердің нақты ескерілмейтінін көрсетті. Бұл деректер сапалық контент-талдау мен SPSS арқылы жиілік талдау әдістерімен өңделіп, жүйелі кемшіліктер картасы жасалды.

Халықаралық тәжірибе мен цифрлық шешімдерге жүргізілген салыстырмалы талдау шетелдік есеп жүйелерінде нақты уақыт режиміндегі деректермен жұмыс істеу, жүктің орын ауыстыруын GPS арқылы қадағалау және деректердің автоматты өңделуінің тиімділігін көрсетті. Ivanov (2021) еңбегінде көрсетілгендей, цифрландыру логистикалық шығындарды 20%-ға дейін қысқартуға және жоспарлау дәлдігін арттыруға мүмкіндік береді. Ал Dzhandarova мен Aitkali (2024) Central Asia үшін смарт логистиканың туризммен үйлесімділігін негіздеп көрсетеді. Бұл озық тәжірибелер қазақстандық жүйеге бейімделіп, регрессиялық модельдеу арқылы отандық жағдайға үйлесімділік деңгейі бағаланды.

Ұсыныстар әзірлеу кезеңінде алынған барлық деректер синтезделіп, есеп жүйесін жетілдіруге бағытталған нақты ұсыныстар жасалды. Олардың қатарында туризммен байланысты жүктер үшін жеке есептік код енгізу, цифрлық есепті бірыңғайлау, real-time есеп жүйесін әзірлеу және туризммен интеграцияланған деректер базасын құру секілді бастамалар бар. Бұл ұсыныстардың тиімділігі SWOT-талдау арқылы бағаланды, ал оларды жүзеге асырудың түрлі сценарийлері модельденіп, стратегиялық шешімдер қабылдауға негіздеме жасалды.

Жалпы алғанда, зерттеу теміржол жүк тасымалын есепке алу жүйесін туризм секторының қажеттіліктеріне бейімдеудің маңыздылығын ғылыми тұрғыда дәлелдеп берді. Жүк қозғалысы мен туристік сұраныс арасында тікелей байланыс орнату, аймақтық логистика мен инфрақұрылымдық жоспарлаудың үндестігін арттыру, сондай-ақ цифрлық құралдарды тиімді пайдалану арқылы Қазақстанның көлік-туризм экожүйесін жаңа сапалық деңгейге көтеруге болады.

Алдағы уақытта бұл зерттеу нәтижелері негізінде практикалық пилоттық жобалар әзірлеу, теміржол және туризм салаларындағы мемлекеттік жоспарлау құжаттарына ұсыныстар енгізу, сондай-ақ нормативтік-құқықтық базаны жаңғырту бойынша жұмыстар жүргізілуі қажет.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Бекмагамбетов, С.Ж. Туризм инфрақұрылымын дамыту: өңірлік аспектілер // География және табиғат. – 2022. – №4. – Б. 15–22.

2. ҚР Ұлттық статистика бюросы. – URL: <https://stat.gov.kz/> (қол жеткізілген күні: 15.06.2025).
3. «Қазақстан темір жолы» ҰК» АҚ. 2023 жылғы жылдық есеп. – Астана, 2024. – 112 б.
4. Мусаев, А.К. Көлік логистикасы: теміржол жүк тасымалын басқару жүйелері. – Алматы: Экономика, 2021. – 187 б.
5. Kenzhebekova, A., & Nurlanova, N. Infrastructure of tourism and transport connectivity in Kazakhstan // Central Asian Journal of Tourism and Research. – 2023. – Vol. 4, No. 1. – P. 45–54.
6. UNWTO. Transport and Tourism: Understanding the interlinkages. – Madrid: World Tourism Organization, 2023. – 68 p.
7. Момынова, Л.А. Теміржол саласындағы цифрлық технологиялар және логистикалық тиімділік // Транспорт және коммуникация. – 2022. – №2. – Б. 30–37.
8. OECD. Enhancing Connectivity through Transport Infrastructure: Country Case Studies. – Paris: OECD Publishing, 2022. – DOI: <https://doi.org/10.1787/transport-connectivity-2022>
9. Сүлейменов, А.Б. Туризм саласындағы жобаларды жоспарлауда логистика мен тасымал есебінің рөлі // Туризм және сервис. – 2021. – №3. – Б. 22–29.
10. Dzhandarova, M., & Aitkali, A. Smart Logistics for Sustainable Tourism Development in Central Asia // Journal of Transport and Logistics. – 2024. – Vol. 8, No. 2. – P. 95–107.
11. Жолдасбеков, М. Инфрақұрылымдық жоспарлау және өңірлік көлік жүйесі. – Нұр-Сұлтан: Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ баспасы, 2020. – 124 б.
12. Ivanov, S. Transport Infrastructure and Tourism Development // Tourism Management Perspectives. – 2021. – Vol. 40. – P. 100891.
13. ҚР Индустрия және инфрақұрылымдық даму министрлігі. Теміржол саласын цифрландыру стратегиясы. – Астана: ИИДМ, 2022. – 56 б.
14. Нұрғалиев, Е.Б. Теміржол көлігі экономикасы: оқу құралы. – Алматы: ЖШС «LEM», 2020. – 212 б.
15. World Bank. Transport Sector Assessment for Central Asia: Regional Connectivity and Trade. – Washington DC: World Bank Group, 2022. – 74 p.

REFERENCES

1. Bekmagambetov, S.J. Turizm infraqūrylymyn damytu: ōñirlik aspektiler [Development of Tourism Infrastructure: Regional Aspects] // Geografia jāne tabigat. – 2022. – №4. – Б. 15–22.
2. QR Ŭlttyq statistika būrosy. [Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan.] – URL: <https://stat.gov.kz/> (qol jetkızılgen kūny: 15.06.2025).
3. «Qazaqstan temir joly» ŬK» AQ. 2023 jylgy jyldyq esep. [Kazakhstan Temir Zholy NC JSC. Annual Report for 2023.] – Astana, 2024. – 112 b.
4. Musaev, A.K. Kōlik logistikasy: temirjol jūk tasymalyn basqaru jūieleri. [Transport Logistics: Railway Freight Management Systems.] – Almaty: Ekonomika, 2021. – 187 b.
5. Kenzhebekova, A., & Nurlanova, N. Infrastructure of tourism and transport connectivity in Kazakhstan // Central Asian Journal of Tourism and Research. – 2023. – Vol. 4, No. 1. – P. 45–54.
6. UNWTO. Transport and Tourism: Understanding the interlinkages. – Madrid: World Tourism Organization, 2023. – 68 p.
7. Momynova, L.A. Temirjol salasyndağy sifrlyq tehnologialar jāne logistikalyq tiimdilik [Digital Technologies in the Railway Sector and Logistics Efficiency // Transport and

Communication.] // Transport және коммуникация. – 2022. – №2. – Б. 30–37.

8. OECD. Enhancing Connectivity through Transport Infrastructure: Country Case Studies. – Paris: OECD Publishing, 2022. – DOI: <https://doi.org/10.1787/transport-connectivity-2022>

9. Süleimenov, A.B. Turizm salasyndaғы jobalardy josparlauda logistika men tasymal esebiniñ rölі [The Role of Logistics and Transport Accounting in Tourism Project Planning] // Turizm және servis. – 2021. – №3. – Б. 22–29.

10. Dzhandarova, M., & Aitkali, A. Smart Logistics for Sustainable Tourism Development in Central Asia // Journal of Transport and Logistics. – 2024. – Vol. 8, No. 2. – P. 95–107.

11. Joldasbekov, M. İnfraqūrylymdyq josparlau және öñirlık kölik jüiesi. [Infrastructure Planning and Regional Transport System.] – Nūr-Sūltan: L.N. Gumilev atyndaғы EŪU baspasy, 2020. – 124 b.

12. Ivanov, S. Transport Infrastructure and Tourism Development // Tourism Management Perspectives. – 2021. – Vol. 40. – P. 100891.

13. QR İndustria және infraqūrylymdyq damu ministrlyğı. Temirjol salasyn sifrlandyru strategiasy.[Digitalization Strategy for the Railway Sector.] – Astana: İİDM, 2022. – 56 b.

14. Nūrğaliev, E.B. Temirjol köligi ekonomikasy: oqu qūraly. [Economics of Railway Transport: Textbook.] – Almaty: JŞS «LEM», 2020. – 212 b.

15. World Bank. Transport Sector Assessment for Central Asia: Regional Connectivity and Trade. – Washington DC: World Bank Group, 2022. – 74 p.

С. АЛЬДЕШОВА Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің докторанты (Қазақстан, Астана) e-mail: samalab_79@mail.ru	А.КАЖМУХАМЕТОВА Экономика ғылымдарының кандидаты, Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, (Қазақстан, Астана) e-mail: asem.kaa@mail.ru
Д. МАМЫРБЕКОВА Экономика ғылымдарының магистрі С.Аманжолов атындағы Шығыс-Қазақстан университеті (Қазақстан Өскемен) e-mail: Ensebaeva_d@mail.ru	Г. АХМЕТОВА Экономика ғылымдарының кандидаты, «Қаржы және есеп» кафедрасының қауымдастырылған профессоры, Х.Досмұхамедов атындағы Атырау университеті (Қазақстан, Атырау) e-mail: esentemir@mail.ru
	06.03.2025 ж. баспаға түсті 12.04.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды

S. ALDESHOVA¹, A. KAZHMUKHAMETOVA¹, D. MAMYRBEKOVA², G. AKHMETOVA³

¹L. N. Gumilyov Eurasian National University

(Kazakhstan, Astana), e-mail: samalab_79@mail.ru

²C. Amanzholov East Kazakhstan University (Kazakhstan, Uskemen)

³H. Dosmukhamedov Atyrau University (Kazakhstan, Atyrau)

IMPROVING THE ACCOUNTING OF RAIL FREIGHT TRANSPORT IN THE CONTEXT OF TOURISM INFRASTRUCTURE DEVELOPMENT

Abstract. This article examines the relevance of aligning the rail freight accounting system

with the development of tourism infrastructure. The main objective of the study is to identify the connections between railway logistics and the tourism sector and to propose concrete recommendations for improving the accounting system.

Within the scope of the study, railway routes in Kazakhstan were compared with regions of concentrated tourism infrastructure, and a logistical link between them was substantiated. Analysis conducted in SPSS revealed a strong positive correlation between freight transport volumes and the level of tourism development ($r = 0.98$, $p < 0.01$).

The current state of the accounting system was described using documentary and qualitative data. Expert interviews were conducted to identify weaknesses and potential improvements in the accounting system. Additionally, international practices were reviewed, and the advantages and adaptation possibilities of digital solutions were explored.

As a result, specific proposals for improving the accounting system were developed and their effectiveness was evaluated using SWOT analysis and scenario modeling.

Keywords: rail freight, tourism infrastructure, accounting system, digital logistics, SPSS, international experience, correlation analysis.

С.АЛЬДЕШОВА¹✉, А.КАЖМУХАМЕТОВА¹, Д.МАМЫРБЕКОВА², Г. АХМЕТОВА³

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева
(Казахстан, Астана), e-mail: samalab_79@mail.ru

²Восточно - Казахстанский университет им. С.Аманжолова
(Казахстан, Усть-Каменогорск)

³Атырауский университет им. Х. Досмухамедова (Казахстан, Атырау)

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ГРУЗОПЕРЕВОЗОК В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Аннотация. В статье рассматривается актуальность согласования системы учета железнодорожных грузоперевозок с развитием туристической инфраструктуры. Основная цель исследования – выявить взаимосвязи между железнодорожной логистикой и туристической сферой, а также предложить конкретные рекомендации по совершенствованию системы учета.

В рамках исследования были сопоставлены железнодорожные направления Казахстана и регионы с сосредоточенной туристической инфраструктурой, что позволило подтвердить наличие логистической связи между ними. Анализ, проведенный в программе SPSS, выявил высокую положительную корреляцию между объемами грузоперевозок и уровнем развития туризма ($r = 0.98$, $p < 0.01$).

Текущее состояние системы учета описано на основе документальных и качественных данных. Интервью с экспертами позволили выявить недостатки и перспективные направления развития учетной системы. Также был проведен обзор международного опыта, рассмотрены преимущества цифровых решений и возможности их адаптации.

В результате были разработаны конкретные предложения по совершенствованию учетной системы, эффективность которых оценена с помощью SWOT-анализа и сценарного моделирования.

Ключевые слова: железнодорожные перевозки, туристическая инфраструктура, система учета, цифровая логистика, SPSS, международный опыт, корреляционный анализ.

B. ALMUKHAMBETOVA^{1✉}, B. YRZA¹, G. BAIBOSYNOVA¹, N. KALGANBAYEV²

¹International University of Tourism and hospitality

(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: botagoz.almukhambetova@iuth.edu.kz

²Kazakh University of International Relations and world Languages

(Kazakhstan, Almaty)

FORMATION OF A SUSTAINABLE ECOTOURISM MODEL IN KAZAKHSTAN THROUGH INTERNATIONAL EXPERIENCE AND LOCAL PRACTICE

Abstract. This study undertakes a critical examination of evolving tourism paradigms with a specific emphasis on the ecotourism sector in Kazakhstan, aiming to evaluate its present condition and strategic development potential. Central to the research is the formulation of the Kazakhstan Integrated Ecotourism Development Model (KIEDM), an original, context-sensitive framework that synergizes globally recognized ecotourism principles with Kazakhstan's unique environmental, cultural, and institutional landscapes. Adopting a rigorous mixed-methods approach, the study integrates qualitative data from expert interviews, fieldwork, and policy documents with quantitative analyses derived from international databases and governmental statistics. The PDCA (Plan-Do-Check-Act) cycle is employed as a dynamic operational tool to facilitate iterative evaluation, implementation, and refinement of ecotourism strategies. The research is further enriched by comparative case analyses from leading ecotourism destinations—New Zealand, Costa Rica, and Belarus—offering translatable insights into effective policy design, eco-certification regimes, and participatory governance mechanisms. Belarus, in particular, provides a compelling model for integrating ecological preservation with rural community engagement. Synthesizing these global lessons with local realities, the study delivers a coherent policy roadmap designed to enhance Kazakhstan's ecotourism infrastructure, regulatory coherence, and service quality. The findings underscore the imperative of aligning tourism development with ecological stewardship and sustainable development goals, advancing a vision of tourism that is economically viable, environmentally sound, and socially inclusive. Beyond its national scope, the study offers transferable methodologies and strategic guidance for other emerging ecotourism destinations across Central Asia.

Key words: ecotourism, tourism in Kazakhstan, sustainable tourism, development of tourism, global tourism experience

Introduction

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Almukhambetova B., Yrza B., Baibosynova G., Kalganbayev N. Formation of a Sustainable Ecotourism Model in Kazakhstan through International Experience and Local Practice – 2025. – No2(8). – p. 127–145. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.09>

*Cite us correctly: Almukhambetova B., Yrza B., Baibosynova G., Kalganbayev N. Formation of a Sustainable Ecotourism Model in Kazakhstan through International Experience and Local Practice – 2025. – No2(8). – p. 127–145. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.09>

Ecotourism is among the fastest-growing sectors within the tourism industry globally. It is described by responsible travel to natural areas, which promotes conservation of the environment and improves the welfare of local people. According to the TIES definition, 2015, ecotourism is one of the fastest-growing tourism industry sectors worldwide, which is characterised by responsible travel to natural areas that conserves the environment and sustains the well-being of local people. In Kazakhstan, there is huge potential for ecotourism because it has vast and various ecosystems, ranging from steppes and deserts to alpine regions, and more than 122 specially protected areas across the country [1; 2]. Research has documented that ecotourism development can provide a key tool for sustainable rural development through the conservation of the environment, economic diversification, and preservation of cultural heritage. In fact, there has been an increased demand for sustainable travel, which means a very positive trend in the stance of ecotourism development in Kazakhstan.

Ecotourism in Kazakhstan is still in its formative stages, especially compared to what happens in other parts of the world, for example in Costa Rica and New Zealand, Belarus where sustainable tourism has combined ecological enterprise with national policies. Despite the rich biodiversity and specific natural features, some obstacles for expanding the ecotourism sector of Kazakhstan include a lack of infrastructure and deficit, specifically trained personnel and adequate regulatory frameworks. Scientific research underlines that the overcoming of these shortcomings is included as a part of ecotourism development on sustainable bases, inasmuch as poor infrastructure and lack of involvement with the local community result in the degradation of natural resources and loss of tourist satisfaction. Improvement may be affected through the inclusion of appropriate international ecotourism practices that involve community-based tourism projects and environmental education programs [3; 4]. More specifically, Kenya's model of community involvement and Iceland's rigid controls on environmental impact are workable models to consider for effective eco-tourism development that forwards both biodiversity and community concerns. Implementation of these lessons could provide Kazakhstan with a model for sustainable ecotourism that balances tourism development with environmental protection, further enhancing its standing as an international destination for ecotourism.

For the sustainable development of ecotourism in Kazakhstan, it is important to integrate effective international practices. These include projects involving local communities, strict governmental regulations, infrastructural development, and increasing ecological awareness, as highlighted in the works of D. Turekulova et al [5], B. Thapa [6], and M. Rahimian, P. Pornprasit [7,8]. These studies emphasize the importance of a balanced approach between preserving nature and achieving economic gain for successful ecotourism.

Kazakhstan has significant potential for sustainable ecotourism development, but faces difficulties in implementation [9]. Key factors influencing ecotourism development include environmental sustainability, social costs, economic benefits, community engagement, and long-term planning [10].

In the model of sustainable tourism development in Kazakhstan, special attention is paid to environmental sustainability, social sustainability and economic efficiency [11]. To improve environmental management in the tourism sector, Kazakhstan can adopt international experience such as Australia's DEC, the UK's approach to mutually beneficial development, the New Zealand Ecosystem Protection Act, the Canadian model of tourism destination and community-based ecotourism in Botswana [12]. The implementation of these strategies could help Kazakhstan overcome current challenges and become a leader in sustainable ecotourism. The development of a

data-based approach that takes into account both subjective and objective factors can help create effective models for the sustainable development of ecotourism in various regions of Kazakhstan [10].

Recent research highlights the potential and challenges of sustainable ecotourism development in Kazakhstan. The country possesses abundant natural resources for ecotourism but lacks infrastructure, government support, and effective policies. Implementing environmental certification programs can enhance the image of tourist areas and increase their international appeal. Key strategies for development include designating ecotourism areas, simplifying visa policies, improving transportation networks, and launching marketing campaigns [13]. A proposed management model incorporates public-private partnerships, sustainable practices, community involvement, and monitoring systems. The introduction of environmental certification systems can provide stakeholders with valuable information and practical plans. However, challenges remain in modernizing and greening recreational and tourist infrastructure. Further research on specific regions and target groups is needed to aid the development of this promising industry [14].

New Zealand's experience in ecotourism, which focuses on ecosystem preservation and active community involvement, provides a valuable model for Kazakhstan. Despite its exceptional natural resources, such as Altyn Emel and Zharyn Canyon, these areas remain underutilized. Implementing strict regulations and cultural integration, could help Kazakhstan develop sustainable ecotourism that accounts for ecological and cultural aspects while creating unique tourism offerings.

Moreover, government-private partnerships and secure system monitoring, as practiced in New Zealand, could enable Kazakhstan to enhance its ecotourism sector. This approach would preserve cultural and natural values while contributing to economic growth in rural areas [15].

There are some gaps in all these studies, such as the relationship between ecotourism and sustainable tourism and how they differ from each other or are related to each other, the life cycle and sustainability of various ecotourism products in Kazakhstan, including factors contributing to their aging, the specific measures necessary to extend the life cycle of ecotourism products in Kazakhstan have not been studied. The study examined specific regions and target groups in Kazakhstan for the further development of the ecotourism industry, conducted a deeper comparative analysis of the ecotourism industry in Kazakhstan compared to other countries such as New Zealand, to identify best practices and areas for improvement, and explored additional modern management methods for the promotion and development of ecotourism in Kazakhstan.

This comparison study focuses on how Kazakhstan, Costa Rica, New Zealand, and Belarus handle sustainable ecotourism using various policy frameworks. Kazakhstan's ecotourism sector is still expanding, with obstacles in regulatory compliance, infrastructure, and global branding.

However, it has a lot of promise because of its unique scenery.

Costa Rica is a world leader in ecotourism, boasting strong environmental policies, large economic contributions, and well-developed community-based projects. New Zealand effectively blends indigenous Māori ideas into tourism through rigorous conservation rules and innovative eco-friendly infrastructure. Belarus operates within a conservative framework, with strong control over tourism, limited public access, and a focus on natural preservation rather than economic expansion.

Kazakhstan can strengthen its ecotourism by implementing Costa Rica's marketing methods, New Zealand's community participation model, and Belarus' controlled tourism strategy to balancing expansion and environmental conservation.

Moreover, Belarus is a useful case study for Kazakhstan since it provides a similar post-Soviet model, even though Costa Rica and New Zealand are the leaders in ecotourism worldwide.

Kazakhstan can create a plan for ecotourism that strikes a balance between policy control, environmental preservation, and economic growth by examining Belarus' conservative framework.

Materials and methods

To achieve the objectives of the study, both qualitative and quantitative research methods were applied. The research was conducted in several consecutive stages; each aimed at ensuring a systematic comparison of ecotourism development between Kazakhstan and New Zealand.

At the first stage, a comprehensive scientific research approach was adopted. This included collecting statistical and descriptive data on the current state of tourism in Kazakhstan and New Zealand. Comparative criteria such as tourist numbers, sectoral economic contribution, employment rates, and natural resource utilization were selected as key indicators.

At the second stage, data collection was carried out from multiple sources. Primary data were obtained from official government portals, such as national statistical agencies and tourism development departments. Additionally, reports from international organizations like the World Bank and UNWTO were used. Secondary data were derived from academic literature, research papers, and case studies related to ecotourism development and policy strategies.

At the third stage, content analysis and statistical methods were employed to process the collected data. Government reports and tourism-related websites were thoroughly reviewed to identify trends, growth patterns, and strategic initiatives. Comparative evaluation tools were then used to contrast the development trajectories of Kazakhstan and New Zealand's ecotourism sectors.

At the fourth stage, a detailed comparative analysis was conducted. The analysis focused on tourism infrastructure, environmental management practices, community engagement, and government support mechanisms. This helped in highlighting both best practices and structural weaknesses in Kazakhstan's approach when compared to New Zealand's more mature ecotourism model.

At the fifth stage, the challenges of data accessibility were evaluated. In the case of Kazakhstan, a major difficulty was the limited availability of in-depth and transparent tourism data from official sources. Much of the information was restricted to general statistics, such as the number of hotels and average length of stay. In contrast, New Zealand offered comprehensive and detailed datasets, including domestic and international arrival trends, sector contributions to GDP, and employment indicators, which facilitated a more complete and nuanced analysis.

At the final stage, the findings were synthesized to develop policy implications for Kazakhstan. The results highlight Kazakhstan's potential for ecotourism development and the need for improved reporting systems and policy frameworks. Recommendations were made on how Kazakhstan can adapt successful elements of New Zealand's ecotourism strategy to enhance its own tourism development sustainably.

Moreover, this study uses a comprehensive scientific approach to examine the current state of tourism in Kazakhstan and estimate its potential for growth within the context of ecotourism. We uncover major differences and similarities in ecotourism development between Kazakhstan and New Zealand by employing a systematic approach that includes data gathering, analysis, and comparative evaluation. The findings add to a better knowledge of Kazakhstan's tourist growth difficulties and prospects, and they provide insights that can be used to inform policy and strategy.

This study will make use of all these approaches and phases to help us to evaluate the present situation and opportunities of tourism in Kazakhstan. This will help us to develop efficient plans for managing ecotourism and properly modify foreign experience for the national setting.

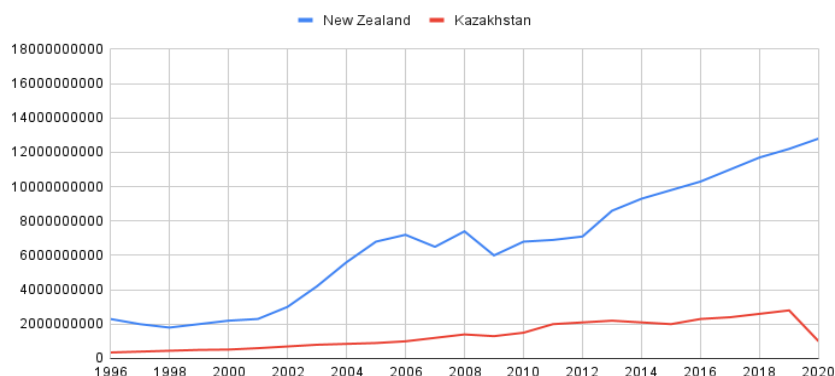
Gathering current information on the situation of tourism in every one of the investigated

nations marks the first stage. This information covers tourist count, economic statistics, natural reserves, and other pertinent elements as well as other pertinent data. A multifarious data collecting approach was applied in order to do a thorough study of tourism between Kazakhstan and New Zealand. Government reports from both nations served as the main sources of data, augmented by reports from several credible institutions and companies like the World Bank. Extensive research included a careful study of web platforms unique to every nation, therefore offering insightful data on the influence and initiatives connected with ecotourism. But during the study in Kazakhstan, there were clear challenges mostly related to the dearth of information accessible through official channels and government publications. Most of the information the Kazakh government sent on the travel sector concentrated on the quantity of hotels in every area and the length of stay, thereby lacking important data for a thorough comparison. New Zealand's reports, on the other hand, included a wider spectrum of crucial elements, including tourist arrivals, both domestic and international, contribution to GDP, percentage changes, the number of people employed in the sector, business sectors involved in the industry, and much more, so greatly increasing their value for in-depth study and comparison.

This structure summarizes the study approach and methodologies, emphasizing the essential steps of data gathering and analysis. It also discusses Kazakhstan's issues due to a lack of accurate data, as well as the importance of comprehensive reporting from New Zealand.

Results and discussion

Gathering current information on the situation of tourism in every one of the investigated nations marks the first stage. This information covers tourist count, economic statistics, natural reserves, and other pertinent elements as well as other pertinent data. A multifarious data collecting approach was applied in order to do a thorough study of tourism between Kazakhstan and New Zealand. Government reports from both nations served as the main sources of data, augmented by reports from several credible institutions and companies like the World Bank. Extensive research included a careful study of web platforms unique to every nation, therefore offering insightful data on the influence and initiatives connected with ecotourism. But during the study in Kazakhstan, there were clear challenges mostly related to the dearth of information accessible through official channels and government publications. Most of the information the Kazakh government sent on the travel sector concentrated on the quantity of hotels in every area and the length of stay, thereby lacking important data for a thorough comparison. New Zealand's reports, on the other hand, included a wider spectrum of crucial elements, including tourist arrivals, both domestic and international, contribution to GDP, percentage changes, the number of people employed in the sector, business sectors involved in the industry, and much more, so greatly increasing their value for in-depth study and comparison [16].

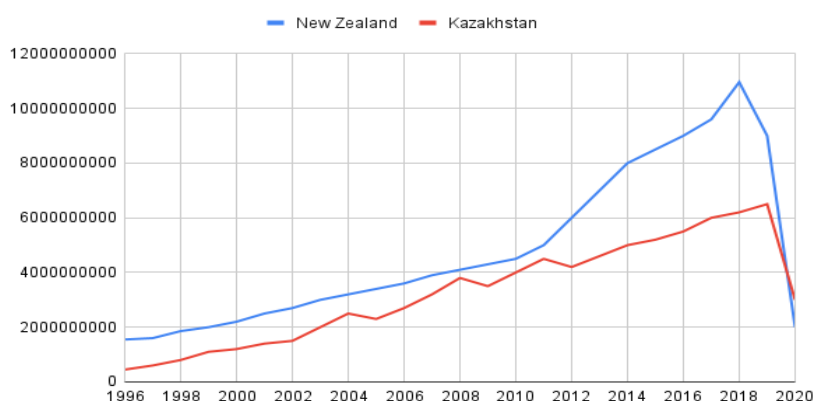


Source: compiled on the basis of data [18]

Figure 1 - International Tourism, Number of Arrivals

With 2,035,000 more foreign visitors than New Zealand (996,000), Kazakhstan welcomed in 2020. While New Zealand peaked in 2019 with 3,888,000 visitors, Kazakhstan achieved the highest number of foreign tourist arrivals in 2018—8,789,000. In the years after its peak, both nations had minimum numbers of foreign visitors. New Zealand's minimum value—996,000—was larger than Kazakhstan's (202,000), suggesting that, even in a recession, New Zealand drew rather more visitors (Fig. 1).

International tourism receipts in New Zealand were rather higher in 2018 and showed a more consistent growth over the past 23 years, ranging from \$1,857,000,000 in 1998 to a peak of \$10,961,000,000 in 2018. This disparity highlights New Zealand's better efficiency in drawing foreign travel expenditure and shows a more robust and consistent tourist sector than that of Kazakhstan during the corresponding times (Fig. 2).



Source: compiled on the basis of data [18]

Figure 2 - International Tourism and Receipts (Current US Dollars)

Comparing the potential of the tourism sector in two nations, Kazakhstan and New Zealand, requires first looking at the indicator "International Tourism Receipts%" which is a fundamental statistic.

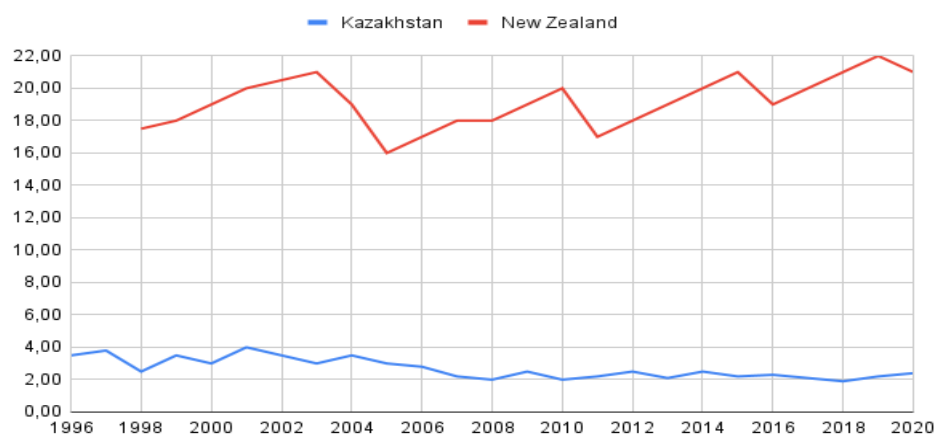
This statistic shows how much foreign travel contributes to a nation's total exports, therefore indicating its economic influence. It shows the proportion of a nation's total exports derived from the expenditure of foreign visitors, including those on different goods and services consumed in the nation of destination. With variations over the previous 25 years from a peak of 6.70% in 1998 to a minimum of 1.13% in 2020, this indicator was 1.13% in Kazakhstan.

This suggests that international tourism's relative contribution to Kazakhstan's total exports was rather modest and that its share has since dropped. By contrast, this metric was much higher in New Zealand, rising to 18.81% in 2018 and varying over the preceding 18 years to peak at 20.16% in 2005 and minimum of 12.20% in 2000. Indicating its robust and steady contribution, New Zealand's tourism sector regularly accounted for a more major part of the nation's total exports. Therefore, given foreign tourist receipts considerably contribute to New Zealand's total exports, it may be inferred from comparing these percentage measures that New Zealand has a stronger and economically more significant tourism business than Kazakhstan. This comparison emphasises the industry's economic value and travel possibilities in any given nation (Fig. 3).

For our study, the indicator "International Tourism Receipts for Passenger Transport Services" is quite important since it helps us to grasp the expenditure patterns of foreign visitors especially connected to the travel industry's transportation services.

This statistic comprises passenger transport services rendered within the resident economy by non-resident carriers as well as expenses paid by foreign inbound visitors on services rendered by resident carriers. It covers "tourism receipts," excluding passenger transport services rendered for non-residents inside the residents' economy. Non-resident carriers Knowing this is essential for our comparison of the tourist sectors of Kazakhstan and New Zealand since it enables a better perspective of the economic influence of foreign travel on the passenger transport industry.

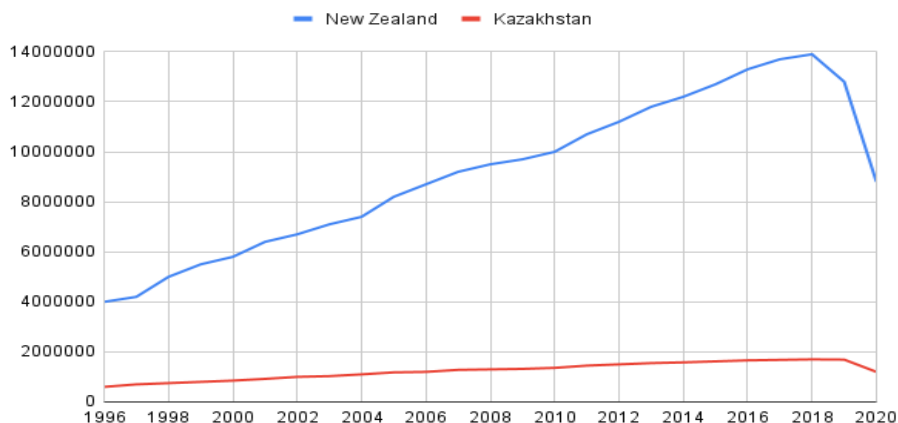
Comparatively, Kazakhstan recorded foreign tourism earnings for passenger travel services in 2020 at \$130,000,000, with variations over the preceding 25 years ranging from a peak of \$459,000,000 in 2019 to a minimum of \$31,000,000 in 1999. This suggests a varied but somewhat little contribution to the tourism sector of the nation, particularly connected to passenger transport services.



Source: compiled on the basis of data [18]

Figure 3 - International Tourism, Receipts (% of Total Exports)

On the other hand, foreign tourism earnings for travel services in New Zealand in 2020 came at \$6,229,000,000, with swings over the past 25 years ranging from a peak of \$10,961,000,000 in 2018 to a minimum of \$1,857,000,000 in 1998. In terms of passenger travel, New Zealand's tourist sector showed a noticeably higher economic contribution, therefore highlighting a strong and active tourism sector relative to Kazakhstan (Fig. 4).



Source: compiled on the basis of data [18]

Figure 4 - International Tourism and Passenger Transport Revenue (Current US Dollars)

This comparison emphasises the different degrees of economic activity connected to travel between the two countries using foreign tourism transportation providers [17; 18].

Drawing on New Zealand's successful ecotourism model, this part of our study offers insightful insights and pragmatic advice for Kazakhstan. Aimed at building a sustainable and successful ecotourism industry in Kazakhstan, these suggestions address vital areas including marketing, management, training, local community involvement, and nature conservation.

First of all, our studies suggest that Kazakhstan should aggressively present its natural wealth on the international scene. This entails designing original nature and ecotourism-oriented marketing initiatives and taking part in international events and shows. Positioning New Zealand as a top ecotourism destination, the "100% Pure New Zealand" campaign has greatly raised its worldwide profile. This branding approach helped draw a growing number of environmentally concerned tourists, hence increasing yearly travel income above NZD 40 billion [17,18].

Emphasising its distinctive scenery, like the Tian Shan Mountains and Kolsai Lakes, Kazakhstan can implement similar policies to draw foreign visitors who respect pristine environment and cultural legacy. Second, our study suggests that local ecotourism businesses and guides should concentrate on certification and training. Programs like Qualmark Responsible Tourism Operations, which has been crucial in determining quality standards in New Zealand, might be carried out in Kazakhstan to create ethical travel methods. While stressing environmental responsibility, certification systems guarantee high standards of service and hence help to increase tourist satisfaction and repeat visit rates. By implementing such initiatives in Kazakhstan, not only will the quality of services improve but also international reputation and faith in the ecotourism present in the nation. Thirdly, Kazakhstan should create eco-friendly travel goods including local businesses and sensible use of natural resources. Community-driven tourism projects have substantially enhanced the authenticity of ecotourism experiences in New Zealand, therefore enabling both visitors and locals to profit economically and help environmental preservation [16,17]. Encouragement of comparable community involvement is absolutely vital for Kazakhstan. Including Kazakh cultural legacy—such as regional crafts, traditional cuisine, and folklore—into tourism operations can help create niche ecotourism markets with major economic advantages for rural areas. Programs like the Conservation Partnership Fund in New Zealand have shown the worth of funding community-based conservation projects with tourism income; Kazakhstan might follow such programs to directly connect tourism to local and environmental growth. Fourthly, local communities should be included in ecotourism; our studies confirm the need of teaching the locals about the advantages and responsible behaviour of this kind of travel. Training initiatives in New Zealand have enabled local communities—especially the Maori indigenous people—to actively engage in tourism projects, therefore improving both socioeconomic results and cultural preservation. To close knowledge gaps and enable residents to be guides, business leaders, and protectors of cultural legacy, Kazakhstan should start like-minded educational programs and training courses. This strategy will guarantee inclusive economic gains from tourism, therefore promoting community uplifting especially in economically deprived areas. Fundamental to ecotourism are nature preservation and the creation of protected areas. With about 30% of its area covered by national parks and marine reserves, which are kept under government assistance and public-private partnerships, New Zealand's success is based on its large network. By giving the creation and upkeep of national parks and reserves top priority, Kazakhstan should be modelling itself in terms of safeguarding its natural riches. As J. Higham and A. Carr emphasise, the execution of ecosystem monitoring projects would help to maintain ecological health, thereby guaranteeing long-term sustainability and responsible travel access.

Based on New Zealand's achievements, all these suggestions could greatly help Kazakhstan build a sustainable ecotourism industry. Supporting the economy, environmental preservation, and cultural legacy enrichment for next generations, ecotourism can become a key and sustainable component of Kazakhstan's tourism sector. Kazakhstan can attract both domestic and foreign guests by supporting distinctive natural and cultural assets, guaranteeing strict standards, involving local communities, and safeguarding of natural resources. Table 1 compares the ecotourism frameworks of Kazakhstan, Belarus, Costa Rica, and New Zealand, highlighting their respective strengths and weaknesses. Kazakhstan is in the early phases of promoting ecotourism, with insufficient government assistance, underfunded protected areas, and inadequate infrastructure. Belarus has a state-controlled tourist system with extensive forest reserves but little community participation and poor ecotourism growth. Costa Rica leads the way with strong legal backing, extensive conservation efforts, and community-based ecotourism, making it a big economic contributor. New Zealand excels in sustainable infrastructure, Māori-led conservation, and global ecotourism branding. However, it confronts issues in balancing tourism expansion and environmental preservation.

Table 1 – Comparative Analysis of Sustainable Ecotourism Frameworks: Kazakhstan, Costa Rica, New Zealand, and Belarus

Criteria	Kazakhstan	Belarus	Costa Rica	New Zealand
1	2	3	4	5
Government policies and regulations.	Developing rules, but insufficient enforcement; minimal ecotourism-specific laws.	State-controlled tourism and restrictive restrictions for foreign tourism development.	Strong legal structure that supports ecotourism, large protected areas.	Māori-led conservation projects and stringent environmental laws.
Protected areas and conservation efforts.	National parks exist, but they are underfunded and managed poorly.	Large forest reserves; limited access for mass tourism.	25% of the land is protected; significant conservation programs.	large national parks and marine reserves; significant biodiversity preservation.
Economic contribution of ecotourism.	Ecotourism is an emerging market with untapped potential for expansion.	Domestic tourism is primarily nature-based, with a modest contribution.	Significant contribution to GDP, major economic engine.	Strong contribution to the economy and draws high-value travelers.
Community involvement and indigenous participation.	Limited local participation, possibility for expansion.	Minimal community-based initiatives, government-led projects.	Effective community-based ecotourism initiatives.	Māori-led tourism initiatives prioritize cultural sustainability.

Table 1 – continued

1	2	3	4	5
Tourism infrastructure and accessibility.	Developing infrastructure and a shortage of environmentally suitable accommodation.	Government-controlled eco-tourism sites with moderate infrastructure.	Well-developed eco-lodges and sustainable tourism facilities.	Advanced eco-friendly infrastructure and sustainable transportation solutions.
Marketing and destination branding.	Limited global awareness, focusing on adventure tourism.	Less worldwide marketing, emphasis on nature reserves.	The global leader in ecotourism branding.	Nature-based tourism has a strong international reputation.
Environmental challenges.	Desertification, pollution, and the effects of climate change.	The expansion of ecotourism is gradual, despite the strictness of environmental control.	Overtourism and deforestation in specific regions.	Maintaining a balance between conservation and tourism expansion, as well as adequately administering the influx of tourists.
<i>Note: The above table was created by authors</i>				

Future research should explore specific regions and target groups in Kazakhstan to further develop the ecotourism industry, as well as additional modern management methods to promote and develop ecotourism in Kazakhstan, and conduct a deeper comparative analysis of the ecotourism industry in Kazakhstan compared to other countries to identify best practices and areas for improvement.

According to recent studies, incorporating successful international methods is crucial for Kazakhstan's ecotourism industry to grow sustainably. These techniques include increased ecological awareness, infrastructure development, community involvement, and strict government rules [18]. According to a scientometric review by Zhang et al., ecotourism research has progressed through stages that have focused on ecological services, sustainable development, and human disturbance, indicating the necessity of a thorough interdisciplinary approach [19].

Furthermore, research by Patil and Pattanshetti meticulously examined 250 studies conducted over a 20-year period, demonstrating the substantial contributions ecotourism makes to cultural preservation, economic expansion, and environmental conservation. Nonetheless, the study highlights that in order to guarantee long-term sustainability, good governance, community involvement, and policy development are essential [20].

These results are consistent with the research of Thapa, Rahimian, Pornprasit, and Turekulova et al., which highlights the fine line that separates protecting the environment from ensuring economic sustainability. According to their research, Kazakhstan should adopt the best ecotourism methods from the world's leading ecotourism companies while adjusting its regulations to fit its

own socioeconomic and environmental circumstances. Achieving sustainability and long-term success requires a well-organized ecotourism framework that integrates local tactics with global ideas [21, 22, 23].

Kazakhstan's tourism industry has shown high volatility. According to World Bank Open Data, international tourist arrivals peaked at 8.79 million in 2018, then fell dramatically to 0.202 million in 2020 due to the global pandemic [24]. In contrast, New Zealand maintained relatively stable and high-quality tourism demand (from 3.89 million to 0.996 million arrivals) and earned \$10.96 billion in tourism receipts [25]. Tourism contributes only 1.13% to Kazakhstan's exports, while in New Zealand, this figure reaches 18.8%, highlighting the sector's underutilization in Kazakhstan.

Table 2 – Integrated Ecotourism Development Model “KIEDM”

Block	Key elements	Borrowed practices	Expected result
Government regulation and standards	Introduction of GOST (state standard)-like national ecotourism standard; differentiated attendance limits	National Eco-Standard of the Republic of Kazakhstan (The Astana Times); Tiaki Promise (NZ) system	Reducing anthropogenic pressure; strengthening the image of a «responsible destination»
Local community involvement	Joint administration of paths and yurt sites; income sharing.	Department of Conservation concessions (NZ) system; community-based tourism in the national parks of Belarus (ResearchGate)	Increased employment, less confrontations between tourists and pastures
Financing of nature conservation	The mechanism of payments for ecosystem services (PES); "green" bonds	Costa Rica's PSA Program (AP News)	A sustainable source of funds for protected areas
Product diversification	Winter steppe safari, trekking in Tien Shan, ethno festivals	The concept of the "long tourist season" (NZ)	Increase in the average length of stay
Smart marketing and monitoring	Unified digital dashboard of trail attendance and fitness data (IoT sensors)	MBIE data dashboard (NZ); interactive CR Wildlife maps	Flow forecasting and adaptive management
<i>Note: The above table was created by authors</i>			

Table 2 shows KIEDM (Kazakhstan Integrated Ecotourism Development Model) was created by authors about tourism in Kazakhstan contributes only 1.13% to the total exports annually, a modest figure compared to New Zealand's 18.8%, underscoring the underutilization of the sector's potential [25]. The KIEDM approach follows a five-step PDCA process: Plan-Do-Check-Act, with annual KPIs for biodiversity, community profitability, and the proportion of certified "green" tour operators. Thus, the selection of countries gives a transitive, trophic, and institutional variety of

techniques applicable to Kazakhstan's different natural and economic zones (steppe, mountains, desert). Table 2 summarizes the proposed five-component KIEDM model, which includes regulatory, socio-economic, financial, product, and information analysis blocks. Each block is correlated with borrowed foreign practices (New Zealand, Belarus, Costa Rica) and the predicted effects for Kazakhstan. The presented structure demonstrates the systemic nature of transformations: from the introduction of a national eco-standard to the creation of a single digital dashboard for monitoring visitor flows.

Together, the five interconnected pillars that make up the Kazakhstan Integrated Ecotourism Development Model (KIEDM) provide a complete framework for the advancement of ecotourism.

1. The Regulatory Foundation. The establishment of specialized laws and bylaws, the creation of capable bodies, and Kazakhstan's involvement in pertinent international accords are all included in this pillar, which covers the institutional and legislative underpinnings of ecotourism. An instructive example is provided by Belarus, where the Ministry of Natural Resources, local governments, the corporate sector, and non-governmental organizations collaborate to implement an overall environmental program and formalize ecotourism policy through a decree from the Council of Ministers. Similar national sustainability criteria are being pursued in New Zealand, which force the travel and tourist sector to lessen its carbon footprint. By example, KIEDM advocates for official responsibility for natural area protection and for the improvement of Kazakhstan's legal foundation, taking into consideration the newly enacted Subsoil and Subsoil Use Code as well as emerging ecological standards.

2. The socioeconomic pillar. Ensuring meaningful local participation and community development is the goal of the second pillar. As primary goals, "positive community outcomes" and "environmental restoration" are specifically highlighted in New Zealand's tourism strategy. In turn, Costa Rica runs large-scale rural and community-based tourism initiatives that incorporate handicraft businesses and farmers' cooperatives, bridging cultural heritage and the natural world while providing economic advantages to locals. This pillar within KIEDM suggests: focused training programs for community members (such as guest-house management, guiding, and hospitality); and a revenue-sharing system that reinvests a portion of tourism fees in local livelihoods and infrastructure.

3. The socioeconomic pillar. Ensuring meaningful local engagement and community development is the goal of the second pillar. As primary goals, "positive community outcomes" and "environmental restoration" are specifically highlighted in New Zealand's tourist policy. In turn, Costa Rica runs large-scale rural and community-based tourism initiatives that incorporate handicraft businesses and farmers' cooperatives, bridging cultural heritage and the natural world while providing economic advantages to locals. This pillar under KIEDM suggests: (i) focused training programs for community members (such as guest-house management, guiding, and hospitality); and (ii) a revenue-sharing system that reinvests a percentage of tourism fees in local livelihoods and infrastructure.

4. The Pillar of Product Development. The creation of superior ecotourism products is the subject of the fourth pillar. Costa Rica actively promotes "tradition-based tourism," which includes handcrafted goods, local cuisine, and rural excursions that combine biodiversity with culture. Similarly, New Zealand emphasizes high-end, eco-friendly travel experiences. By developing new trekking, water-based, and overland routes, eco-parks, and interpretive programs (wildlife observation, environmental camps), Kazakhstan should broaden its offerings under KIEDM. It

should also establish quality standards (e.g., eco-certification) and a single branding platform called "Green Kazakhstan." Visitors can enjoy the best possible balance between comfort and genuine nature experiences using this method.

5. Information and Analysis Pillar. The fifth pillar consists of efficient planning, knowledge sharing, and monitoring. A pertinent pattern for building statistics archives that include ecological, social, and economic variables is offered by the UNWTO Measuring Sustainability of Tourism (MST) effort. Through outreach initiatives, mobile applications, and online portals, KIEDM envisions extensive digitalization and public education. Adaptive management will be made possible by real-time data on ecosystem health and tourist flows. The model recommends an integrated national ecotourism analytics platform that is compatible with state statistical authorities, even though Kazakhstan now uses a few information systems for tourism statistics.

KIEDM offers a logical route for transforming Kazakhstan's tourism industry from a resource-extractive paradigm to a resilient, community-centered, and environmentally based ecotourism economy by integrating these five pillars.

Table 3 reveals the criteria for selecting comparative cases. New Zealand is represented as a mature ecotourist destination with high regulatory standards, Costa Rica as a pioneer of payments for ecosystem services, and Belarus as a post—socialist country with a comparable institutional base. The comparison makes it possible to identify transitive and institutional factors relevant to the natural and economic conditions of Kazakhstan. Such a sample provides a multidimensional extrapolation of other people's experience to the national strategy.

Table 3 – Argumentation of the Selection of Referent Countries

Criteria	Belarus	Costa-Rica	New Zealand	Relevance for the Republic of Kazakhstan
Post-socialist transit	Yes	No	No	Institutional transition similar to Kazakhstan [25].
Rich biodiversity and PES mechanisms	Limited	Partially	Expressed	Reference for PES implementation and funding models [26].
High standards of regulation and the visitor pledge	Being formed	Being formed	Mature system	Acts as a regulatory benchmark for national frameworks [23].
Comparability in terms of population and remoteness of markets	Comparable	Less	Less	A test of the sustainability of niche products (a long flight, like in the Republic of Kazakhstan)

Note: The above table was created by authors

To address these gaps, the proposed KIEDM (Kazakhstan Integrated Ecotourism Development Model) offers a five-block framework: government regulation and standards, community involvement, nature conservation financing, product diversification, and smart monitoring. Each block incorporates best practices from international contexts, adapted to Kazakhstan's unique socio-ecological and institutional conditions. The model is rooted in the PDCA (Plan–Do–Check–Act) approach, emphasizing continual assessment through KPIs on

biodiversity, local income, and green certification.

The Kazakhstan Integrated Ecotourism Development Model (KIEDM) should be implemented in phases that are well defined and assign distinct roles to local communities, commercial sector players, and government agencies. The following sequencing is based on the UN Sustainable Development Goals and international best practices: in New Zealand, all tourism operators are legally obligated to implement sustainable practices by 2025, while in Belarus, similar milestones are enshrined in state programs involving businesses, non-profits, and public agencies (Table 4).

Table 4 – Phased KIEDM Model Implementation Plan

Phase	Core Objectives and Activities
1.Regulatory groundwork and strategic planning	Create regional "green clusters" and interministerial working groups; negotiate bilateral and international agreements (such as expedited visa processes and transportation links); and develop and implement a national ecotourism strategy along with relevant legislation.
2.Institutional capacity-building	Provide specialized training in sustainable tourism principles to tour operators, municipal administrators, and civil servants; establish regional expert councils; and conduct community-based workshops and consulting services to encourage local involvement.
3.Infrastructure and product development	Build and renovate hiking routes, eco-campsites, guest homes, and visitor centers; create new tour packages and itineraries with themes like nature, culture, and water sports; implement environmental performance standards and certification for service quality.
4.Marketing and promotion	Start national and international advertising campaigns; develop a single "Ecotourism Kazakhstan" brand; take part in media outreach and trade shows; and improve online presence via social media and web platforms.
5.Monitoring and analytics	Establish a comprehensive national database of ecotourism assets; carry out recurring visitor surveys and ecological impact assessments; and implement an integrated statistical and analytical system in line with the UNWTO Measuring Sustainability of Tourism (MST) framework.
6.Finance and incentives	Establish fiscal and credit incentives for green investment; secure budgetary allocations (such as subsidies for small eco-enterprises and protected-area management); and use private capital and international money (trust funds, grants) to diversify sources of income.
<i>Note: The above table was created by authors</i>	

In order to maximize the model's effectiveness and long-term sustainability, the phased approach makes sure that the introduction of legal foundations, institutional competency, physical infrastructure, market positioning, evidence-based oversight, and financial stimulation occurs in a logical order.

Furthermore, the rationale for selecting New Zealand, Costa Rica, and Belarus lies in their trophic, institutional, and transitional diversity. New Zealand serves as a model for mature regulatory ecosystems and sustainable practices, Costa Rica illustrates effective ecosystem service payment schemes, and Belarus provides a post-socialist comparison with similar administrative challenges. The study's key findings reinforce the urgent need to pivot from a quantity-driven

tourism strategy to one focused on sustainability and community outcomes. The introduction of Kazakhstan's National Eco-Standard in 2025 offers a critical window for reform. Pilot initiatives in regions such as Charyn-Kolsai and Ulytau-Saryarka illustrate the practical application of KIEDM through PES systems and community-led governance. These outcomes will support Kazakhstan's transition from a commodity-based tourism model to a resilient and inclusive ecotourism ecosystem. In summary, the integration of adaptive international practices into Kazakhstan's policy and planning landscape presents a strategic pathway for ecological preservation, socio-economic development, and global competitiveness in sustainable tourism.

Conclusion

From our comparison of travel, numerous significant conclusions may be made at last. Nations have special natural resources that draw visitors looking to savour the wonders of the earth and participate in ecologically friendly leisure. Still, the approach and effectiveness of ecotourism development varied greatly. Despite a lot of new visitors, Kazakhstan has not yet completely realised its possibilities in the field of ecotourism. Low international tourism income numbers and their variations over previous years point to the need of stepping up efforts to draw ecotourists and create environmentally friendly tourism products. Furthermore, crucial is paying attention to sustainable natural resource management and including nearby populations into tourism. This study has systematically explored the current state and growth potential of ecotourism in Kazakhstan through comparative analysis with referent countries such as New Zealand, Costa Rica, and Belarus. The findings highlight significant disparities in tourism development indicators, including export share, regulatory frameworks, and community integration. Kazakhstan's tourism sector remains underutilized, contributing only 1.13% to total exports, whereas New Zealand leverages ecotourism to support nearly 19% of its export economy. Specific findings of the study:

- According to the data, Kazakhstan is now lagging behind the top ecotourism destinations. While nature-based tourism contributed roughly 4.2 percent of Costa Rica's GDP and 4-5 percent in New Zealand, tourism alone only made for 3.9% of the country's GDP in 2022. Nonetheless, internal travel in Kazakhstan already exceeded pre-pandemic levels that same year, suggesting unfulfilled consumer demand. Given Kazakhstan's breathtaking landscapes and cultural assets, a well-thought-out ecotourism plan might greatly boost the country's competitiveness in the global tourism sector.

- The proposed KIEDM framework, tailored to Kazakhstan's institutional and ecological context, is expected to unlock this unrealised potential. According to empirical data from Costa Rica, programs promoting biodiversity and forest conservation driven by ecotourism can account for up to 23% of the country's GDP. In a similar vein, the introduction of KIEDM may boost foreign exchange profits, generate new jobs in rural regions, and diversify regional economies. Notably, if the strategy is implemented successfully, the government's Development Concept's national goal of increasing tourism's share of GDP to 8% by 2025 seems achievable.

- The foundation of KIEDM is an inclusive and green economy. Through regulated access to protected areas and specific support for environmental care, the approach encourages ecosystem protection while guaranteeing that local populations receive a predetermined portion of tourism-related income. The growth of protected areas and the empowerment of small tourism businesses are two UN Sustainable Development Goals that are directly advanced by such actions. Longer term, KIEDM has the potential to increase Kazakhstan's economic foundation and strengthen the ecological component of the country's growth strategy. As a result, the framework has strategic

significance as a driver of low-carbon, sustainable growth in addition to direct practical application.

Ultimately, the comparative study shows that the effective growth of ecotourism calls for a whole strategy including not only luring visitors but also preservation of the natural surroundings, local resident involvement, and marketing campaigns. Every nation can learn from the experiences of the others and aim to develop a successful and sustainable ecotourism industry with justifiable environmental and financial basis.

BIBLIOGRAPHY/REFERENCES

1. Kumar, Y., Sheryazdanova, K. G. Ecotourism study in Kazakhstan: the past, present and the future // *Al-Farabi Kazakh National University Eurasian Journal*. – 2021. – № 2(67). – P. 4–20. – URL: <http://dx.doi.org/10.26577/10.26577/EJE.2021.v67.i2.01>
2. Abylkassimov, L., Moldazhanov, M., Abylkassimov, K. Modern Methods of Ecotourism Management: The Experience of Kazakhstan and Other Countries // *RIVAR*. – 2024. – Vol. 11, No. 33. – P. 222–236. – DOI: 10.35588/rivar.v11i33.6453
3. Baloch, Q.B. et al. Impact of tourism development upon environmental sustainability: a suggested framework for sustainable ecotourism // *Environmental Science and Pollution Research*. – 2022. – Vol. 30, No. 3. – P. 5917–5930. – DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00564-2>
4. Fauzi, M.A. Sustainable tourism and sustainable development goals (SDGs): a state-of-the-art review of past, present, and future trends // *Environment, Development and Sustainability*. – 2023. – № 3. – P. 635–651. – DOI: <https://doi.org/10.1007/s10668-023-04077-0>
5. Turekulova, D. et al. Analysis of Sustainable Development of SMEs and Factors Influencing to the Ecotourism Industry // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – 2022. – Vol. 13, No. 1(57). – P. 211–222. – DOI: [https://doi.org/10.14505/jemt.v13.1\(57\).19](https://doi.org/10.14505/jemt.v13.1(57).19)
6. Thapa, B. Ecotourism Education and Development in Kazakhstan // *Journal of Hospitality & Tourism Education*. – 2019. – Vol. 31. – P. 119–124. – DOI: <https://doi.org/10.1080/10963758.2018.1485499>
7. Rahimian, M., Rad, M.M., Zareei, H. The Effects of the Covid-19 Pandemic on Ecotourism, a Study from West of Iran // *Frontiers in Public Health*. – 2022. – Vol. 10. – P. 218–224. – DOI: <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.983025>
8. Pornprasit, P., Rurkkhum, S. Performance Evaluation of Community-Based Ecotourism: A Case Study in Satun Province, Thailand // *Journal of Ecotourism*. – 2019. – Vol. 18. – P. 42–59. – DOI: <https://doi.org/10.1080/14724049.2018.1564537>
9. Kairova, S.G., Essimova, D.D., Malikova, F.M. Sustainable Ecological Tourism Development in the Republic of Kazakhstan: problems and prospects // *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*. – 2018. – Vol. 204, No. 1. – P. 012014.
10. Seidualin, D.A., Mussina, K.P., Mukanov, A.H. PLS-PM model for sustainable development of ecotourism: case study of Ulytau nature park // *Economics-Innovative and Economics Research Journal*. – 2025. – Vol. 13, No. 1.
11. Aimagambetov, E. et al. Darnaus turizmo industrijos vystymosi modelis Kazachstane (regioninė perspektyva) // *Viešojo politika ir administravimas*. – 2017. – Vol. 16, No. 2.
12. Pazylkhaiyr, B., Assipova, Z.M., Bertocchi, D. Development of tourism environmental management in Kazakhstan based on successful international experience // *Bulletin of the Karaganda University. Economy series*. – 2023. – Vol. 110, No. 2. – P. 79–89.
13. Abylkassimova, L., Moldazhanov, M., Abylkassimov, K. Modern Methods of

Ecotourism Management: The Experience of Kazakhstan and Other Countries // RIVAR. – 2024. – Т. 11. – № 33. – С. 222–237.

14. Борибай Э.С., Есимова Д.Д., Сатыбалдиева Г.К. Современные тенденции развития экологического туризма в Казахстане // Central Asian Economic Review. – 2024. – № 1. – С. 80–91. – DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2024-1-80-91>

15. Lück, M. Tourism in Protected Areas: A New Zealand Perspective // National Parks and Tourism. – 2008. – P. 101–119. – URL: https://www.researchgate.net/publication/275100463_Tourism_in_Protected_Areas_A_New_Zealand_Perspective

16. Frommer's. Sustainable Travel & Ecotourism in New Zealand [Electronic resource]. – URL: <https://www.frommers.com/destinations/new-zealand/planning-a-trip/sustainable-travel--ecotourism>

17. Tourism New Zealand. New Zealand Annual Tourism Report. – 2020. – URL: <https://www.tourismnewzealand.com/>

18. World Tourism Organization (UNWTO). Sustainable Tourism Trends. – 2021. – URL: <https://www.unwto.org/sustainable-tourism>

19. Zhang, X., Li, Y., Wang, J. Ecotourism and sustainable development: A scientometric review of global research // Environment, Development and Sustainability. – 2022. – Vol. 24, No. 5. – P. 6677–6695. – DOI: <https://doi.org/10.1007/s10668-022-02190-0>

20. Patil, R., Pattanshetti, M. The Role of Ecotourism in Sustainable Development: A Systematic Review // SSRN Electronic Journal. – 2024. – DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.4955773>

21. Turekulova, D., Assylbekova, A., Bekmagambetova, Z. Balancing economic benefits and nature conservation in ecotourism: A case study of Kazakhstan // Central Asian Journal of Tourism Studies. – 2023. – Vol. 18, No. 2. – P. 112–129.

22. Thapa, B. Ecotourism and Sustainability: Policies, Practices, and Perspectives. – London: Routledge, 2018.

23. Rahimian, M., Pornprasit, P. Ecotourism strategies for sustainable development: A comparative analysis of emerging markets // Journal of Ecotourism Management. – 2021. – Vol. 25, No. 4. – P. 379–395.

24. World Bank. International tourism, number of arrivals – Kazakhstan [Electronic resource] // World Bank Open Data. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=KZ> (accessed: 06.05.2025).

25. World Bank. International tourism, number of arrivals – New Zealand [Electronic resource] // World Bank Open Data. – URL: <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.ARVL?locations=NZ> (accessed: 06.05.2025).

26. Ministry of Business, Innovation and Employment (MBIE). Regulation in the tourism system [Electronic resource]. – 15.07.2024. – URL: <https://www.mbie.govt.nz/cross-government-functions/regulatory-stewardship/regulatory-systems/tourism> (accessed: 06.05.2025).

B. ALMUKHAMBETOVA

Associate professor

International University of Tourism and
hospitality (Kazakhstan, Turkistan)

e-mail: botagoz.almukhambetova@iuth.edu.kz

B. YRZA

Senior Lecturer

International University of Tourism and
Hospitality (Kazakhstan, Turkestan)

e-mail: bekzat.yrza@iuth.edu.kz

G. BAIBOSYNOVA Associate professor International University of Tourism and hospitality (Kazakhstan, Turkistan) e-mail: gulzhan.baybosynova@iuth.edu.kz	N. KALGANBAYEV Candidate of Economic Sciences, Professor Kazakh Ablai khan University of International Relations and world Languages (Kazakhstan, Almaty) e-mail: n_kalghanbaev@mail.ru
	Received 02.02.2025 Received in revised form 29.03.2025 Accepted for publication 30.06.2025

Б. АЛЬМУХАМБЕТОВА¹✉, Б. ЫРЗА¹, Г. БАЙБОСЫНОВА¹, Н. ҚАЛҒАНБАЕВ

¹Халықаралық Туризм және Қонақжайлылық университеті

(Қазақстан, Түркістан), e-mail: botagoz.almukhambetova@iuth.edu.kz

²Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері Университеті
(Қазақстан, Алматы)

ҚАЗАҚСТАНДА ТҰРАҚТЫ ЭКОТУРИЗМ МОДЕЛІН ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕ МЕН ЖЕРГІЛІКТІ ПРАКТИКА НЕГІЗІНДЕ ҚАЛЫПТАСТЫРУ

Аңдатпа. Бұл зерттеу Қазақстандағы экотуризм секторын қазіргі жағдайы мен стратегиялық даму әлеуетін бағалау мақсатында дамып келе жатқан туризм парадигмаларын сыни талдауды жүзеге асырады. Зерттеудің негізгі мақсаты – Қазақстанның ерекше экологиялық, мәдени және институционалдық ландшафтын ескере отырып, әлемдік деңгейде танылған экотуризм принциптерін біріктіретін Қазақстанның интеграцияланған экотуризмді дамыту моделін (KIEDM) құру. Зерттеу күрделі аралас әдіснамаға негізделген, онда сарапшылармен жүргізілген сұхбаттар, далалық зерттеулер және саясат құжаттарынан алынған сапалық деректермен қатар халықаралық дерекқорлар мен мемлекеттік статистикадан алынған сандық талдаулар біріктіріледі. PDCA (Жоспарлау-Іске асыру-Тексеру-Әрекет ету) циклі экотуризм стратегияларын үнемі бағалау, іске асыру және жетілдіру үшін динамикалық операциялық құрал ретінде қолданылады. Зерттеу сондай-ақ, экотуризм саласында көшбасшы болып табылатын елдерден – Жаңа Зеландия, Коста-Рика және Беларусь – алынған салыстырмалы жағдайларды талдау арқылы байытылады. Бұл елдер тиімді саясат әзірлеу, экожүйені сертификаттау режимдері және қатысушы басқару механизмдері туралы маңызды түсініктер береді. Беларусь, әсіресе, экологиялық сақтауды ауылдық қауымдастықтармен біріктіру жөніндегі тиімді моделін ұсынады. Әлемдік тәжірибелерді жергілікті шындықпен синтездеу арқылы зерттеу Қазақстанның экотуризм инфрақұрылымын, реттеуші үйлесімділігін және қызмет көрсету сапасын арттыру үшін *coherent* саясаттық жол картасын ұсынады. Зерттеу нәтижелері туризмнің дамуын экологиялық басқарумен және тұрақты даму мақсаттарымен үйлестірудің маңыздылығын көрсетеді, бұл экономикалық тұрғыдан тиімді, экологиялық жағынан орнықты және әлеуметтік тұрғыдан инклюзивті туризм көзқарасын алға тартады. Ұлттық ауқымнан тыс, зерттеу Орталық Азиядағы басқа да дамушы экотуризм бағыттары үшін қолдануға болатын әдіснамалар мен стратегиялық нұсқауларды ұсынады.

Кілт сөздер: экотуризм, Қазақстандағы туризм, тұрақты туризм, туризмді дамыту,

Б. АЛЬМУХАМБЕТОВА¹✉, Б. ЫРЗА¹, Г. БАЙБОСЫНОВА¹, Н. КАЛГАНБАЕВ

¹Международный университет Туризма и гостеприимства

(Казахстан, Туркестан), e-mail: botagoz.almukhambetova@iuth.edu.kz

²Казахский университет международных отношений и мировых языков им. Абылай хана (Казахстан, Алматы)

ФОРМИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОЙ МОДЕЛИ ЭКОТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА И ЛОКАЛЬНОЙ ПРАКТИКИ

Аннотация. Настоящее исследование представляет собой критический анализ эволюционирующих парадигм туризма с особым акцентом на сектор экотуризма в Казахстане, с целью оценки его текущего состояния и стратегического потенциала развития. Центральным элементом исследования является разработка Казахстанской интегрированной модели развития экотуризма (KIEDM), оригинальной и контекстуально адаптированной концепции, которая синергизирует признанные на международном уровне принципы экотуризма с уникальными экологическими, культурными и институциональными ландшафтами Казахстана. Исследование использует строгий смешанный метод, интегрируя качественные данные, полученные из экспертных интервью, полевых исследований и политических документов, с количественным анализом, основанным на международных базах данных и государственных статистиках. В качестве динамичного операционного инструмента для итеративной оценки, реализации и совершенствования стратегий экотуризма используется цикл PDCA (планирование-исполнение-проверка-действие). Работа дополнительно обогащена сравнительным анализом кейсов ведущих экотуристических направлений — Новой Зеландии, Коста-Рики и Беларуси, предоставляющих переносимые идеи эффективного проектирования политики, экологических сертификационных систем и механизмов участия в управлении. Беларусь, в частности, представляет собой убедительную модель интеграции охраны экологии с вовлечением сельских сообществ. Синтезируя эти международные уроки с местными реалиями, исследование представляет согласованную политику развития, направленную на улучшение экотуристической инфраструктуры Казахстана, согласованности нормативных актов и качества обслуживания. Результаты исследования подчеркивают необходимость согласования развития туризма с экологическим управлением и целями устойчивого развития, предлагая концепцию туризма, которая является экономически жизнеспособной, экологически устойчивой и социально инклюзивной. Помимо национального масштаба, исследование предлагает переносимые методологии и стратегические рекомендации для других развивающихся экотуристических направлений Центральной Азии.

Ключевые слова: экотуризм, туризм в Казахстане, устойчивый туризм, развитие туризма, мировой туристический опыт.

А. ВЕЛИЧКО¹✉, Р. ПЛОХИХ¹

¹Казахский национальный университет имени аль-Фараби,
(Казахстан, Алматы), e-mail: anastasiavelichkoav@gmail.com

ИСТОРИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ «ТЁМНОГО» ТУРИЗМА

Аннотация. Данная статья посвящена анализу научных исследований в области «тёмного» туризма в мире и в Республике Казахстан. «Тёмный» туризм остаётся нишевым направлением туристской индустрии, доля которого в общем туристском рынке остается незначительной. Ограниченная популярность данного вида туризма в стране вызывает низкий уровень научного интереса и недостаточную разработанность темы в отечественной научной среде. В связи с недостатком отечественных научных материалов анализ проводился преимущественно на основе зарубежных источников. В рамках исследования была поставлена цель – изучить и систематизировать международный опыт научных исследований в области «тёмного» туризма.

Для достижения данной цели осуществлен теоретический анализ научной литературы и публикаций, представленных в рецензируемых международных базах данных, включая Scopus. В результате были выделены ключевые направления исследований, а также проанализированы различные подходы к определению понятия «тёмного» туризма. На основе проведенного анализа предложено авторское определение данного явления.

Полученные результаты послужат основой научного обоснования «тёмного» туризма в рамках диссертационного исследования, а также для дальнейшей разработки научных подходов к изучению потенциала его развития в стране.

Ключевые слова: «тёмный» туризм, научные исследования, зарубежный опыт, Республика Казахстан

Введение

Индустрия туризма является одной из наиболее перспективных отраслей экономики, вносящая значительный вклад в формирование ВВП. По данным ЮНВТО до пандемии COVID-19 в 2019 году доля туризма в глобальном ВВП составила 7% [1]. Карантинные ограничения привели к резкому спаду туристских путешествий, однако после снятия ограничений туризм активно восстанавливался и к настоящему времени показатели вернулись к докарантинным значениям. Однако рынок туризма подвергся значительным изменениям.

Правительство Республики Казахстан уделяет большое внимание развитию нематериального сектора экономики, среди которого особенно выделяется туристская отрасль, куда ежегодно направляется большой процент инвестиций. В рамках изучения

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Величко А., Плохих Р. История научных исследований «тёмного» туризма – 2025. – No2(8). – с. 146–165. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.10>

*Cite us correctly: Velichko A., Plohih R. İstoria nauchnyh issledovani «tömnogo» turizma [The history of scientific research on "dark" tourism] – 2025. – No2(8). – s. 146–165. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.10>

туристской отрасли Казахстана внимание уделяется преимущественно ключевым направлениям, активно развивающимся в стране. Таким как экологический, сельский, агротуризм, деловой, этнографический туризм и некоторые другие виды. При этом практически не рассматриваются направления, которые занимают малую долю рынка и представляют собой так называемый нишевый продукт, то есть ориентированный на небольшую специфическую группу потребителей.

Несмотря на то, что популярные направления удерживают лидерство, все больше туристов стремятся посетить уникальные дестинации, а не перегруженные популярные курорты. На фоне этого растет интерес к новым или мало развитым видам туризма.

Одним из таких направлений является «тёмный» туризм. Это направление включает посещение мест, связанных с темой катастроф, смерти, казней, мест захоронения, то есть все, что связано со скорбью, страхом, мистикой и т.д. В настоящее время в Казахстане в туристских целях используется ряд объектов, связанных с данной темой, среди которых наследие Карагандинского исправительно-трудового лагеря, территория и инфраструктура Семипалатинского испытательного ядерного полигона, пустыни Аральского моря. В том числе эти дестинации привлекают иностранных туристов. Однако из-за малой доли на туристском рынке такой турпродукт остается нишевым, который слабо изучен в Республике Казахстан.

Поэтому авторами было принято решение выбрать «тёмный» туризм в качестве объекта исследования, чтобы изучить научные основы данного направления и определить потенциал развития его в Казахстане.

Цель исследования – провести анализ научных работ, посвященных «тёмному» туризму, изучить зарубежный и отечественный опыт, а также определить перспективы развития данного направления в Казахстане.

Гипотеза. Следует ожидать, что изучение истории исследований «тёмного» туризма поможет определить дальнейшие направления исследований и выявить потенциал развития данного вида в Республике Казахстан.

Основными методами исследований являются анализ и систематизация научных данных в разрезе изучаемого объекта. В рамках исследования были изучены труды отечественных и зарубежных исследователей, в том числе публикации, содержащиеся в международной базе Scopus.

Методы и материалы

В данном исследовании истории научных исследований «тёмного» туризма использованы методы контент-анализа и статистического анализа публикаций в ведущих научных базах данных Scopus и Web of Science.

Контент-анализ был использован для выявления ключевых тем, трендов и эволюции понятий, связанных с «тёмным» туризмом. Исследование охватывало публикации, индексируемые в Scopus и Web of Science, что дало возможность определить ключевые направления исследований, преобладающие подходы и концептуальные рамки, используемые различными авторами. Для обработки текстовых данных использовались автоматизированные методы анализа ключевых слов и тематического моделирования.

Статистический анализ публикаций включал количественный обзор научных работ, посвящённых теме «тёмного» туризма. В рамках этого анализа были собраны данные о

числе публикаций, их динамике за последние десятилетия, а также о ведущих авторах, странах, научных учреждениях и научных журналах. Исследование осуществлялось с применением библиометрических методов, включая вычисление индексов цитируемости, коэффициента Хирша и анализ соавторства. Визуализация данных выполнялась с помощью специализированного программного обеспечения для библиометрического анализа, такого как SciVal и Bibliometrix.

Основными источниками данных стали публикации, найденные, по ключевым словам, «dark tourism», «thanatourism» и их эквивалентам. Поиск был ограничен рецензируемыми статьями и, опубликованными до 2023 года.

Применение указанных методов дало возможность сформировать целостное представление о развитии исследований в области «тёмного» туризма, выявить основные тенденции и определить перспективные направления для дальнейшего изучения этой темы.

Обзор литературы

Термин «dark tourism» («тёмный» туризм) был впервые использован в 1996 году Джоном Ленноном и Малкольмом Фоли, профессорами Каледонского университета Глазго [2]. В том же году профессор кафедры туристского маркетинга Стратклайдского университета Энтони Ситон в своей публикации использовал термин «thanatourism» [3]. Именно с этого периода и начинается научное изучение «тёмного» туризма и его ключевых аспектов.

В обзоре, написанном в 2017 году, Леннон объяснил, что всегда была связь между туризмом и смертью. Хотя «официального» термина не существовало до 1996 года, «тёмный» туризм – не новая практика. На протяжении веков люди посещали места, связанные со смертью и трагедиями. Ранние примеры – это публичные повешения и обезглавливания, а также зрители гладиаторских игр в Колизее. Помпеи были популярны среди тех, кто мог путешествовать, практически с момента их трагического конца в 79 году нашей эры. В начале XIX века место битвы при Ватерлоо стало одним из самых посещаемых мест в мире. Смерть всегда вызывала у людей болезненное очарование [4].

За последние десятилетия было выпущено множество научных и научно-популярных трудов, раскрывающих особенности «тёмного» туризма. Среди них – атласы проклятых мест, заброшенных городов и даже отдельный атлас мрачных локаций [5]. Это говорит о повышенном интересе к подобного рода местам.

Впервые попытку систематизировать научные исследования по теме «тёмного» туризма и танатуризма предпринял в 2017 году Дункан Лайт в своей работе «Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism» (Прогресс в исследованиях «тёмного» туризма и танатуризма: непростые отношения с туризмом наследия) [6]. В данной работе Д.Лайт попытался проследить прогресс изменений понятийного аппарата. Он рассмотрел основные концепции, включающие предложения по развитию темы, критику, этические аспекты и другие ключевые вопросы.

В русскоязычной литературе отсутствуют значимые исследования данной темы. В основном публикуются материалы по итогам студенческих и магистерских конференций, поскольку эта тема особенно интересна молодежи [7, 8]. Также встречаются публикации по смежным направлениям, в которых вопросы «тёмного» туризма рассматриваются косвенно [9, 10].

В Казахстане эта тема пока еще не вызывает особого интереса у местного научного

сообщества. Однако среди иностранных авторов есть интерес к изучению феномена «тёмного» туризма на примере объектов наследия ГУЛАГ в Казахстане [11].

Объекты «тёмного» туризма в Казахстане также попали в Атлас мрачных мест, опубликованный Peter Hohenhaus в 2021 году [5]. В данном атласе упоминаются такие объекты и территории как Аральск и Аральское море, Байконур, Карлаг, Семипалатинский испытательный полигон, город Курчатов и музей Семипалатинского испытательного полигона.

Результаты

В рамках исследования проведён статистический анализ научной литературы, посвящённой тематике «тёмного» туризма. Были систематизированы и проанализированы труды, опубликованные в различных научных источниках. Результаты анализа показали, что данное направление пользуется значительной популярностью в Европе, где выходит наибольшее число публикаций, комплексно рассматривающих данный феномен.

Теоретическая база исследования основана преимущественно на работах зарубежных авторов. В качестве ключевых источников использованы публикации, представленные в международных наукометрических базах данных Scopus и Web of Science, а также других авторитетных научных ресурсах.

Несмотря на то, что «тёмный» туризм как объект научного изучения сформировался ещё во второй половине 1990-х годов, активные исследования в данной области начались спустя несколько лет. Интерес к данной теме продолжает расти, демонстрируя периоды незначительных спадов и подъёмов, что отражено на рисунке 1.

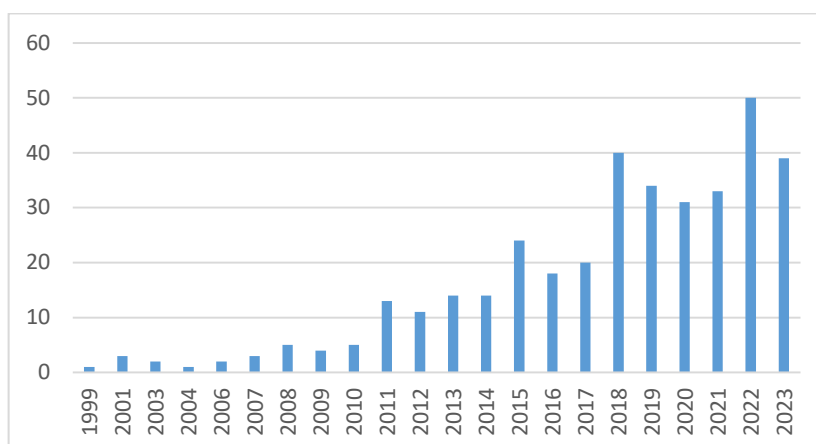


Рисунок 1 – Динамика публикаций в базе данных Scopus по ключевым словам «dark tourism» и «thanatourism»

Источник: составлено авторами на основе данных Scopus

На рисунке 1 представлена динамика публикаций, включённых в базу данных рецензируемой научной литературы Scopus по состоянию на 2023 год. Для построения графика была осуществлена выборка научных публикаций, содержащих ключевые слова «тёмный туризм» и «танатуризм». По состоянию на указанный период в базе данных зафиксировано 367 статей. Из анализа исключены отдельные главы книг и материалы конференций, поскольку исследование фокусировалось исключительно на научных статьях. Наибольшее число публикаций зарегистрировано в 2022 году и составило 50 единиц. В 2023 году, на момент проведения исследования, в базе Scopus уже содержалось 39 публикаций.

Аналогичные исследования проводились и другими авторами. Например в работе Shekhar Asthana и Marco Valeri приводится статистка публикаций на 1 декабря 2021 года [90]. При этом в данной статистике можно отметить такое явление как предпубликация статей на следующий год, когда статьи приняли к публикации, но выпуск сборника еще не вышел официально в печать.

В свою очередь, Mora Forero, Jorge Alexander, Alvelayis Nieto Mejia и Ana León-Gómez провели сравнительный анализ количества публикаций в базах данных Scopus и Web of Science, представив актуальные на начало 2023 года данные, отражённые в таблице 1.

Таблица 1 – Количество публикаций в рецензируемых базах данных Scopus и Web of Science

База данных	Документы	Статьи	Главы книг	Книги	Другое
Scopus	452	274	109	21	48
Web of Science	353	324	0	7	22
Итого:	805	598	109	28	70

Источник: составлено авторами по данным источника [12]

В таблице представлено общее количество публикации в базах Web of Science и Scopus, по ключевым словам, «тёмный» туризм, черный туризм и танатуризм. Статистика публикаций Web of Science по теме темного туризма представлена в работе на рисунке 2.

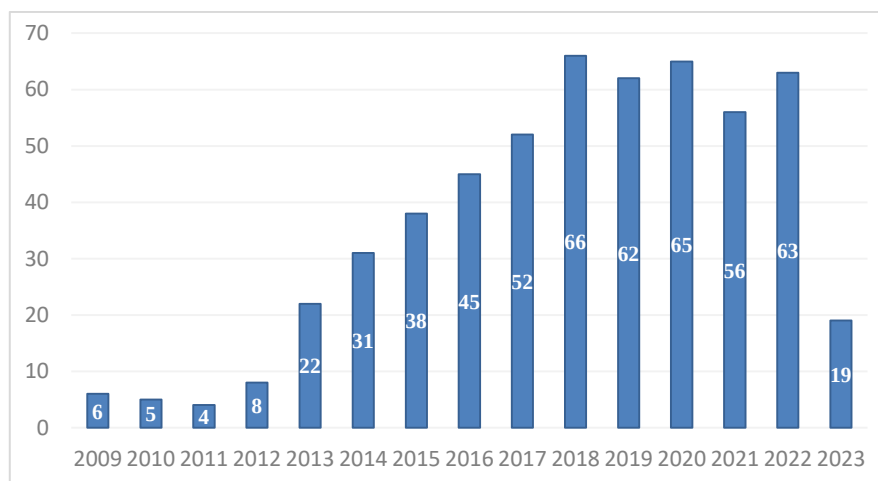


Рисунок 2 – Динамика публикаций в базе Web of Science за 2009–2023 годы

Источник: составлено авторами по данным [13]

На рисунке представлена динамика публикаций по тематике «тёмного» туризма в базе данных Web of Science за период с 2009 года по начало 2023 года. Точное определение общего количества публикаций в базах Scopus и Web of Science затруднено, поскольку со временем отдельные журналы могут быть исключены из этих баз.

Следует отметить, что рецензируемые базы данных Scopus и Web of Science не являются единственными источниками научной информации по данной теме. Библиографический анализ исследований в области «тёмного» туризма также включает обзор ведущих научных журналов, в которых публикуются соответствующие статьи. Наиболее активные издания в данной области представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Топ научных журналов по количеству публикаций, посвящённых тёмному туризму

№	Журналы	Количество статей
1	Journal of Heritage Tourism	32
2	Annals of Tourism Research	24
3	Current Issues in Tourism	20
4	Tourism Management	15
5	Tourist Studies	14
6	Tourism Geographies	13
7	International Journal of Tourism Cities	12
8	International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research	11
9	Worldwide Hospitality and Tourism Themes	10
10	Journal of Tourism and Cultural Change	9

Источник: составлено авторами на основе данных [14]

Наиболее продуктивным научным изданием в области исследований «тёмного» туризма является *Journal of Heritage Tourism*, в котором опубликовано 32 статьи по данной тематике. За ним следуют *Annals of Tourism Research* (24 статьи), *Current Issues in Tourism* (20 статей), *Tourism Management* (15 статей) и *Tourism Geographies* (14 статей). Представленный список свидетельствует о высокой заинтересованности ведущих научных журналов в публикации качественных исследований, посвящённых «тёмному» туризму, а также связанных с ним смежных направлений. Все перечисленные издания являются авторитетными в сфере туристских исследований и широко известны научному сообществу [14, с. 628].

Следующим важным аспектом исследования является анализ публикаций по ключевым словам. На ранних этапах работы был проведён обзор показателей, представленных в *SciVal*. В данном анализе выделены 50 наиболее релевантных ключевых фраз, основанных на 1047 публикациях, относящихся к кластеру «Мемориал; туризм наследия; Анзак», который является наиболее близким к рассматриваемой тематике исследований, представленных в базе данных (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Динамика релевантности ключевых фраз в научных публикациях

Примечание: AAA – показатель релевантности фразы; при снижении AAA наблюдается

рост частоты использования (данные за 2017–2021 годы)

Источник: составлено авторами

Анализ релевантности на основе инструментов SciVal показывает, что в вопросах темного туризма изучается большой спектр вопросов: от туристских дестинаций, культурного наследия до поведенческих особенностей туристов, менеджмента и маркетинга.

Похожие исследования представлены в работах других авторов. Например, Shekhar и Marco Valeri разбили ключевые слова по кластерам, выделив 6 групп, включающих такие направления исследований, как:

- Генезис, теории и мотивация темного туризма.
- Поведение и экономика темного туризма.
- Маркетинг темного туризма.
- Созданные человеком направления и темный туризм.
- Колонизация и темный туризм.
- Методология.

В каждой из групп были выделены основные ключевые слова, а также определена частота их упоминания в научных публикациях. Среди них присутствуют как общие термины, такие как «туризм», «маркетинг», «поведение», «исследование» и «наследие», так и специализированные понятия, непосредственно связанные с тематикой «тёмного» туризма и его объектами. К таким ключевым словам относятся «танатуризм», «кладбища», «геноцид», «Холокост», «катастрофы» и другие. Кроме того, в качестве ключевых фраз выделяются географические регионы, в которых проводятся исследования. Более детальная информация представлена в работе Shekhar и Marco Valeri [14, с. 632–633].

Что касается географии исследований, то наиболее активно «тёмный» туризм исследуется в Великобритании, где собственно и зародились научные исследования в области темного туризма. Далее идут США, Австралия, Польша и Китай.

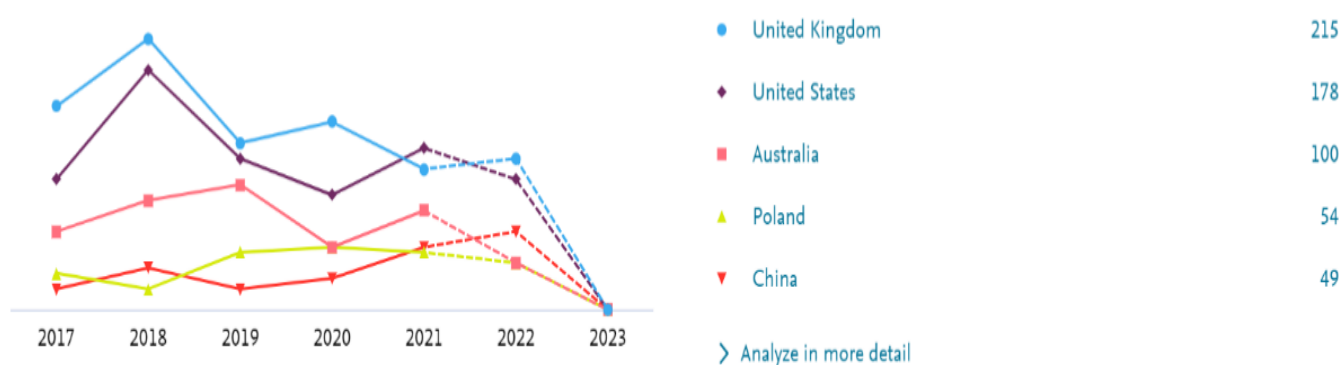


Рисунок 9 – Топ-5 наиболее активных стран и регионов по числу исследований в области «тёмного» туризма

Источник: составлено авторами на основе анализа публикационной активности

Yunlai Zhang, Lixin Wang, Jinwei Wang b Fang Tian также отмечают, что количество публикаций по темному туризму растет. Великобритания, США, Китай (включая Гонконг, Макао и Тайвань), Австралия и Нидерланды вносят основной вклад в изучение темного туризма [15].

В следующей таблице представлены самые цитируемые публикации.

Таблица 3 – Наиболее влиятельные публикации по теме тёмного туризма

№	Год	Название статьи	Автор	Количество цитирований
1	2008	Consuming dark tourism: A thanatological perspective	Stone P., Sharpley R.	446
2	1996	Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism	Seaton A.V.	431
3	2003	Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island	Strange C., Kempa M.	272
4	1996	JFK and dark tourism: A fascination with assassination	Foley M., Lennon J.J.	260
5	2011	Sought experiences at (dark) heritage sites	Biran A., Poria Y., Oren G.	242
6	1999	War and thanatourism: Waterloo 1815-1914	Seaton A.V.	228
7	2002	Auschwitz: Museum interpretation and darker tourism	Miles W.F. S	212
8	2012	Dark tourism and significant other death. Towards a model of morality mediation	Stone P.	177
9	2011	Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism	Dunkley R., Morgan N., Westwood S.	153
10	2011	Educational dark tourism at an in populo site The Holocaust Museum in Jerusalem	Cohen E.H.	150

Источник: составлено авторами по данным [14, с. 628]

Таблица 3 демонстрирует, что статья **«Consuming dark tourism: A thanatological perspective»** (Stone P., Sharpley R., 2008) является наиболее цитируемой в данной области, получив 446 ссылок. За ней следует работа **«Guided by the dark: From thanatopsis to thanatourism»** (Seaton A.V.) с 431 цитированием, а также статьи **«Shades of dark tourism: Alcatraz and Robben Island»** (Strange C., Kempa M.) и **«JFK and dark tourism: A fascination with assassination»** (Foley M., Lennon J.J.), каждая из которых имеет более 250 ссылок.

Примечательно, что большинство этих исследований сосредоточены на изучении постконфликтных локаций, полей сражений, тюрем и иных объектов, являющихся популярными направлениями «тёмного» туризма. Данный факт отражает устойчивый научный интерес к таким местам. Однако следует отметить, что большинство ключевых публикаций в данной сфере были опубликованы более десяти лет назад. Хотя более ранние исследования, как правило, получают больше цитирований в силу их временного преимущества, это также может свидетельствовать об отсутствии значимых новаторских работ в данной тематике в последние годы.

В настоящее время тематика «тёмного» туризма активно исследуется в различных странах и на всех континентах. Многочисленные научные работы, проведённые за последние десятилетия, продемонстрировали широкий спектр направлений в рамках данного феномена. В частности, исследования посвящены следующим вопросам:

1. Формирование понятийного аппарата.
2. Классификация и ее развитие.
3. История тёмного туризма (прецеденты в прошлом).
4. История исследований тёмного туризма.
5. Этические дебаты. Корреляция с этическими нормами общества.

6. Мотивы посещения.

7. Значение и получаемый опыт туристов (трансформационный опыт, образовательные аспекты и т.д.).

8. Преимущества развития тёмного туризма.

9. Опыт развития темного туризма. Кейсы на примерах локальных дестинаций.

10. Методы исследования.

11. Менеджмент и маркетинг «тёмных» дестинаций.

Представленный перечень направлений исследования основан на анализе существующих научных публикаций. Тем не менее, принимая во внимание сложность классификации различных аспектов «тёмного» туризма, некоторые из них могут потребовать дополнительного уточнения и расширения. В ряде случаев затруднено определение их общей концептуальной принадлежности, что подчеркивает необходимость дальнейшего изучения данной темы.

Д. Лайт в своей статье выделяет две стадии научных исследований [6]. Первый этап отмечен попытками относительно небольшого числа ученых выявить и прояснить взаимосвязи между туризмом и смертью, а также уточнить концепции «тёмного» туризма и танатуризма. На этом этапе преобладали исследования на конкретных примерах, в которых дебаты по вопросам коммодификации и аутентичности занимали видное место. На втором этапе наблюдалось усиление междисциплинарной интеграции концепций «тёмного» туризма и танатуризма. Это вызвало значительную критику самих концепций, а также более пристальное внимание к мотивам и опыту туристов, посещающих места, связанные со смертью и страданиями. В результате возникла необходимость в создании теоретических рамок для понимания взаимосвязи между туризмом и смертью. Тем не менее, несмотря на возрастание интереса со стороны исследователей, увеличение количества работ по данной тематике и расширение спектра исследуемых вопросов, остается множество нерешенных задач и проблем.

Даже само понятие «тёмного» туризма не имеет единого определения и охватывает множество вариаций, каждая из которых обладает общими чертами и уникальными особенностями. В этом контексте можно привести несколько примеров.

Таблица 4 – Различные трактовки и модификации определения «тёмного» туризма

№	Определение	Автор и год
1	Темный туризм: «представление и потребление (посетителями) реальных и коммодифицированных мест смерти и катастроф»	Foley and Lennon (1996)
2	Танатуризм: «путешествие в какое-либо место, полностью или частично мотивированное желанием реальной или символической встречи со смертью, особенно, но не исключительно, насильственной смертью».	Seaton (1996)
3	Темный туризм: «посещение любых мест, связанных со смертью, катастрофами и трагедиями в XX веке, с целью сохранения памяти, образования или развлечения».	Foley and Lennon (1997)
4	Танатуризм: «наследие, созданное вокруг достопримечательностей и объектов, связанных со смертью, актами насилия, сценами катастроф и преступлений против человечества».	Dann and Seaton (2001)

продолжение следует на следующей странице

5	«Танатуризм... относится к лицам, которые мотивированы в первую очередь на переживание смерти и страданий других людей с целью получения удовольствия, наслаждения и удовлетворения».	Best (2007)
6	«Темный туризм... это когда впечатления туриста в основном состоят из «тёмных» эмоций, таких как боль, смерть, ужас или печаль, многие из которых являются результатом применения насилия, что обычно не ассоциируется с добровольным развлекательным опытом».	Ashworth (2008)
7	«Темный туризм - это посещение туристами мест, связанных со смертью, катастрофами, военными действиями, геноцидом и человеческими страданиями. К таким объектам также относятся мемориалы погибшим и места захоронений».	Smith, M., Macleod, N., & Robertson, M. H. (2010)
8	«Темный туризм связан со встречами с местами смерти или бедствий, которые имеют политическое или историческое значение и продолжают оказывать влияние на живых».	Stone (2016)
9	«Тёмный туризм - это психологический процесс потребления, который предлагает туристам желаемые и реальные психологические результаты для удовлетворения эмоциональных потребностей туристов. - Темный туризм - это процесс символического потребления, который обеспечивает эмоциональный и когнитивный опыт туристам, вступающим в интерактивные отношения с тёмным туристским продуктом, включая дестинации техногенных или природных катастроф».	Kunwar, Ramesh & Karki, Neeru. (2019)
10	Общепризнанного определения темного туризма не существует, но можно сказать, что темный туризм - это широкий термин, используемый для описания туризма, связанного со смертью, страданиями и преступлениями. Темный туризм определяется как «продукт обстоятельств позднего современного мира». Темный туризм также определяется как «информация постмодернизма, где смерть нейтрализуется, опосредуется и становится менее угрожающей».	Martini & Buda, (2020)
<i>Примечание: Составлено авторами на основе контент анализа</i>		

В таблице 4 представлены определения «тёмного» туризма, встречающиеся в иностранных публикациях. Д. Лайт также рассматривал этот вопрос. В своей статье он разделил данные определения на группы в зависимости от того, что положено в их основу. Таким образом, он выделил следующие группы:

1. Определения, основанные на практике (акт посещения определённых типов мест).
2. Определения, основанные на туризме в определённых типах мест.
3. Определения, основанные на мотивах.
4. Определения, основанные на форме опыта.
5. Определения, основанные на наследии.

В рамках исследования были проанализированы различные определения «тёмного» туризма, начиная с его возникновения как научного направления и до настоящего времени.

Для формирования полноценной дефиниции данного феномена необходимо учитывать весь накопленный научный опыт. Кроме того, определение должно охватывать как практические аспекты и классификацию «тёмного» туризма, так и мотивационные факторы туристов, а также статус посещаемых объектов в контексте культурного наследия.

С учётом различных подходов к определению «тёмного» туризма, представленных в научной литературе, данный феномен можно охарактеризовать как комплексное социально-культурное явление, связанное с осознанным посещением мест, имеющих историческую, мемориальную или символическую связь со смертью, трагедиями, катастрофами, насилием и человеческими страданиями, основные мотивы которого могут включать образовательные, мемориальные, трансформационные или развлекательные цели.

Тёмный туризм охватывает как реальные, так и коммодифицированные пространства, связанные с трагическими событиями, и представляет собой процесс взаимодействия туриста с символическим и эмоциональным наследием этих мест. Этот вид туризма может рассматриваться как в контексте индивидуальных мотиваций путешественников, так и в рамках общественного восприятия исторических событий, проявляющегося в сохранении и интерпретации памяти о них.

Поскольку единого общепризнанного определения «тёмного» туризма не существует, его трактовки варьируются в зависимости от исследовательского подхода и включают элементы культурного наследия, когнитивного и эмоционального опыта туристов, а также постмодернистских концепций, интерпретирующих смерть как объект символического потребления.

Таким образом, многообразие подходов к определению «тёмного» туризма свидетельствует о его сложной и многогранной природе. В связи с этим предложенное определение отражает комплексный характер данного феномена, представляя его как собирательное понятие, объединяющее различные направления, включая некропольный туризм, туризм смерти, туризм репрессий и геноцида, мистический туризм и другие формы посещения мест, связанных с трагическими событиями. Кроме того, «тёмный» туризм предполагает осознанность и идейность посещения соответствующих мест. Туристы, интересующиеся данным направлением, воспринимают эти локации не только сквозь призму их историко-культурной значимости, но и с учётом их трагического прошлого. В предлагаемом определении отражены ключевые направления, составляющие данную концепцию, а также выделены основные цели и мотивационные факторы, определяющие выбор туристов и их отношение к подобным дестинациям.

Помимо исследований, посвящённых дефиниции, классификации и различным направлениям «тёмного» туризма, значительное внимание в научных публикациях уделяется изучению мотивов туристов, а также анализу отдельных объектов и регионов, раскрывающих потенциал развития данного вида туризма в различных странах.

Еще один активно исследуемый вопрос – это этика посещения мрачных дестинаций. Критики «тёмного» туризма говорят, что путешественники и туроператоры превращают в товар места скорби и катастроф. Происходит коммерциализация смерти и эксплуатация умерших, что ведет к неправильной интерпретации исторических событий.

Кроме того, «тёмный» туризм затрагивает проблему соблюдения этических норм поведения в местах памяти, включая феномен так называемого «селфи-этикета». В данном контексте особую обеспокоенность вызывают случаи неуместного фотографирования

посетителями мемориальных комплексов, что воспринимается как проявление неуважения к жертвам трагических событий. Например, музей в Освенциме официально обратился к посетителям с призывом соблюдать уважение и воздерживаться от неподобающих фотографий. В социальных медиа также существует ряд инициатив, направленных на привлечение внимания к данной проблеме, включая блог *Grindr Remembers*, который фиксирует примеры неэтичного поведения туристов перед мемориалом Холокоста.

Обсуждения

В настоящее время спектр изучения темного туризма очень широк. И по сути представляет собой междисциплинарное направление.

Donna Maria Roade отмечает что такие дисциплины, как психология, гуманитарные науки, археология и социология, а также бизнес и менеджмент, играют важную роль в изучении сложной природы «тёмного» туризма, который в настоящее время плохо изучен. При этом классические модели управления и бизнес-стратегии, применимые к сфере «тёмного» туризма, такие как управление человеческими ресурсами, ценообразование, операционная деятельность и инновационные подходы, практически не отражены в научной литературе. Что резко контрастирует с более широкой литературой по туризму, в которой имеется множество исследований, посвященных предпринимательской и управленческой деятельности [16].

К сожалению, на постсоветском пространстве данная тема не получила широкого распространения. По мнению Рыбаковой, на Западе изучение «тёмного» туризма является актуальным и востребованным направлением, поскольку оно имеет непосредственную связь с реальной туристической практикой [17]. В странах СНГ данный феномен не получил столь высокой популярности, за исключением Украины, где находится одна из самых известных дестинаций – Чернобыль.

До введения военного положения эта локация привлекала значительное число туристов. Кроме того, теме «тёмного» туризма в контексте Чернобыля было посвящено несколько исследований как отечественных, так и зарубежных авторов. В данных работах рассматриваются катастрофы как фактор развития туризма [18], анализируются особенности и тенденции развития туризма в Чернобыльской зоне [19], а также исследуется восприятие «тёмных» мест через стрит-арт [20] и другие аспекты.

В России «тёмный» туризм чаще рассматривается как побочное явление в рамках исследований смежных дисциплин. Например, в антропологии, где изучаются вопросы, связанные с погребальными традициями и танатологической культурой [21].

В статье Игоря Морозова акцент делается на социокультурных аспектах. В своей работе он анализирует современное состояние погребальных ритуалов, а также новые тенденции в погребальных и мемориальных практиках различных культур. Согласно его исследованию, многие наблюдаемые изменения обусловлены социокультурными трансформациями, демографическими процессами и экономическими факторами. Кроме того, мемориальные объекты всё чаще приобретают новые функции, включая использование в рамках «тёмного» туризма, что приводит к их превращению в так называемые «пустые формы».

Также отмечается появление новых мемориальных практик, вдохновлённых архаичными формами поклонения умершим, таких как культ Святой Смерти в Мексике. Эти

процессы свидетельствуют о глубокой потребности общества в сохранении различных способов взаимодействия с памятью об ушедших, что сохраняет свою актуальность даже в постиндустриальную эпоху [22].

Что касается публикаций непосредственно по теме темного туризма в русскоязычных источниках, то в основном встречаются публикации по итогам конференций среди студентов и магистрантов. Так как эта тема преимущественно интересна молодежи. К таким работам можно отнести публикации Стаховой Л.В., Карповой, Ю. И., Копыловой А.А., Чукаева Д.С. и т.д. [23, 24, 25, 26].

Если рассматривать изучение «тёмного» туризма в Казахстане, ситуация представляется ещё более сложной. В настоящее время в данной области преобладают работы на уровне бакалаврских дипломных исследований, которые, как правило, носят поверхностный характер и не затрагивают сложные аспекты проблемы. Также встречаются студенческие публикации в сборниках тезисов конференций. Например, в работе Галиева Т. Р. «Тёмный туризм в мире и перспективы его развития в Казахстане» рассматриваются общие концептуальные вопросы, без представления конкретных результатов или углублённого анализа [27].

Однако это не означает, что казахстанский рынок «тёмного» туризма не интересен иностранному потребителю. О растущем внимании к данной теме свидетельствуют исследования зарубежных специалистов, изучающих туристический потенциал объектов, связанных с наследием ГУЛАГа (Главное управление исправительно-трудовых лагерей СССР), расположенных на территории Казахстана. В настоящее время для посещения туристами открыты два наиболее значимых объекта – Музей памяти жертв политических репрессий посёлка Долинка (Музей Карлага) и АЛЖИР (Акмолинский лагерь жён изменников Родины), представляющие собой важные мемориальные комплексы, связанные с трагическими страницами истории XX века.

Данный вопрос нашёл отражение в ряде научных публикаций, включая статьи в журналах, индексируемых в базе данных Scopus. В частности, исследования, проведённые Tiberghien G. и Lennon J. J., посвящены анализу наследия ГУЛАГа в Казахстане в контексте «тёмного» туризма:

1. Lennon, J. J., & Tiberghien, G. (2021). Ambiguity and dilution in Kazakhstan's Gulag heritage.
2. Lennon, J. J., & Tiberghien, G. (2020). Gulag Heritage Conservation, Visualisation and Interpretation for Tourism Development: A Multi-stakeholder Perspective.
3. Lennon, J. J., & Tiberghien, G. (2019). Kazakhstan Gulag heritage: Dark tourism and selective interpretation.

Дополнительно, исследованию туризма, связанного с наследием ГУЛАГа, посвящена работа Hardy, J. S. под названием Gulag Tourism: Khrushchev's «Show» Prisons in the Cold War Context. Вопросы осмысления и интерпретации наследия АЛЖИРа также рассматриваются в одном из параграфов коллективной монографии The Palgrave Handbook of Prison Tourism, что подчеркивает международный интерес к данной теме и её значимость в рамках исследований по «тёмному» туризму [28].

Из казахстанских авторов также можно отметить работу «Возможности развития темного туризма в РК Мукашева Аскара и Усеновой Даны [29]. Эта работа рассматривается как первый шаг в исследовании «тёмного» туризма в Казахстане. Авторы статьи стремятся

дать определение термину «тёмный» туризм, проанализировать ключевые достопримечательности, относящиеся к данному направлению в стране, а также предоставить информацию о количестве объектов и их характеристиках, которые можно классифицировать как темные направления. Кроме того, статья акцентирует внимание на привлечении международных туристов и экспертов в Казахстан, подчеркивая его потенциал как одно из самых увлекательных и неизведанных направлений темного туризма в мире.

Заключение

Проведённое исследование позволило проследить становление и развитие научного интереса к феномену «тёмного» туризма на международном уровне и выявить особенности его изучения в отечественной академической среде. Установлено, что, несмотря на сравнительно недавнее возникновение данного направления (начиная с середины 1990-х годов), число публикаций, затрагивающих различные аспекты «тёмного» туризма – от теоретических определений и мотивации туристов до вопросов маркетинга и этики восприятия – демонстрирует стабильный рост, особенно в зарубежной научной литературе.

Анализ библиометрических данных из баз Scopus и Web of Science показал, что наибольшее количество научных трудов сосредоточено в странах с развитой исследовательской инфраструктурой в области туризма. В то же время в Республике Казахстан данный феномен остается слабо изученным, что можно объяснить, как ограниченной популярностью «тёмного» туризма среди потребителей, так и отсутствием устойчивой исследовательской традиции в этой области. Наибольшее внимание в научных публикациях уделяется вопросам определения понятий, классификации объектов, изучению мотивации туристов, анализу этических проблем, а также вопросам управления и коммерческого использования этого направления туризма.

В работе также были рассмотрены и систематизированы основные направления научных исследований: от культурологических и мемориальных интерпретаций до прагматических вопросов развития туристских маршрутов. Особое внимание уделено терминологическому аппарату: установлено, что термин «тёмный туризм» по-прежнему остаётся дискуссионным, что затрудняет его однозначную трактовку в научном поле. Систематизация существующих подходов к определению и классификации «тёмного» туризма позволила предложить авторскую интерпретацию, охватывающую как мотивационные, так и культурно-социальные аспекты.

Выявленное разнообразие исследовательских направлений подтверждает междисциплинарный характер данной области и подчеркивает её потенциал для дальнейших научных разработок.

Таким образом, анализ истории научных исследований «тёмного» туризма является ключевым этапом в осмыслении и создании научной основы данного феномена. Полученные данные могут быть использованы для формирования национальной исследовательской программы, направленной на оценку и реализацию потенциала «тёмного» туризма в Казахстане, с учетом культурных особенностей, исторической памяти и этических норм. Перспективными направлениями будущих исследований могут стать: разработка понятийного аппарата с учетом локальных реалий, изучение восприятия «тёмных» дестинаций туристами, а также создание стратегий устойчивого и уважительного включения подобных объектов в туристскую индустрию.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. World Tourism Organization. International Tourism Highlights, 2020 Edition. – Madrid: UNWTO, 2021. – 24 p. – DOI: 10.18111/9789284422456.
2. Foley M., Lennon J.J. JFK and dark tourism: A fascination with assassination // *International Journal of Heritage Studies*. – 1996. – Vol. 2, No. 4. – P. 198–211. – DOI: 10.1080/13527259608722175.
3. Seaton A.V. Guided by the dark: from thanatopsis to thanatourism // *The International Journal of Heritage Studies*. – 1996. – Vol. 2. – P. 234–244. – DOI: 10.1080/13527259608722178.
4. Lennon J. 'Dark Tourism' // *Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice*. – Oxford: Oxford University Press, 2017. – 26 p. – DOI: 10.1093/acrefore/9780190264079.013.212.
5. Hohenhaus P. Atlas of dark destinations: explore the world of dark tourism. – London: Laurence King Publishing, 2021. – 352 p.
6. Light D. Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism // *Tourism Management*. – 2017. – Vol. 61. – P. 275–301. – DOI: 10.1016/j.tourman.2017.01.011.
7. Карпова Ю.И., Лоташ М.Н. Сущность и особенности «тёмного» туризма // *Региональные географические исследования: Сб. науч. тр. / под общ. ред. А.В. Погорелова*. – Краснодар: Кубанский гос. ун-т, 2020. – № 13. – С. 228–233.
8. Рыбакова Е.В. Тёмный туризм в России: современное состояние, проблемы изучения // *Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии*. – 2013. – № 3 (17). – С. 180–187. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/temnyy-turizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie-problemy-izucheniya> (дата обращения: 11.03.2024).
9. Бугров Д., Бугрова Е. На грани Жизни и Смерти: пограничный Урал в танатологической культуре // *Quaestio Rossica*. – 2019. – Т. 7, № 4. – С. 1199–1213. – DOI: 10.15826/qr.2019.4.433.
10. Морозов И.А. Жизнь после смерти в современных обществах: традиции и новации. Введение к специальной теме номера // *Сибирские исторические исследования*. – 2019. – № 4. – С. 6–15. – URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000707880> (дата обращения: 11.03.2024).
11. Lennon J.J., Tiberghien G. Ambiguity and dilution in Kazakhstan's Gulag heritage // *Tourism Recreation Research*. – 2022. – Vol. 47, No. 5–6. – P. 470–482. – DOI: 10.1080/02508281.2021.1875681.
12. Mora Forero J.A., Nieto Mejia A., León-Gómez A. A Bibliometric Analysis and Systematic Review of Dark Tourism: Trends, Impact, and Prospects // *Administrative Sciences*. – 2023. – Vol. 13, No. 11. – Article 238. – DOI: 10.3390/admsci13110238.
13. Kiráľová A., Šperková R. Mapping the dark: a bibliometric examination of research in Dark Tourism // *Cogent Social Sciences*. – 2024. – Vol. 10, No. 1. – DOI: 10.1080/23311886.2023.2294552.
14. Shekhar S., Valeri M. Evolving Themes in Dark Tourism Research // *Tourism*. – 2022. – Vol. 70, No. 4. – P. 624–641.
15. Zhang Y., Wang L., Wang J., Tian F. Progress and prospects for dark tourism research // *Journal of Tourism and Cultural Change*. – 2024. – Vol. 22, No. 1. – P. 93–117. – DOI: 10.1080/14766825.2023.2260357.

16. Poade D.M. The Management of Dark Tourism Visitor Sites and Attractions with Special Reference to Innovation: thesis for the degree of Doctor of Philosophy in Management Studies. – 2017. – 291 p.
17. Рыбакова Е.В. Тёмный туризм в России: современное состояние, проблемы изучения // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. – 2013. – № 3(17). – С. 180–187.
18. Bakota D., Kolanović S., Miletic K., Topalović D. The Disaster as a Factor in the Development of Modern Tourism. A Study Case Based on the Chernobyl Nuclear Power Plant // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2020. – Vol. 11, No. 7(47). – P. 1729–1741. – DOI: 10.14505/jemt.11.7(47).14.
19. Romanova A. Features and trends of the Chernobyl tourism development // Economic Annals-XXI. – 2020. – No. 183(5–6). – P. 134–141. – DOI: 10.21003/ea. V183-13.
20. Farkic J., Kennell J. Consuming dark sites via street art: Murals at Chernobyl // Annals of Tourism Research. – 2021. – Vol. 90. – Article 103256. – DOI: 10.1016/j.annals.2021.103256.
21. Бугров Д., Бугрова Е. На грани Жизни и Смерти: пограничный Урал в танатологической культуре // Quaestio Rossica. – 2019. – Т. 7, № 4. – С. 1199–1213. – DOI: 10.15826/qr.2019.4.433.
22. Морозов Игорь Алексеевич. Жизнь после смерти в современных обществах: традиции и новации. Введение к специальной теме номера // Сибирские исторические исследования. – 2019. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhizn-posle-smerti-v-sovremennyh-obschestvah-traditsii-i-novatsii-vvedenie-k-spetsialnoy-teme-nomera> (дата обращения: 11.03.2024).
23. Стахова Людмила Вячеславовна. Путешествия к местам жизни и смерти известных личностей: тренд времени или «новое паломничество» // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puteshestviya-k-mestam-zhizni-i-smerti-izvestnyh-lichnostey-trend-vremeni-ili-novoe-palomnichestvo> (дата обращения: 11.03.2024).
24. Карпова Ю.И., Лоташ М.Н. Сущность и особенности «тёмного» туризма // Региональные географические исследования: Сб. науч. тр. / под общ. ред. А.В. Погорелова. – Краснодар: Кубанский государственный университет, 2020. – С. 228–233.
25. Копылова А.А. Мрачный туризм: к вопросу об изучении феномена // Туризм: технологии и тренды: материалы II студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург, 20 февраля 2016 г. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2016. – С. 40–50.
26. Чукаев Д.С. Мрачный туризм: классификация, проблемы и тенденции развития // Туризм: технологии и тренды: материалы III студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург, 18 февраля 2017 г. – Екатеринбург: Изд-во Уральского университета, 2017. – С. 197–202.
27. Галиев Т.Р., Омарова К.А., Мусина К.П. «Тёмный» туризм в мире и перспективы развития и в Казахстане // Институты и механизмы инновационного развития: мировой опыт и российская практика: Сб. науч. ст. 7-й Междунар. науч.-практ. конф., Курск, 19–20 октября 2017 г. / отв. ред. А.А. Горохов. В 3-х т. Т. 1. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2017. – С. 241–248.
28. Slade G. Remembering and Forgetting the Gulag: Prison Tourism Across the Post-Soviet

Region // The Palgrave Handbook of Prison Tourism. – London: Palgrave Macmillan, 2017. – P. 37–54. – (Palgrave Studies in Prisons and Penology). – DOI: 10.1057/978-1-137-56135-0_3.

29. Mukashev A.S., Ussenova D.M. Opportunities of «dark tourism» development in the Republic of Kazakhstan // Education and Science Without Borders. – 2013. – Vol. 4, No. 7. – P. [уточнить страницы, если известно].

REFERENCES

1. World Tourism Organization. International Tourism Highlights, 2020 Edition. – Madrid: UNWTO, 2021. – 24 p. – DOI: 10.18111/9789284422456.

2. Foley M., Lennon J.J. JFK and dark tourism: A fascination with assassination // International Journal of Heritage Studies. – 1996. – Vol. 2, No. 4. – P. 198–211. – DOI: 10.1080/13527259608722175.

3. Seaton A.V. Guided by the dark: from thanatopsis to thanatourism // The International Journal of Heritage Studies. – 1996. – Vol. 2. – P. 234–244. – DOI: 10.1080/13527259608722178.

4. Lennon J. 'Dark Tourism' // Oxford Research Encyclopedia of Criminology and Criminal Justice. – Oxford: Oxford University Press, 2017. – 26 p. – DOI: 10.1093/acrefore/9780190264079.013.212.

5. Hohenhaus P. Atlas of dark destinations: explore the world of dark tourism. – London: Laurence King Publishing, 2021. – 352 p.

6. Light D. Progress in dark tourism and thanatourism research: An uneasy relationship with heritage tourism // Tourism Management. – 2017. – Vol. 61. – P. 275–301. – DOI: 10.1016/j.tourman.2017.01.011.

7. Karpova Ĭ.Ĭ., Lotař M.N. Suřnost i osobennosti «tömnogo» turizma [The essence and features of dark tourism] // Regionälnye geograficheskie issledovania: Sb. nauch. tr. / pod obř. red. A.V. Pogorelova. – Krasnodar: Kubanski gos. un-t, 2020. – № 13. – S. 228–233.

8. Rybakova E.V. Tömnıy turizm v Rossii: sovremennoe sostoianie, problemy izucheniia [Dark tourism in Russia: current state and research issues] // Teoria i praktika servisa: ekonomika, sostiälnaia sfera, tehnologii. – 2013. – № 3 (17). – S. 180–187. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/temnyy-turizm-v-rossii-sovremennoe-sostoyanie-problemy-izucheniya> (data obrařeniia: 11.03.2024).

9. Bugrov D., Bugrova E. Na grani Jizni i Smerti: pograničnyi Ural v tanatologicheskoi kültüre [On the Edge of Life and Death: The Borderline Urals in Thanatological Culture] // Quaestio Rossica. – 2019. – T. 7, № 4. – S. 1199–1213. – DOI: 10.15826/qr.2019.4.433.

10. Morozov Ĭ.A. Jizn posle smerti v sovremennyh obřestvah: tradisii i novasii. Vvedenie k spesiälnoi teme nomera [Life after death in modern societies: traditions and innovations. Introduction to the special issue] // Sibirskie istoricheskie issledovania. – 2019. – № 4. – S. 6–15. – URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000707880> (data obrařeniia: 11.03.2024).

11. Lennon J.J., Tiberghien G. Ambiguity and dilution in Kazakhstan's Gulag heritage // Tourism Recreation Research. – 2022. – Vol. 47, No. 5–6. – P. 470–482. – DOI: 10.1080/02508281.2021.1875681.

12. Mora Forero J.A., Nieto Mejia A., León-Gómez A. A Bibliometric Analysis and Systematic Review of Dark Tourism: Trends, Impact, and Prospects // Administrative Sciences. – 2023. – Vol. 13, No. 11. – Article 238. – DOI: 10.3390/admsci13110238.

13. Kiräl'ová A., řperková R. Mapping the dark: a bibliometric examination of research in

Dark Tourism // Cogent Social Sciences. – 2024. – Vol. 10, No. 1. – DOI: 10.1080/23311886.2023.2294552.

14. Shekhar S., Valeri M. Evolving Themes in Dark Tourism Research // Tourism. – 2022. – Vol. 70, No. 4. – P. 624–641.

15. Zhang Y., Wang L., Wang J., Tian F. Progress and prospects for dark tourism research // Journal of Tourism and Cultural Change. – 2024. – Vol. 22, No. 1. – P. 93–117. – DOI: 10.1080/14766825.2023.2260357.

16. Poade D.M. The Management of Dark Tourism Visitor Sites and Attractions with Special Reference to Innovation: thesis for the degree of Doctor of Philosophy in Management Studies. – 2017. – 291 p.

17. Rybakova E.V. Tömnyi turizm v Rossii: sovremennoe sostoianie, problemy izuchenia [Dark tourism in Russia: current state and research issues] // Teoria i praktika servisa: ekonomika, sosiálnaia sfera, tehnologii. – 2013. – № 3(17). – S. 180–187.

18. Bakota D., Kolanović S., Miletić K., Topalović D. The Disaster as a Factor in the Development of Modern Tourism. A Study Case Based on the Chernobyl Nuclear Power Plant // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2020. – Vol. 11, No. 7(47). – P. 1729–1741. – DOI: 10.14505/jemt.11.7(47).14.

19. Romanova A. Features and trends of the Chernobyl tourism development // Economic Annals-XXI. – 2020. – No. 183(5–6). – P. 134–141. – DOI: 10.21003/ea. V183-13.

20. Farkic J., Kennell J. Consuming dark sites via street art: Murals at Chernobyl // Annals of Tourism Research. – 2021. – Vol. 90. – Article 103256. – DOI: 10.1016/j.annals.2021.103256.

21. Bugrov D., Bugrova E. Na grani Jizni i Smerti: pogranichnyi Ural v tanatologicheskoi kültüre [On the Verge of Life and Death: the Ural Frontier in Thanatological Culture] // Quaestio Rossica. – 2019. – T. 7, № 4. – S. 1199–1213. – DOI: 10.15826/qr.2019.4.433.

22. Morozov Ígör Alekseevich. Jizn posle smerti v sovremennyh obşestvah: tradisii i novasii. Vvedenie k spesiálnoi teme nomera [Life after death in modern societies: traditions and innovations. Introduction to the special topic of the issue] // Sibirskie istoricheskie issledovania. – 2019. – № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zhizn-posle-smerti-v-sovremennyh-obschestvah-traditsii-i-novatsii-vvedenie-k-spetsialnoy-teme-nomera> (data obraşenia: 11.03.2024).

23. Stahova Lüdmila Văcheslavovna. Puteşestvia k mestam jizni i smerti izvestnyh lichnostei: trend vremeni ili «novoe palomnichestvo» // Sovremennye problemy servisa i turizma. – 2019. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/puteshestviya-k-mestam-zhizni-i-smerti-izvestnyh-lichnostey-trend-vremeni-ili-novoe-palomnichestvo> (data obraşenia: 11.03.2024).

24. Karpova Íu.Í., Lotaş M.N. Suşnost i osobennosti «tömного» turizma [The essence and features of "dark" tourism] // Regionálne geograficheskie issledovania: Sb. nauch. tr. / pod obş. red. A.V. Pogorelova. – Krasnodar: Kubanski gosudarstvennyi universitet, 2020. – S. 228–233.

25. Kopylova A.A. Mrachnyi turizm: k voprosu ob izuchenii fenomena [Gloomy tourism: on the issue of studying the phenomenon] // Turizm: tehnologii i trendy: materialy II studencheskoi nauchno-prakticheskoi konferensii, Ekaterinburg, 20 fevralä 2016 g. – Ekaterinburg: Ízd-vo Urälskogo universiteta, 2016. – S. 40–50.

26. Chukaev D.S. Mrachnyi turizm: klassifikasia, problemy i tendensii razvitia [Gloomy tourism: classification, problems and development trends] // Turizm: tehnologii i trendy: materialy III studencheskoi nauchno-prakticheskoi konferensii, Ekaterinburg, 18 fevralä 2017 g. – Ekaterinburg: Ízd-vo Urälskogo universiteta, 2017. – S. 197–202.

27. Galiev T.R., Omarova K.A., Musina K.P. «Tömnyi» turizm v mire i perspektivy razvitiia i v Kazahstane ["Dark" tourism in the world and development prospects in Kazakhstan] // Instituty i mehanizmy innovatsionnogo razvitiia: mirovoi opyt i rossiskaia praktika: Sb. nauch. st. 7-i Mejdunar. nauch. -prakt. konf., Kursk, 19–20 oktäbrä 2017 g. / otv. red. A.A. Gorohov. V 3-h t. T. 1. – Kursk: ZAO «Universitetskaia kniga», 2017. – S. 241–248.
28. Slade G. Remembering and Forgetting the Gulag: Prison Tourism Across the Post-Soviet Region // The Palgrave Handbook of Prison Tourism. – London: Palgrave Macmillan, 2017. – P. 37–54. – (Palgrave Studies in Prisons and Penology). – DOI: 10.1057/978-1-137-56135-0_3.
29. Mukashev A.S., Ussenova D.M. Opportunities of «dark tourism» development in the Republic of Kazakhstan // Education and Science Without Borders. – 2013. – Vol. 4, No. 7. – P. [utochnit stranisy, esli izvestno].

А. ВЕЛИЧКО PhD докторант Казахского национального университета им. аль-Фараби (Казахстан, Алматы) e-mail: anastasiavelichkoav@gmail.com	Р. ПЛОХИХ Доктор географических наук, доцент, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, (Казахстан, Алматы) e-mail: rvplokhikh@gmail.com
	Поступило в редакцию 10.12.2025 Поступила с исправлениями от 23.01.2025 Принято в печать 30.06.2025

А. ВЕЛИЧКО¹✉, Р. ПЛОХИХ¹

¹Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті,
(Қазақстан, Алматы), e-mail: anastasiavelichkoav@gmail.com

«ҚАРАҢҒЫ» ТУРИЗМНІҢ ҒЫЛЫМИ ЗЕРТТЕУ ТАРИХЫ

Аңдапта. «Қараңғы» туризм туристік индустрияның тауашалық бағыты болып қала береді, оның жалпы туристік нарықтағы үлесі айтарлықтай аз. Елде бұл туризм түрінің шектеулі танымалдығы ғылыми қызығушылықтың төмен деңгейіне және отандық ғылыми ортада тақырыптың жеткіліксіз зерттелуіне алып келеді. Отандық ғылыми материалдардың жетіспеушілігіне байланысты талдау негізінен шетелдік дереккөздерге сүйене отырып жүргізілді.

Зерттеу аясында «қараңғы» туризм саласындағы ғылыми зерттеулердің халықаралық тәжірибесін зерделеу және жүйелеу мақсаты қойылды. Осы мақсатқа қол жеткізу үшін Scopus және басқа да рецензияланатын халықаралық деректер базаларында ұсынылған ғылыми әдебиеттер мен жарияланымдарға теориялық талдау жүргізілді. Нәтижесінде зерттеудің негізгі бағыттары анықталып, «қараңғы» туризм ұғымын айқындаудың әртүрлі тәсілдері қарастырылды. Жүргізілген талдау негізінде осы құбылыстың авторлық анықтамасы ұсынылды.

Алынған нәтижелер диссертациялық зерттеу шеңберінде «қараңғы» туризмнің ғылыми негіздемесін қалыптастыруға, сондай-ақ оның елдегі даму әлеуетін зерттеуге арналған ғылыми тәсілдерді одан әрі дамытуға негіз болады.

Кілт сөздер: «қараңғы» туризм, ғылыми зерттеулер, шетелдік тәжірибе, Қазақстан Республикасы.

A. VELICHKO¹✉, R. PLOKHIKH¹

¹Al-Farabi Kazakh National University,
(Kazakhstan, Almaty), e-mail: anastasiavelichkoav@gmail.com

THE HISTORY OF SCIENTIFIC RESEARCH OF «DARK» TOURISM

Abstract. *This article is devoted to the analysis of scientific research in the field of «dark» tourism in the world and in the Republic of Kazakhstan. «Dark» tourism remains a niche segment of the tourism industry, the share of which in the total tourism market remains insignificant. Limited popularity of this type of tourism in the country causes a low level of scientific interest and insufficient development of the topic in the domestic scientific environment. Due to the lack of domestic scientific materials, the analysis was carried out mainly on the basis of foreign sources. Within the framework of the research the aim was set - to study and systematize the international experience of scientific research in the field of «dark» tourism.*

To achieve this goal, a theoretical analysis of scientific literature and publications presented in peer-reviewed international databases, including Scopus, was carried out. As a result, the key areas of research were identified and different approaches to the definition of the concept of «dark» tourism were analyzed. Based on the analysis, the author's definition of this phenomenon is proposed.

The obtained results will serve as a basis for scientific substantiation of «dark» tourism within the framework of the dissertation research, as well as for further development of scientific approaches to the study of its development potential in the country.

Keywords: *«dark» tourism, scientific research, foreign experience, Republic of Kazakhstan.*

А. ДЕМЕЕВ¹, А. КУРБАНИЯЗОВ^{1,2}✉, Э. ЖАНГОЖАЕВА³

¹Ш. Есенов атындағы Каспий технологиялар және инжиниринг университеті
(Қазақстан, Ақтау)

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: abilgazy.kurbaniyazov@iuth.edu.kz

³Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
(Қазақстан, Астана)

МАҢҒЫСТАУ ОБЛЫСЫНДА "КЕНДІРЛІ" КЛАСТЕРІН ДАМУ ТҰРАҚТЫ ҚЫЗМЕТТІ ЖЕТІЛДІРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Аңдатпа. Нарықтық экономика жағдайында көптеген кәсіпорындар өкілдері өз бизнесін дамыту және бәсекеге қабілеттілікті сақтау үшін инновациялық тәсілдерді іздеуде. Бұл бағытта туризм индустриясында инновациялық қызметті ынталандыру мақсатында кластерлеуге назар аудару маңызды болып табылады.

Маңғыстау облысы аумағында әртүрлі табиғи ресурстар мен климаттық жағдайлардың болуы туристік қызмет көрсету үшін негіз бола алатын және инфрақұрылымды есепке алуды талап ететін туризмнің әртүрлі нысандарын қамтитын туристік кластерлерді қалыптастыруға мүмкіндік береді. Мұнда келуші туристер мен саяхатшыларда құмды жиектер жеткілікті Каспий жағалауы үлкен қызушылық тудырады. Осыған орай күн сәулесі мен суда жүзуге көп көңіл аударушылар үшін ерекше орын ретінде – Кендірлі туристік-рекреациялық кластерін ұйымдастыру таңдалған.

Кілт сөздер: Маңғыстау, Кендірлі, кластер, туризм, SWOT, MICE

Кіріспе

Отандық теория мен практикада соңғы жылдары Қазақстан өңірлерінде туризмді ұзақ мерзімді дамытудың тиімді құралы ретінде кластерлік тәсіл тақырыбы барынша қарқынды талқылануда, бұл бәсекеге қабілеттілікті арттыруға және аумақтардың орнықты дамуын қамтамасыз етуге ықпал етеді. Сонымен бірге, мамандар осы уақытқа дейін "туристік кластер" ұғымының бірыңғай, толық және қайшы келмейтін анықтамасын әзірлеген жоқ. Сондай-ақ "туристік-рекреациялық кластер", "туристік кластер" терминдері пайдаланылады, әлемдік ғылыми қоғамдастықта "туристік кластер" немесе "tourism cluster" жиі қолданылады.

Туристік кластер - бұл өз кезегінде туризмге тікелей тәуелді және жанама түрде бір мақсатқа жетуге қатысатын салалардың жиынтығы. Туристік кластерді тиімді ұйымдастырудың негізгі шарттарының бірі инновациялық тәсіл болып табылады. Инновациялық кластерде, ең алдымен, деректер алмасу жылдамдығы артады және ол арқылы

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Демеев А., Курбаниязов А., Жангожаева Э. Маңғыстау облысында "Кендірлі" кластерін дамыту арқылы туристік қызметті жетілдіру мәселелері – 2025. – No2(8). – б. 166–179. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.11>

***Cite us correctly:** Demeev A., Kurbaniyazov A., Jangozhaeva E. Mañğystau oblysynda "Kendirli" klasterin damytu arqyly turistik qyzmetti jetildiru мәseleleri [Issues of improving tourism activities through the development of the "Kendirli " cluster in Mangistau region] – 2025. – No2(8). – b. 166–179. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.11>

ең қажетті ақпарат шапшаң жағдайда қалаған адамдарға жетеді.

Шетелдік озық тәжірибе нарықтық экономика жағдайында туризмнің қарқынды дамуы туристік кластерлермен тікелей байланысты екенін көрсетеді. Өйткені дұрыс ұйымдастырылған туристік кластерлерде туристік маусымдық жойылады, маусымнан тыс уақытта туристер үлкен жеңілдіктер арқылы тартылады, сонымен қатар қонақүйлердегі бос нөмірлердің азаюына ықпал етеді.

Әдебиеттерге шолу

Атақты Британдық ғалым Альфред Маршалл географиялық жағынан жақын кәсіпорындар мен ұйымдар белгілі бір саланың жедел дамуына әкелуі мүмкін екенін алғашқылардың бірі болып дәлелдеді. Бұл теорияда ол үш негізгі факторды келтірді:

1. Мамандандырылған жеткізушілер
2. Білімді тарату
3. Еңбек маркетингі интеграциясы [1]

Кейінірек бұл теорияны американдық экономист Майкл Портер нығайтты, А. Маршалл ұсынған жүйе заманауи туристік кластердің негізіне айналды, М. Портер ғылымға кластерлеу тұжырымдамасын енгізді және оның бәсекеге қабілеттілігін зерттеу үшін көптеген эксперименттер жүргізді. М. Портердің айтуынша, кластер белгілі бір саладағы өзара байланысты компаниялар мен мекемелердің географиялық шоғырлануын білдіреді. Кластерлерге өзара байланысты салалар және бәсекелестік үшін маңызды басқа нысандар кіреді.

В. Мингеттидің идеясы бойынша инновациялық технологияларды пайдалана отырып ақпарат алмасу ұйымдастырылған туристік кластерлерді, "Smart destinations"-тарды құруға болады [2]. М. Бенидің ойына сәйкес, туристік кластерде басты назар жетілдірілген басқаруға аударылуға тиіс [3], тек сонда ғана жүйе тиімді жұмыс істей алады.

Туристік кластерді зерттеумен айналысқан қазақстандық ғалымдардан келесілерді атаған жөн: М. Искаков, М. Булекпаев, С.Б. Ахметжанов, Б.С. Мырзағалиев, Т.К. Өмірзаков, Ш. Батырханов, М.А. Темирбулатов, А. Рамазанов, А. Абдраш, С. Читанова. "ҚР ҰҒА Хабаршысы" мақаласында олар туризм мысалында шаруашылық жүргізудің кластерлік ұйымын зерттеді. Р.Е. Ағыбетовтың, Г.К. Турысбековтың жұмысында Қазақстанда мәдени-туристік кластерді дамыту мәселесі қамтылып, шет елдерде осындай кластердің жұмыс істеу тәжірибесі қарастырылған. Сартова А.Д. және Сейтказина Д.Ш. Шығыс Қазақстан облысының туристік кластері туралы мақалада өңір аумағында бәсекеге қабілетті туристік өнімнің әртүрлі түрлерін қарастырды.

Туристік кластер құрудың және қалыптастырудың экономикалық мәселелерімен шұғылданғандар арасында: "Кластерлік ұйым Қазақстан Республикасының туризм саласының тиімділігін арттыру құралы ретінде" тақырыбында орыналған диссертацияның авторы, ғылым кандидаты Молдажанов Марат Бетімбайұлының; Халықаралық бизнес академиясының доценті, туризмнің даму болашағы туралы ғылыми талдаулар жүргізген, "Жаһандық маңызы бар халықаралық жобаларды өткізу қарсаңында қонақ үй-мейрамхана қызметтерінің бәсекеге қабілеттілігін арттыру ("ЭКСПО-2017" көрмесі және XVIII қысқы Дүниежүзілік Универсиада - 2017): іске асырудың тұжырымдамалық негіздері мен тетігі", қоғамдық-саяси және экономикалық ғылымдар саласындағы басқа да іргелі зерттеулердің авторы Смыкова Мадина Раисовнаның және Халықаралық бизнес академиясының доценті "Тұтынушылық сипаттамалардың туристердің қанағаттану

дәрежесіне әсерін бағалау". Қазақ экономика, қаржы және халықаралық сауда университетінің Хабаршысы, №4, 2019 ж. (бірлескен авторлықта) Сохатская Наталия Павловнаның, сонымен қатар Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті қауымдастырылған профессоры м.а. Мадина Әбдікәрімованың Елдің туристік әлеуетін жақсартуға бағытталған зерттеулерін; көрнекті қазақстандық географ, география ғылымы мен білімін ұйымдастырушы, профессор, география ғылымдарының докторы "Туризм тарихы. Даму және ғылыми зерттеу" және т.б. бірнеше маңызды ғылыми жұмыстар авторы Станислав Рамазанұлы Ердаuletовтың айрықша еңбектерін атап өту қажет.

Зерттеу әдістемесі

Жұмыста зерттеудің теориялық және эмпирикалық әдістері қолданылды. Онда соңғы ғылыми жарияланымдарға талдау жасалады, алынған нәтижелер салыстырылып бағаланады. Авторлық әдістемеде жүйелі көзқарас, байқау, абстракция, идеализация және топтау әдістері қолданылды. Зерттеу нәтижелерін визуализациялау үшін графикалық әдіс пайдаланылды.

Талдау және нәтижелер

Бүгінгі таңда инновациялық даму Қазақстан экономикасының өсуіндегі басымдыққа айналууда. Нарықтық экономикадағы көптеген кәсіпорындар өкілдері өз бизнесін дамыту, бәсекеге қабілеттілікті сақтау үшін инновациялық тәсілдерді іздеуде. Бұл бағытта туризм индустриясында инновациялық қызметті ынталандыру мақсатында кластерлеуге назар аудару маңызды болып табылады.

Туризм саласында жаңа кластерлер құру қолданыстағы кластерлердің алдын-ала белгіленген мақсаттарын жүзеге асыруға көмектеседі.

Жалпы туристік кластер қазіргі заманғы туристік индустрияның неғұрлым перспективалы бағыты болып табылады. Кластерді құру жалпы өңірлік өнімді бірнеше есе ұлғайтуға негіз бола алады. Кластер өзінің сипаттамасына сүйене отырып, туристік бизнестің әртүрлі субъектілерінің бірлескен жұмысын болжайды, бұл олардың бірлескен қызметінен түсетін кірістерді ұлғайтуға мүмкіндік береді.

Туристік кластер - бұл ерікті негізде біріккен компаниялардың қызметін қамтитын демалыс аймағы. Фирмалардың қызметі бір-бірімен байланысты, сондықтан бір фирмада проблемалар туындаған жағдайда, басқа фирмалар жағдайды шешу үшін жұмысқа кіріседі, өйткені мәселелерді шешудің өзі кластер құрудың мәніне қайшы келіп қана қоймайды, сонымен қатар бүкіл кластердің кірісін азайтады. Кластерлерді құру кезінде инфрақұрылымдық факторларды ескеру, сондай-ақ табиғи-климаттық факторларды бағалау қажеттігі туындайды. Кластер құру: инфрақұрылымды жетілдіру, жалпы өңірлік өнімдегі туризмнен түсетін табыс үлесін ұлғайту арқылы экономиканы нығайту, аймақтағы экологиялық жағдайды жақсарту сияқты бірқатар мәселелерді шешуге қабілетті болып табылады.

Алдымен кластердің орналасуы мен шекараларын анықтау, сондай-ақ орталықтарды нақтылау қажет. Бұл ретте бірнеше орталықтар болуы мүмкін, олардың кластер ішінде өзара бәсекелеспей, бір-бірін толықтырғаны жөн. Кластердің шекарасын анықтау үшін өңірді зерттеп, қай көрікті жерлердің анағұрлым танымал екенін анықтап, демек, онда орталықтар құру тиімдірек болатынын шешкен дұрыс. Кластердің шекарасын анықтау туристік кластерді құру кезінде де маңызды міндет болып табылады. Шекараларды белгілеу кезінде басқа өңірлермен байланыс және болашақ туристердің ерекшеліктері сияқты факторларды ескеру

қажет екенін түсіну маңызды.

Жазғы демалыс орнын таңдау әрқашан егжей-тегжейге назар аударуды қажет ететін маңызды шешім болып табылады. Каспий теңізінің жағасында қазір екі танымал курорт бар: Ақтау және Кендірлі. Олардың екеуі де демалудың ерекше жағдайларын ұсынады, бірақ олардың ерекшеліктері айтарлықтай өзгеруі мүмкін. Ең жақсы нұсқаны таңдау үшін инфрақұрылым, тұру жағдайлары және қол жетімді ойын-сауық сияқты негізгі факторларды қарастырған жөн.

Ақтау - туристік инфрақұрылымы дамыған ірі қала. Мұнда қонақүйлердің, мейрамханалардың және ойын-сауық орындарының кең ауқымын табуға болады. Қала көптеген қызметтерді де ұсынады, бұл оны отбасыларға да, жастарға да қолайлы етеді. Екінші жағынан, Кендірлі тыныштық пен құпиялылықты іздейтіндер үшін өте қолайлы жеке орын. Құмды жағажайлар мен таза су демалуға және табиғаттан ләззат алуға атмосфера туындатады.

Осы екі курортты салыстыру сіздің шешіміңізді алу үшін әр аспектіні ескеруді талап етеді.

Ақтауда су спортының түрлі түрлерін тамашалауға болады. Парасейлинг, кайтсерфинг және виндсерфинг әсіресе танымал. Таза жағажайлар мен жылы теңіз осындай әрекеттер үшін тамаша жағдай жасайды. Сондай-ақ, Ақтауда көршілес жерлерге экскурсиялар, соның ішінде аймақтың бірегей табиғатын көруге болатын ұлттық саябақтарға сапарлар танымал. Кендірлі курорты көп бағытты демалыс бағдарламаларын алға тартады, соның ішінде велоспорт және әдемі соқпақтар арқылы жаяу экскурсиялар. Мұнда ыңғайлы велосипедтерді жалға алу және серуендеу әуесқойлары үшін арнайы инфрақұрылым бар. Тыныш демалысты ұнататындар үшін жергілікті қонақүйлерде спа-процедуралар мен массаждар орналасқан.

Екі курорт та мәдени іс-шаралар жоғары деңгейде ұйымдастырылған. Ақтауда жергілікті өнердің көрмелері, концерттері мен фестивальдері жиі өткізіліп тұрады, бұл туристерге өңірдің мәдениетімен тереңірек танысуға мүмкіндік береді. Кендірліде дәстүрлі қолөнер және аспаздық шеберлік сабақтарына қатысуға болады, бұл қазақтың өзіндік мәдениеті аясында ерекше қызықты.

Кешкі демалысқа келетін болсақ, Ақтау жергілікті тағамдардан дәм татуға болатын түрлі дәмханалар және мейрамханалармен мақтана алады, ал Кендірлі қонақүйлер аясында жеке атмосфера мен түнгі ойын-сауықты ұсынады.

Осылайша, курортты таңдауға қарамастан, әр турист өзі үшін көптеген ашық ауада және ойын-сауық мүмкіндіктерін табады. Ақтау мен Кендірлі кез-келген талғамға ұмытылмас әсер қалдырып, демалу үшін ерекше жағдайлар сыйлайды.

Тамақтану шығындары таңдалған курортқа байланысты да өзгереді. Ақтауда қоғамдық тамақтану орындары әр түрлі, бұл азық-түлік шығындарын арттыруы да, төмендетуі де мүмкін. Кендірліде бюджеттік кафелер қолжетімді нұсқаларды ұсынады, бірақ таңдау шектеулі болуы мүмкін.

Біздің ұсынысымыз: Сіз экскурсиялар, су спорты және жергілікті көрікті жерлерге бару сияқты тамақтану және ойын-сауық шығындарын талдаңыз. Сапар құны туралы толық түсінік алу үшін барлық мүмкін шығындарды да ескеру маңызды. Осылайша тұру, тамақтану және ойын-сауық бағаларын салыстыра отырып, сіз демалу үшін ең қолайлы және жайлы курортты таңдай аласыз.

Маңғыстау облысы аумағында әртүрлі табиғи ресурстар мен климаттық жағдайлардың

болуы туристік қызмет көрсету үшін негіз бола алатын және инфрақұрылымды есепке алуды талап ететін туризмнің әртүрлі нысандарын қамтитын туристік кластерлерді қалыптастыруға мүмкіндік береді.

Кез келген туристік кластерді қалыптастырудың негіздеріне мыналарды жатқызуға болады: туризм мен рекреацияның әртүрлі көріністерінің жиынтығына негізделген туристік әлеуеттің болуы, туристердің әртүрлі сегменттерін орналастыру орындарымен қамтамасыз ету, көлік инфрақұрылымының тиісті даму деңгейі, тиімді инвестициялық- инновациялық аймақтық саясат.

Аумақтық туристік кластердің ұйымдық-экономикалық моделін кезең-кезеңімен қалыптастыру әдісі төмендегі 1-ші кестеде көрсетілген.

Кесте 1 – Өңірлік туристік кластердің ұйымдық-экономикалық моделін кезең-кезеңімен қалыптастыру әдісі (Маңғыстау облысы "Кендірлі" ТРК мысалында)

№	Кезең атауы	Қызмет бағыттары
1	Туристік кластердің аумағын белгілеу	1. Туристік тарту орталықтарын анықтау және кластер шекараларын белгілеу 2. Кластердің мақсаттары мен міндеттерін белгілеу
2	Туристік кластердің алғашқы жетілген моделін құру	1. Консультативтік және мониторингтік үйлестіру органдарын белгілеу 2. Жалпы кластерлік стратегияны белгілеу 3. Кластер ресурсына қолдау көрсетуді нақтылау
3	Кластер құру әлеуетін зерттеу	1. Туристік ресурстарды салыстыру және теңестіру 2. Туризмнің перспективалы түрлерін анықтау 3. Туристік кластердің мамандануын нақтылау
4	Туристік өнім кластерінің сипаттамасы	1. Кластердің туристік қызметтерінің мультиатрибутивтілігін талдау 2. Туристік қызметтерді жеткізушілер құрамын айқындау
5	Кластер инфрақұрылымын талдау	1. Туристік фирмалар 2. Көлік 3. Рекреация 4. Орналастыру 5. Тамқтандыру 6. Сабақтас салалар және олардың кластерді дамыту мүмкіндіктері
6	Кластер түзілуіндегі сыртқы жағдайларды зерттеу	1. Табиғи жағдайлар 2. Экономикалық жағдайлар 3. Әлеуметтік-мәдени жағдайлар 4. Институционалдық-құқықтық жағдайлар
7	Кластерді дамытудың әлеуетті мүмкіндіктері мен кедергілерін анықтау (SWOT талдау)	1. Кластерді дамытудың күшті және әлсіз жақтарын анықтау 2. Кластердің тәуекелдері мен мүмкіндіктерін анықтау
8	Талдау нәтижелерін жалпы бағалау және туристік кластердің жобалық моделін таңдау	1. Кластерді дамытудың негізгі бағыттарын анықтау 2. Кластерлік қызметтерге сұраныстың болжамы 3. Кластердің даму тәуекелдерін белгілеу 4. Кластерді дамыту жобасының моделін және ұсыныстарын таңдау

Ескерту – Кесте авторлар тарапынан құрастырылған.

Маңғыстау облысы аумағында "Кендірлі" туристік-рекреациялық кластерін жасақтау және дамыту бойынша ерекше жоба әзірленді.



Сурет 1 – "Кендірлі" туристік-рекреациялық кластері (бастапқы кезең)



Сурет 2 – "Кендірлі" туристік-рекреациялық кластері (қазіргі кезең)



Сурет 3 – "Кендірлі" туристік-рекреациялық кластері (болашақта)

"Кендірлі" – туристердің демалысын зманауы қызметтер арқылы Каспий теңізі жағасында өткізуге арналған жаңа дестинацияны жетілдіру болып табылады. Аталған жобада туристер мен демалушыларға арналған демалыс үйлері, жатын орындары және қызмет көрсетуге арналған басқа да кешендер: шағын сауда орындары, ашық ауада және жабық залдарда спорттық жарыстар өткізуге арналған ғимараттар, корт-гольф алаңдары, яхталар айлағы және т.б. көзделген.

Осыған орай, 2005 жылы "IPK International" халықаралық консалтингтік компаниясы Қазақстан Республикасы Индустрия және сауда министирлігімен және маркетингтік-талдамалық зерттеулер орталығымен бірлесіп Маңғыстау облысында өңірлік туристік кластерді қалыптастыру және дамыту болашағына арналған жұмыстар ұйымдастырды.

Келуші туристер мен саяхатшыларда құмды жағалары жеткілікті Каспий жағалауы үлкен қызушылық тудырады. Күн сәулесі мен суда жүзуге көп көңіл аударушылар үшін ерекше орын ретінде – Кендірлі таңдалды.

Сала мамандарының ойына сәйкес, теңіздегі Қазақ шығанағының көрікті мүйісінде жағажай маусымы алты айға дейін созылады. Айналасындағы бір шақырымдық жерді шөл, жартастар мен құмдар алып жатыр. Аталған мекенде - бизнес орындары, теңіз жағалауы және сәйкес нысандар, сондай-ақ көмекші құрылғылармен қамтамасыз етілген тамаша орын – "Кендірлі" туристік-рекреациялық кешенін салуға берілген. Жобаның кешенді мастер-жоспарын дайындау мәселесін (іскерлік орындар, автожол, темір жол вокзалы, автобус станциясы, тікұшақтар әуежайы, муниципалитет, жаңа іскер қала әкімшілігін құру, аурухана мен медициналық пункттер, өзіндік қауіпсіздік қызметі, өрт сөндіру қызметі, техникалық қолдау орталығы, жанармай құю станциялары, сондай-ақ байланыс бөлімшесін, балабақшалар мен бөбекжайлар, банктер мен айырбастау пункттерін ұйымдастыру) - "Medi" және "Akkanat Holding" сияқты түрік компанияларың іске асыруы қарастырылды.

Сарапшыларды ойынша, Кендірлі іскерлік қаласының халқы саны алғашқы кезеңде 20 мыңға, әрі қарай 50 мыңға жететіндігі болжанған. Сонымен қатар "Кендірлі" ТРК аумағында заманауи сауда орындары, дүкендер мен butikтер, мұражай, бақ, жүзу жолақтары, теннис-гольф алаңдарын, мешіт салу ойластырылған. Қыс мерзімінде кешенде балалар мен ересек адамдарға арналған Диснейленд ойын-сауық кешенін орналастыру жоспарланған.

Жобаға сәйкес, туристерді қызықтыратын ойын-сауық орталығы 250 гектар аумаққа орналасатын болады. Аумақта танымал "Формула-1" жарыстарындағыдай мәдени орындар, конгрессс залы, клуб және көрме үйі, автомобиль жарыстарына ниеттелген жолдар салу қарастырылған.

Мамандар, сондай-ақ, "Кендірлі" ТРК аумағында аталған және т.б. заманауи шараларды талапқа сай ұйымдастыру көздеде отырып, үлгілі әлемдік брендтер мен компаниялар тартылатын болады. Сонымен, бес шақырымға созылатын жағалау орынды алты түрлі туристік ойын-сауық орындармен біріктіру ойластырылған.

Жағалауға жақын бес жұлдызды қонақүйлер орналасады. Сонымен қатар туристерге арналған төрт жүз-бес жүз жатын және әртүрлі категориядағы төрт жұлдызды мейманханалар салу қарастырылған.

Бағытты терең талдау үшін SWOT-талдау технологиясын қолданғанды жөн санаймыз.

Төмендегі 2-ші кестеде "Кендірлі" туристік-рекреациялық кластерінің (ТРК) SWOT-талдауы нәтижесін ұсынуға болады.

Кесте 2 – "Кендірлі" туристік-рекреациялық кластерінің SWOT-талдауы

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
1. Маңызды табиғи-экологиялық, тарихи- мәдени және рекреациялық әлеуеттің болуы; 2. Жол және жол бойындағы инфрақұрылымды дамыту жөніндегі өңірлік бағдарламаларды іске асыру; 3. Туристік операторларды ішкі нарыққа қайта бағыттау үрдістері; 4. Қазақстанда және өңірде ішкі туристік ағынның артуы; 5. Ақпараттық ресурстардың дамуы; 6. Су спорты түрлерімен жаттығуға арналған спорт кешендерінің болуы; 7. Флора мен фауна түрлінің көп болуы; 8. Экологиялық туризмді дамыту мүмкіндігі; 9. Перспективада кластерді дамытуға қызығушылықтың артуы; 10. Туризмді дамыту бойынша республикалық және облыстық ынталандырушы бағдарламалар;	1. Өңірде инновациялық инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы және туризм саласындағы іргелі зерттеулерді одан әрі қолдау және одан әрі дамыту жағдайларының жетілмегендігі; 2. Жүргізіліп жатқан ғылыми зерттеулер мен әзірлемелер, сондай-ақ оларды туризм және қонақжайлылық саласында коммерцияландыру арасында елеулі алшақтықтың болуы; 3. Ірі автомобиль және темір жол магистральдарынан алшақтығы, транзиттік (ауыстырып тиеу) және әуе жолдарының болмауы; 4. Жол бойындағы сервистің болмауы 5. Жалпы және мамандандырылған инфрақұрылымның жеткіліксіздігі; 6. Туризмдегі нақты маусымдылық; 7. Жоғары экологиялық жүктемелер; 8. Сұраныстың маусымдылығы; 9. Туризм саласындағы кадрлардың біліктілік деңгейінің жеткіліксіздігі; 10. Жарнамалық қызмет деңгейінің әлсіздігі; 11. Несие алудың қиындығы және олар бойынша жоғары пайыздар; 12. Бәсекеге қабілетті жергілікті жеткізушілер мен байланысты салалардағы кәсіпорындардың жеткіліксіз саны; 11. Маркетингтік қызметтің әлсіздігі; 12. Ұзақ уақыт бойы Маңғыстау облысының шетінде орналасуы салдарынан Кендірлі туристік өңірі имиджінің әлсіздігі
Мүмкіндіктері	Қауіп-қатерлері
1. Туризм саласын мемлекеттік және өңірлік деңгейде қолдау; 2. Өңірде туристік саланы дамытудың 2030 жылға дейінгі Тұжырымдамасын қабылдау; 3. Кәсіпкерлік бастаманы дамытуда қолайлы жағдайлар жасау; 4. Халықтың өмір сүру деңгейінің жоғарылауы және төлем қабілеттілігінің артуы; 5. Маусымдылық факторды төмендету мақсатында жаңа турларды әзірлеу; 6. Кластердің еліміз және әлемнің басқа өңірлерімен ынтымақтастығын одан әрі дамыту; 7. Жаңа өткізу нарықтарына бағытталу.	1. Каспий теңізі суының тартылуы 1. Білікті кадрлардың жетіспеушілігі; 2. Халық саны азаюының байқалуы; 3. Экологиялық жағдайдың нашарлауы; 4. Инфрақұрылым жағдайының жеткіліксіздігі; 5. Нақты инвестициялардың әлсіздігі; 6. Жаңа экономикалық жағдайларда жұмыс істеу үшін басқару, ғылыми кадрлар мен менеджерлерді даярлаудағы артта қалу. 7. Авиабилеттердің қымбаттығы (табысы орта деңгейден төмен туристер немесе зейнеткерлік жастағы адамдар үшін) 8. Туристік қызметтер бағасының тұрақсыздығы, баға белгілеудің тұрақты өсуі. 9. Демалыс мекемелері басшыларының басқарушылық мәдениетінің жеткіліксіз деңгейі 10. Туристік қызметтерге сұраныстың маусымдық ауытқуы

Ескерту – Кестені авторлар құрастырды.

Жүргізілген SWOT-талдау "Кендірлі" туристік-рекреациялық кешенінің кластерге жақын маңындағы су-сауықтыру кешендері - жағдайда, кластерлік форматтағы келешегі бар туристік бағытқа айналуына толық негіз бар деп қорытынды жасау мүмкін болатынын көрсетеді.

Жоғарыда баяндалған талдаудың маңызды қауіп-қатерлері арасында Каспий теңізі суының тартылуын арнайы белгілеген жөн. Каспий теңізіндегі су деңгейі өзгермелі мән болып табылады: соңғы 3 мың жылда ол 15 метрге дейін көтеріліп, төмендеген. Каспий ағынсыз су қоймасы болғандықтан, ондағы су деңгейі тек үш негізгі факторға байланысты: жауын-шашын мөлшері, булану қарқыны және өзен ағыны. Осы параметрлерді ескере отырып, модель соңғы 40-қа жуық жылдағы Каспий су деңгейінің нақты мәндерін сәтті болжай алды: ол 1995 жылға дейін көтерілген, ал содан кейін төмендеген.

Сол жылдардан бастап Каспий теңізі суының тартылуы мен байланысты түрлі проблемалар пайда болып, жағалау елдерінде, соның ішінде Қазақстанда да алаңдаушылық туғызып келеді. Дегенмен теңіздің геологиялық тарихымен байланысты өзгерістерді зерттеу барысында, ғалымдар оның болашағынан үміт күтуге болатындығын білдіретін ұлттық идеялар мен жобаларды да ұсынуда.

Ғалымдар Каспий суының тартылуын көл аймағындағы орташа жылдық температураның өсуімен байланыстырды: соңғы 20 жылда ол бір градусқа көтерілген. Зерттеушілер нақты болжам жасауды мақсат еткен жоқ, алайда қолданыстағы климаттық модельдерді қолдана отырып, олар, егер жаһандық жылыну тоқтамаса, алдағы 75 жылда Каспийдің таяз солтүстік бөлігінен ештеңе қалмайды делінген өте қорқынышты деректерді алды.

2006-2021 жылдар аралығында Каспий теңізі акваториясына жауын-шашынның ең аз мөлшері түсіп, булану процестерінің қарқындылығы артқаны байқалған. Нәтижесінде, осы кезеңде су қоймасындағы су деңгейінің елеулі төмендеуі болған - 2016 және 2017 жылы ол теңіз деңгейінен -27,99 м төмен орналасты.

Теңіз суының тартылуы проблемасы қазіргі кезде барлық Каспий теңізі маңы елдеріне қауіп туғызуда. Сонымен, балықшылар балық аулау деңгейі төмендейді, ал үлкен балық аулау кемелері енді балық аулауға шыға алмайды дегенді айтады. Теңіз сауда порттары қызметкерлері су жолы тереңдігінің өзгеруі, жағалау туристік кешендері срапшылары "Кендірлі" туристік-рекреациялық кешенінде сала деңгейінің әлсіреуі туралы дабыл қағуда [4].

Өңір туризміндегі жалпы процесс және сонымен бірге маңызды мәселе маусымдық болып табылады, яғни жазда туристер саны күрт артады, ал қыста, күзде және көктемде азаяды.

Сала мамандарының пікіріне сәйкес, жылдың қыс мезгілінде туристік ағынның айтарлықтай төмендеуі байқалады және *көк* немесе *төмен маусым* деп аталады. Туристік қызметтерді өндірушілер туристерді тарту үшін бағаны ең төменгі деңгейге дейін төмендетуге мәжбүр болған кезде "сатып алушы нарығы" пайда болады. Сонымен қатар, көк маусым ұғымы өте салыстырмалы, өйткені осы кезеңде қысқы туризм түрлерін: спорттық, шаңғы, сондай-ақ экстремалды, шытырман оқиғалы, емдік - дамытуға болады.

Көк маусым шегінде дестинацияға туристер ағынының көп болмауымен сипатталатын және туризмге маманданған өңірлердің туристік кәсіпорындары мен туристік қызмет өндірушілерінің көпшілігі үшін тоқтап қалу мен шығынға шығаратын қозғалыссыз маусым

(ұзақтығы 2-3 апта) ерекшеленеді. Тек туристік фирмалардың орынды саясаты қозғалыссыз маусымда туристерді дестинацияға тартуға мүмкіндік береді.

Өңір туризміндегі маусымдық - бұл қыста "туристік қызметтерді сатушылар нарығының" шыңы, ал қыста "сатып алушылар нарығы" басталады, яғни қыста туристік компаниялар мүмкіндігінше туристерді тарту үшін өз қызметтерінің құнын төмендетеді.

Дегенмен, SWOT-талдаудан Маңғыстау облысының "Кендірлі" туристік-рекреациялық кешенінде туризмде маусымдық фактордың аса бір қолайлы емес екенін байқауға болады.

Туризмдегі маусымдық ғылыми әдебиеттерде және көптеген онжылдықтар бойы туризмді дамытуға арналған әртүрлі форумдарда негізгі талқылау тақырыбы болып қалуда. Батлер маусымдықты туризмдегі уақытша теңгерімсіздік ретінде анықтайды, ол келушілер саны, олардың шығындары, автомобиль жолдары мен басқа көлік түрлеріндегі кептеліс, қонақ үйлердің толтырылуы және көрікті жерлерге қол жетімділік сияқты элементтердің өлшемдері арқылы көрсетілуі мүмкін [4]. Аллкоктың пікірінше, маусымдылықтың ең маңызды аспектісі туристік ағындардың жылдың салыстырмалы түрде қысқа мерзімдерінде шоғырлануы болып табылады [5]. Маусымдық бұл жерде туризмнің физиологиялық сипаттамасы ретінде қарастырылады және экономиканың осы секторының болмай қоймайтын белгісі ретінде қабылданады. Егер біз маусымдықтың қолданыстағы анықтамаларын жалпылайтын болсақ, онда бұл құбылысты келесідей анықтауға болады: маусымдық - белгілі бір уақытта территорияның тартымдылығын өзгерту арқылы туристік бағыттарға әсер ететін фактор [6].

Сонымен қатар маусымдық туризм индустриясында айтарлықтай қиындықтар туғызады, туристік кәсіпорындардың рентабельділігін, негізгі құралдарды пайдалану тиімділігін төмендетеді, туристерге қызмет көрсетуді шектейді, әсіресе туристік маусымның қызу кезінде және маусымаралық кезеңде туризм кәсіпорындарының жүктемесінің болмауына байланысты кадрлардың ауысуын тудырады.

Осыған орай, "Кендірлі" туристік-рекреациялық кешенінде демалыстың оңтайлы маусымы – көктем, жаз және күз болып табылады, алайда кейбір өңірлерге қыс мезгілінде де баруға болады. Мысалы, жылдың суық мезгілінде саяхат үшін ең танымал ортаазиялық бағыт - үлесіне 80-90% брондау тиесілі Өзбекстан саналады [7].

Кендірліде теңіз әлдеқайда жылы, климаты анағұрлым жұмсақ. Сондықтан Кендірліді Қазақстанның басқа қалаларымен байланыстыра отырып, онда әуежай салу туралы шешім қабылданған. Курорттық аймақта туризм үшін әртүрлі орындар палитрасы ұсынылады: туристік нысандар, қонақ үйлер, мейрамханалар және т.б. Осы мәселе бойынша 2025 жылы "Кендірлі" туристік-рекреациялық зонасынан он үш шақырым қашықтықта, Қарақия ауданы аумағынан таңдалған 599,0 гектар жер телімінде, болашақта сиымдылығы жоғары ұшақтарды қабылдайтын-жөнелтетін әуежай құрылысын бастау күтілуде. Әуежай Қазақстан Республикасы Президентінің тапсырмасына сәйкес іске асырылатын болады және өңірде туризмнің одан әрі дамуына ықпал етері анық [8].

Қазіргі кезде "Кендірлі" курорттық зонасының Бас жоспары әзірленді. Бұл аймақта жылына 300 мыңға дейін адамдарды қабылдай алатын туристік қала салыну күтілуде. Бүгінгі таңда инженерлік инфрақұрылымның құрылысы басталды. Жобаны іске асыру іргелес Жаңаөзен қаласының тұрғындарын жұмысқа орналастыруды қамтамасыз етеді және негізгі жүктемені азайтатын болады. жүргізіліп жатқан шаралар мен іс-қимылдар нәтижесінде Маңғыстау облысында "Кендірлі" курорттық аймағының құрылысын 2029 жылы аяқтау

белгіленіп отыр.

Біздің ойымызша, болашақта "Кендірлі" курорттық кластерінің сәтті дамуы аймақтағы туристік ағынның өсуіне негіз бола алады. Инфрақұрылымды дамыту, жолдарды қайта құру және тіпті ең талғампаз туристердің қажеттіліктерін қанағаттандыра алатын жаңа нысандар салу көзделгені дұрыс. Жақын болашақта су тұщыту зауытының құрылысын жеделдеткен жөн. Бұл курорттық кластер зонасын таза сумен қамтамасыз етуге және қонақтардың жайлы демалуы үшін қолайлы жағдай жасауға мүмкіндік беретін болады. Сонымен қатар, жаңа туристік маршрутты әзірлеу туристерге тарихи және мәдени көрікті жерлерді ашып, аймаққа келуге қосымша ынталандыру болып табылады. "Кендірлі" курорттық кластері өңір экономикасының одан әрі дамуына оң әсер етеді. Сараппшылар мен мамандардың пікіріне сәйкес, жобаны толық іске асыру нәтижесінде жылына 600 мыңнан астам отандық және шетелдік туристерді тарту болжануда. Сондай-ақ, бұл бастама 15 мыңнан астам тұрақты жұмыс орнын құруға мүмкіндік береді.

Сонымен қатар, ұзындығы 156 шақырым болатын Жетібай – Жаңаөзен – Кендірлі – Түрікменстан шекарасы тас жолын қайта жаңғырту жұмыстары басталды. Бүгінгі таңда Кендірліден облыстың тарихи-мәдени орындарына жаңа туристік маршрут әзірленуде.

"Кендірлі" туристік кластерімен байланысты баяндалған басқа проблемалар - ғылыми және технологиялық инновацияларды енгізу, халықтың білім деңгейін және хабардарлығын арттыру, заманауи әлеуметтік және экономикалық реформалар жүргізу арқылы шешімін табады деп ойлаймыз.

Қорытынды және ұсыныстар

Қазақстанның 2050 даму стратегиясына сәйкес 2050 жылға қарай бірнеше туристік кластер құрылуы күтілуде. Бірақ бұл кластерлер қалай және қандай формада ұйымдастырылатыны толық нақтыланбаған. Туризм түрлерін біркелкі дамыту үшін туристік кластерлер туризмнің қандай түріне маманданатынын анықтау қажет.

Перспективада Маңғыстау облысының экологиялық туризм, тарихи туризм, этнотуризм, медициналық туризм, білім беру туризмі, MICE-туризм, гастрономиялық туризм кластерлерін дамытқан жөн болар деп санаймыз.

Туристік кластерлерді тиімді ұйымдастыру және сол арқылы өңір экономикасына үлкен табыс табу үшін елде дамып келе жатқан туризмнің мынадай түрлерін жандандыру мүмкін:

- MICE-turizm (MICE-туризм - бұл әртүрлі корпоративтік іс-шараларды ұйымдастырумен және өткізумен байланысты іскерлік туризм индустриясының саласы. MICE аббревиатурасы Meetings - корпоративтік кездесулер, презентациялар, келіссөздер және т.б., Incentives - көтермелеу немесе мотивациялау турлары мен бағдарламалары, тимбилдингтер, персоналды оқыту, корпоративтік мерекелер, Conferences - конференциялар, конгрестер, съездер, форумдар, семинарлар және т.б. және Exhibitions - көрмелер, имидждік іс-шаралар (фестивальдар, қайырымдылық концерттер және т.б.), PR-оқиғалар және пресс-турлары дегенді білдіреді.

- Медициналық туризм

- Мәдени-экологиялық туризм

- Жайлау туризмі

- Диггерлік туризм (ағылш. digger - қазғыш) - жер асты баспаналарына және басқа да жер асты нысандарына қызығушылық таныту. Диггерлікпен айналысатын адамдар диггерлер деп аталады. Бұл Маңғыстау облысы жер асты нысандарына (жер асты

мешіттеріне) сакралды туристік сапарларды ұйымдастыруда маңызды саналады.

Соңғы жылдары елімізде іс-шаралар, фестивальдар, көрмелер, брифингтер, байқаулар саны артып келеді, бұл МІСЕ туризмі мақсатында елімізге келетін шетелдіктер санының артуына ықпал етеді.

МІСЕ-туризмді дамытуға негізделген кластерлердің (Клаттер - қысқа мерзімде берілетін жарнамалық және ақпараттық сюжеттер массасы) құрылуы келушілерге көптеген мүмкіндіктер ұсынады. Мұнда мүлдем жаңа инновациялар мен цифрлық технологияларды қолданған жөн.

Орталық Азия елдерінің арасында Қазақстан медицинасы жоғары бағаланады, сондықтан өз денсаулығын қалпына келтіру үшін ТМД елдерінен көптеген пациенттер келуі күтілуде. Алдағы кезде Қазақстанда көрсетілетін медициналық қызметтердің жоғары сапасына, салыстырмалы түрде төмен бағасына және отандық және шетелдік дәрігерлердің жоғары біліктілігіне байланысты еліміз туризм үшін қолайлы ел болып саналады. Осыған байланысты медициналық туристік кластерлерді ұйымдастыруда және пациенттердің денсаулығын қалпына келтіруде жоғары нәтижелерге қол жеткізуге болады.

Маңғыстау облысындағы, атап айтқанда Каспий жағалауында, туризмде мәдени және экологиялық объектілерді сақтау, ұстау және тиімді пайдалану үшін мәдени және экологиялық туризм кластерлерін құру орынды болып табылады.

Осылайша, Маңғыстау облысында туризм дамудың бастапқы кезеңінде тұр деп сеніммен айтуға болады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Marshall A. Principles of economic science [Электронный ресурс]. – 1993. – URL: <https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.htm> (дата обращения: 20.03.2025).
2. Minghetti V. From destination to destination marketing and management: Designing and repositioning tourism products // The International Journal of Tourism Research. – 2001. – Vol. 3.
3. Beni M.C. Globalizacao do Turismo: Megatendencias do Setor e a Realidade Brasileira. – Sao Paulo: Aleph, 2003. – 208 p. – ISBN 978-8576571087.
4. Рычагов Г. И. Колебания уровня Каспийского моря: причины, последствия, прогноз // Вестник Московского университета. Серия 5: География. – 2011. – № 2. – С. 4–12.
5. Butler R. W. Seasonality in Tourism: Issues and Problems // Seaton A. V. (ed.) Tourism: the State of the Art. – Chichester: Wiley & Sons, 1994.
6. Allcock J. Seasonality // Witt S.F., Moutinho L. (eds.) Tourism Marketing and Management Handbook. – Cambridge: Prentice Hall, 1989.
7. Нарзиев М. М. Сезонность спроса на туристические услуги и пути минимизации сезонного характера в туристической индустрии Узбекистана [Электронный ресурс] / М. М. Нарзиев. – Ташкент: Ташкентский государственный экономический университет, 2009. – № 23. – С. 616–626. – URL: http://nbisu.moy.su/_ld/5/521_Narziev_ISU.pdf (дата обращения: 20.03.2025).
8. Калиев А. На самолёте к морю! В курортной зоне Кендерли в Мангистау построят аэропорт [Электронный ресурс]. – 06.02.2025. – URL: https://www.lada.kz/aktau_news/society/122153-v-kurortnoy-zone-kenderli-v-mangistau-postroyat-aeroport.html (дата обращения: 24.03.2025).

REFERENCES

1. Marshall A. Principles of economic science [Elektronnyi resurs]. – 1993. – URL: <https://www.econlib.org/library/Marshall/marP.htm> (data obraşenia: 20.03.2025).
2. Minghetti V. From destination to destination marketing and management: Designing and repositioning tourism products // The International Journal of Tourism Research. – 2001. – Vol. 3.
3. Beni M.C. Globalizacao do Turizmo: Megatendencias do Setor e a Realidade Brasileira. – Sao Paulo: Aleph, 2003. – 208 p. – ISBN 978-8576571087.
4. Rychagov G. İ. Kolebania urovnä Kaspiskogo morä: prichiny, posledstvia, prognoz [Fluctuations in the Caspian Sea level: causes, consequences, forecast] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seria 5: Geografia. – 2011. – № 2. – S. 4–12.
5. Butler R. W. Seasonality in Tourism: Issues and Problems // Seaton A. V. (ed.) Tourism: the State of the Art. – Chichester: Wiley & Sons, 1994.
6. Allcock J. Seasonality // Witt S.F., Moutinho L. (eds.) Tourism Marketing and Management Handbook. – Cambridge: Prentice Hall, 1989.
7. Narziev M. M. Sezonnost sprosa na turistichekije uslugi i puti minimizatsii sezonnogo haraktera v turindustrii Uzbekistana [Seasonality of demand for tourist services and ways to minimize seasonal nature in the tourism industry of Uzbekistan] [Elektronnyi resurs] / M. M. Narziev. – Taşkent: TaşkentSKI gosudarstvennyi ekonomicheski universitet, 2009. – № 23. – S. 616–626. – URL: http://nbisu.moy.su/_ld/5/521_Narziev_ISU.pdf (data obraşenia: 20.03.2025).
8. Kaliev A. Na samolöte k morü! V kurortnoi zone Kenderli v Mangistau postroiät aeroport [By plane to the sea! Airport to be built in Kenderli resort area in Mangystau] [Elektronnyi resurs]. – 06.02.2025. – URL: https://www.lada.kz/aktau_news/society/122153-v-kurortnoy-zone-kenderli-v-mangistau-postroyat-aeroport.html (data obraşenia: 24.03.2025).

А. ДЕМЕЕВ

География ғылымдарының кандидаты,
профессор, Ш. Есенов атындағы Каспий
технологиялар және инжиниринг
университеті (Қазақстан, Ақтау)
e-mail: achmet.demeev@yu.edu.kz

А. КУРБАНИЯЗОВ

География ғылымдарының кандидаты,
профессор, Халықаралық туризм және
меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан)
e-mail: abilgazy.kurbaniyazov@iuth.edu.kz

Э. ЖАНГОЖАЕВА

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық
университетінің докторанты
(Қазақстан, Астана)
e-mail: elvira.zhangozhayeva@yu.edu.kz

09.03.2025 ж. баспаға түсті
12.05.2025 ж. түзетулермен келді
30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды

A. DEMEEV¹, A. KURBANIYAZOV^{1,2}✉, E. ZHANGOZHAEVA³

¹Yessenov Caspian University of Technology and Engineering
(Kazakhstan, Aktau)

²International university of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), e-mail: abilgazy.kurbaniyazov@iuth.edu.kz

³L. N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan, Astana)

**ISSUES OF IMPROVING TOURISM ACTIVITIES THROUGH THE DEVELOPMENT
OF THE KENDERLI CLUSTER IN THE MANGYSTAU REGION**

Abstract. Representatives of many enterprises in a market economy are looking for innovative approaches to develop their business and maintain competitiveness. In this regard, it is important to pay attention to clustering in order to stimulate innovation in the tourism industry. The presence of various natural resources and climatic conditions in the territory of the Mangystau region allows the formation of tourist clusters, including various forms of tourism, which can serve as the basis for the provision of tourist services and require consideration of infrastructure. The coast of the Caspian Sea with its sandy beaches is a favorite destination for tourists and travelers who come here. In this regard, the organization of the Kenderli tourist and recreational cluster has been chosen as a special place for those who pay great attention to sunlight and swimming.

Keywords: Mangystau, Kenderli, cluster, tourism, SWOT, MICE

А. ДЕМЕЕВ¹, А. КУРБАНИЯЗОВ^{1,2}✉, Е. ЖАНГОЖАЕВА³

¹Каспийский университет технологий и инжиниринга имени Ш. Есенова
(Казахстан, Актау)

²Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: abilgazy.kurbaniyazov@iuth.edu.kz

³Евразийский национальный университет им. Н. Гумилева (Казахстан, Астана)

ВОПРОСЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЧЕРЕЗ РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА "КЕНДЕРЛИ" В МАНГИСТАУСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. Представители многих предприятий в условиях рыночной экономики ищут инновационные подходы для развития своего бизнеса и поддержания конкурентоспособности. В этом направлении важно обратить внимание на кластеризацию в целях стимулирования инновационной деятельности в индустрии туризма. Наличие различных природных ресурсов и климатических условий на территории Мангистауской области позволяет формировать туристские кластеры, включающие различные формы туризма, которые могут служить основой для оказания туристских услуг и требуют учета инфраструктуры. Побережье Каспийского моря с его песчаными пляжами является излюбленным местом туристов и путешественников, приезжающих сюда. В связи с этим в качестве особого места для тех, кто уделяет большое внимание солнечному свету и плаванию, выбрана организация туристско-рекреационного кластера Кендерли.

Ключевые слова: Мангистау, Кендерли, кластер, туризм, SWOT, MICE

А. МАЛДЫБЕК¹✉, С. ШЫЛМАМБЕТОВ², З. ЖАНДАРБЕК³, Г. СЫЗДЫКОВА¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: maldybek.aqmaral@iuth.edu.kz

²Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан)

³Әзірет Сұлтан ұлттық тарихи-мәдени мұражай-қорығы (Қазақстан, Түркістан)

ТҮРКІСТАНДАҒЫ РУХАНИ ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ ҚОЖА АХМЕТ ЯСАУИ МҰРАСЫНЫҢ РӨЛІ: САКРАЛДЫҚ ГЕОГРАФИЯ ЖӘНЕ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕ КОНТЕКСТІНДЕ

Аңдатпа. Бұл мақалада Түркістан қаласының діни туризм кеңістігіндегі сакралдық рөлі мен мәдени-рухани брендке айналу әлеуеті ғылыми тұрғыда талданады. Зерттеу сакралдық география, рухани тәжірибе, локализация және бренд дипломатиясы теорияларына сүйене отырып, Түркістан феноменін заманауи ғылыми дискурста қайта пайымдауға бағытталған. Қожа Ахмет Ясауи мұрасы тек тарихи-діни нысан ретінде емес, ұлттық руханияттың тірі тәжірибесі мен мәдени идентификацияның тірегі ретінде ұсынылады.

Мақалада Мешхед (Иран) және Кония (Түркия) қалаларының тәжірибесімен салыстыра отырып, Түркістанды халықаралық діни туризм орталығына айналдырудың нақты қадамдары ұсынылған. Эмпирикалық бөлімде 2010–2024 жылдар аралығындағы зияратшылар ағыны, туристік инфрақұрылымның дамуы, экотуризм және мемлекеттік қолдау шаралары сарапталып, графиктер мен диаграммалар арқылы нақты дәлелдер келтірілген. Сонымен қатар, зияратшылар мотивациясына қатысты сауалнама нәтижелері талданған.

Зерттеу нәтижесінде Түркістанның «Кіші Мекке» символикасы тек ішкі рухани кеңістік емес, сонымен қатар түркілік интеграцияны, мәдени дипломатияны және ұлттық брендті күшейтетін трансұлттық сакралдық хаб ретінде пайымдалатыны дәлелденді. Қорытындыда Түркістанды халықаралық деңгейге шығару үшін сопылық музыка фестивалдері, «Ясауи жолы» сияқты маршруттар, цифрлық зиярат платформалары мен академиялық туризм бағыттары ұсынылды.

Кілт сөздер: Түркістан, Қожа Ахмет Ясауи, діни туризм, сакралдық география, рухани тәжірибе, Кіші Мекке, сопылық ілім, ұлттық бренд, мәдени дипломатия, зиярат, Кония моделі, Ясауи жолы, туризм және руханият, түркі интеграциясы, локализация

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Малдыбек А., Шылмамбетов С., Жандарбек З., Сыздыкова Г. Түркістандағы рухани туризмді дамытудағы қожа ахмет ясауи мұрасының рөлі: сакралдық география және халықаралық тәжірибе контекстінде – 2025. – No2(8). – б. 180–194. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.12>

***Cite us correctly:** Maldybek A., Şylmambetov S., Jandarbek Z., Syzdykova G. Türkistandaғы ruhani turizmdі damytudaғы qoja ahmet iasauі mұrasynyñ rōli: sakraldyq geografia jәne halyqaralyq tәjiribe konteksinde [The role of the heritage of Khoja Ahmed yasawi in the development of spiritual tourism in Turkestan: in the context of sacred geography and international experience] – 2025. – No2(8). – b. 180–194. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.12>

Кіріспе

Діни туризм – сенім мен киелі кеңістіктерге негізделген, адам мен рухани тәжірибені байланыстыратын маңызды мәдени-әлеуметтік құбылыс. Әлемдік тәжірибеде діни туризм тарихи-архитектуралық нысандарды көрумен ғана шектелмей, адам санасының терең қабаттарындағы рухани сұранысты қанағаттандырудың негізгі тетігі ретінде қарастырылады. Бұл - тек саяхат емес, өмір салтын қайта бағамдау мен рухани кемелденудің алаңы. Қазіргі заманда діни туризм мәдени мұраны сақтау, аймақтық экономиканы дамыту және ұлттық руханиятты жаңғырту ісінде стратегиялық құралға айналып отыр.

Қазақстанда діни туризмнің маңызы күн санап артып келеді. Бұл үрдіс елдің ұлттық экономиканы әртараптандыру саясатына да, «Рухани жаңғыру» идеологиялық бағдарламасына да тікелей байланысты. Мемлекет діни және мәдени мұра нысандарын, әсіресе Түркістан өңіріндегі тарихи-рухани кешендерді жаңғырту арқылы бұл саланы дамытудың институционалдық және инфрақұрылымдық негізін қалыптастырды.

Осы ретте Түркістан қаласының орны ерекше. Түркі әлемінің тарихи және рухани жүрегі саналатын бұл мекен – мыңдаған жылдық өркениет сабақтастығы мен ислам сопылық дәстүрінің тұтас бір жүйесін бойына жинақтаған орталық. Қожа Ахмет Ясауи кесенесі – түркі сопылық ілімінің ұлы символы, ал бұл кесененің айналасындағы ритуалдық кеңістік – жүрек тазалығы мен ішкі кемелденуге бастайтын рухани маршруттың тірек нүктесі. Түркістанды осы тұрғыдан «Кіші Мекке» ретінде қабылдау – тек поэтикалық теңеу емес, тарихи жадыда орныққан сакралдық рәміз, тәжірибелік сенім мен ұжымдық рухани танымның жемісі.

Бүгінде Түркістан қаласын халықаралық қажылық алдындағы рухани дайындық орталығына айналдыру қажеттілігі күн тәртібіне шығып отыр. Себебі бұл қала тек қазақ халқы үшін ғана емес, бүкіл түркі әлемі үшін рухани орталық рөлін атқара алады. Мұндай ұсыныс діни туризмді дамытумен қатар, ұлттық руханиятты жаңғырту, түркі интеграциясын күшейту, және Қазақстанның халықаралық мәдени-идеологиялық беделін арттыру мақсаттарына да қызмет етері сөзсіз.

Зерттеудің мақсаты – Түркістан қаласының «Кіші Мекке» ретіндегі символикалық әлеуетін саралай отырып, оны халықаралық қажылық алдындағы рухани дайындық орталығы ретінде институционализациялау мүмкіндіктерін талдау. Сонымен қатар, бұл бастаманың Қазақстандағы ұлттық идеология мен түркілік интеграцияға қандай үлес қоса алатынын анықтау.

Зерттеу гипотезасы: Егер Түркістан ресми түрде қажылық алдындағы рухани дайындық орталығы ретінде ұсынылса, ол діни туризмнің аймақтық хабына ғана емес, ұлттық рухани бірегейлікті нығайтатын және түркілік мәдени тұтастықты жеделдететін қуатты идеологиялық тетікке айналады.

Бұл мақалада мәселе көпқырлы тәсілмен қарастырылады: бір жағынан – діни туризмнің теориялық негіздері мен Қожа Ахмет Ясауи мұрасының теологиялық және идеологиялық мәні зерделенсе, екінші жағынан – Түркістан қаласындағы зияратшылар ағыны, инфрақұрылым, салыстырмалы халықаралық тәжірибе мен туристік мотивация деректері негізінде эмпирикалық талдау жүргізіледі. Осы арқылы Түркістанның жаңа сапалық рөлін – трансұлттық рухани платформа ретіндегі әлеуетін бағалау көзделіп отыр.

Зерттеу әдістері

Бұл мақалада пәнаралық зерттеу әдістемесіне негізделген сапалық және салыстырмалы талдау тәсілдері қолданылды. Зерттеу барысында теориялық, эмпирикалық және салыстырмалы-тарихи әдістер үйлестіріле қолданылды.

Біріншіден, теориялық талдау әдісі арқылы сакралдық география, рухани тәжірибе, локализация және мәдени брендтеу теорияларының негізгі тұжырымдары зерделеніп, Түркістан феноменін ғылыми-концептуалдық тұрғыда негіздеу мақсат етілді. Бұл бағытта М. Элиаде, Й. Туан, В. Тёрнер, С. Х. Наср, Б. Мейер секілді ғалымдардың еңбектері басшылыққа алынды.

Екіншіден, эмпирикалық деректерді жүйелеу және талдау әдісі қолданылды. Түркістан қаласына қатысты 2010–2024 жылдар аралығындағы ресми статистикалық мәліметтер (зияратшылар саны, туристік инфрақұрылым, экономикалық кіріс) жинақталып, инфографика және диаграммалар түрінде визуализацияланды.

Үшіншіден, салыстырмалы әдіс негізінде Түркістан қаласының жағдайы Кония (Түркия) мен Мешхед (Иран) қалаларының діни туризм тәжірибелерімен салыстырылып, олардың құрылымдық ерекшеліктері, мемлекеттік қолдау механизмдері және сакралдық рөлдері талданды.

Төртіншіден, контент-талдау әдісі арқылы Түркістанды сипаттайтын символдық ұғымдар (Кіші Мекке, рухани хаб, түркі интеграциясы) сараланып, олардың мәдени-когнитивтік және идеологиялық салмағы ашылды.

Осы әдістерді кешенді түрде қолдану арқылы Түркістан қаласының заманауи діни туризм кеңістігіндегі орнын, сакралдық мәртебесін және рухани-мәдени трансформация әлеуетін жан-жақты ашуға мүмкіндік туды.

Зерттеу нәтижелерін талдау және талқылау

Зерттеуіміздің басты гипотезасын негіздеуде біз діни туризм теориясы, әсіресе сакралдық география және рухани тәжірибе тұжырымдамаларына сүйенеміз. Бұл ұғым қазіргі ғылымда діни антропология, мәдениеттану, тарихи география және діни туризм сияқты салаларда белсенді қолданылады. Сакралдық кеңістік- жай ғана физикалық орынды білдірмейді. Ол адамның рухани тәжірибесі, тарихи жадысы, діни сенімі мен әлеуметтік танымы арқылы мәнге ие болатын символикалық кеңістік.

Қасиетті кеңістік ұғымы тек географиялық аймақты білдірмейді, ол сонымен қатар терең рухани және символдық мәнге ие мәдени феномен ретінде қарастырылады. Мұндай кеңістіктердің қалыптасуында бірнеше маңызды факторлар рөл атқарады: мифологиялық және тарихи нарративтер, діни ритуалдар мен тәжірибелер, сондай-ақ қоғамдық және мемлекеттік деңгейде мойындалуы.

Кез келген киелі мекен алдымен сол орынға қатысты аңыздар, әпсаналар мен тарихи әңгімелер арқылы сакралданып, ұжымдық жадыда орнығады. Бұл нарративтер кеңістікті тек физикалық шындық емес, рухани таным объектісіне айналдырады. Мысалы, Ежелгі Грекияда Олимп тауы – құдайлардың мекені ретінде, ал ислам өркениетінде Мекке – Жаратушының үйі ретінде қабылданады [1]. Мұндай символдық интерпретациялар қасиетті орынның мәдени және діни құндылығын арттырады.

Қасиетті кеңістіктерде орын алатын діни рәсімдер мен ритуалдар олардың сакралды мәртебесін бекіте түседі. Бұл тәжірибелер арқылы кеңістік күнделікті тұрмыстық мәннен арылып, уақыттан тыс рухани шындықтың көрінісіне айналады. Мысалы, Бодх-Гаядағы Бодхи ағашының астында Будда нұрланған санамен ағарған деп есептелгендіктен, ол жер

буддистер үшін қасиетті орынға айналған [2]. Мұндай ритуалдық тәжірибелер кеңістікке ерекше метафизикалық мағына береді.

Сакралды кеңістіктің тұрақты дамуы мен сақталуы көбіне мемлекет тарапынан көрсетілетін институционалдық қолдауға байланысты. Қасиетті орындар діни қауымдастықтармен қатар, мемлекеттің де назарында болып, ресми түрде киелі деп танылуы мүмкін. Мұндай мойындау сакралды кеңістіктің құқықтық, әлеуметтік және туристік мәртебесін нығайтады[3]. Мемлекеттік деңгейде жүргізілетін қолдау – инфрақұрылымдық дамудан бастап, тарихи-мәдени мұраны қорғауға дейін – қасиетті орынның кең ауқымды қабылдануына жол ашады.

Аталған факторлар Қазақстандағы Қожа Ахмет Ясауи кесенесі сынды сакралды орындардың да қалыптасуында маңызды рөл атқарды. Ясауи мұрасы тек діни тұрғыдан емес, мәдени-тарихи, мемлекеттік және халықаралық деңгейде де киелі нысан ретінде мойындалып отыр. Бұл оның рухани туризмдегі әлеуетін арттырады. «Бүгінгі таңда Әзірет Сұлтан мемлекеттік тарихи-мәдени қорық-музейінде мемлекет есебінен виртуалды турлар құру, мұражай қорларын электронды форматқа көшіру және мұражай қызметінің негізгі бағыттарын жүзеге асыру аясында озық үлгідегі цифрлық технологияларға кезең-кезеңімен көшіру жөніндегі іс-шаралар кешені қарастырылған» [4].

Сакралдық география ұғымын алғаш жүйелі түрде XX ғасырда румын ғалымы Мирча Элиаде дамытты. Ол қасиетті кеңістікті *axis mundi* (әлем осі) ретінде сипаттап, мұндай орындар адамдар мен Тәңір арасындағы рухани көпір қызметін атқаратынын айтты. Оның айтуынша, қасиетті кеңістік - бұл хаос пен тәртіп арасындағы шекара, яғни рухани рет пен үйлесім нүктесі. «Әрбір қасиетті кеңістік иерофанияны, қасиетті жердің бұзылуын білдіреді, бұл аумақтың қоршаған ғарыштық ортадан бөлінуіне және оның сапалық жағынан ерекшеленуіне әкеледі» [1].

Ал америкалық ғалым Эдвард Туан кеңістік (*space*) пен орын (*place*) ұғымдарын саралап, кеңістіктің сакралдық мәнге ие болуы адамның эмоционалдық және мәдени тәжірибесімен тығыз байланысты екенін атап өтті. Оның пайымдауынша, кез келген физикалық нүкте, егер ол адам үшін мағыналы болса, қасиетті орынға айнала алады. «Орын-қауіпсіздік, кеңістік-еркіндік: біз бір-бірімізге байланып, екіншісін аңсаймыз» [5]. Сол секілді, сакралдық география тұжырымдамасын Қазақстандағы Түркістан қаласының тарихи және мәдени кеңістігі арқылы нақты көруге болады. Түркістан — тек қазақ халқы үшін емес, бүкіл түркі өркениеті үшін ерекше символдық және рухани мәнге ие киелі мекен. Мұндағы сакралдық кеңістіктің қалыптасуы мен дамуында үш маңызды факторды байқауға болады:

- Қожа Ахмет Ясауи туралы аңыздар - Түркістанның рухани мәнін нығайтатын негізгі дереккөздердің бірі. Аңыз бойынша, Арыстан Баб Пайғамбардан аманат алған табақшаны Қожа Ахмет Ясауиге табыстап, сол арқылы оның рухани ұстазы ретінде танылған. Бұл аңыз түркі жұртында рухани сабақтастықтың белгісі ретінде сақталып, Түркістанды «Ясауи жолының» бастау көзі ретінде мойындатады. Сонымен қатар, «үш жүздің пірі» деп танылған Ясауидің кесенесіне зиярат ету - қазақ дәстүрінде әлі күнге дейін ерекше діни әрі әлеуметтік ритуал ретінде жалғасып келеді.

- Түркістанда өткізілетін ритуалдық әрекеттер - оның киелілігін тек өткенмен емес, қазіргі заманмен байланыстырады. Қажылыққа дейін немесе өмірлік маңызды шешімдер алдында адамдар осы жерге келіп, зікір айтып, құран оқып, мазарда түнейді. Бұл рәсімдер адамның рухани тазаруына, жан дүниесін тыныштандыруға және өміріндегі бағыт-бағдарын

табуға көмектеседі. Осындай тәжірибелер Түркістанды «тірі сакралды кеңістік» ретінде сипаттауға толық негіз береді.

- Сакралдық география - кеңістіктің жай ғана физикалық құрылымы емес, рухани мағына мен мәдени естеліктерге толы қасиетті орта екенін көрсететін терең теориялық ұғым. Түркістан қаласы - осы тұжырымдаманың жарқын мысалы. Ондағы мифтер мен аңыздар, ритуалдар мен заманауи діни тәжірибелер, сондай-ақ мемлекеттік және халықаралық деңгейдегі танылу бұл қаланы ерекше сакралдық мәртебеге ие етеді.

Түркістанды тек тарихи мұралар мекені ретінде емес, дін мен мәдениеттің, руханият пен танымның қиылысқан қасиетті орталығы ретінде қарастыру - бүгінгі ғылыми көзқарастар мен мемлекеттің рухани жаңғыру бағдарламасына толық сай келеді. Осыған байланысты Түркістанды қажылық алдындағы рухани дайындық орталығы ретінде дамыту - тек мәдени не діни бастама ғана емес, сонымен қатар ғылыми тұрғыдан дәлелденген, тарихи және әлеуметтік тұрғыдан да толық негізделген қадам.

Қазақ хандарының Түркістанда жерленуі, биліктің сакралдануы бұл мазмұнды тағы бір дәрежеге көтереді. Тарихи деректерге сүйенсек, Қазақ хандығы дәуірінде Түркістан ерекше мәртебеге ие болды. Әсіресе, Қожа Ахмет Ясауи кесенесі - саяси билік пен рухани мұраның тоғысқан тұсы. Қазақ хандары мен сұлтандарының осы жерде жерленуі — олардың билігін тек саяси емес, сонымен қатар діни тұрғыда да легитимдеудің бір жолы болды. Яғни, Түркістанда жерлену - хандардың киелі мұрагерлік жүйесіне қатыстылығын дәлелдеп, биліктің тылсым, метафизикалық негізін бекітті.

Бұл дәстүр сакралдық география теориясы бойынша *sacred legitimacy* - «киелі легитимдік» ұғымымен сәйкес келеді. Билік иесі қасиетті орынмен байланысқан сайын, оның билігі халықтың санасында тұрақты әрі заңды сипатқа ие бола бастайды. Осылайша, Түркістандағы кесене тек мемориалдық емес, саяси-институционалдық кеңістікке айналды.

Виктор Тёрнер мен Виктория Тёрнердің 1978 жылы жарық көрген еңбектерінде сапар (әсіресе, діни немесе рухани мақсаттағы сапарлар) әлеуметтік ритуал ретінде қарастырылады. Олар бұл ритуалды *лиминалдық процесс* немесе *лиминалдық ритуал* ұғымы арқылы түсіндіреді. «Лиминал» сөзі латын тіліндегі *limen* - «табалдырық» деген сөзден шыққан және белгілі бір ауысу немесе өтпелі кезеңді білдіреді. «Қажылықты ішкі рухани қозғалыстың сыртқы көрінісі ретінде қарастыруға болады» [6].

Тёрнерлердің пайымдауынша, адамның қасиетті жерге сапары - бұл тек физикалық орын ауыстыру емес, оның рухани және әлеуметтік трансформациясымен тығыз байланысты өтпелі процесс. Бұл процесс үш негізгі кезеңнен тұрады:

- Алдыңғы (прелиминалдық) кезең - адам өзінің күнделікті өмірінен, әлеуметтік рөлдерінен уақытша бас тартады, яғни «ескі» күйінен ажырайды. Бұл кезеңде сапарға дайындық, өзін рухани тұрғыдан ретке келтіру басталады.

- Лиминалдық кезең — дәл осы аралық кезеңде адам күнделікті өмір мен қасиетті кеңістіктің ортасында тұрады. Ол өз болмысының ескі құрылымынан босайды, бұрынғы мәртебесі жойылып, жаңа рухани мағына іздеуге көшеді. Бұл - символдық «бос кеңістік», мұнда ескі мен жаңаның арасында шекара жойылып, адам өзін-өзі қайта тани бастайды. Тёрнер бұл кезеңді «қарсылықсыз және иерархиясыз қауымдастық» (*communitas*) күйімен байланыстырады. Яғни, бұл жерде барлық сапаршылар тең дәрежеде болады, әлеуметтік статустар уақытша маңызын жоғалтады.

- Кейінгі (постлиминалдық) кезең-адам қайтадан қоғамға оралады, бірақ енді

бұрынғыдан өзгерген күйде, жаңа рухани түсінікпен және әлеуметтік рөлмен. Бұл рухани «жаңғыру» адамның өмірлік құндылықтарын қайта бағалауына, ішкі әлемін тазартуға, өзін жаңа қырынан тануына мүмкіндік береді.

Тёрнер бойынша бұл хәлдер адамның жеке болмысының терең трансформациясын қамтамасыз ететін рухани құрылымдар. Демек, қажылық, зиярат, саяхат сияқты сапарларды қоғам мен мәдениеттің рухани жаңаруына ықпал ететін әлеуметтік ритуалдар ретінде қарастырады.

Түркістан бүгінде тек өткеннің естелігі емес, сонымен қатар қазіргі түркі халықтарының рухани және мәдени тұтастығын бейнелейтін маңызды нышанға айналууда. Бұл қала тек тарихи ескерткіштерімен ғана емес, сонымен қатар өзінің ерекше мәдени-өркениеттік мәнімен де ерекшеленеді. Түркістанның қазіргі бейнесі оны халықаралық деңгейде рухани келіссөздер мен мәдени байланыстың жаңа алаңы ретінде қабылдауға мүмкіндік береді.

Түркістанға сапар шегу - бұл жай ғана туризм емес, адам өміріндегі ерекше рухани тәжірибе. Мұндай зиярат адамның күнделікті күйбең тіршілігінен уақытша ажырап, қасиетті кеңістікпен тікелей байланыс орнату сәті. Бұл - адамның ішкі әлемімен сырласуы, өзін қайта тануы, рухани серпіліс алу үдерісі. Зиярат барысында адам жан-дүниесін тазалап, моральдық және әлеуметтік тұрғыда жаңарып, өміріне жаңа бағыт іздейді.

Мұндағы рухани тәжірибе - бұл туристің қасиетті сапар барысында бастан кешіретін ішкі, субъективті күйі мен сезімдік трансформациясы. Бұл құбылыс адамның жеке сенімімен, өмірлік тәжірибесімен және рухани ізденісімен тығыз байланысты. Неміс географы Гюнтер Риншеде өз еңбектерінде рухани тәжірибені діни туризмнің негізгі компоненттерінің бірі ретінде қарастырады. Оның пайымынша, қасиетті орындарға жасалатын сапарлар тек сыртқы көру немесе бару әрекеті емес, сонымен қатар ішкі рухани жаңару, өзін қайта тану, өткен өмір тәжірибесін қайта бағалау сынды процестермен қатар жүреді. «Қажылық-бұл ғарыштағы қозғалыс қана емес, сонымен бірге өзін-өзі өзгерту процесі» [7].

Қожа Ахмет Ясауидің ең басты теологиялық концепциясы - жүректің рухани мәні мен ішкі тазару қажеттігі, ішкі кемелдену идеясы. Бұл идея оның негізгі шығармасы – «Диуани хикметте» (Хикметтер жинағы) кеңінен өріс алған. Ол сыртқы ритуалдар мен формалистік діндарлықты жеткіліксіз деп бағалап, руханияттың өзегін жүрек тәрбиесімен байланыстырды. Оның сопылық ілімінде Аллаға жақындау - тек шариғат амалдарын орындаумен ғана емес, жүрек арқылы таным мен ішкі шындыққа жетумен жүзеге асады. Ясауи ілімі жүректі діннің орталық нүктесі ретінде қарастырып, сыртқы ритуалды ішкі тазаруға жетелейтін құрал бола алады. «Сопылық Исламның ішкі өлшемін бейнелейді және сыртқы көріністердің пердесінен тыс трансценденттік шындыққа қол жеткізуге мүмкіндік береді» [8]. Осы арқылы Ясауи исламның ішкі мазмұнына, яғни батини (ішкі) жағына ерекше мән берді. Оның поэзиясы халыққа түсінікті түркі тілінде жазылғандықтан, бұл ілім сопылық танымды қарапайым халыққа түсінікті әрі қолжетімді етіп жеткізді. Ясауидің сопылығы - шариғатты жоққа шығармай, оны терең рухани тәжірибемен толықтыратын интегративті жүйе.

Рухани тәжірибе көбінесе діни ритуалдардың ортасында немесе олармен тығыз байланыста туындайды. Мысалы, құлшылық ету, зікір айту, дұға оқу, медитация, қасиетті орынға қол тигізу сияқты әрекеттер адамның ішкі күйін тереңдетіп, онымен өзінің сенімі мен құндылықтары арасында терең эмоционалды байланыс орнатады. Бұл тәжірибе саналы

рефлексияны ғана емес, сонымен қатар сезім арқылы жүретін таным формасын да қамтиды.

Риншеде атап өткендей, турист бұл рухани тәжірибе арқылы қасиетті ритуалдар шеңберінде өзінің жеке тарихын, өмірлік мәні мен бағыт-бағдарын қайта жаңғырта алады. Қасиетті кеңістік, ритуалдар және сенім жүйесі біріккен кезде адам өзін жоғары күшпен байланыста тұрғандай сезінеді. Мұндай сәттерде адамның жүрек көзі ашылып, өмірдің терең мәнін тануға ұмтылады.

Осылайша, рухани тәжірибе - бұл діни туризмнің тек сыртқы аспектілерін емес, ішкі, трансценденттік мазмұнын айқындайтын негізгі ұғымдардың бірі. Ол адамның сапар барысында алған рухани әсерін, күйзелісін, тыныштық сезімін және өмірлік рефлексиясын қамтиды. «Қасиетті орындар әрқашан жергілікті мәдени кодекстердің объективі арқылы түсіндіріледі және қауымдастықпен резонанс тудыратын тәсілдермен қайта түсіндіріледі»[9]. Түркістан сияқты қасиетті орындарға жасалған зияраттар дәл осы ішкі рухани тәжірибенің терең әрі маңызды болуына себеп болады.

Қазіргі Қазақстандағы діни туризмнің қалыптасуында Қожа Ахмет Ясауи феномені орталық элементке айналды. Бұл үрдіс посткеңестік кезеңде рухани идентификацияны қайта іздеумен, исламдық дәстүрге қайта бетбұрыс жасаумен, және Қазақстанның ұлттық идеологиялық концепциясындағы «рухани жаңғыру» бағдарламасымен тығыз байланысты. Ясауи тұлғасы мен оның мұрасы осы тарихи сәтте сакралдық мәні бар туристік тартым нысанына ғана емес, мемлекет жүргізіп отырған рухани саясаттың тірек нүктесіне айналды.

Қазіргі таңда діни туризм тек адамдардың сенімі мен рухани қажеттілігін қанағаттандырумен шектелмейді. Ол ұлттық брендті қалыптастырып, мәдени байланыстарды күшейтетін және жергілікті экономиканы дамытатын маңызды салаға айналып отыр. Бұл үрдіс халықаралық деңгейде де өз тиімділігін дәлелдеді. Осы тұрғыда Түркістанның даму бағытын болжау үшін Мешхед (Иран) пен Кония (Түркия) қалаларының тәжірибесіне көз жүгірткен жөн [10].

Мешхед мысалы - қажылықпен теңестірілетін зиярат. Иранның солтүстік-шығысындағы бұл қала – шиит мұсылмандары үшін ерекше қасиетті орын. Мұнда сегізінші имам Әли ар-Ризаның кесенесі орналасқан. Жыл сайын Мешхедке тек Иранның өзінен емес, сонымен қатар Ирак, Ливан, Пәкістан, Ауғанстан секілді елдерден он миллиондаған зияратшы келеді. Бұл қалада діни сенім мен заманауи инфрақұрылым тығыз байланыс тапқан: зиярат жасау - жай ғана діни рәсім емес, тұтас бір өмір салтына айналған [11]. Бірнеше зерттеуде зияратшыларды ұстап қалу діни-танымдық қызметтен бөлек сауықтыру-спорт кешендерінің, әсіресе су парктерінің қызметтерін қоса ұсыну маңызды саналады, бұған оқыту, тиісті құралдар мен қызметтерді ұсыну және т.б. жатады [12]. Сондықтан, Мешхедтің табысты үлгісі - мемлекет тарапынан көрсетілген жүйелі қолдаудың, дұрыс қалалық жоспарлаудың және діни-мәдени үйлесімділіктің нәтижесі. Қалада тек кесенелер мен мешіттер ғана емес, сонымен қатар жоғары оқу орындары, зерттеу орталықтары, ауруханалар, қонақүйлер, қоғамдық көлік жүйесі мен зияратшыларға арналған инфрақұрылым кешені жақсы дамыған. Бұл қаланың рухани туризмді ұлттық және халықаралық деңгейде тиімді пайдаланып отырғанын көрсетеді [13].

Түркияның Кония қаласы сопылық ілімнің, поэзия мен мәдени дипломатияның орталығына айналған. Бұл қалада өмір сүрген Жәлаладдин Руми - тек түрік руханиятының ғана емес, әлемдік рухани мұраның ірі тұлғасына айналды. Діни толеранттылықты насихаттаған Румидің: «Кел, кел, сен кім болсаң да - жолаушы, құлшылық етуші, тіпті

кетуге асыққан жан болсаң да - бәрібір. Біздің керуен – үмітсіздіктің керуені емес» деген ойлары әлем жұртшылығын бірігуге шақырады [14]. Бұл жолдар Румидің адамды қандай күйде болса да қабылдайтын рухани ашықтығын, сопылық жолдың баршаға ортақ екенін және үміттің ешқашан үзілмеуі керектігін білдіреді, тек діни емес, универсалдық адамгершілік үндеу екенін дәлелдейді.

Конияның табысы - оның сопылық мәдениетті заманауи тәсілмен ұсына білуінде. Мұнда Мевлана музейі, Сема рәсімдері, халықаралық фестивальдер және діни-танымдық іс-шаралар ұйымдастырылады. Қалада тарихи нысандармен қатар қонақүйлер, туристік орталықтар, мәдениет үйлері мен көлік желісі жақсы дамыған. «Ең көрікті жерлері - Дәруіш монастырі, Мәулана мұражайы мен Мәулана кесенесі. Сондай-ақ туристер әр желтоқсанда Конияда өтетін 17 күндік Мәуленаны еске алу фестиваліне шақырылады» [15]. Бұл Конияны тек түрік халқы үшін емес, бүкіл әлем үшін тартымды рухани туризм орталығына айналдырып отыр.

Кония моделі көрсеткендей, тарихи-рухани мұра мен заманауи инфрақұрылымды дұрыс үйлестіре отырып, қаланы рухани туризмнің ірі орталығына айналдыруға болады. Бұл – Түркістан үшін де әлеуетті бағыт.

Қожа Ахмет Ясауи мұрасы -түркі сопылығының бастауы ғана емес, сонымен қатар түркілік руханияттың архетиптік негізі. Оның ілімі мен кесенесі Түркістанды Қазақстан көлемінде ғана емес, күллі түркі және мұсылман әлемі үшін маңызды орталыққа айналдыруға толық мүмкіндік береді. Алайда бұл әлеует толыққанды жүзеге асуы үшін Түркістанды заманауи діни туризм моделіне сәйкес жаңаша түсіндіру қажет.

Мешхед пен Кония мысалдары Түркістанға бірнеше бағытта бағдар береді. Түркістан геосаяси жағынан түркі әлемінің орталығында орналасқан, Ұлы Жібек жолының бойындағы тарихи қала. Бұл факторлар оны халықаралық зиярат және мәдени туризмнің тоғысқан нүктесіне айналдыруға жағдай жасайды.

Түркістанды Кония мен Мешхед деңгейіне көтеру үшін:

- Зиярат тәжірибесін әртараптандыру: Ясауи мұрасына негізделген медитативті сапарлар, сопылық поэзия мен музыка фестивальдері, хикмет оқу кештері, зікір рәсімдері және рухани семинарлар ұйымдастыру.

- Халықаралық маршруттар құру: Мысалы, «Ясауи жолы» деген брендпен Қазақстан–Өзбекстан–Түркия–Әзірбайжанды қамтитын сопылық бағыт ұсынылуы мүмкін.

- Ғылыми және рухани білім интеграциясы: Жыл сайынғы халықаралық конференциялар, жазғы мектептер, рухани оқыту бағдарламалары арқылы зиярат пен білімді ұштастыру.

- Визуалды және семантикалық ребрендинг: Цифрлық гидтер, онлайн платформалар, виртуалды зиярат кеңістіктері, мультимедиялық экскурсиялар арқылы Ясауи мұрасын заманауи форматта ұсыну.

Мешхед пен Кония өздерінің киелілік әлеуетін тек өткенмен байланыстырмай, оны қазіргі заман тілімен сөйлетіп, институционалдық құрылыммен бекітіп, рухани тәжірибеге негізделген туристік индустрияға айналдыра алды. Түркістан да бұл бағытта осындай мүмкіндікке ие.

2003 жылы Қожа Ахмет Ясауи кесенесінің ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұралар тізіміне енуі - Түркістанның ғаламдық деңгейдегі рухани және мәдени құндылығын мойындатты. Бұл шешім оның тарихи маңызын ғана емес, сакралдық мәнін де нығайтты.

Сонымен қатар, Қазақстан үкіметі 2018 жылы Түркістанды облыс орталығы етіп, рухани жаңғыру аясында Түркістан қаласын түркі әлемінің мәдени және рухани астанасына айналдыру жобасын қолға алды. Бұл саясат қаланың сакралдық мәртебесін әрі қарай тереңдете түсуде.

1991 жылдан кейін Түркістанға сапар шегетін азаматтар саны үздіксіз өсе бастады. Мемлекет бұл тенденцияны діни туризмнің әлеуеті ретінде қабылдап, институционалдық деңгейде қолдау көрсете бастады. 2003 жылы Қожа Ахмет Ясауи кесенесінің ЮНЕСКО тізіміне енуі халықаралық туризм аясында оның беделін арттырса, 2018 жылы Түркістанның облыс орталығы ретінде қайта құрылуы бұл кеңістікті ұлттық деңгейде діни-туристік кластер ретінде дамытуға жол ашты. Жаңа әуежайдың салынуы, заманауи қонақ үйлердің, визит-орталықтардың, және жол инфрақұрылымының құрылуы-барлығы зияратқа бағытталған туризмнің құрылымдануын көрсетеді.

Қазіргі уақытта Қазақстанның Мәдениет және ақпарат министрлігі, «Kazakh Tourism» Ұлттық компаниясы және жергілікті әкімдіктер бірлесіп, Түркістанды халықаралық деңгейдегі діни туризм орталығына айналдыруды мақсат етуде. Бұл саясат тек инфрақұрылыммен шектелмей, Ясауи мұрасын мәдени өнім ретінде әртараптандыруға бағытталған: цифрлық экскурсиялар, тақырыптық фестивальдер, сопылық поэзия кештері, және білім туризмі элементтері қамтылуда.

Қожа Ахмет Ясауи мұрасының туристік тартымдылығы – оның сопылық мәнінде және келушілерге тигізетін эмоционалдық әсерінде. Түркістанға ат басын бұратын туристер тек тарихи таныммен шектелмейді. Олардың бір бөлігі бұл сапарды ішкі ізденіс, рухани тазару және ниетпен байланыс құру мақсатында жүзеге асырады. Мұндай сапарлар медитативтік тәжірибе ретінде қабылданып, адамның ішкі дүниесіне терең әсер етеді. Қожа Ахмет Ясауи кесенесі - бұл контексте «қасиетті кеңістік» ретінде ішкі трансформацияны бастайтын маңызды катализатордың рөлін атқарады. Нәтижесінде, рухани туризм өзінің терең мазмұнымен дәстүрлі туризм түрлерінен ерекшеленіп, Қазақстанды ислам әлеміндегі маңызды зиярат орталықтарының қатарына қосуы ықтимал.

Ясауи мұрасының брендке айналуы - мемлекет тарапынан жүргізілген жүйелі идеологиялық жұмыстың нәтижесі. Бұл бағытта оқулықтар мен ғылыми әдебиеттерде, тележобалар мен деректі фильмдерде Ясауи тұлғасы мен руханияты кеңінен насихатталып келеді. Сонымен қатар, Түркістанның «рухани астана» ретінде ресми түрде институционалдануы -осы мәдени рәміздің саяси деңгейге дейін көтерілгенін айғақтайды [16]. Ұлттық бренд тек экономикалық әлеуетке ғана емес, сонымен қатар халықтың тарихи жадында орын алған және әлемдік резонанс тудыратын мәдени-рухани нышандарға сүйенеді[17].

Бұл идеологиялық модель өз кезегінде туризм саласына да әсер етеді. Ясауи феномені төңірегінде құрылған туристік өнімдер -арнайы зиярат маршруттары, «Ясауи жолы» деген брендпен әзірленген турлар, сондай-ақ халықаралық діни форумдар -діни туризмді прагматикалық деңгейде жүзеге асыру құралына айналдырады. Сонымен қатар, бұл өнімдер Қазақстанның рухани бейнесін шет елдерде қалыптастыруға ықпал етуде, әсіресе түркітілдес елдер мен ислам әлеміндегі аудитория үшін маңыздылығы зор.

1 сурет – Зияратшылар саны мен демографиялық профілі

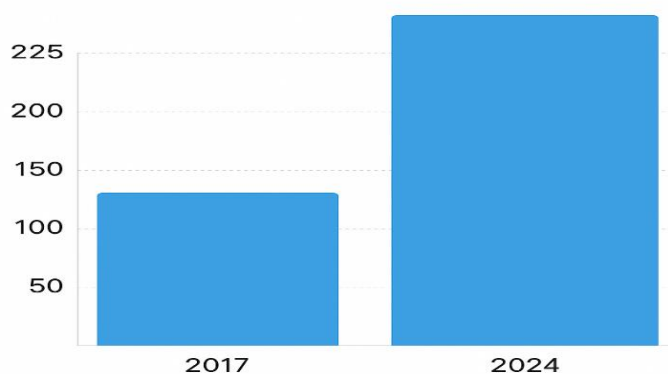


2022 жылы Түркістан қаласына келген туристер саны 1 миллионға жеткен. Бұл динамика туристік ағымның тұрақты түрде артып келе жатқанын көрсетеді және жыл өткен сайын артуда. Мұндай оң тренд бірнеше факторлармен байланысты: облыс орталығы мәртебесінің берілуі, «Хазрет Сұлтан» халықаралық әуежайының ашылуы, жаңа жол-көлік инфрақұрылымының дамуы және Ясауи кесенесі мен Сауран қалашығы сияқты сакралды нысандардың ішкі және сыртқы медиа кеңістікте кең насихатталуы. Бұл көрсеткіштер Түркістанның «Кіші Мекке» тұжырымдамасын тек идеологиялық деңгейде емес, нақты эмпирикалық деректермен де дәлелдеуге мүмкіндік береді.

2022 жылдың қорытындысы бойынша Түркістан қаласы туризм саласынан 3,7 миллиард теңге көлемінде табыс тапқан. Бұл көрсеткіш қаланың экономикалық құрылымында туризмнің маңызды орын алатынын білдіреді. Нақты айтқанда, өңірлік ішкі өнімнің 58 пайызы туризм мен қызмет көрсету секторына тиесілі болған [18].

Қалада тіркелген 11 мыңнан астам шағын және орта кәсіпкерлік нысандарының басым бөлігі туризмге бағытталған қызмет түрлерін ұсынады. Бұл – туристік инфрақұрылымның жүйелі түрде қалыптасып келе жатқанын көрсетеді. Сонымен бірге, Түркістандағы сакралдық символизмнің (Қожа Ахмет Ясауи кесенесі секілді нысандардың) экономикалық капиталға айналуы осы процестің айқын дәлелі болып отыр [19].

Сурет 2 – Түркістан қаласында ашылған жұмыс орындары



Сурет 3 – Түркістан қаласының брендингтік картасы



Қорытынды

Зерттеу барысында Түркістан қаласының қазіргі замандағы сакралдық рөлі, оның діни туризм аясындағы әлеуеті және халықаралық деңгейдегі мәдени-рухани брендке айналу мүмкіндігі жан-жақты талданды. Қожа Ахмет Ясауи мұрасын тек тарихи өткеннің көне белгісі ретінде ғана емес, қазіргі жаһандық мәдениет пен руханият кеңістігінде қайта жандандырылған тірі тәжірибе ретінде ұсыну қажеттілігі дәлелденді. Мақалада қолданылған сакралдық география, рухани тәжірибе және мәдени дипломатия теориялары Түркістан феноменін ғылыми тұрғыдан негіздеуге мүмкіндік берді.

Эмпирикалық деректер Түркістанның ішкі және сыртқы туристік ағымының артып келе жатқанын, туризм саласының өңірлік экономикадағы үлесінің елеулі екенін көрсетті. Сонымен қатар, Түркістанның брендтік символдары - «Кіші Мекке» атауы, Ясауи кесенесі, түркі руханиятының ошағы ретіндегі бейнесі - оның халықаралық тартымдылығын күшейтетін негізгі факторлар ретінде танылды.

Мешхед (Иран) пен Кония (Түркия) сияқты қалалардың үлгісі Түркістан үшін бағыт-бағдар бола алады. Бұл қалалар рухани мұраны жүйелі инфрақұрылыммен, мәдени индустриямен және заманауи туристік құралдармен тиімді біріктіре алған. Түркістан үшін де дәл осындай трансформация қажет. Ясауи мұрасын тірі рухани мектеп ретінде дамытып, халықаралық зиярат маршруттарын қалыптастыру, визуалды-цифрлық ребрендинг жүргізу және мәдени-когнитивті туризмді интеграциялау - Түркістанды жаһандық деңгейдегі сакралдық орталыққа айналдыратын стратегиялық қадамдар болмақ.

Осылайша, Түркістан тек Қазақстанның рухани астанасы ғана емес, түркі халықтарының, тіпті ислам өркениетінің халықаралық дәрежедегі рухани хабына айналуға толық мүмкіндігі бар. Бұл - тек өткенді еске алу емес, бүгін мен болашаққа бағытталған рухани даму жолы. Түркістан - қасиеттілік пен келешек арасындағы көпір.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ:

1. Eliade M. The Sacred and the Profane: The Nature of Religion. – New York: Harcourt, Brace & World, 1959. – 256 p.
2. Berger P. L. The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion. – New York: Open Road Media, 2010. – 284 p.

3. Smith J. Z. *Map Is Not Territory: Studies in the History of Religions*. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 326 p.
4. Issakov Y., Kassymov S., Omarov A., Baidauletov R. Study of the Impact of Unesco Heritage Sites on Sustainable Tourism Development: a Case Study of the Mausoleum of Khoja Ahmed Yasawi, Turkestan // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2023. – Vol. 51, № 4spl. – P. 1717–1727.
5. Tuan Y.-F. *Space and Place: The Perspective of Experience*. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977. – 235 p.
6. Turner V., Turner E. *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. – New York: Columbia University Press, 1978. – 313 p.
7. Rinschede G. Forms of religious tourism // *Annals of Tourism Research*. – 1992. – Vol. 19, № 1. – P. 51–67. – DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y).
8. Meyer B. *Sensational Movies: Video, Vision and Christianity in Ghana*. – Berkeley: University of California Press, 2015. – 312 p.
9. Nasr S. H. *Islamic Science: An Illustrated Study*. – Bloomington: World Wisdom, 2007. – 192 p.
10. Shia M. Pilgrimage, Power, and Identity: The Case of Mashhad in Iranian Religious Tourism // *Middle East Journal of Tourism Research*. – 2017. – Vol. 9, № 2. – P. 34–47.
11. Karim H. Urban Development and Religious Infrastructure in Mashhad // *Journal of Islamic Urban Studies*. – 2020. – Vol. 5, № 1. – P. 21–38.
12. Karoubi E., Saatchian V., Pirjamadi M., Mahmoudi R., Mehri A. Evaluation of Effective Factors on Creating Social Bond in Religious Tourists Using the Services of Recreational-Sports Complexes in Mashhad // *International Journal of Tourism, Culture and Spirituality*. – 2022. – Vol. 5, № 2.
13. Rezvani M. R. Religious tourism and development: The case of Mashhad, Iran // *Current Issues in Tourism*. – 2013. – Vol. 16, № 6. – P. 501–511.
14. Arberry A. J. *The Mystical Poems of Jalaluddin Rumi*. – London: Allen & Unwin, 1970. – 262 p.
15. Koçyiğit M. The Role of Religious Tourism in Creating Destination Image: the case of Konya Museum // *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. – 2016. – Vol. 4(vii).
16. Қазақстан Республикасы Президенті. Түркістан қаласын түркі әлемінің мәдени-рухани орталығы ретінде дамыту туралы Жарлық (№ 762) [Электрондық ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://www.akorda.kz>.
17. Kudaibergenova D. T. *Rewriting the Nation in Modern Kazakh Literature: Elites and Narratives*. – Lanham: Lexington Books, 2016. – 230 p.
18. Қазақстан Республикасының Ұлттық статистика бюросы. 2022 жылғы Түркістан облысының әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштері [Электрондық ресурс]. – 2023. – Режим доступа: <https://stat.gov.kz>.
19. Aubakirova A., Tulebekova G. Tourism Development in Turkistan: Between Sacred Heritage and Modern Infrastructure // *Journal of Central Asian Studies*. – 2022. – Vol. 7, № 1. – P. 45–58.

REFERENCES

1. Eliade M. *The Sacred and the Profane: The Nature of Religion*. – New York: Harcourt, Brace & World, 1959. – 256 p.
2. Berger P. L. *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*. – New

York: Open Road Media, 2010. – 284 p.

3. Smith J. Z. Map Is Not Territory: Studies in the History of Religions. – Chicago: University of Chicago Press, 2003. – 326 p.

4. Issakov Y., Kassymov S., Omarov A., Baidauletov R. Study of the Impact of Unesco Heritage Sites on Sustainable Tourism Development: a Case Study of the Mausoleum of Khoja Ahmed Yasawi, Turkestan // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2023. – Vol. 51, № 4spl. – P. 1717–1727.

5. Tuan Y.-F. Space and Place: The Perspective of Experience. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1977. – 235 p.

6. Turner V., Turner E. Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives. – New York: Columbia University Press, 1978. – 313 p.

7. Rinschede G. Forms of religious tourism // *Annals of Tourism Research*. – 1992. – Vol. 19, № 1. – P. 51–67. – DOI: [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90106-Y](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90106-Y).

8. Meyer B. Sensational Movies: Video, Vision and Christianity in Ghana. – Berkeley: University of California Press, 2015. – 312 p.

9. Nasr S. H. Islamic Science: An Illustrated Study. – Bloomington: World Wisdom, 2007. – 192 p.

10. Shia M. Pilgrimage, Power, and Identity: The Case of Mashhad in Iranian Religious Tourism // *Middle East Journal of Tourism Research*. – 2017. – Vol. 9, № 2. – P. 34–47.

11. Karim H. Urban Development and Religious Infrastructure in Mashhad // *Journal of Islamic Urban Studies*. – 2020. – Vol. 5, № 1. – P. 21–38.

12. Karoubi E., Saatchian V., Pirjamadi M., Mahmoudi R., Mehri A. Evaluation of Effective Factors on Creating Social Bond in Religious Tourists Using the Services of Recreational-Sports Complexes in Mashhad // *International Journal of Tourism, Culture and Spirituality*. – 2022. – Vol. 5, № 2.

13. Rezvani M. R. Religious tourism and development: The case of Mashhad, Iran // *Current Issues in Tourism*. – 2013. – Vol. 16, № 6. – P. 501–511.

14. Arberry A. J. The Mystical Poems of Jalaluddin Rumi. – London: Allen & Unwin, 1970. – 262 p.

15. Koçyiğit M. The Role of Religious Tourism in Creating Destination Image: the case of Konya Museum // *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*. – 2016. – Vol. 4(vii).

16. Qazaqstan Respublikasy Prezidentı. Türkıstan qalasyn türkı älemınıñ mädeni-ruhani ortalyğy retinde damytu turaly Jarlyq (№ 762) [President Of The Republic Of Kazakhstan. Decree on the development of Turkestan as a cultural and spiritual center of the Turkic World (No. 762)] [Elektrondyq resurs]. – 2018. – Rejim dostupa: <https://www.akorda.kz>.

17. Kudaibergenova D. T. Rewriting the Nation in Modern Kazakh Literature: Elites and Narratives. – Lanham: Lexington Books, 2016. – 230 p.

18. Qazaqstan Respublikasynyñ Ülttyq statistika bürosy. 2022 jylğy Türkıstan oblysynyñ äleumettık-ekonomikalyq körsetkışteri [Bureau of national statistics of the Republic of Kazakhstan. Socio-economic indicators of the Turkestan region in 2022] [Elektrondyq resurs]. – 2023. – Rejim dostupa: <https://stat.gov.kz>.

19. Aubakirova A., Tulebekova G. Tourism Development in Turkistan: Between Sacred Heritage and Modern Infrastructure // *Journal of Central Asian Studies*. – 2022. – Vol. 7, № 1. – P. 45–58.

Бұл зерттеу жұмысы Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитеті тарапынан қаржыландырылды (Грант № AP23490104)

А. МАЛДЫБЕК Философия ғылымдарының кандидаты, доцент, Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: maldybek.aqmaral@iuth.edu.kz	С. ШЫЛМАМБЕТОВ PhD, аға оқытушы, Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: sayan.shylmambetov@ayu.edu.kz
З. ЖАНДАРБЕК Тарих ғылымдарының кандидаты Әзірет Сұлтан ұлттық тарихи-мәдени мұражай-қорығы (Қазақстан, Түркістан) E-mail: karashuk@mail.ru	Г. СЫЗДЫКОВА Техника ғылымдарының магистрі Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан) e-mail: g.syzdykova@iuth.edu.kz
02.04.2025 ж. баспаға түсті 15.06.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды	

A. MALDYBEK¹, S. SHYLMAMBETOV², Z. ZHANDARBEB³, G. SYZDYKOVA¹

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), e-mail: maldybek.aqmaral@iuth.edu.kz

²International Kazakh-Turkish University named after Khoja Ahmed Yasawi

(Kazakhstan, Turkestan)

³National Historical and Cultural Museum-Reserve "Aziret-Sultan" (Kazakhstan, Turkestan)

THE ROLE OF KHOJA AHMED YASAWI'S LEGACY IN THE DEVELOPMENT OF SPIRITUAL TOURISM IN TURKISTAN: IN THE CONTEXT OF SACRED GEOGRAPHY AND INTERNATIONAL EXPERIENCE

Abstract. *This article scientifically analyses the sacral role of the city of Turkestan in the space of religious tourism and the potential of its transformation into a cultural and spiritual brand. The research is aimed at rethinking the phenomenon of Turkestan in the modern scientific discourse on the basis of the theories of sacred geography, spiritual practice, localisation and brand diplomacy. The legacy of Khoja Ahmed Yasawi is offered not only to only as as a historical and religious object, but also as a pillar living experience of national spirituality and cultural identity. The article presents concrete steps to turn Turkestan into an International Centre of religious tourism in comparison with the experience of Mashhad (Iran) and Konya (Turkey).*

The empirical section analyses pilgrim flows, tourism infrastructure development, ecotourism and government support measures from 2010 to 2024 and provides concrete evidence through graphs and charts. In addition, the results of a survey concerning pilgrims' motivation are analysed. As a result of the study, it was proved that the symbolism of Turkestan's 'Little Mecca' is not only considered as an internal spiritual space, but also as a transnational sacred hub that strengthens Turkish integration, cultural diplomacy and national brand. Finally, itineraries such as

Sufi music festivals, the Yasawi Road, digital pilgrimage platforms and academic tourism were presented to bring Turkestan to an international level.

Keywords: *Turkestan, Khoja Ahmed Yasawi, religious tourism, sacred geography, spiritual practice, "Small Mecca", Sufi teaching, national brand, cultural diplomacy, pilgrimage, Konya model, "Yasawi way", tourism and spirituality, Turkic integration, localization theory.*

А. МАЛДЫБЕК¹✉, С. ШЫЛМАМБЕТОВ², З.ЖАНДАРБЕК³, Г. СЫЗДЫКОВА¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: maldybek.aqmaral@iuth.edu.kz

²Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави
(Казахстан, Туркестан)

³Национальный историко-культурный музей-заповедник «Әзірет-Сұлтан»
(Казахстан, Туркестан)

РОЛЬ НАСЛЕДИЯ ХОДЖИ АХМЕДА ЯСАВИ В РАЗВИТИИ ДУХОВНОГО ТУРИЗМА В ТУРКЕСТАНЕ: В КОНТЕКСТЕ САКРАЛЬНОЙ ГЕОГРАФИИ И МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

Аннотация. *В данной статье научно проанализирована сакральная роль города Туркестан в пространстве религиозного туризма и потенциал его превращения в культурно-духовный бренд. Исследование направлено на переосмысление феномена Туркестана в современном научном дискурсе на основе теорий сакральной географии, духовной практики, локализации и брендовой дипломатии. Наследие Ходжи Ахмеда Ясави предлагается не только как историко-религиозный объект, но и как опора живого опыта национальной духовности и культурной идентичности. В статье представлены конкретные шаги по превращению Туркестана в Международный центр религиозного туризма в сравнении с опытом городов Мешхед (Иран) и Конья (Турция). В эмпирическом разделе проанализированы потоки паломников, развитие туристической инфраструктуры, экотуризм и меры государственной поддержки в период с 2010 по 2024 год, а также представлены конкретные доказательства с помощью графиков и диаграмм. Кроме того, проанализированы результаты опроса, касающегося мотивации паломников. В результате исследования было доказано, что символика «Малой Мекки» Туркестана рассматривается не только как внутреннее духовное пространство, но и как транснациональный сакральный хаб, укрепляющий тюркскую интеграцию, культурную дипломатию и национальный бренд. В заключении были представлены такие маршруты, как суфийские музыкальные фестивали, «дорога Ясави», цифровые платформы паломничества и академический туризм, чтобы вывести Туркестан на международный уровень.*

Ключевые слова: *Туркестан, Ходжа Ахмед Ясави, религиозный туризм, сакральная география, духовная практика, «Малая Мекка», суфийское учение, национальный бренд, культурная дипломатия, паломничество, модель Конья, «путь Ясави», туризм и духовность, тюркская интеграция, теория локализации.*

K. NURASHEVA¹, M. MAULETKAZY¹✉, A. MADYSHEVA², Zh. OMARKHANOVA³

¹Kazakh Academy of Sports and Tourism

(Kazakhstan, Almaty), email: Mukhitdin01@gmail.com

²Eurasian national university named after L.N. Gumilev (Kazakhstan, Astana)

³Kazakh agrotechnical research university named after S. Seifullin (Kazakhstan, Astana)

CREATION OF INNOVATIVE TOURISM PRODUCTS IN THE TOURISM INDUSTRY OF KAZAKHSTAN

Abstract. *Kazakhstan's tourism industry, endowed with rich natural and cultural resources, is actively evolving in response to global trends. However, the development of innovative tourism products (ITPs) remains a critical challenge. This article explores the potential and necessity of introducing ITPs as a key driver for enhancing the country's tourism appeal and competitiveness. The study employs methods of generalization, statistical analysis, and comparative evaluation to identify existing gaps and benchmark Kazakhstan's performance against leading tourism destinations such as France and Turkey. Particular attention is given to current examples of innovation in the domestic tourism sector, including the "Digital Shymkent" project and the development of eco-tourism routes in national parks. The findings reveal structural and technological limitations that hinder the creation of unique and appealing tourism products. As a result, the article proposes strategic directions for developing ITPs in Kazakhstan, such as integrating digital technologies, leveraging intangible cultural heritage, promoting sustainable tourism practices, and enhancing marketing efforts. The study underscores the importance of innovation in attracting diverse tourist segments and achieving long-term growth in the tourism sector.*

Keywords: *tourism, innovation, tourism product, unique product, sustainable tourism, digitalization, competitiveness, Kazakhstan*

Introduction

In the contemporary global economy, the tourism industry serves as a powerful catalyst for socio-economic development, stimulating innovation, cross-sectoral integration, and sustainable growth. The dynamic evolution of tourists' expectations, digitalization processes, and global competition have significantly reshaped the landscape of tourism services, necessitating the creation of innovative tourism products that are adaptive, interactive, and experience-driven [1], [2].

Kazakhstan, possessing a diverse natural, historical, and cultural heritage, has witnessed

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Nurasheva K., Mauletkazy M., Madysheva A., Omarkhanova Zh. Creation of Innovative Tourism Products in the Tourism Industry of Kazakhstan – 2025. – No2(8). – p. 195–206. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.13>

***Cite us correctly:** Nurasheva K., Mauletkazy M., Madysheva A., Omarkhanova Zh. Creation of Innovative Tourism Products in the Tourism Industry of Kazakhstan – 2025. – No2(8). – p. 195–206. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.13>

growing attention toward the development of its tourism sector, particularly in light of its strategic objectives to diversify the national economy and increase inbound tourism. Recent government efforts to digitalize administrative services and integrate innovation into urban development, such as the initiatives by the Shymkent City Digitalization Department, highlight the importance placed on innovation at both regional and national levels [3]. These initiatives reflect a broader governmental commitment to enhancing Kazakhstan's tourism competitiveness.

Tourism innovation encompasses the application of new technologies, the design of personalized experiences, and the adoption of sustainable practices that align with global tourism trends [2], [4]. According to recent statistics, the influx of foreign tourists to Kazakhstan has been steadily increasing, indicating a positive trajectory in the industry's growth [7], [8]. However, in order to maintain this upward trend and compete with global leaders such as France and Turkey in terms of tourist arrivals [9], [15], Kazakhstan must prioritize the development of innovative tourism products tailored to the needs of both domestic and international travelers.

Moreover, the growing demand for creative and thematic tourism—ranging from eco-tourism and medical tourism to technology-based experiences—requires a holistic approach to innovation. For instance, the case of Korea's integration of green innovations and medical tourism can serve as a benchmark for Kazakhstan's policy frameworks [14]. Additionally, digital platforms and smart tourism technologies are reshaping service delivery and consumer interaction, particularly in urban centers and high-tech regions such as Silicon Valley [11].

An innovative tourism product (ITP) is a new or improved tourism product or service that offers unique experiences or meets specific consumer needs. It includes new tourist routes, technological developments, cultural or environmental initiatives that change or improve the tourist experience [1]. These innovations not only improve the tourist experience but also help attract new categories of tourists and diversify the tourism offer.

The development of ITPs is also intricately linked to sustainable tourism. As the industry evolves, the growing emphasis on sustainability ensures that new tourism products preserve natural and cultural resources, while contributing to the development of local communities. Factors such as economic shifts, technological advancements, and changing consumer preferences significantly influence the tourism landscape [2]. The introduction of new technologies, such as virtual reality and mobile applications, alongside enhanced service standards, creates more exciting and immersive experiences that attract a broader range of tourists.

Kazakhstan's tourism industry is rapidly evolving, with the country increasingly becoming a destination of choice for both domestic and international travelers. One of the critical aspects of this development is the creation of innovative tourism products that offer visitors unique, unforgettable experiences. These innovations not only enhance the tourist experience but also contribute to regional economic development by creating new jobs and stimulating infrastructure growth. Furthermore, the development of ITPs improves Kazakhstan's competitiveness on the global tourism map and strengthens its international image.

This article aims to examine the current state of innovation in Kazakhstan's tourism sector, analyze existing practices, and propose a framework for the creation of innovative tourism products. By drawing upon international case studies, statistical data, and government strategies, the study seeks to offer practical recommendations for enhancing Kazakhstan's tourism competitiveness in the global market.

Scientific novelty of the research lies in the systematization of international best practices of

innovative tourism products (ITPs) and the development of a framework tailored specifically for Kazakhstan's tourism market. This framework integrates digital innovation, sustainable tourism principles, and intangible cultural heritage in a unified strategic model.

Methodology

The research methodology combines various approaches to analyze and develop innovative tourism products (ITP) in Kazakhstan. The main method used is a comparative analysis of tourism indicators in Kazakhstan, France, and Turkey. This allowed the examination of the volume of services provided by accommodation facilities, hotel occupancy rates, and the number of tourists in different countries. Comparing these data helps identify the strengths and weaknesses of Kazakhstan's tourism industry and highlights what needs to be changed to increase the country's competitiveness in the global tourism market.

Statistical data on the number of tourists and the volume of services provided by accommodation facilities in Kazakhstan for the years 2021-2023 were used for the analysis. This approach helped trace the growth dynamics and identify trends in the tourism industry, as well as determine the impact of various factors, such as recovery after the COVID-19 pandemic, on the demand for accommodation services.

The study also examines international best practices. Successful innovative tourism products implemented in countries like the USA, Norway, South Korea, and Spain were reviewed. These countries actively use mobile applications for trip planning, virtual and augmented reality, and offer unique tourism routes focused on ecology and sustainable development. Analyzing these examples allowed for the development of proposals for implementing similar technologies and approaches in Kazakhstan, taking into account the specifics of the local market and the needs of tourists.

In addition to quantitative data analysis, significant attention was given to qualitative research based on expert opinions and the analysis of local data. This helped gain a deeper understanding of the barriers and prospects for implementing innovative tourism products and identifying the needs of both tourists and the industry as a whole. Expert assessments and interview results with representatives from the tourism sector helped clarify which innovations could be successful in Kazakhstan.

Although the study mentions expert interviews, it lacks a detailed methodological explanation. Future iterations should specify the number of experts involved, selection criteria, and thematic coding used for analysis.

However, the methodology of the expert interviews could be elaborated further. Providing details on sample size, selection criteria, and qualitative data analysis methods (such as thematic coding or content analysis) would enhance the credibility and replicability of the study.

The research methodology combines both quantitative and qualitative methods, allowing for a more comprehensive understanding of the current state and potential for the development of innovative tourism products in Kazakhstan, as well as proposing ways to improve the country's competitiveness in the global tourism market.

Results and discussion

Kazakhstan has a rich diversity of tourism resources, covering mountain ranges, steppe spaces, picturesque lakes, architectural monuments and the cultural heritage of both the Kazakh people and other ethnic groups living in the country. Tourism here is gaining momentum, attracting

both vacationers from neighboring countries and tourists from more distant corners of the world. Several ITPs have been implemented in Kazakhstan, one of which is the Digital Shymkent project [3]. It offers interactive tours of historical sites using mobile applications and augmented reality (AR) technologies. In addition, the Ecological Tourist Routes in National Parks initiative [4] includes the creation of excursion routes that have a minimal impact on nature. Today's tourists are becoming more diverse and demanding, sophisticated in their interests, they are no longer limited to traditional attractions, but strive for new and unusual experiences. Thus, the creation of ITPs is becoming the most important factor in attracting and retaining tourists [5].

ITP includes new approaches to organizing tourist routes, using modern technologies, developing environmentally sustainable tourism services and introducing innovative forms of marketing to attract the target audience. Kazakhstan, with its rich cultural heritage, diverse natural landscapes and historical sites, is rapidly developing its tourism industry. The introduction of innovative approaches to creating tourism products plays a key role in attracting the attention of tourists from all over the world and ensuring the sustainable development of regional economies [6,7].

However, what are the indicators of tourism development in Kazakhstan, we will consider in Figure 1.

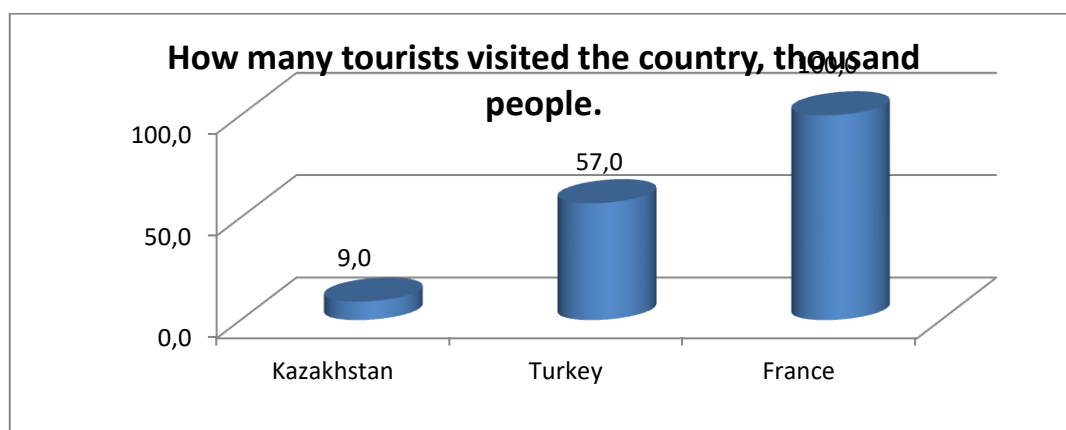


Figure 1 – Volume of services rendered in accommodation facilities in Kazakhstan in 2021–2023, tenge

Source: [8]

The data presented in Figure 2 illustrate a steady and substantial increase in the volume of services rendered by accommodation facilities in Kazakhstan over the period from 2021 to 2023. Following the significant downturn caused by the COVID-19 pandemic, the tourism sector began to recover, resulting in a marked surge in demand for hospitality services. In 2022, the sector experienced a sharp rise of approximately 67% in service volume compared to the previous year. This positive trend continued in 2023, with an additional growth of 25%, indicating a sustained momentum in the sector's revival.

The increase in accommodation services directly correlates with the gradual return of both domestic and international travel, reflecting a broader pattern of economic recovery in the tourism industry. As restrictions were lifted and confidence in travel was restored, more tourists began to visit the country, thereby driving up the demand for lodging and related services.

However, when comparing Kazakhstan's figures with those of leading tourist destinations such as Turkey, the disparity becomes evident. In 2023, Turkey welcomed approximately 57

million international tourists, whereas Kazakhstan received only a few hundred thousand. This stark difference underscores the significant development gap in terms of international tourist inflows and global competitiveness.

One of the key indicators of the performance and efficiency of accommodation facilities is the occupancy rate. In Kazakhstan, the national average occupancy rate in 2023 was recorded at 25.6%, which is considerably low by international standards. To contextualize this figure and highlight the real state of tourism development in Kazakhstan, Figure 2 also includes comparative occupancy rates for several other countries. These international benchmarks provide insight into the extent to which Kazakhstan still lags in attracting and retaining tourists and emphasizes the need for strategic investments in hospitality infrastructure, marketing, and innovative tourism product development.

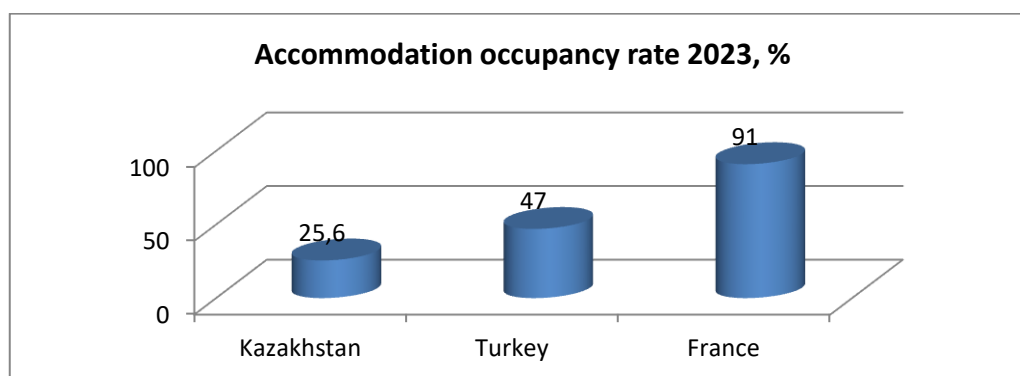


Figure 2 – Comparison of occupancy rates of accommodations in France, Turkey and Kazakhstan for 2023

Source: [8, 9]

As we can see in Figure 2, France is the leader with 91% occupancy, followed by Turkey with 47%. While Kazakhstan fills accommodations with only more than 25% of tourists. This means that it is important for Kazakhstan to create an ITP in the tourism industry in order to enter the competitive market and win a larger share of the world market [9].

Let's consider the number of tourists who visited these countries, figure 3.

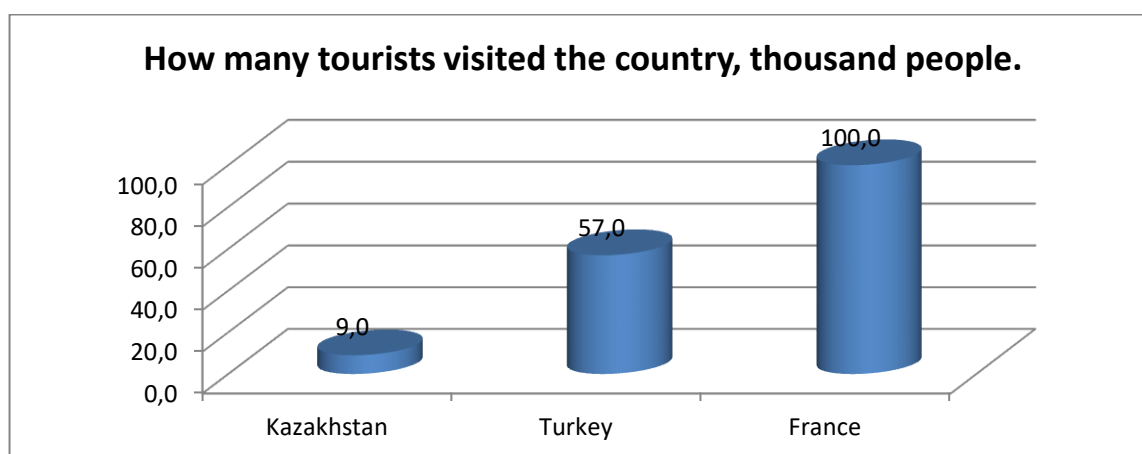


Figure 3 - Tourist attendance in different countries in 2023

Source: [8, 9, 10]

100 million tourists vacationed in France, more than 57 million people vacationed in Turkey in 2023, and in Kazakhstan, tourists make up only 9 million people, which indicates the need to

develop their own ITP. These international examples highlight the role of innovation in attracting large tourist flows. In particular, they use mobile applications for trip planning, virtual and augmented reality to create a unique experience, of course, an important focus on renewable energy sources, sustainable development and environmental protection. They include thematic tours, programs for immersion in local culture and traditions, inextricably linked with art, gastronomy, etc. For developed tourism in the country, these countries consider interaction with local communities and volunteers important. They develop personalized itineraries that travelers prefer to create unique experiences for tourists. What's also innovative is that they use artificial intelligence in the service, and also place them in trendy glamping or coworking spaces.

For the RK, it is necessary to apply all types of ITP in tourism to attract new customers and improve the quality of service in the tourism industry. ITP is necessary for the RK to achieve competitiveness, since in the rapidly changing world of the tourism industry, innovative products allow you to stand out from competitors, attract the attention of customers with interesting and unique offers. Innovations help improve the quality of service and convenience for tourists, which in turn leads to increased satisfaction and loyalty. ITPs are targeted at various market segments, including young people, families with children, older tourists and others who are looking for a unique experience.

In recent years, Kazakhstan has begun to explore the development of innovative tourism products (ITPs), though they remain relatively few in number. One promising example is the use of interactive ethnographic village tours, where tourists don't just observe from a distance but actively participate in the daily life of local residents. These experiences include traditional crafts, local rituals, and cultural exchanges, offering visitors a genuine and memorable immersion into Kazakh traditions.

Another notable direction is the growth of ecotourism, particularly in national parks. These tours offer travelers the chance to explore Kazakhstan's diverse natural landscapes and ecosystems while learning about native wildlife. Such experiences combine recreation with environmental awareness and contribute to sustainable tourism practices.

Kazakhstan is also taking steps toward digital innovation in tourism. For instance, interactive mobile guides and virtual reality (VR) experiences are being developed to allow users to explore historical events and architectural monuments in an immersive way. These tools make it easier for tourists to engage with Kazakhstan's cultural and historical heritage, even remotely [7].

However, despite these developments, Kazakhstan still has a limited number of ITPs, especially when compared to global tourism leaders. In countries like the United States, virtual tourism is widely used and advanced technological solutions are common. In regions like Silicon Valley, for example, tourism integrates cutting-edge innovations such as AI, AR, and smart tourism platforms to personalize and enhance the visitor experience [11].

Norway is another strong example. The country focuses on sustainable tourism, offering nature-based tours to preserved areas like the famous fjords. These experiences are not only environmentally friendly but also carefully managed to protect the natural landscape and promote responsible travel [12].

In Spain, many tourism services are designed around interactive technologies. Historical and cultural sites often use mobile apps, multimedia displays, and augmented reality tools to bring stories to life and engage visitors of all ages [13].

Meanwhile, South Korea stands out for its innovative use of technology in tourism. From

smart city tours to virtual K-pop and K-drama experiences, the country successfully combines digital innovation with cultural export. Tourists can explore historical palaces using VR or take part in gamified cultural events through mobile platforms [14].

These international examples show that innovative tourism products can succeed in any country, as long as they are aligned with the needs, preferences, and interests of modern travelers. Innovation in tourism should not be about technology for its own sake, but about creating richer, more engaging, and more personalized experiences.

The authors believe that Kazakhstan has strong potential to develop and expand its ITP offerings. To do this effectively, it's important to take a multi-faceted approach — integrating digital tools, working with local communities, improving infrastructure, and understanding the evolving expectations of tourists. Table 1 outlines the key strategic directions for implementing ITPs in Kazakhstan, based on international best practices and relevant research [12, 13, 14, 15].

Table 1 – Main directions of implementation of the Innovative Tourism Product (ITP)

Area of development	Proposals for the development of ITP
Development of unique tourist routes through picturesque places	- Research and promotion of many unexplored but potentially promising areas.
Use of digital and interactive technologies	- Development of mobile applications for visitors with interactive maps, audiovisual images, portable virtual reality devices, etc. - Implementation of virtual reality (VR) and augmented reality (AR) to provide sustainable tourism and unique tourist experiences
Formation of environmentally sustainable tourism	- Support and development of ecotourism, including programs for the conservation of natural resources and ecosystems. - Attracting investment in infrastructure through creative and educational opportunities
Promotion of innovative hotel and entertainment programs	- Provision of sustainable non-standard forms of accommodation (e.g. eco-hotels, guest houses, campings). - Introduction of new forms of entertainment and active recreation (adventure games, extreme sports, etc.)
Working with local communities and stimulating entrepreneurship	- Support for domestic entrepreneurs and cooperation with local communities to develop tourism products based on local traditions and culture. - Development of training and consulting programs for the development of small and medium-sized businesses in the tourism sector
Marketing and promotion	- Accelerated promotion of ITP using digital and traditional marketing channels. - Participation in exhibitions of different countries and any other tourist events to attract foreign visitors

Note: This table was compiled by the authors based on the analysis of strategic documents, expert reports, and trends in tourism development in Kazakhstan.

The application of the above will help Kazakhstan not only to diversify its tourism offer, but also to take a certain position in the global tourism market, which will be based on the country's unique potential and cultural characteristics.

Conclusion

The analysis reveals significant growth in accommodation revenues in Kazakhstan. However, a comparative analysis highlights notable differences in the occupancy rates of lodging establishments across countries. For instance, France boasts an occupancy rate of 91%, Turkey stands at 47%, while Kazakhstan's rate is just over 25%. Additionally, the number of tourists visiting these countries varies considerably: France attracts around 100 million tourists annually, Turkey hosted over 57 million in 2023, and Kazakhstan welcomed approximately 9 million. This disparity is largely attributed to the more developed and effective approaches employed by France and Turkey in attracting tourists, particularly through the integration of intangible cultural heritage (ICH) elements across nearly all regions.

The creation and further development of ICH in Kazakhstan have the potential to play a crucial role in attracting new categories of tourists, meeting their diverse needs, and contributing to the overall growth of the country's tourism industry. Kazakhstan's leading position in ecotourism and its rich cultural heritage offer unique opportunities for developing tourism products that cater to both domestic and international markets. It is important to emphasize that the introduction of innovations in the tourism sector will help Kazakhstan achieve more competitive positions within the global tourism industry.

However, the development of ITPs also faces regulatory and institutional barriers. These include fragmented policy implementation, limited access to innovation funding for small tourism enterprises, and the absence of a national roadmap for integrating innovation across all tourism subsectors.

With its unique natural and cultural resources, Kazakhstan has the potential to successfully compete with global tourism leaders by offering travelers original and unforgettable experiences. In this way, innovations in tourism become a key element of Kazakhstan's strategy for positioning itself as a premier tourist destination, contributing to sustainable growth and strengthening the country's image on the world stage.

BIBLIOGRAPHY

1. Pikkemaat B. Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. – Vol. 41. – P. 184–196. – Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677019304747> (accessed: 12.08.2024).
2. Ratten V., Braga V. Tourism innovation // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. – Vol. 41. – P. 171–174. – Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677019304693> (accessed: 23.09.2024).
3. Shymkent City Digitalization Department. – 2024. – Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/shymkent-sandyk?lang=ru> (accessed: 17.08.2024).
4. Hotel industry in Europe: signs of recovery. – Available at: https://vernycapital.com/wp-content/uploads/2022/04/Europes-Hotel-Sector_RUS.pdf (accessed: 03.09.2024).

5. Новые туристические маршруты прокладывают в ВКО // Khabar.kz. – 2023. – URL: <https://khabar.kz/ru/news/obshchestvo/item/151489-novye-turisticheskie-marshruty-prokladyvayut-v-vko> (дата обращения: 25.08.2024).
6. Romanova M. The role of innovations in the activities of tourism industry enterprises. – Available at: https://www.researchgate.net/publication/317638212_Rol_innovacij_v_deatelnosti_predpriatij_industrii_turizma (accessed: 04.09.2024).
7. Сколько иностранных туристов посетили Казахстан в 2023 году // 24.kz. – URL: <https://24.kz/ru/news/social/item/652469-skolko-inostrannykh-turistov-posetili-kazakhstan-v-2023-godu> (дата обращения: 06.08.2024).
8. Tourism statistics // Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. – Available at: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/> (accessed: 15.09.2024).
9. В 2023 году Турцию посетили свыше 57 млн туристов // Anadolu Agency. – URL: <https://www.aa.com.tr/ru/экономика/в-2023-году-турцию-посетили-свыше-57-млн-туристов-/3124031> (дата обращения: 08.09.2024).
10. В преддверии Олимпиады в Париже стремительно дешевеют отели // Travelpress.kz. – 2023. – URL: <https://travelpress.kz/news/world/v-preddverii-olimpiadi-v-parizhe-stremitelno-desheveyut-oteli-1258> (дата обращения: 29.08.2024).
11. Silicon Valley is a high-tech zone // Tripster.ru. – 2023. – Available at: <https://experience.tripster.ru/experience/13407/> (accessed: 13.08.2024).
12. Туроператоры рассказали о ценах на туры в Норвегию летом и в низкий сезон // ATOR. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/47262.html> (дата обращения: 02.09.2024).
13. Tourism authorities of Spain will allocate €100 million for innovative projects // Travelvesti.ru. – 2022. – Available at: <https://travelvesti.ru/news/turisticheskie-vlasti-ispanii-napravyat-100-millionov-na-innovatsionnye-proekty.html> (accessed: 31.08.2024).
14. Development of the state in the context of using innovations in the "green" sphere and medical tourism (on the example of the Republic of Korea) // International journal of applied and fundamental research. – 2019. – No. 8 (part 3). – P. 499–501. – Available at: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=7136> (accessed: 27.09.2024).
15. Франция привлекла более 100 млн туристов в 2023 году, возглавив мировой список посещаемости // Daryo.uz. – 2024. – URL: <https://daryo.uz/ru/2024/06/12/francia-privlekla-bolee-100-mln-turistov-v-2023-godu-vozglaviv-mirovoj-spisok-posesaemosti> (дата обращения: 20.08.2024).

REFERENCES

1. Pikkemaat B. Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. – Vol. 41. – P. 184–196. – Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677019304747> (accessed: 12.08.2024).
2. Ratten V., Braga V. Tourism innovation // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2019. – Vol. 41. – P. 171–174. – Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1447677019304693> (accessed: 23.09.2024).
3. Shymkent City Digitalization Department. – 2024. – Available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/shymkent-sandyk?lang=ru> (accessed: 17.08.2024).

4. Hotel industry in Europe: signs of recovery. – Available at: https://vernycapital.com/wp-content/uploads/2022/04/Europes-Hotel-Sector_RUS.pdf (accessed: 03.09.2024).
5. Novye turisticheskie marshruty prokladyvayut v VKO [New tourist routes are being laid in East Kazakhstan region] // Khabar.kz. – 2023. – URL: <https://khabar.kz/ru/news/obshchestvo/item/151489-novye-turisticheskie-marshruty-prokladyvayut-v-vko> (data obrashcheniya: 25.08.2024).
6. Romanova M. The role of innovations in the activities of tourism industry enterprises. – Available at: https://www.researchgate.net/publication/317638212_Rol_innovacij_v_deatelnosti_predpriyatij_industrii_turizma (accessed: 04.09.2024).
7. Skol'ko inostrannykh turistov posetili Kazahstan v 2023 godu [How many foreign tourists visited Kazakhstan in 2023] // 24.kz. – URL: <https://24.kz/ru/news/social/item/652469-skolko-inostrannykh-turistov-posetili-kazahstan-v-2023-godu> (data obrashcheniya: 06.08.2024).
8. Tourism statistics // Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. – Available at: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/> (accessed: 15.09.2024).
9. V 2023 godu Turciyu posetili svyshe 57 mln turistov [In 2023, over 57 million tourists visited Turkey.] // Anadolu Agency. – URL: <https://www.aa.com.tr/ru/ekonomika/v-2023-godu-turciyu-posetili-svyshe-57-mln-turistov-/3124031> (data obrashcheniya: 08.09.2024).
10. V preddverii Olimpiady v Parizhe stremitel'no desheveyut oteli [Hotels are rapidly getting cheaper in Paris on the eve of the Olympics] // Travelpress.kz. – 2023. – URL: <https://travelpress.kz/news/world/v-preddverii-olimpiadi-v-parizhe-stremitelno-desheveyut-oteli-1258> (data obrashcheniya: 29.08.2024).
11. Silicon Valley is a high-tech zone // Tripster.ru. – 2023. – Available at: <https://experience.tripster.ru/experience/13407/> (accessed: 13.08.2024).
12. Turoperatory rasskazali o cenah na tury v Norvegiyu letom i v nizkij sezon [Tour operators talked about the prices of tours to Norway in the summer and in the low season] // ATOR. – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/47262.html> (data obrashcheniya: 02.09.2024).
13. Tourism authorities of Spain will allocate €100 million for innovative projects // Travelvesti.ru. – 2022. – Available at: <https://travelvesti.ru/news/turisticheskie-vlasti-ispanii-napravyat-100-millionov-na-innovatsionnye-proekty.html> (accessed: 31.08.2024).
14. Development of the state in the context of using innovations in the "green" sphere and medical tourism (on the example of the Republic of Korea) // International journal of applied and fundamental research. – 2019. – No. 8 (part 3). – P. 499–501. – Available at: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=7136> (accessed: 27.09.2024).
15. Franciya privlekla bolee 100 mln turistov v 2023 godu, vozglaviv mirovoj spisok poseshchaemosti [France attracted more than 100 million tourists in 2023, topping the global visitor list.] // Daryo.uz. – 2024. – URL: <https://daryo.uz/ru/2024/06/12/francia-privlekla-bolee-100-mln-turistov-v-2023-godu-vozglaviv-mirovoj-spisok-posesaemosti> (data obrashcheniya: 20.08.2024).

K. NURASHEVA

Doctor of Economics, Professor
Kazakh Academy of Sports and Tourism
(Kazakhstan, Almaty)
email: nurasheva@mail.ru

M. MAULETKAZY

Doctoral student
Kazakh Academy of Sports and Tourism
(Kazakhstan, Almaty)
email: Mukhitdin01@gmail.com

A. MADYSHEVA Senior Lecturer L.N. Gumilyov Eurasian National University (Kazakhstan, Astana) email: asem_madysheva@mail.ru	Zh. OMARKHANOVA Professor S.Seifullin Kazakh Agro-Technical Research University (Kazakhstan, Astana) email: zhynysova@mail.ru
	Received 13.01.2025 Received in revised form 29.03.2025 Accepted for publication 30.06.2025

К. НУРАШЕВА¹, М. МӘУЛЕТҚАЗЫ¹✉, А. МАДЫШЕВА², Ж. ОМАРХАНОВА³

¹Қазақ спорт және туризм академиясы

(Қазақстан, Алматы), email: Mukhitdin01@gmail.com

²Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті (Қазақстан, Астана)

³С.Сейфуллин атындағы Қазақ агротехникалық зерттеу университеті
(Қазақстан, Астана)

ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТУРИСТІК ӨНІМ ҚАЗАҚСТАН ТУРИЗМ САЛАСЫН ДАМУЫНЫҢ ЖАҢА ЖОЛЫ РЕТІНДЕ

Андатпа. Қазақстанның туризм саласы белсенді түрде дамып келеді және инновациялық идеялар мен технологияларды енгізу оның бәсекеге қабілеттілігін арттыруда маңызды рөл атқарады. Жаһандық бәсекелестік пен туристердің сұраныстарының өзгеруі жағдайында инновациялық туристік өнім (ИТӨ) әзірлеу өзекті мәселеге айналды. Мақалада цифрлық және интерактивті технологиялар, экотуризм, виртуалды және толықтырылған шынайылықты қолданудың сәтті мысалдары қарастырылады. Атап айтқанда, тарихи нысандар бойынша интерактивті турлар ұйымдастыруға арналған «Цифрлық Шымкент» жобасы талданады. Сонымен қатар, экологиялық туризм бағыттарын дамытудың маңыздылығы атап өтіледі. Қазақстан, Франция және Түркия туризмінің көрсеткіштеріне салыстырмалы талдау жасалып, отандық саланың әлсіз және күшті тұстары анықталған. Мақалада инновациялық туристік өнімдерді дамытудың бағыттары ұсынылады: қызметтерді цифрландыру, мәдени мұраны ілгерілету, тұрақты туризмді қолдау және бірегей маршруттарды әзірлеу. Елдің халықаралық тартымдылығын арттыру мақсатында материалдық емес мәдени мұраны туризмге интеграциялау қажеттігі көрсетіледі.

Кілт сөздер: туризм, инновация, туристік өнім, бірегей өнім, әлеует, жасау, тарту.

К. НУРАШЕВА¹, М. МАУЛЕТКАЗЫ¹✉, Г. МАДЫШЕВА², Ж. ОМАРХАНОВА³

¹Казахская академия спорта и туризма

(Казахстан, Алматы), email: Mukhitdin01@gmail.com

²Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева (Казахстан, Астана)

³Казахский агротехнический исследовательский университет имени С.Сейфуллина
(Казахстан, Астана)

ИННОВАЦИОННЫЙ ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ, КАК НОВЫЙ ПУТЬ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ КАЗАХСТАНА

Аннотация. Туристический сектор Казахстана активно развивается, и внедрение инновационных идей и технологий становится ключевым фактором повышения его конкурентоспособности. В условиях глобальной конкуренции и изменяющихся запросов туристов особую актуальность приобретает создание инновационного туристского продукта (ИТП). В статье рассматриваются примеры успешного внедрения цифровых и интерактивных решений, экотуризма, технологий виртуальной и дополненной реальности. В частности, анализируется проект «Цифровой Шымкент», предполагающий использование мобильных приложений и AR-технологий для проведения интерактивных экскурсий. Также подчеркивается важность экологичных туристских маршрутов, способствующих устойчивому развитию. На основе сравнительного анализа показателей туризма в Казахстане, Франции и Турции выявлены сильные и слабые стороны казахстанской отрасли. Статья предлагает направления развития ИТП, включая цифровизацию услуг, продвижение культурного наследия, поддержку устойчивого туризма и разработку уникальных туристских маршрутов. Делается вывод о необходимости интеграции нематериального культурного наследия в туристские предложения для повышения международной привлекательности страны.

Ключевые слова: туризм, инновации, туристский продукт, уникальный продукт, потенциал, создание, привлечение.

Б. ЖАРКЕНОВА¹✉, Л. МУТАЛИЕВА¹, Н. КОНКАЕВА², А. ШОКПАРОВ³

¹Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті

(Қазақстан, Астана), e-mail: banufashion@mail.ru

²Ш. Уәлиханов атындағы Көкшетау университеті (Қазақстан, Көкшетау)

³Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан)

ИМАНТАУ-ШАЛҚАР КУРОРТТЫҚ АЙМАҒЫНЫҢ ТУРИСТІК БРЕНДІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа. Мақалада қазіргі таңдағы туристік қызметті тұтынушылардың қалауы мен талғамын зерттей отырып, туристік өңірлік брендті құруға әсер етуші факторлар қарастырылды. Қазақстандағы туристік дестинацияны және өңірді дамыту, туристік қызметті тұтынушылардың қалауын зерттеуден және брендингтен тұрады. Зерттелген аймақтағы туристік қызметті тұтынушылардың қалауы мен талғамын зерттеу барысында SWOT талдау жүргізілді, талдау нәтижесінде Имантау-Шалқар курорттық аймағының мықты және әлсіз жақтары анықталса, сонымен қатар туристік стратегиялық бағыттарын қалай құруға болатындығын және оны іске асыру жолдарын білуге мүмкіндік туды және өңірдің туристік бренді болып табылатын атрибуттар анықталды. Зерттеу мақсаты Имантау-Шалқар курорттық аймағының туристік брендин қалыптастыру жолдарын ұсыну. Қазіргі бәсекелестер нарығында өз аймағының туристік тартымдылығын алға жылжыта отырып, өңірлік туристік брендті құру арқылы ішкі және халықаралық нарықта туристер ағымын арттыруға болатынын көрсету, сонымен қатар өңірге инвестиция көзін тартудың бірден бір жолы екенін түсіндіру. Зерттеу нәтижесінде Имантау-Шалқар курорттық аймағының туристік басым бағыттарының артықшылықтары анықтала отырып, әлеуетті туристерді тартуға, сонымен қатар халықты жұмыспен қамтамасыз етуге, өңірдің оң имиджін қалыптастыруға және нарықта жылжытуға арналған бірқатар маркетингтік іс-шаралар ұсынылды.

Кілт сөздер: туристік өнім, туристік әлеует, бренд, тұтынушылардың қалауы, өңір, дестинация.

Кіріспе

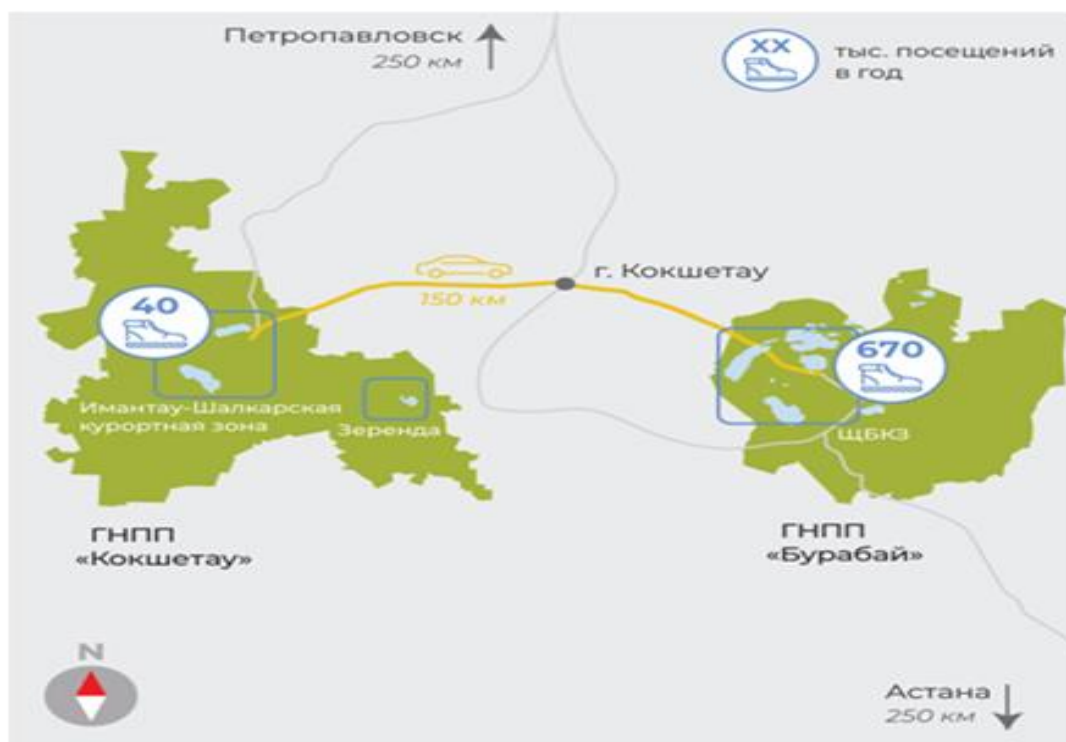
Жаһандану дәуірінде туристік аймақтардың мықты бәсекелестер арасында өз орнын табу мақсатында жасалынып жатқан жұмыстары аз емес, соның ішінде өзекті болып отырған жұмыстарының бірі аймақтың туристік брендин құру. Аймақтық туристік брендті құра отырып туристік аймақ бір уақытта: туристер ағымын, инвестиция көзін, өңір имиджін

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Жаркенова Б., Муталиева Л., Конкаева Н., Шокпаров А. Имантау-Шалқар курорттық аймағының туристік брендин қалыптастыру жолдары – 2025. – No2(8). – p. 207–218. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.14>

***Cite us correctly:** Zharkenova B., Mutaliev L., Konkaeva N., Shokparov A. Imantau-Shalkar kurorttyq aimagynyn turistik brendin kalyptastyru zholdary [Ways to form a tourist brand of the imantau-Shalkar resort area] – 2025. – No2(8). – p. 207–218. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.14>

құруға, жергілікті халықты жұмыспен қамтамасыз етуге, аймақтың инфраструктурасын жақсартуға мүмкіндік алады. Туристік дестинацияларды дамыту елдегі туристік индустрияны дамытудың стратегиялық міндеттерінің бірі бола отырып, аймақтық туристік брендині құруға мүмкіндік алады. Қазіргі таңда туризмдегі брендингі дамыту соңғы он жылдықта өзекті мәселелердің біріне айналды. Туризм индустриясының бірегей ерекшеліктерін ескере отырып бұл саладағы туристік брендингі құру процесі басқа сала брендингітеріне қарағанда түбегейлі басқа болатынын біліміз.

Имантау-Шалқар курорттық аймағы туристік саланы дамытуда елеулі перспективалы өңір болып табылады. Курорттық аймақ елдің солтүстігіндегі «Көкшетау» МТҰП аумағында орналасқан, бірегей табиғи ресурсқа бай және туристік рекреациялық әлеуетке ие аймақ болып табылады. Имантау-Шалқар курорттық аймағы «Бурабай» МТҰП аумағындағы Щучье – Бурабай курорттық аймағымен көршілес орналасқан аймақ, яғни туристер санының артуына бірден бір себеп тоғыз жолдың торабында орналасуыда үлкен әсер етеді. Дегенмен де осындай туристік әлеуетке ие бола отырып, зерттеліп отырған аймақ бүгінгі күні мықты бәсекелестерден ерекшеленетін өңірлік бренді болмай отыр, осы орайда аймақтағы келуші туристердің қалауын зерттеу арқылы аймақтың брендин анықтау мақсатында сауалнама жүргізілді.



Сурет 1 - Имантау – Шалқар курорттық аймағының орналасуы.

Материалдар мен әдістер

Тақырыпты зерттеу барысында аймаққа келуші туристердің қалауын білу үшін, туристер арасында сауалнама жүргізілді және осы күнге дейін жазылған ғылыми мақалаларға жүйелеу мен зерделеу жасалынды. Аймақтық брендтке тән бірінші ерекшелік оның әр уақытта өзгеріске ұшырау арқылы толықтырулардың енгізілуі бұған себеп туризм нарығындағы тұрақсыздық, әлемде болған COVID19 пандемиясына дейін тұтынушылардың қалауы басқа болса, пандемиядан кейін бірден өзгерді осыған сай туристік нарықтағы

сұранысты үнемі қадағалап отыру шарт, сонымен қатар туризм саласындағы тұтынушылардың сұраныстарының өзгеруіне тұтынушы сегменттің ауысуыда әсер етті, яғни ұрпақ теориясын зерттеу өзекті болып отыр [1]. Сондықтан Имантау - Шалқар курорттық аймағының туристік тұтынушыларының сұранысын зерттеуде жан - жақты зерттеп қарау маңызды. Аймақ көп қырлы туристік – рекреациялық ресурсты иеленеді. Оның табиғи ресурстары мен климаттық жағдайлары туризмнің бірнеше бағытын дамытуға және демалыс үшін қолайлы мүмкіндіктерді ұсына алады. Бұл аймақ бір жағынан су және табиғи ресурстарды иеленсе, екінші жағынан мәдени тарихи мұраны сақтаған аумақ болып табылады, осы орайда жергілікті мәдениет пен тарихты, дәстүрді насихаттауға үлкен мүмкіндік бар. Аймақтың рекреациялық ресурстары жағажай, емдік және спорттық, экологиялық туризмді дамытуға мүмкіндік береді. Туристік рекреациялық ресурстардың саналуандығы ішкі туризмді дамытуға, сонымен қатар шет ел валютасының түсімін арттыра отырып аймақтың экономикалық жағдайын жақсартып алады. Қойылған мақсаттарды іске асыру үшін Имантау – Шалқар курорттық аймағында туристер мен демалушылар арасында сауалнама түрінде маркетингтік зерттеулер жүргізілді. Зерттеу нысаны Имантау – Шалқар курорттық аймағы. Зерттеу нәтижесін негізге ала отырып аймақтың туристік бренд моделін қалыптастыру, аймақтың қаншалықты туристер мен демалушылардың арасында танымалдылығы, осы аймаққа келу себептері, оң және теріс пікірлерді білу.

Негізгі ережелер

Бұл тақырыпта талдау жүргізу үшін осы уақытқа дейін жарияланған әдеби дереккөздерді пайдалана отырып авторлармен зерделеу жұмысы жасалынды және маркетингтік зерттеу нәтижесі ретінде сауалнама қорытындысы пайдаланылды. Зерттеу кезеңдерінде аймақ туралы тартымды имиджді қалыптастыру және аймақта туристік брендті жасау қаншалықты маңызды екені анықталды. Туристік аймақтың туристік моделін құрайтын негізгі атрибуттар анықталды. Сауалнамаға отандық туристер және жақын шет елдік туристер қатысты, сауалнама форматы онлайн және офлайн форматта іске асырылды. Сауалнама 2024 жылдың жаз айларында жүргізілді, осы уақыт аралығында аймаққа келушілер саны көп болатыны ескерілді. Зерттеу барысында туристердің қалауы мен тұтынушылық сұранысын дәлірек білуге мүмкіндік туды және зерттеу барсындағы тапсырманы шешуге қол жеткізілді, яғни аймақ туристік рекреациялық ресурсқа бай бірегей аймақ бола отырып табиғи көрікті жерлері мен мәдени мұраны насихаттай отырып туристік бренд құра алатыны анықталды.

Әдебиетке шолу

Туризм қызмет көрсету саласына жататын болғандықтан оның өзіне тән ерекшеліктері бар, яғни бұл ерекшелік аймақты таңдауда қиындық туғызары анық, себебі туристік өнім туралы түсінік тек саяхаттау барсында ғана пайда болады. Осы күнге дейін біраз ресейлік және шетелдік авторлардың ғылыми еңбектері брендті зерттеуге, мемлекеттік брендтерді қалыптастырудағы мәселелер, елдің, аймақтың туристік брендтерін дамытуға арналған болатын, әр автор өзінше анықтама беруге ұмтылды, дәлірек айтқанда «бренд» және «брендинг» ұғымын әр қырынан қарастырды, экономика ғылымының зерттеушілері экономикалық тұрғыдан қарастырса, маркетинг саласындағы зерттеушілер өз сарынына салып зерттеді, бірақ барлығының да мақсаты осы терминді зерттей отырып мемлекеттің және аймақтың ерекшелігіне сай бренд құруды үйрету болып табылады.

Туристік аймақтың брендин құруға және оны жылжыту мәселелерін бірқатар авторлар өз еңбектерінде қарастырған. Атап өткенде С. Анхольт, Б.Д. Аакер [2] туристік брендин сипаттарын қарастырған, ал Д. Огилви [3] бұл түсініктің мәнін ашуға тырысқан. Сонымен қатар туризм саласында бренд ұғымын қолдануға қатысты пікірлер батыс ғалымдары Д. Кнапп [4], Ч. Браймер [5], ресей ғалымдары А.Ю. Александрова [6], М.А. Жуков, Г.А. Карпова [7], В.А. Квартальнов, М.А. Морозов, Н.С. Морозова [8], Г.П. Пилипенко, И.И. Черкасов, А.Д. Чудновский [9] және тағы басқа зерттеушілердің еңбектерінде келтірілген.

Нәтижелер мен талқылаулар

Аймақтың брендин құру мақсатында зерттеліп отырған аймақ бойынша SWOT талдау жүргізілді, осы талдау арқылы аймақтың мықты және әлсіз жақтарын, мүмкіндігі мен қауіпті жақтарын көруге болады.

Кесте 1 – Имантау – Шалқар курорттық аймағына SWOT талдау

Мықты жақтары	Әлсіз жақтары
✓ қолайлы климаттық ресурстар; ✓ тоғыз жолдың торабында орналасуы; ✓ туристік инфрақұрылымның болуы; ✓ тарихи-мәдени, этнографиялық ✓ ескерткіштердің көп түрлілігі; ✓ -табиғи ресурстық әлеует;	✓ қызмет көрсету сапасының төмендігі; ✓ сапа мен бағаның сәйкес болмауы; ✓ туристік нарықта аймақ туралы ақпараттың аздығы; ✓ білікті мамандардың тапшылығы; ✓ ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдалану дәрежесінің қолжетімді еместігі.
Мүмкіншіліктері	Қауіпті жақтары
✓ халықаралық нарыққа шығу; ✓ -инновациялық технологияларды қолданып аймақтық брендин қалыптастыру; ✓ ішкі туризмді дамуы; ✓ шекараға жақын болуы; ✓ туристік саланы дамытуға деген мемлекеттік бағдарламалардың болуы.	✓ туризм саласын дамытуға деген инвестиция көлемінің жеткіліксіздігі; ✓ инфляция деңгейінің жоғары болуы; ✓ басқа да туристік дестинациялардың ұқсас туристік өнімдерді дайындауы және оны тұтынушыларға ұсынуы; ✓ халықаралық сыртқы факторлар.
<i>Ескерту: талдау дереккөздерді пайдалана отырып, авторлармен құрастырылды [10]</i>	

Жасалған талдау нәтижелеріне сүйене отырып аймақтың мықты жақтары басым болса да, аймақтың туристік брендин қалыптастыруды тежейтін факторларды көріп отырмыз. Аймақтық брендин құруға табиғи ресурс болғанымен әлі күнге дейін ұсынатын туристік өнімнің сапасының бағасына сәйкес келмеуі, аймаққа келетін туристердің ағынына кері әсер етпей қоймасы анық, тарихи-мәдени мұра орналасқан жерлерге апаратын жолдардың сапасының нашарлығы, жергілікті стейкхолдерлердің туризм саласын дамытуға деген қызығушылықтарының төмендігі анық байқалып отыр [11-13]. Сауалнама барысында тұтынушылардың қалауын бағалау үшін келесідей сұрақтар қойылды: бұл аймақта демалу уақыты қанша күнге созылады, аймақ туралы қаншалықты хабардар екені, қандай көрікті жерлерді біледі, шет елдік туристер үшін жалпы «Қазақстан» сөзін естіген уақыттағы алғашқы әсерлері, жалпы Қазақстанға келу мақсаттары және т.б. Шет елдік туристердің

біздің елді таңдаудағы мақсаттары анықталып келесідей көрсеткіштерді көрсетті. (2 сурет)



Сурет 2 – Шетелдік туристердің Қазақстанға келу мақсаттарының құрылымы

Шет елдік туристердің елімізге келудегі басты мақсаттары келесідей болды: мәдени танымдық 25%, этнотуризм 21%, экотуризм 20%, іскерлік туризм 15%, гастрономиялық туризм 10%, экстремалды туризмге 7%, емдік- сауықтыру 2%. Осы көрсеткіштерді пайдалана отырып тек аймақ үшін ғана емес сонымен қатар елдегі туризмді дамытудағы басым бағыттарды анықтап білуге мүмкіндік бар. Шет елдік туристердің тұрғылықты елдегі туристерден айырмашылығы, олардың адам аяғы баспаған табиғатты көру, мәдени танымдық бағытта тарихпен танысу, жаңа ақпараттар алу және стандартты қонақ үйлерден бөлек қазақ халқына тән киіз үйлерде тұру, халқымыздың тың салт-дәстүрін көру, ұлттық тағамдарынан дәм тату. Сауалнамаға жауап беру кезінде шет елдік туристеріміз біздің елге, зерттеліп отырған аймаққа қайта келгілері келетіндерінде білдіріп жатты, бұған себеп адам көзі тоймас тұнып тұрған табиғат 29%, бай тарихи-мәдени мұра 25%, қазақ халқының қонақжайлылығы 31%, демалу үшін қауіпсіз 4%, демалу бағасының төмендігі 3%, ұлттық тағамдардың алуан түрлілігі 8% әсіресе әр өңірге тән ерекшеліктің барын айтып жатты. Айтылған пікірлерді 3 суретте пайыздық өлшемде көруге болады.



Сурет 3 – Шетелдік туристердің Қазақстан туралы пікірлері

Туристер арасында да әліде аймақтың дамытатын жақтары бар екенін айтқандарыда болды, мысалға интернет жүйесінің барлық жерде қол жетімді болмауы, тарихи – мәдени ескерткіштерге апарар жолдың нашарлығы және аймақ туралы ақпараттың аздығы.

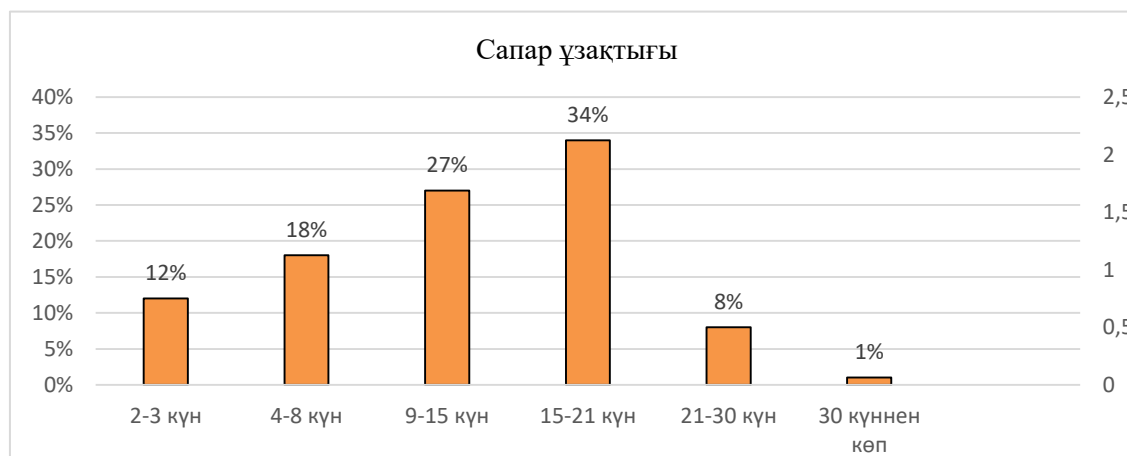
Зерттеудің басты мақсаты аймақтың брендин құру болғандықтан, сауалнама жүргізу кезінде отандық және шет елдік туристердің аймаққа тиесілі туристік және рекреациялық көрікті жерлерінің қаншалықты білетінін анықтадық, туристік брендті дамытудың негізгі міндеті Имантау – Шалқар курорттық аймағының танылу деңгейін жоғарлату. Маркетингтік зерттеулер нәтижелері көрсеткендей туристер ағымының ең көп баратын туристік жерлері анықталды.

Сурет 4 – Туристер жиі баратын көрікті жерлер



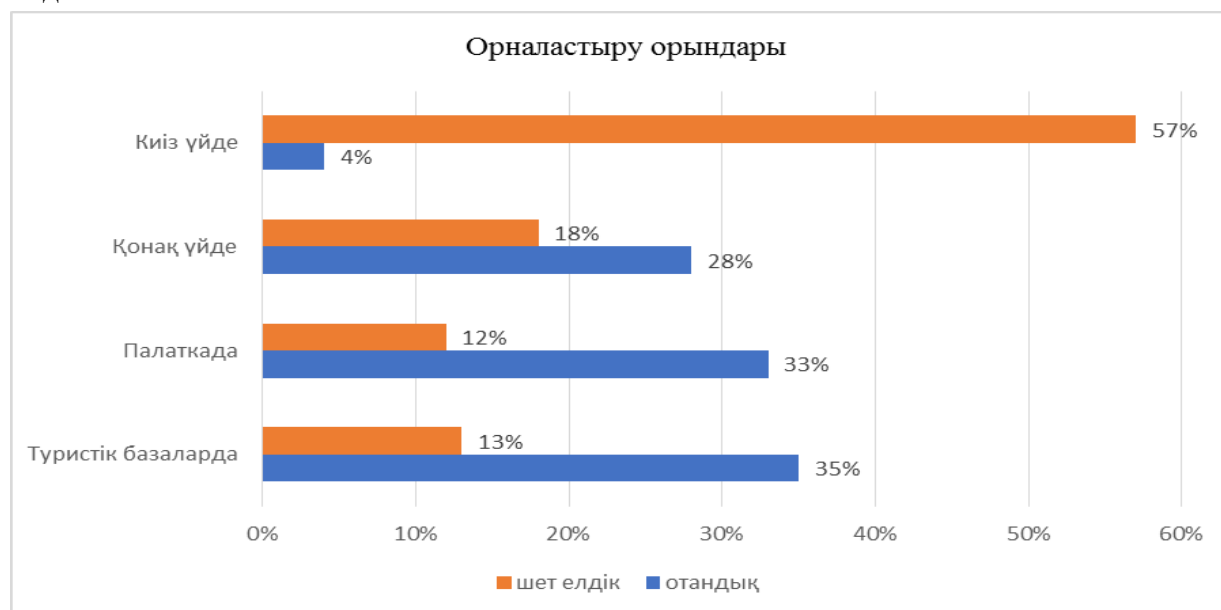
Нәтижелердің қорытындысы бойынша әліде туристер бара қоймайтын көрікті жерлер бар екені белгілі болды, бірі мүлдем ақпарт естіген емеспіз десе, бірі сол жерлерді көрсететін білікті гидтердің жоқ екенін алға тартса, бірі апарар жолдардың сапасының нашарлығын атап көрсеткен. Туристер арасында үлкен сұранысқа ие болып отырған көрікті жер «Ботай» қонысы болып отыр.

Келген жердің экономикалық жағдайын жақсарту үшін келген турист демалыс уақытын біраз күнге жоспарласа, ол туристік аймақ үшін жақсы пайда табуға мүмкіндік береді. 5 суретте сапар ұзақтығы бойынша маркетингтік зерттеулердің көрсеткіштері көрсетілді.



Сурет 5 – Туристік сапардың орташа ұзақтығы

Маркетингтік зерттеулер көрсетіп отырғандай аймаққа келушілердің соның ішінде отандық туристер демалыс ұзақтығын 4-8 күн деп жоспарласа, шет елдік туристердің демалыс ұзақтығы 9-21 күн аралығын құрап отыр, осы уақыт аралығында аймақтың толық туристік қызметін тұтынуға және аймақпен толық танысуға болатынын алға тартты. Отандық туристер дәлірек айтқанда жақын қалалардан келуші туристер маусымдылық уақытында бірнеше рет келгенді жөн көретіндерін айтты, яғни тек суға түсу, балық аулау, серуендеуді іске асырытын болып отыр. Осы орайда туристердің демалыс уақытында қандай орналастыру орындарын қалайтындары да белгілі болды, нәтижені 6 суреттен көруге болады.



Сурет 6 – Орналастыру орындары бойынша

Өткізілген нәтижелер көрсеткендей шет елдік туристер өздерінің демалыс уақытында киіз үйлерде тұрғысы келетіндерін көрсетті, яғни таза ауада барынша шынайылыққа жақын жабайы табиғат аясында демалғанды қалайтындарын байқауымызға болады. Осыны пайдаланып зерттеліп отырған аймақта этноауылдар жасалынуы керек және де жергілікті тұрғындардың өмір сүру салтымен келуші туристерді таныстыру. Сауалнама нәтижелерін қорытындылай отырып аймақтың тұтынушыларының сұранысын саралауға мүмкіндік туды, яғни мәдени – танымдық турларға деген сұраныстың жоғары екені байқалса, сонымен қатар экотуризм және этнотуризмге деген қызығушылықтың артқанын байқауымызға болады. Бұл бағыттағы туризм түрлеріне қызығушылықтың артқанын халықаралық зерттеулерде дәлелдеп отыр [14].

Қорытынды.

Қазақстанның және аймақтың әсем табиғаты, мәдени – мұрасы және көшпелі мәдениеті шет елдік туристердің қызығушылығын арттырмаса кеміткен емес, осы бағытта туристік аймақтық бренд құруға бар мүмкіндік бар. Туристік бренд құрмас бұрын аймақ өзіне тән бірегейлігі мен ерекшелігін айқындай отырып, туристік рекреациялық ресурстарға сай бренд құруы керек. Туризмді дамыту ең алдымен дестинацияны және аймақтың танымалдылығын арттыруды көздейді. Аймақ бойынша жүргізілген маркетингтік зерттеулерден келесідей қорытынды шығаруға болады, туристік аймақты дамыту үшін әлеует тудыратын жеткілікті туристік ресурстар бар екені анықталды, дегенменде зерттеулерде байқағанымыздай

аймақтағы туристік брендингті қалыптастыруда және оны жылжытуда тежеуші болып отырған маркетингтік медиа бағытын айта аламыз, себебі туристердің әліде бұл аймақ туралы білетін ақпараттар көзінің аздығы байқалды. Осы орайда цифрлық технологиялар, әлеуметтік желілер платформалары мен жергілікті жердегі бастамалар арасындағы тығыз қарым-қатнас өңірдің туристік брендин алға жылжытудың негізгі факторына айналады. Жаһандану заманында туристік аймақтың дестинацияның, елдің танымалдылығын осы цифрландыру бағыты арқылы оң нәтижеге қол жеткізе аламыз. Зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып аймақта туристік брендті қалыптастыру бойынша келесі ұсыныстар жасалынды:

- Өңірдің тарихи, мәдени және табиғи атрибутын бейнелейтін шынайы мәнімен резонанс тудыратын брендингтің кешенді стратегиясын жасау;
- Бірегейлікті ескере отырып аймақтың туристік әлеуетін көрсететін логотип әзірлеу;
- Цифрлық, медиа және танымал платформаларды қолдана отырып интерактивті және мазмұнды дүние ұсыну;
- Ыңғайлы навигация, онлайн – брондау және туристік маршруттар туралы ақпаратпен қамтамасыз ете алатын бірнеше тілдегі сайттарды жасау;
- Әлеуметтік желілерде (Instagram, TikTok, Facebook) өңірдің туристік әлеуетін бейнелейтін сапалы фотолар мен бейне роликтерді жасау;
- Танымал саяхатшы блогерлермен ынтымақтастық келісім жасау;
- Халықаралық және отандық фестивальдар мен іс-шараларға қатысу;
- Этно – мәдени бағыттағы гастрономиялық жәрмеңкелер өткізу;
- Туризм саласындағы және жергілікті жұмыскерлерді жүйелі түрде біліммен қамтамасыз ету;
- Тұтынушылардың туристік қызмет туралы пікірін білу мақсатында кері байланыс механизімін іске қосу;
- ЖОО мен білім беру бағдарламаларын құруда, қажеттіліктерге сай келетін кәсіби құзыреттіліктерді айта отырып серіктестік құру;
- Туризммен байланысты кәсіпорындар үшін қызмет көрсету сапасының стандарттар жиынтығын әзірлеп және аккредиттеу жүйесін енгізу.

Аймақтың туристік брендин қалыптастыратын артибуттары ретінде: Имантау, Шалқар көліндегі сауықтыру және жағажай демалысы болса, «Ботай», «Айғаным», «Шоқан Уәлиханов», қоныстары және Ағынтай – Қарасай батырлар кесенесі тарихи – мәдени бағытта туристік өңірлік брендке айнала алады.

Жоғарыда айтылған ұсыныстарды ұстана отырып өңірдің туристік брендин қалыптастыруға инновациялық ілгерлетуге бірлескен күш жігер салынатын болса, өңірді тек отандық деңгейде емес, сонымен қатар әлемдік деңгейде өңірлік туристік брендин таныта алады және жаһандық панорамада тұрақты оң имидж жасай алады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Янкевич В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 288 с.
2. Aaker D. Building strong brands. – New York: The Free Press, 1996. – 119 p.
3. Anholt S. Brand New Justice: The Upside of Global Branding. – Oxford: Butterworth Heinemann, 2003. – 280 p.

4. Левочкина Н. А. Региональные туристические бренды России как инструмент глобализации социально-экономических процессов // Сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. «Россия и Европа. Единое экономическое пространство». – Омск: РГТЭУ, 2010. – С. 426–428.
5. Александрова А. Ю. Международный туризм: учебник. – М.: КноРус, 2010. – 256 с.
6. Карпова С. В. Брендинг: учебник и практикум. – М.: Юрайт, 2014. – 438 с.
7. Морозова Н. С. Теория и методология формирования и развития конкуренции в туризме: автореф. дис. ... д-ра экон. наук. – М.: РосНОУ, 2012. – 35 с.
8. Чудновский А. Д., Жукова М. А., Белозерова Ю. М. Индустрия гостеприимства: основы организации и управления. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 218 с.
9. Смыкова М. Р., Мамутова К. Р. Особенности брендинга туристской дестинации РК: анализ когнитивных ассоциаций зарубежных туристов // Экономическая серия вестника ЕНУ им. Л. Н. Гумилева. – 2020. – № 3. – С. 234–244.
10. Системный план развития туризма в Казахстане: рабочий вариант. – Астана: КИРИ, 2012. – 294 с.
11. Zharkenova B., Mukanov A., Mussina K., Mutaliyeva L., Sagatbayev Y., Pashkov S. Branding of tourist cluster systems: Case of Almaty mountain cluster in the Republic of Kazakhstan // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2023. – Vol. 49, № 3. – P. 1152–1164. – DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.49330-1114>
12. Жаркенова Б. Р., Муканов А. Х., Замбинова Г. К., Абдильдинова Н. Е. Туристiк оңiрдiң экономикалық белсендiлiгiн арттырудағы брендингтiң рөлi // Ғылым және өмip. – 2023. – № 1(50). – DOI: 10.52260/2304-7216.2023.1(50).22
13. Smykova M., Mutaliev L., Baitenova L. Evaluation of strategic economic zones for tourism development in Kazakhstan // Actual Problems of Economics. – 2012. – Vol. 136 (10). – P. 508–517.
14. Розанова Т. П., Муртузалиева Т. В., Тарасенко Э. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма. – М.: Дашков и К, 2017. – 166 с.
15. Limonina I. G., Karaseva E. A. Territorial branding as a tool for the tourism policy of the macro-regions of Great Britain // Modern problems of service and tourism. – 2022. – Vol. 16, № 3. – P. 86–99.
16. Asian Development Bank. Master Plan for Tourism of the Almaty-Bishkek Economic Corridor. – 2019. – URL: <https://www.adb.org/ru/publications/tourism-master-plan-almaty-bishkek-corridor>
17. Melnikova N. A., Kuznetsov A. A. Correction of a spontaneously formed tourist brand: features of regional practice // Modern problems of service and tourism. – 2022. – Vol. 16, № 3. – P. 113–124.
18. State program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019–2025 // Information and legal system of normative legal acts of the Republic of Kazakhstan. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360>
19. State program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019–2025 // Information and legal system of normative legal acts of the Republic of Kazakhstan. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360>
20. Кизим А. А. Повышение инвестиционной привлекательности региона на основе развития туристического кластера // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 26 (161). – С. 52–59.

21. Чернякина А. О. Брендинг туристской территории: ошибки и ключевые аспекты создания в рамках кластерного подхода развития туризма // Вестник ТГПУ. – 2012. – № 12 (127). – С. 47–52.

REFERENCES

1. Yankevich V. S. Marketing v gostinichnoj industrii i turizme: rossijskij i mezhdunarodnyj opyt. [Marketing in the hotel industry and tourism: Russian and international experience.] – M.: Finansy i statistika, 2014. – 288 s.
2. Aaker D. Building strong brands. – New York: The Free Press, 1996. – 119 p.
3. Anholt S. Brand New Justice: The Upside of Global Branding. – Oxford: Butterworth Heinemann, 2003. – 280 p.
4. Levochkina N. A. Regionalnye turisticheckie brendy Rossii kak instrument globalizacii socialno-ekonomicheskikh processov [Regional tourism brands of Russia as an instrument of globalization of socio-economic processes] // Sb. materialov Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. «Rossiya i Evropa. Edinoe ekonomicheskoe prostranstvo». – Omsk: RGTEU, 2010. – S. 426–428.
5. Aleksandrova A. Yu. Mezhdunarodnyj turizm: uchebnik. [International tourism: a textbook.] – M.: KnoRus, 2010. – 256 s.
6. Karpova S. V. Brending: uchebnik i praktikum. [Branding: a textbook and a practical course.] – M.: Yurajt, 2014. – 438 s.
7. Morozova N. S. Teoriya i metodologiya formirovaniya i razvitiya konkurencii v turizme: avtoref. dis. ... d-ra ekon. nauk. [Theory and methodology of the formation and development of competition in tourism: abstract of the dissertation of the Doctor of Economics.] – M.: RosNOU, 2012. – 35 s.
8. Chudnovskij A. D., Zhukova M. A., Belozerova Yu. M. Industriya gostepriimstva: osnovy organizacii i upravleniya. [The hospitality industry: fundamentals of organization and management.] – M.: INFRA-M, 2011. – 218 s.
9. Smykova M. R., Mamutova K. R. Osobennosti brendinga turistskoj destinacii RK: analiz kognitivnyh asociacij zarubezhnyh turistov [Branding features of the tourist destination of the Republic of Kazakhstan: analysis of cognitive associations of foreign tourists] // Ekonomicheskaya seriya vestnika ENU im. L. N. Gumileva. – 2020. – № 3. – S. 234–244.
10. Sistemnyj plan razvitiya turizma v Kazahstane: rabochij variant. [A systematic plan for the development of tourism in Kazakhstan: a working version.] – Astana: KIRI, 2012. – 294 s.
11. Zharkenova B., Mukanov A., Mussina K., Mutaliyeva L., Sagatbayev Y., Pashkov S. Branding of tourist cluster systems: Case of Almaty mountain cluster in the Republic of Kazakhstan // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2023. – Vol. 49, № 3. – P. 1152–1164. – DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.49330-1114>
12. Zharkenova B. R., Mukanov A. H., Zambinova G. K., Abdildinova N. E. Turistik onirdin ekonomikalyk belsendiligin arttyrudagy brendingtin roli [The role of branding in increasing the economic activity of the tourist region] // Gylym zhane omir. – 2023. – № 1(50). – DOI: 10.52260/2304-7216.2023.1(50).22
13. Smykova M., Mutaliev L., Baitenova L. Evaluation of strategic economic zones for tourism development in Kazakhstan // Actual Problems of Economics. – 2012. – Vol. 136 (10). – P. 508–517.
14. Rozanova T. P., Murtuzaliev T. V., Tarasenko E. V. Marketing uslug gostepriimstva i turizma. [Marketing of hospitality and tourism services.] – M.: Dashkov i K, 2017. – 166 s.
15. Limonina I. G., Karaseva E. A. Territorial branding as a tool for the tourism policy of the

macro-regions of Great Britain // Modern problems of service and tourism. – 2022. – Vol. 16, № 3. – P. 86–99.

16. Asian Development Bank. Master Plan for Tourism of the Almaty-Bishkek Economic Corridor. – 2019. – URL: <https://www.adb.org/ru/publications/tourism-master-plan-almaty-bishkek-corridor>

17. Melnikova N. A., Kuznetsov A. A. Correction of a spontaneously formed tourist brand: features of regional practice // Modern problems of service and tourism. – 2022. – Vol. 16, № 3. – P. 113–124.

18. State program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019–2025 // Information and legal system of normative legal acts of the Republic of Kazakhstan. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360>

19. State program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019–2025 // Information and legal system of normative legal acts of the Republic of Kazakhstan. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360>

20. Kizim A. A. Povyshenie investicionnoj privlekatelnosti regiona na osnove razvitiya turistskogo klastera [Increasing the investment attractiveness of the region based on the development of a tourism cluster] // Regionalnaya ekonomika: teoriya i praktika. – 2010. – № 26 (161). – S. 52–59.

21. Chernyakina A. O. Brending turistskoj territorii: oshibki i klyuchevye aspekty sozdaniya v ramkakh klasterного podhoda razvitiya turizma [Branding of a tourist territory: mistakes and key aspects of creation within the framework of a cluster approach to tourism development] // Vestnik TGPU. – 2012. – № 12 (127). – S. 47–52.

Б. ЖАРКЕНОВА Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университетінің докторанты (Қазақстан, Астана) e-mail: banufashion@mail.ru	Л. МУТАЛИЕВА Экономика ғылымдарының кандидаты, Профессор Л.Н.Гумилев атындағы Еуразия Ұлттық университеті, (Қазақстан, Астана) e-mail: mutalieva_leila@mail.ru
Н. КОНКАЕВА Педагогика ғылымдарының магистрі Ш.Уәлиханов атындағы Көкшетау университеті, (Қазақстан, Көкшетау) e-mail: nazgul_2805@mail.ru	А. ШОКПАРОВ Педагогика ғылымдарының кандидаты Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: shokparov.alibek@iuth.edu.kz
	15.03.2025 ж. баспаға түсті 15.05.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025ж. басып шығаруға қабылданды

B. ZHARKENOVA^{1✉}, L. MUTALIEVA¹, N. KONKAEVA², A. SHOKPAROV³

¹Eurasian National University named after L.N. Gumilyov
(Kazakhstan, Astana), Email: banufashion@mail.ru

²Kokshetau University named after S. Ualikhanov (Kazakhstan, Kokshetau)

³International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan)

**WAYS OF FORMING THE TOURIST BRAND OF THE IMANTAU - SHALKAR
RESORT REGION**

Abstract. The article examines the factors influencing the creation of a regional tourism brand, exploring the preferences of modern consumers of tourism activities. The development of a tourist destination and region in Kazakhstan consists in studying the preferences of consumers of tourist services and branding. In the course of studying the preferences and tastes of consumers of tourism activities in the region under study, a SWOT analysis was conducted, which revealed the strengths and weaknesses of the Imantau-Shalkar resort area, as well as the opportunity to learn how to create strategic tourist destinations and ways to implement them, and identified the attributes that are the tourist brand of the region. The purpose of the study is to propose ways to form a tourist brand in the Imantau-Shalkar resort area. To show that by promoting the tourist attractiveness of one's region in the market of modern competitors, it is possible to increase the influx of tourists in the domestic and international markets by creating a regional tourism brand, and also to explain that attracting a source of investment to the region is the only way. As a result of the study, a number of marketing measures were proposed aimed at attracting potential tourists, as well as providing employment, creating a positive image of the region and promoting it in the market, identifying the advantages of the tourist priority areas of the Imantau-Shalkar resort area.

Keywords: tourist product, tourism potential, brand, consumer preferences, destination.

Б. ЖАРКЕНОВА¹✉, Л. МУТАЛИЕВА¹, Н. КОНКАЕВА², А. ШОКПАРОВ³

¹Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева
(Казахстан, Астана), e-mail: banufashion@mail.ru

²Кокшетауский университет имени Ш. Уалиханова (Казахстан, Кокшетау)

³Международный университет Туризма и гостеприимства (Казахстан, Түркестан)

ПУТИ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО БРЕНДА КУРОРТНОГО РЕГИОНА ИМАНТАУ – ШАЛКАР

Аннотация. В статье рассмотрены факторы, влияющие на создание туристского регионального бренда, исследуя предпочтения современных потребителей туристской деятельности. Развитие туристской дестинации и региона в Казахстане заключается в изучении предпочтений потребителей туристских услуг и брендинге. В ходе изучения предпочтений и вкусов потребителей туристской деятельности в исследуемом регионе был проведен SWOT анализ, в результате которого были выявлены сильные и слабые стороны курортной зоны Имантау-Шалкар, а также возможность узнать, как создать стратегические туристические направления и пути их реализации, и выявлены атрибуты, являющиеся туристским брендом региона. Цель исследования-предложить пути формирования туристского бренда курортной зоны Имантау-Шалкар. Показать, что, продвигая туристскую привлекательность своего региона на рынке современных конкурентов, можно увеличить приток туристов на внутреннем и международном рынках путем создания регионального туристского бренда, а также объяснить, что привлечение источника инвестиций в регион-это единственный способ. В результате исследования был предложен ряд маркетинговых мероприятий, направленных на привлечение потенциальных туристов, а также обеспечение занятости населения, формирование положительного имиджа региона и продвижение на рынке с выявлением преимуществ туристских приоритетных направлений курортной зоны Имантау-Шалкар.

Ключевые слова: туристский продукт, туристский потенциал, бренд, потребительские предпочтения, регион, дестинация.

M. MAULETKAZY¹✉, S. YDYRYS², Zh. SADYKOV³

¹Kazakh Academy of Sports and Tourism

(Kazakhstan, Almaty), email: Mukhitdin01@gmail.com

²International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan)

³South Kazakhstan University named after M. Auezov (Kazakhstan, Shymkent)

ASSESSMENT OF THE IMPACT OF IMPLEMENTING INNOVATIVE DIGITAL SOLUTIONS ON TOURIST SATISFACTION IN KAZAKHSTAN: AN EXPERIMENTAL STUDY

Abstract. *This study looks into how digital technologies like mobile apps, digital maps, and augmented reality affect tourists' satisfaction in Kazakhstan. We worked with a mix of methods, mainly surveys combined with statistical analysis done through SPSS, to see how tourists using these digital tools feel compared to those who don't. The results clearly show that these technologies make traveling easier, more engaging, and overall more enjoyable. We also found that different regions adopt these tools in various ways, which means there's no one-size-fits-all approach—strategies should be tailored to different groups of tourists. This research gives practical insights for tourism businesses and policymakers who want to boost service quality and encourage sustainable growth by embracing digital innovations.*

Keywords: digitalization, tourist satisfaction, Kazakhstan, augmented reality, mixed-methods

Introduction

The digital transformation has fundamentally reshaped the tourism industry, contributing to the emergence of the concept of electronic tourism (eTourism), which encompasses the use of information and communication technologies (ICT) at all stages of the tourist experience — from information search and booking to evaluation and sharing of impressions [1]. Modern tourists expect not only physical comfort from their travels but also digital support, personalized services, interactive engagement with attractions, and mobile assistance [2].

Innovative digital solutions such as mobile applications, augmented reality (AR), artificial intelligence, digital maps, and booking platforms are actively used in developed tourist destinations — for instance, in Benidorm (Spain) and Singapore [2; 3]. These technologies not only enhance tourist satisfaction but also contribute to the development of more sustainable and competitive models for managing tourist flows [3; 4].

In Kazakhstan, the issues of digitalization in the tourism sector are increasingly being addressed at both governmental and academic levels. Studies highlight the potential of digital

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Mauletkazy M., Ydyrys S., Sadykov Zh. Assessment of the Impact of Implementing Innovative Digital Solutions on Tourist Satisfaction in Kazakhstan: an Experimental Study – 2025. – No2(8). – p. 219–229. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.15>

***Cite us correctly:** Mauletkazy M., Ydyrys S., Sadykov Zh. Assessment of the Impact of Implementing Innovative Digital Solutions on Tourist Satisfaction in Kazakhstan: an Experimental Study – 2025. – No2(8). – p. 219–229. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.15>

platforms, particularly in the field of cultural tourism; however, the implementation of innovative solutions remains limited [5; 6]. Furthermore, the specific impact of such technologies on tourists' subjective satisfaction — a key indicator of service quality and an important factor in shaping the destination's image — remains insufficiently explored [7; 8].

The relevance of this study lies in the need to fill this research gap and obtain empirical data on the impact of digital tools on the tourist experience in the context of Kazakhstan. The aim of this work is to conduct an experimental assessment of the influence of innovative digital solutions on tourist satisfaction levels.

The objectives of the study include:

- identifying the most in-demand digital solutions in the tourism sector;
- analyzing tourists' perceptions of digital services;
- comparing satisfaction levels between groups using and not using digital technologies;
- formulating recommendations for improving the quality of tourism services through digital innovation.

The expected results may be useful for tourism operators, developers of digital products, as well as government bodies involved in tourism development in Kazakhstan.

Literature Review

The development of digital technologies has fundamentally transformed the structure of the tourism industry, giving rise to a new field of academic inquiry — eTourism. Over the past two decades, researchers have noted that the digitalization of tourism contributes not only to the transformation of business processes but also to increasing tourist engagement and satisfaction [1].

Buhalis and Law, in their seminal work, emphasize that information technologies have become an integral part of destination management and customer relationship strategies [2]. Later studies expand this understanding by focusing on the concept of "smart destinations," which leverage technology to create sustainable and interactive tourism environments [4].

One of the key elements of tourism digitalization is the use of mobile and internet services, which provide tourists with access to information, booking, navigation, and feedback tools. For example, a study in South Korea demonstrated that the convenience and security of mobile applications directly influence tourists' decisions to use a service [5]. Similar findings were observed in China, where the efficiency of e-tourism platforms is strongly correlated with user satisfaction [7].

Augmented and virtual reality (AR/VR) technologies are also being actively integrated into tourism practices. These tools allow users to immerse themselves in digital reconstructions of cultural sites and routes, enhancing the overall experience and stimulating interest in visiting real-world locations [3; 9]. However, the successful implementation of such technologies requires digital literacy and access to modern devices.

Research also highlights the influence of social media and user-generated content on destination perception. Tourists actively share reviews and recommendations online, which affects the destination's image and influences potential visitors' decisions [10].

Particular attention is given to the concept of a technology-enhanced tourist experience, which arises from the synergy between digital solutions and traditional tourism [9]. According to researchers, digitalization does not replace classical forms of tourism but complements them, making travel more comfortable, personalized, and informative.

In the context of Kazakhstan, studies indicate a growing interest in digital technologies in the tourism sector. For instance, Kulakhmetova and Tursyn explore the digital transformation of cultural tourism as a promising direction, particularly in the context of post-pandemic recovery [6]. Similarly, Musina and colleagues emphasize the need to develop digital infrastructure and enhance digital competencies among tourism market participants [8].

Despite the presence of both international and local research, practical data on the effectiveness of specific digital solutions and their impact on tourist satisfaction in Kazakhstan remain limited. This underscores the relevance of conducting an experimental study aimed at assessing tourists' perceptions of digital services while traveling in Kazakhstan.

Methodology

The relevance of this study is determined by the need to fill the scientific gap and gather empirical data on the impact of digital tools on the tourism experience in Kazakhstan. The study aims to experimentally assess the effect of implementing innovative digital solutions on tourist satisfaction levels.

1. Research Hypotheses

Based on the objectives and tasks of the study, the following hypotheses are proposed:

Hypothesis 1: The use of digital technologies in the tourism sector increases tourist satisfaction compared to those who do not use or minimally use digital tools.

Hypothesis 2: Tourists who use digital services (mobile apps, digital maps, AR guides) show a higher level of engagement and convenience during their trips, which, in turn, contributes to a higher satisfaction level from their trip.

Hypothesis 3: The perception and convenience of digital services in tourism differ by region (e.g., between the cities of Nur-Sultan, Almaty, and Turkestan), which may impact the overall evaluation of the tourist experience.

2. Research Design

To test the hypotheses, a quasi-experimental research design was used with two groups of respondents:

Experimental group: Tourists who actively use digital technologies such as mobile applications for booking services, digital maps, AR guides, and other tools during their trips.

Control group: Tourists who minimally use or do not use digital services during their travels.

This design allows for a comparison of tourist satisfaction levels and assessment of how the use of digital technologies influences the perception of the quality of the tourist experience.

3. Sample

The study involves 120 respondents traveling to various regions of Kazakhstan: Turkestan, Almaty, and Nur-Sultan. All respondents are over 18 years old, have visited tourist sites in the past 6 months, and have agreed to participate in the study. The sample was formed through online platforms such as travel forums and social networks, as well as through offline surveys at tourist sites.

4. Data Collection Methods

The following data collection methods were used:

Survey: A standardized questionnaire with closed, Likert-scale, and open-ended questions aimed at measuring satisfaction levels, perceptions of digital technologies, and ease of use. Examples of survey questions include:

1.What digital technologies did you use during your trip? (Select all that apply)

- ✓ Mobile booking apps
- ✓ Digital maps and navigation services
- ✓ AR guides and virtual tours
- ✓ Online services for finding attractions
- ✓ Others

2.How would you rate the ease of using digital services during your trip?

- ✓ Very easy
- ✓ Easy
- ✓ Difficult
- ✓ Very difficult

3.How did the use of digital technologies affect your overall perception of the trip?

- ✓ Significantly improved
- ✓ Slightly improved
- ✓ No effect
- ✓ Made it worse

4.What additional digital services would you like to see to enhance your tourism experience?

(Open-ended question)

Semi-structured Interviews: Semi-structured interviews were conducted with 15 participants from the experimental group to obtain more detailed information about their personal impressions, barriers, and challenges they faced while using digital technologies during their trips.

Observation: During a pilot study, observations of tourists interacting with digital products were conducted at tourist sites in Turkestan. The observation helped identify patterns of behavior and perceptions of digital technologies in real conditions.

5. Data Analysis Methods

For data analysis, SPSS software and qualitative data processing methods were used:

- Descriptive Statistics: Used to summarize the sample characteristics and analyze key trends in the data.

- Significance Tests (Student's t-test): Applied to compare satisfaction levels between the experimental and control groups, which will confirm or refute the hypothesis about the impact of digital technologies on tourist satisfaction levels.

- Correlation Analysis: Used to identify the relationship between the use of digital technologies and tourist satisfaction levels. It is expected that with increased use of digital tools, tourist satisfaction will rise.

- Thematic Analysis for Qualitative Data: Thematic analysis is used to process interview data, highlighting key themes such as the advantages and barriers of using digital technologies, as well as tourist expectations and preferences.

6. Ethical Considerations

All participants were informed about the research objectives, data collection process, and confidentiality guarantees. The collected data was anonymized and used solely for academic purposes. Participants were informed of their right to withdraw from the study at any time without any consequences.

7. Expected Results

The results of the study are expected to:

-
-
- Identify key digital solutions demanded by tourists.
 - Evaluate the impact of digital technologies on tourist satisfaction levels in Kazakhstan.
 - Formulate recommendations for improving the quality of tourism services using digital innovations.

Thus, the findings of this study could be used to improve the tourist experience in Kazakhstan and to develop strategies to increase the region's attractiveness to travelers through the implementation of innovative digital solutions.

Results and Discussion

This study aimed to explore how the use of digital technologies affects tourist satisfaction in Kazakhstan. To achieve this, we divided participants into two groups: the experimental group, which actively used digital tools during their trip, and the control group, which used them minimally or not at all. In the experimental group, 87% of respondents reported using at least one type of digital service. Among these, the most commonly used tools were mobile booking applications, which were utilized by 72% of participants for reserving accommodations, purchasing tickets, and arranging guided tours. Digital maps and navigation services were also popular, with 68% of respondents relying on them to find locations and plan routes. Augmented reality (AR) guides were used by 45% of tourists, primarily at cultural and historical sites to enrich their understanding and engagement through interactive content. Meanwhile, only 32% used online platforms to search for attractions, indicating a preference among some tourists for offline or word-of-mouth recommendations. Virtual tours had the lowest usage, with just 10% of participants trying them, mostly during the planning phase rather than on-site. These results demonstrate a clear trend toward the integration of digital technologies into the tourist experience, with tools that offer convenience, interactivity, and real-time information being the most favored. The control group, in contrast, relied more on traditional methods of navigation and information gathering, which correlated with slightly lower satisfaction scores in areas such as trip planning efficiency and overall experience convenience.

Table 1 - Digital Technologies used by Tourists

Digital Technology	Percentage of participants in the experimental group
Booking mobile apps	72%
Digital maps and navigation services	68%
AR guides	45%
Online services for finding attractions	32%
Virtual tours	10%

The analysis of satisfaction levels revealed a clear difference between the two groups. Tourist satisfaction was notably higher among participants in the experimental group compared to those in the control group. In particular, 78% of individuals who actively used digital technologies during their trip reported that these tools had a significant positive impact on their overall travel experience. They highlighted improvements in convenience, accessibility, and enjoyment. In contrast, only 42% of respondents in the control group—who used digital tools minimally or not at all—expressed similarly positive sentiments about their journey. Moreover, 65% of the

experimental group participants specifically mentioned that digital services such as mobile apps and navigation tools made it easier to plan their itinerary and navigate tourist sites. These findings strongly support the second hypothesis of the study, which proposed that the use of innovative digital technologies enhances tourist engagement and simplifies the overall experience, thereby contributing to higher satisfaction levels. The data underscores the value of digital integration in tourism, suggesting that digital tools not only improve functional aspects of travel but also positively influence emotional responses and perceived quality of the tourist experience.

Table 2 - Satisfaction Level Based on the Use of Digital Technologies

Group	Satisfaction Level (% of participants)
Experimental Group	78% (significantly improved)
Control Group	42% (significantly improved)

A statistical analysis using a Student's t-test was conducted to compare satisfaction levels between the two groups. The results revealed a statistically significant difference ($t(198) = 5.62$, $p < 0.001$). Participants in the experimental group reported a higher mean satisfaction score ($M = 4.1$, $SD = 0.8$) compared to the control group ($M = 3.2$, $SD = 1.1$). This finding confirms that the use of digital technologies has a measurable and positive effect on tourist satisfaction.

Table 3 - Results of t-test Comparing Satisfaction Levels Between Groups on SPSS

Group	Mean (M)	Standard Deviation (SD)	t-statistic	Degrees of Freedom (df)	p-value
Experimental Group	4.1	0.8	5.62	198	<0.001
Control Group	3.2	1.1			

Perception of Digital Services

Participants who used digital technologies reported that mobile apps and digital maps provided convenience and confidence in route planning. AR guides were noted for enhancing cultural and historical immersion. The most commonly used applications included:

- ✓ Booking.com and Airbnb for accommodation,
- ✓ Google Maps and Yandex.Navigator for navigation,
- ✓ ARtour and Museum of the Future AR for virtual and augmented experiences.

However, 15% of respondents in the experimental group encountered technical difficulties, such as poor internet connectivity and unintuitive app interfaces.

Table 4 - Technical Problems Faced by Tourists Using Digital Technologies

Technical Issue	% of Participants Affected
Lack of internet connection	8%
Problems with app interfaces	7%

Regional Differences

The perception of and satisfaction with digital services varied by region. Tourists visiting

Almaty rated the quality of digital services highest (74%), while those in Turkestan and Nur-Sultan reported slightly lower satisfaction rates (60% and 62%, respectively). These differences likely stem from varying levels of digital infrastructure development across regions.

Table 5 - Regional Differences in the Use of Digital Technologies

City	Quality Rating of Digital Services (%)
Almaty	74%
Nur-Sultan	62%
Turkestan	60%

Satisfaction Level by Region

Tourist satisfaction also varied by location. Visitors to Almaty reported the highest satisfaction (80%), while satisfaction in Nur-Sultan and Turkestan was also high, though slightly lower (72% and 65%, respectively).

Table 6 - Satisfaction Level by Region

City	Satisfaction Level (%)
Almaty	80%
Nur-Sultan	72%
Turkestan	65%

Verification of Hypotheses

Hypothesis 1: The use of digital technologies by tourists significantly increases their overall satisfaction with the trip experience.

This hypothesis was strongly supported by the data. The experimental group, which actively used digital services such as booking apps, digital maps, and AR guides, reported a significantly higher satisfaction level (78%) compared to the control group (42%). Statistical analysis via Student's t-test confirmed this difference as highly significant ($t(198) = 5.62, p < 0.001$). This indicates that digital technologies enhance the trip experience by making planning and navigation easier and more enjoyable, thereby increasing overall satisfaction.

Hypothesis 2: Tourists who utilize digital services experience greater convenience and engagement during their trip.

The findings support this hypothesis as well. Participants in the experimental group frequently mentioned that mobile apps and digital maps improved their confidence in route planning and allowed more efficient time management at tourist sites. AR guides contributed to a deeper cultural and historical immersion. Over 65% of respondents noted that these tools facilitated trip planning and improved on-site navigation. Despite some technical issues (reported by 15% of users), the overall perception of convenience and engagement was positive.

Hypothesis 3: There are significant regional differences in the perception and satisfaction with digital services among tourists.

The data confirmed regional variability in satisfaction and perceptions. Tourists visiting Almaty rated the quality and usefulness of digital services highest (74%), correlating with the highest satisfaction levels (80%). In contrast, Nur-Sultan and Turkestan had slightly lower ratings

for digital service quality (62% and 60%, respectively) and corresponding satisfaction levels (72% and 65%). This suggests that differences in digital infrastructure and service availability across regions affect tourists' experiences and satisfaction.

Discussion

The findings of this study confirm the growing importance of digital technologies in shaping tourist experiences in Kazakhstan. Mobile booking apps, digital maps, and AR-based cultural guides were reported as particularly impactful, enhancing convenience and engagement. These results are in line with the observations of Dimitrios Buhalis and Rob Law, who emphasized that over the past two decades, digital tools have fundamentally transformed how tourism is managed and experienced [1].

The increased interest in cultural routes when using AR applications also supports the conclusions drawn by Egger and Gula, who found that augmented reality not only enriches the tourist experience but also helps travelers connect more deeply with cultural heritage [3].

However, some challenges were noted. Tourists, especially in regions like Turkestan, often encountered poor internet connectivity and confusing app interfaces. This echoes the work of Tussyadiah and Wang, who argued that technical limitations can negatively affect user satisfaction and diminish the value of smart tourism tools [12].

Interestingly, regional disparities emerged in terms of satisfaction levels with digital services. Tourists in Almaty rated their experiences more positively, a finding that aligns with the work of Musina and colleagues, who reported that digital transformation in Kazakhstan is uneven and tends to concentrate in major urban centers [8]. A similar pattern was observed by Femenia-Serra and Ivars-Baidal in Spain, where they highlighted the importance of tailoring smart destination strategies to local contexts [2].

The comparison between the experimental and control groups revealed a statistically significant difference: tourists who used digital tools reported higher levels of satisfaction. This supports the findings of Tan and Lee, who studied digital tourism adoption in Singapore and showed that smart technologies directly impact the overall quality of the travel experience [11].

Taken together, these results not only reinforce insights from previous international research but also offer practical directions for improving Kazakhstan's digital tourism landscape:

1. Improve digital infrastructure in underdeveloped areas such as Turkestan and Nur-Sultan, prioritizing stable internet access and mobile connectivity [6], [8].
2. Create national standards for digital tourism services to ensure consistent user experience and increase trust among both domestic and international visitors [1], [4].
3. Provide clear, user-friendly guides and onboarding materials for tourists unfamiliar with digital tools, including tutorials and short videos [12].
4. Expand the use of AR-based guides and virtual cultural tours, which have proven effective in enhancing tourist engagement, as shown in the work of Egger and Gula [3] and Neuhofer and Buhalis [9].
5. Adapt digital tourism tools to local cultural and regional specifics, as emphasized by Femenia-Serra and others, to ensure that technology supports, rather than replaces, authentic travel experiences [2], [4].

Conclusion

This study has demonstrated that the integration of digital technologies significantly enhances the tourist experience in Kazakhstan. Tools such as mobile booking applications, digital maps, and augmented reality (AR) guides contribute to greater comfort, engagement, and satisfaction during travel. These findings confirm that thoughtful digitalization not only improves convenience but also deepens tourists' connection with cultural and historical sites.

The statistical comparison between tourists who used digital services and those who did not showed a clear advantage in favor of the former. These tools supported more efficient trip planning, better navigation, and more immersive sightseeing experiences. However, the study also highlighted critical challenges: insufficient internet coverage and difficulties with app usability, especially in less digitally developed regions like Turkestan and Nur-Sultan.

Importantly, regional differences suggest that a one-size-fits-all approach is not suitable for digital tourism development. While cities like Almaty already benefit from mature digital infrastructure, other regions require targeted investment and support. Providing user education and adapting digital tools to the specific needs and cultural contexts of different regions will be essential for achieving a more inclusive and effective digital transformation.

In conclusion, for Kazakhstan to realize the full potential of digital tourism, it must go beyond simply deploying technology. The focus should be on creating accessible, user-centered, and locally relevant digital solutions. These insights can inform policymakers, tourism authorities, and tech developers working to modernize the country's tourism sector and make it more competitive, sustainable, and visitor-friendly.

REFERENCES

1. Buhalis D., Law R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research // *Tourism Management*. – 2008. – Vol. 29, No. 4. – P. 609–623.
2. Femenia-Serra F., Perles-Ribes J. F., Ivars-Baidal J. A. Smart destinations and tech-enabled tourism experiences: A case study from Benidorm, Spain // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2020. – Vol. 18. – Article 100468.
3. Egger R., Gula I. Use of AR technology in tourism: A comparative analysis of augmented reality apps // *Journal of Tourism Futures*. – 2019. – Vol. 5, No. 3. – P. 228–243.
4. Gretzel U., Sigala M., Xiang Z., Koo C. Smart tourism: Foundations and developments // *Electronic Markets*. – 2015. – Vol. 25, No. 3. – P. 179–188.
5. Kim H., Lee H., Law R. An empirical examination of the adoption of mobile hotel reservation services in Korea // *International Journal of Hospitality Management*. – 2008. – Vol. 27, No. 4. – P. 534–543.
6. Kulakhmetova R., Tursyn A. Digital transformation of cultural tourism in Kazakhstan // *Central Asian Economic Review*. – 2023. – No. 2(4). – P. 87–96.
7. Li X. R., Wang Y. Evaluating the effectiveness of e-tourism platforms in China: A user satisfaction approach // *Tourism Management Perspectives*. – 2010. – Vol. 2, No. 1. – P. 37–45.
8. Musina K., Kaltayeva A., Nurtayeva A. Digitalization in the tourism industry of Kazakhstan // *Bulletin of the Kazakh National University*. – 2021. – Vol. 45, No. 3. – P. 150–158.
9. Neuhofer B., Buhalis D., Ladkin A. A typology of technology-enhanced tourism experiences // *International Journal of Tourism Research*. – 2014. – Vol. 16, No. 4. – P. 340–350.

10. Sigala M. Social media and customer engagement in the travel industry // Current Issues in Tourism. – 2018. – Vol. 21, No. 15. – P. 1705–1720.
11. Tan W. K., Lee S. Digital tourism adoption and tourist satisfaction in Singapore // Asia Pacific Journal of Tourism Research. – 2022. – Vol. 27, No. 1. – P. 25–39.
12. Tussyadiah I. P., Wang D. Tourists' attitudes toward proactive smartphone systems // Journal of Travel Research. – 2016. – Vol. 55, No. 4. – P. 483–498.
13. Wang D., Park S., Fesenmaier D. R. The role of smartphones in mediating the touristic experience // Journal of Travel Research. – 2012. – Vol. 51, No. 4. – P. 371–387.

M. MAULETKAZY Doctoral student Kazakh Academy of Sports and Tourism (Kazakhstan, Almaty) email: Mukhitdin01@gmail.com	S. YDYRYS Doctor of Economic Sciences, Professor International University of Tourism and Hospitality, (Kazakhstan, Turkistan) e-mail: serikbay-s@mail.ru
Zh. SADYKOV Seniyor Lecturer, South Kazakhstan University named after M.Auezov (Kazakhstan, Shymkent) email: jandos76@mail.ru	<i>Received 15.03.2025</i> <i>Received in revised form 29.03.2025</i> <i>Accepted for publication 30.06.2025</i>

М. МӘУЛЕТҚАЗЫ¹ ✉, С.ЫДЫРЫС², Ж. САДЫҚОВ³

¹Қазақ спорт және туризм академиясы

(Қазақстан, Алматы), email: Mukhitdin01@gmail.com

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан)

³М. Әуезов атындағы оңтүстік Қазақстан университеті (Қазақстан, Шымкент)

ҚАЗАҚСТАНДА ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЦИФРЛЫҚ ШЕШІМДЕРДІ ЕНГІЗУДІҢ ТУРИСТЕРДІҢ ҚАНАҒАТТАНУЫНА ӘСЕРІН БАҒАЛАУ: ЭКСПЕРИМЕНТТІК ЗЕРТТЕУ

Аңдатпа. Бұл зерттеу Қазақстандағы мобильді қосымшалар, цифрлық карталар және толықтырылған шындық (AR) сияқты цифрлық технологиялардың туристердің қанағаттануына қалай әсер ететінін қарастырады. Зерттеу аралас әдістерге негізделді: сауалнамалар мен SPSS арқылы жүргізілген статистикалық талдау біріктірілді. Цифрлық құралдарды пайдаланған туристер оларды қолданбағандармен салыстырғанда өз сапарларын әлдеқайда ыңғайлы, қызықты әрі жағымды деп бағалады. Сонымен қатар, әртүрлі өңірлерде бұл технологияларды қабылдау деңгейі әрқалай екенін байқадық, бұл барлық аймаққа ортақ шешімдер тиімсіз болатынын көрсетеді. Сондықтан цифрлық стратегиялар әртүрлі туристік топтарға бейімделуі керек. Бұл зерттеу туризм саласындағы кәсіпкерлер мен саясаткерлерге қызмет сапасын арттыру және цифрлық жаңалықтарды енгізу арқылы орнықты дамуға қол жеткізу үшін практикалық ұсыныстар береді.

Кілт сөздер: цифрландыру, туристердің қанағаттануы, Қазақстан, толықтырылған шындық, аралас әдістер

М. МАУЛЕТКАЗЫ¹✉, С. ЫДЫРЫС², Ж. САДЫКОВ³

¹Казахская академия спорта и туризма

(Казахстан, Алматы), email: Mukhitdin01@gmail.com

²Международный университет туризма и гостеприимства (Казахстан, Туркестан)

³Южно-Казахстанский университет им. Ауэзова (Казахстан, Шымкент)

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ НА УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ТУРИСТОВ В КАЗАХСТАНЕ: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Аннотация. В данном исследовании рассматривается влияние цифровых технологий, таких как мобильные приложения, цифровые карты и дополненная реальность, на удовлетворенность туристов в Казахстане. Исследование проводилось с использованием смешанных методов — в частности, анкетирования и статистического анализа в SPSS. Результаты показали, что использование цифровых инструментов делает путешествия более удобными, интересными и в целом более приятными. Также было выявлено, что различные регионы по-разному принимают эти технологии, что свидетельствует о невозможности универсального подхода. Стратегии цифровизации должны быть адаптированы к особенностям целевых туристических групп. Исследование предоставляет практические рекомендации для представителей туристической отрасли и государственных структур, стремящихся повысить качество услуг и способствовать устойчивому развитию через внедрение цифровых инноваций.

Ключевые слова: цифровизация, удовлетворенность туристов, Казахстан, дополненная реальность, смешанные методы

Г. КУЛАХМЕТОВА✉

Әл Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті

(Қазақстан, Алматы), email: gulbaram.kulakhmetova@kaznu.edu.kz

ТУРИСТІК ДЕРЕКТЕР МЕН ТРАНЗАКЦИЯЛАРДЫ БАСҚАРУДАҒЫ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫНЫҢ ӘЛЕУЕТІ

Аңдатпа. Бұл мақаланың мақсаты блокчейн технологиясын саяхат және туризм секторында деректер мен транзакцияларды өңдеу үшін қалай пайдалануға болатынын зерттеу болып табылады. Туризм секторының жылдам цифрлануын ескере отырып, деректерді қорғауға, транзакциялардың ашықтығына және делдалдардың шығындарын төмендетуге деген қажеттілік артып келеді. Блокчейн ақылды келісім-шарттар, орталықсыздандыру және деректердің өзгермеуі арқылы туризмдегі негізгі процестерді төңкеріс ететін озық технология болып саналады. Зерттеу жаһандық ұйымдардың есептерін, блокчейн платформасын енгізу мысалдарын және академиялық жарияланымдарды зерттейді. Мазмұнды талдау, сараптамалық бағалау, жағдайды талдау және салыстырмалы аналитикалық тәсіл әдістемелік негізді құрайды. Есепке сәйкес, брондау, сәйкестендіру, деректерді қорғау, тексеру және төлемдерді өңдеу туризмдегі блокчейннің ең маңызды қолданбалы салалары болып табылады. Технологияны енгізудің артықшылықтары мен кемшіліктері де қарастырылады. Бұдан шығатын қорытынды блокчейн технологиясы нормативтік база құрылған және нарық қатысушыларының цифрлық сауаттылығы жақсарған жағдайда саяхат және туризм секторында үлкен әлеует ұсынады. Бизнес-қауымдастықтар, туристік индустриядағы IT-шешім жеткізушілері және туризмнің цифрлық трансформациясына мүдделі академиялық қауымдастық алынған нәтижелерден пайда көре алады.

Кілт сөздер: блокчейн, туризм, деректерді басқару, транзакциялар, орталықсыздандыру, смарт келісімшарттар, цифрлық сәйкестік, деректер қауіпсіздігі, туризмдегі инновация.

Кіріспе.

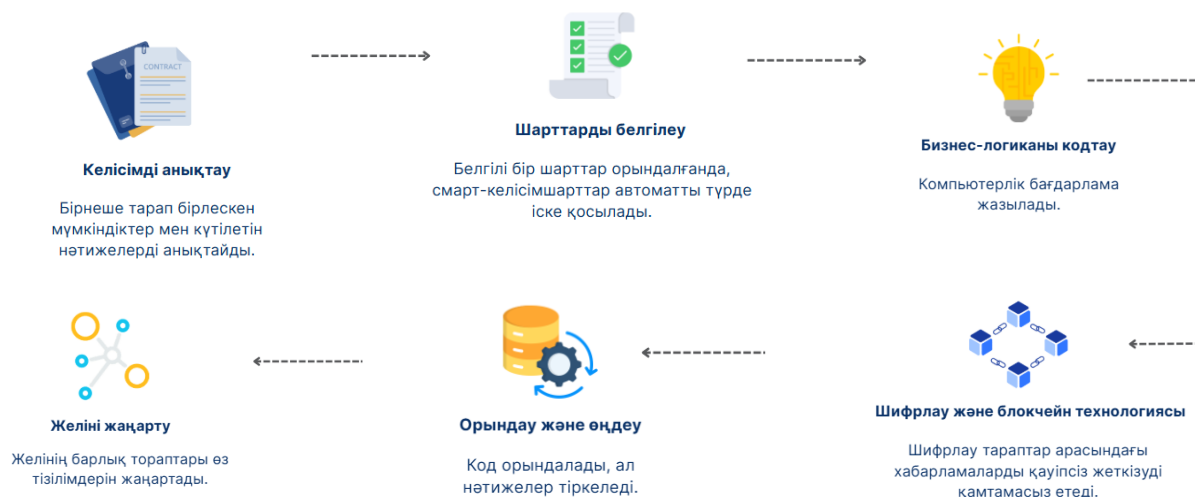
Әлемдік экономиканың ең қарқынды дамып келе жатқан салаларының бірі – туризм саласы. Жаһандық туризм нарығы 2025 жылы 11,94 триллион доллардан 2037 жылға қарай 22,27 триллион долларға дейін өседі деп күтілуде [1]. Осы тамаша көрсеткіштерге қарамастан, сала әлі де операциялық ашықтықты жақсарту, жеке деректерді қорғау және делдалдық шығындарды азайту қажеттілігі сияқты бірнеше кедергілерге тап болуда. Осы

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Кулахметова Г. Туристік деректер мен транзакцияларды басқарудағы блокчейн технологияларының әлеуеті – 2025. – No2(8). – p. 230–244. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.16>

***Cite us correctly:** Kulahmetova G. Turistik derekter men tranzakciyalardy basqarudagy blokchejn tehnologiyalarynyn aleueti [Potential of blockchain technologies in travel data and transaction management] – 2025. – No2(8). – p. 230–244. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.16>

орайда блокчейн технологиясы туризм индустриясында үлкен өзгерістердің орын алуына ықпал ете алады. Орталықтандырылмаған және бұрмаланаған жүйе ретінде блокчейн жазбалардың өзгермейтіндігі мен ашықтығына кепілдік береді. Бұл әсіресе туристік индустриядағы транзакциялар мен деректерді басқаруда өте маңызды. Блокчейн технологиясы делдалдарға тәуелділікті күрт төмендетеді, брондау шығындарын азайта алады және нарыққа қатысушылар арасындағы сенімді нығайтатын потенциалы бар.

Тұтынушылар мен қызмет жеткізушілерін тікелей байланыстыратын орталықтандырылмаған брондау жүйелерін дамыту мүмкіндігі блокчейннің негізгі артықшылықтарының бірі болып табылады. Блокчейн туризмдегі процестердің тиімділігін арттырады және олардың шығындарды азайтады (Сурет 1). Қауіпсіздік пен деректерді қорғау туризм индустриясында өте маңызды. Блокчейн тіркеу және кедендік ресімдеу процедураларын жеңілдетеді және туристерге өздерінің жеке деректерін қауіпсіз сақтауға мүмкіндік береді. Бұл процесс қызмет көрсетуді жылдамдатып қана қоймай, алаяқтық пен жеке деректерді ұрлау қаупін азайтады [2].



Сурет 1. Блокчейн арқылы смарт келісімшарттар
(Құрастырылған: әдебиеттер [2], [3] негізінде)

Айқын артықшылықтарға қарамастан, туристік индустрияда блокчейн технологиясын енгізу кейбір қиындықтарды тудыратыны рас. Туристік ұйымдар қызметкерлерді жаңа технологияларға оқыту, қолданыстағы бизнес үлгілерін бейімдеу және тиісті нормативтік базаны құру секілді күш-жігерді талап ететін кедергілерге тап болуда. Дегенмен, цифрлық технологиялардың қарқынды дамуын және инновацияларға деген қажеттілікті ескере отырып, блокчейнді туризм секторына біріктіру маңызды екенін мойындау қажет. Ағымдағы трендтер мен нарық талаптарын ескере отырып, туризм секторындағы деректер мен транзакцияларды басқаруда блокчейн технологиясының мүмкіндіктерін зерттеу маңыздылығы туып отыр.

Зерттеу жұмысының мақсаты - блокчейн технологиясын туризм секторында деректер мен транзакцияларды өңдеу потенциалын қарастыру.

Зерттеу жұмысының тапсырмалары:

- Блокчейн технологияларының сипаттамалары мен теориялық негіздерін қарастыру.
- Саяхат және туризм секторындағы деректерді басқарудың ағымдағы әдістерін қарастыру.
- Туристік индустриядағы блокчейн технологиясының артықшылықтары мен кемшіліктерін көрсету.
- Саяхат және туризм секторында блокчейн технологиясын енгізудің нақты мысалдарын қарастыру.
- Туристік индустрияға блокчейн технологиясын енгізу бойынша ұсыныстар енгізу.

Әдістер мен материалдар.

Бұл зерттеуде туристік индустрияда деректер мен транзакцияларды басқаруға арналған блокчейн технологиясының әлеуетін бағалау үшін келесі ресурстар мен әдістер қолданылады.

Материалдар:

1. Туризмдегі блокчейн қосымшалары бойынша рецензияланған мақалалар мен академиялық басылымдар талданды. Мысалы, ScienceDirect сайтында жарияланған зерттеу, алдын-ала эмпирикалық деректерге негізделген, туристік индустрияда блокчейн технологияларын пайдалануды зерттейді [3].

2. Жағдайлық талдаулар (кейс): Туристік индустриядағы блокчейн қосымшаларының мысалдары қарастырылады.

Windmill - делдалдарды жою арқылы қызмет көрсетушілер мен саяхатшылардың шығындарын азайтуға арналған орталықтандырылмаған туристік брондау желісі [4].

TUI Group - операциялық тиімділік пен ашықтықты арттыру үшін активтерді басқару үшін блокчейн технологиясын қолданатын танымал туристік компания [5].

TravelChain - пайдаланушыларға токендердің орнына компанияларға токендерді ұсыну арқылы саяхат деректерін монетизациялауға мүмкіндік беретін платформа [6].

3. Ақпараттық Технологиялар (IT) және туризм саласында жұмыс істейтін компаниялардың есептеріне талдау. Саяхат және туризм индустриясында блокчейнді енгізу үрдістері мен мүмкіндіктерін талқылайтын есептер мен аналитикалық материалдар пайдаланылды.

Әдістері:

1. Аналитикалық және ғылыми әдебиеттердің мазмұнын талдау. Блокчейн технологиясын туризмде қолдану бойынша маңызды тақырыптар мен зерттеу нәтижелерін анықтау үшін жарияланымдарға жан-жақты шолу жүргізілді.

2. Салыстырмалы талдау. Туристік сектордағы блокчейнге негізделген әртүрлі стратегиялар мен шешімдердің артықшылықтары мен кемшіліктері салыстырылды.

3. Жағдайлық талдау (кейс). Нақты блокчейн технологиясын енгізудің тиімділігі мен салалық әсерін бағалау үшін мұқият зерттеу жүргізілді.

4. Сараптамалық бағалау. Блокчейнді туризмде қолданудың ағымдағы жағдайы мен болашақ әлеуеті туралы жан-жақты түсінік алу үшін салалық есептер мен академиялық жарияланымдардағы сарапшылардың пікірлері мен түсініктері зерттелді.

Осы ресурстар мен әдістерді пайдалану арқылы саяхат және туризм секторындағы деректер мен транзакцияларды басқарудағы блокчейн технологиясының мүмкіндіктерін мұқият зерттелді.

Нәтижелер мен талқылаулар

Зерттеу туристік индустриядағы блокчейн технологиясының үш негізгі қолданбасын зерттеді: TravelChain, TUI Group және Winding Tree. Олардың барлығы транзакцияларды басқарудың әртүрлі әдістерін және таратылған бухгалтерлік кітаптарды пайдаланып деректерді оңтайландыруды көрсетеді.

Winding Tree – делдалдарсыз, тікелей пайдаланушылар мен туристік қызмет провайдерлері (қонақ үйлер, рейстер) арасындағы тікелей байланысты қамтамасыз ететін орталықтандырылмаған блокчейн негізіндегі желі. Бұл платформа бағаның ашықтығын көрсетеді және транзакциялық шығындарды азайтуға мүмкіндік береді. Смарт келісімшарттарды пайдалана отырып, платформа тұтынушыларға тікелей брондауға және провайдерлерге өз қызметтері туралы ақпаратты жариялауға мүмкіндік береді. Air New Zealand және Lufthansa әуекомпаниялары Winding Tree платформасының серіктестері болып табылады. Алайда, платформаның бүгінгі күнге дейін кең ауқымды коммерциялық пайдаланулары әзірше аз [4].

Әлемдегі ең ірі туристік агенттіктердің бірі TUI Group нақты уақытта қонақүй бөлмелерін брондауды басқару үшін BedSwap деп аталатын ішкі блокчейн жүйесін әзірледі. Бұл технология әртүрлі нарықтардағы қонақүй бөлмелерін оңай, сұранысқа орай брондауға мүмкіндік беру арқылы қонақүйлердің толтырылуын арттырады және оларға табысты болуға септігін тигізеді. Осылайша, BedSwap технологиясын енгізу блокчейннің операцияларға және логистикалық басқаруға қаншалықты қолайлы екенін көрсете алды [5].

TravelChain жобасы туристік сектордағы пайдаланушы деректерінің орталықтандырылмаған алмасуын жеңілдетуге бағытталған. Бұл платформа желі пайдаланушыларға жеке деректерін бақылауды жеңілдетті. Өз жеке ақпараттарын кіммен бөлісетінін еркін шешуге мүмкіндік берді. Компаниялар бұл ақпаратты өз қызметтерін жақсарту және арнайы маркетинг ұсыну үшін пайдалана алады. Бұл стратегия деректердің құпиялылығын арттыра отырып, ашық ақпарат алмасуға ықпал етеді. Жобаның революциялық сипатына қарамастан, оның қазіргі жағдайы мен ауқымды жүзеге асырылуы туралы ақпарат көп емес [6].

Зерттелген кейс зерттеулер орталықсыздандыруды жеңілдету және процестің тиімділігі мен ашықтығын жақсарту үшін туристік сектордағы деректер мен транзакцияларды өңдеу үшін блокчейн технологиясын қалай пайдалануға болатынын көрсетеді. Дегенмен, кеңінен қолдану қосымша зерттеулерді, құқықтық және технологиялық кедергілерді еңсеруді және мұндай шешімдердің тұрақтылығы мен ұзақ мерзімді тиімділігін бағалауды талап етеді.

Бастапқыда биткойн сияқты криптовалюталарды қосу үшін әзірленген блокчейн технологиясы жақында әртүрлі салаларда, соның ішінде туристік индустрияда төңкеріс жасау мүмкіндігіне байланысты үлкен қызығушылық тудырды. Орталықсыздандыру, криптографиялық қауіпсіздік, ашықтық және смарт келісімшарттарды пайдалану тұжырымдамаларына негізделген блокчейн технологиясы деректер мен транзакцияларды басқарудың жаңа тәсілдерін ұсынады.

Блокчейн технологиясының орталық ұстанымы орталықсыздандыру болып табылады, ол деректерді орталық органсыз бірнеше желі түйіндері бойынша таратуға мүмкіндік береді. Желі бірде-бір сәтсіздік нүктесінсіз сенімдірек болғандықтан, жүйенің шабуылдар мен үзілістерге төзімділігі қамтамасыз етіледі. Орталықсыздандыру туризм индустриясында ашық және тиімді брондау жүйелерін дамытуға ықпал етеді және мүдделі тараптар арасында

делдалсыз тікелей байланыс орнатуға мүмкіндік береді [7].

Блокчейндегі деректер криптографиялық қорғаудың арқасында қауіпсіз және өзгермейді. Әрбір транзакция шифрланғандықтан және алдыңғысымен криптографиялық хэштермен байланыстырылғандықтан, бұл деректерді өзгерту немесе бұрмалау іс жүзінде мүмкін емес. Бұл туристік индустрияда өте маңызды, өйткені келушілердің қаржылық және жеке деректерін қорғау өте маңызды.

Блокчейннің ашықтығының арқасында барлық желі пайдаланушылары транзакцияларды қарап, тексере алады. Бұл өзара сенімді нығайтады. Бұл алаяқтық қаупін азайтады, қызмет көрсету сапасын арттырады және туристік сектордағы қызмет көрсетушілер мен тұтынушылар арасындағы ашық және шынайы қарым-қатынасқа ықпал етеді.

Шифрланған шарттары бар өздігінен орындалатын келісімшарттар смарт келісімшарттар деп аталады. Белгілі бір жағдайларда олар автоматты түрде орындалады. Бұл делдалдарды жояды және қателер қаупін азайтады. Ақылды келісімшарттар брондау, төлеу және бас тарту процестерін автоматтандыру арқылы туризм секторындағы өнімділікті арттырады және шығындарды азайтады.

Блокчейн технологиясын туристік индустрияда қолдану қазірдің өзінде тамаша табысқа жетуде. Мысалы, TUI тобы блокчейн негізіндегі қонақ үй қорын басқару жүйесін енгізу арқылы өзінің операциялық шығындарын азайтып, ресурстарды бөлу тиімділігін арттыра алды. Тағы бір мысал, тіркеу және кедендік ресімдеу процедураларын жеделдететін блокчейндегі цифрлық жол жүру құжаттарын сақтау [8].

Айқын артықшылықтарға қарамастан, туристік индустрияда блокчейннің кең таралуына бірнеше кедергілер бар. Өйткені, стандарттар мен заңды түсініксіздіктердің болмауы көптеген туристік компаниялардың блокчейн технологиясын біріктіруді қиындатады. Сонымен қатар, шағын және орта кәсіпорындар технологиялық қиындықтарға және талап етілетін жоғары инвестицияға байланысты бұл технологияны қолдана алмауы мүмкін.

Ұзақ мерзімді перспективада туризмде блокчейн қосымшаларының таралуына жаһандық стандарттар мен құқықтық базаларды құру, сондай-ақ сала қатысушыларының білімі мен тәжірибесін кеңейту арқылы ықпал етуге болады. Туризм секторының тиімділігі мен қауіпсіздігін цифрлық идентификаторларды стандарттау және нарыққа қатысушылар арасында деректер алмасу үшін орталықтандырылмаған платформалар құру арқылы айтарлықтай арттыруға болады.

Цифрлық технология туризм индустриясына жаңа міндеттер мен тенденциялар әкеліп, елеулі өзгерістерге алып келеді. Деректер фрагменті және мүдделі тараптардың әртүрлілігі екі негізгі кедергіні білдіреді. Авиакомпаниялар, қонақ үйлер, туроператорлар, онлайн брондау платформалары және басқа да қызмет көрсетушілер туристік индустриядағы көптеген ұйымдардың бірнешеуі ғана. Олардың барлығы әртүрлі жүйелердегі ақпаратты басқарады, бұл деректердің қайталануына және интеграцияны қиындатады. Бұл тұтынушы тәжірибесіне теріс әсер етіп, тиімді ақпарат алмасуға кедергі келтіруі мүмкін [9].

Сенім мәселелері мен ақпараттық асимметрия да туризм секторындағы негізгі проблемалар болып табылады. Бір жағында екіншісіне қарағанда көбірек ақпарат болса, бұл ақпараттық асимметрия деп аталады. Бұл оппортунистік мінез-құлыққа әкеліп, нарыққа қатысушылардың сеніміне нұқсан келтіруі мүмкін. Бұл туристік индустриядағы орынсыз

баға, бұрмаланған қызметтер немесе жасырын алымдарда көрінуі мүмкін. Зерттеулер көрсеткендей, мұндай мінез-құлық тұтынушылардың сеніміне нұқсан келтіріп, тұтынушылардың қанағаттануын төмендетеді. Соңғы жылдары туризм секторында шолулар, жекелендіру және түпнұсқалық маңыздылыққа ие болды. Туристік қызметтерді таңдаған кезде тұтынушылар онлайн шолуларға көбірек сенеді. Сондықтан компанияның желідегі беделі өте маңызды. Компаниялар тұтынушылардың қалауы туралы ақпаратты пайдалана отырып, жекелендірілген қызметтерді көбірек ұсына бастады.

Зерттеулер көрсеткендей, туристердің 90%-дан астамы саяхатты жеке жоспарлауды күтеді [10]. Сонымен қатар, туризм индустриясы қауіпсіздікті жақсарту және тіркеу процедураларын жеңілдету үшін биометриялық сәйкестендіру және тану технологияларын көбірек пайдаланады. Дегенмен, цифрландыру жеке деректерді өңдеу кезінде қауіпсіздік пен құпиялылық мәселелерін де әкеледі. Тұтынушы деректерінің үлкен көлемін жинайтын және сақтайтын компаниялар деректердің ағып кетуіне және кибершабуылдарға көбірек ұшырайды. Бір зерттеуге сәйкес, соңғы жылдары туристік агенттіктердің көбісі киберқауіпсіздік мәселелерін бастан кешірді. Бұл деректерді қорғау хаттамаларын күшейту және деректерді қорғау туралы заңдарды сақтау маңыздылығын көрсетеді [10].

Блокчейн технологиясын басқа озық цифрлық технологиялармен үйлестіре отырып, туристік индустрия өз мүмкіндіктерін кеңейтіп, қызмет тиімділігін, қауіпсіздікті және жекелендіруді жақсарты алады.

Блокчейн технологиясы мен жасанды интеллект (AI) жолаушылар тәжірибесін айтарлықтай жақсартуға мүмкіндік береді. Блокчейн бұл деректердің қауіпсіз сақталуын және сақталуын қамтамасыз етеді, оның өзгермейтіндігіне және рұқсатсыз кіруден қорғалуына кепілдік береді, ал жасанды интеллект (AI) тұтынушылардың қалауы мен мінез-құлқын талдайды. AI-мен жұмыс істейтін жүйелер, мысалы, қоңыраулардың шифрын шеше алады, электрондық пошталарды аударады және жүздеген жеткізушілерден деректерді өңдей алады, бұл процестерді екі-бес есе жылдамдатады және шығындарды азайтады [11].

Блокчейн технологиясы мен Интернет заттарының (IoT) үйлесімі багажды бақылауға және нақты уақыттағы қозғалысты бақылауға мүмкіндік береді. Жүктің орны мен жағдайы туралы деректерді сенсорлары бар IoT құрылғылары жинайды, ал блокчейн оның қауіпсіз және тұрақты сақталуын қамтамасыз етеді. Бұл жолжүктің жоғалу немесе кешігу қаупін азайтады, өйткені саяхатшылар мен әуе компаниялары жүктерінің ағымдағы орны туралы әрқашан хабардар болады [2].

Адамдар делдалсыз қарым-қатынас жасай алатын, тәжірибе бөлісетін және қызметтерді пайдалана алатын орталықтандырылмаған виртуалды кеңістіктерді құру туризмнің болашағында метаверстер мен Web 3 ойнайтын рөл болып табылады. Мұндай орталарда блокчейн транзакция қауіпсіздігі мен ашықтығын қамтамасыз етеді және бірегей цифрлық активтерді құруға және басқаруға мүмкіндік береді. Адамдарға орындарды виртуалды түрде зерттеуге және мәдени іс-шараларға қатысуға мүмкіндік беру арқылы виртуалды туризмнің жаңа мүмкіндіктері пайда болады [12].

AI және IoT-мен біріктірілген блокчейн технологиясы саяхат және туризм секторында қызмет көрсету сапасын айтарлықтай жақсартуға мүмкіндік береді. Сарапшылардың пікірінше, бұл байланыстар компаниялар үшін операциялық шығындарды 20–30%-ға азайтып, тұтынушылардың қажеттіліктері мен үміттерін жақсырақ қанағаттандыру арқылы тұтынушылардың қанағаттануын арттырады.

Дегенмен, мұндай шешімдерді сәтті енгізу деректерді стандарттауды, әртүрлі жүйелер арасындағы үйлесімділікті қамтамасыз етуді және деректерді қорғау туралы заңдарды сақтауды қоса алғанда, еңсеру үшін бірнеше кедергілерді талап етеді. Блокчейнді басқа озық технологиялармен біріктіруге негізделген тұрақты және тиімді шешімдерді әзірлеу әзірлеушілер, туристік агенттіктер және мемлекеттік органдар арасындағы ынтымақтастықты талап етеді.

Кесте 1. Блокчейн мен технологиялардың интеграциялану кестесі

(Құрастырылған: әдебиеттер [2], [11], [13] негізінде)

Комбинация	Туризмдегі қолданысы	Күтілетін эффект
Блокчейн және Жасанды Интеллект (AI)	Арнайы жеке ұсыныстар	Тұтынушылардың қанағаттануының артуы.
Блокчейн және IoT	Жүкті қадағалау, смарт маршруттар.	Қолайлылық пен қауіпсіздіктің артуы
Блокчейн және Web3	Виртуалды саяхат, сандық турлар.	Қатысудың, геймификацияның жаңа арнасы.

Туризм индустриясы жаңа шындыққа бейімделуі, жаңа міндеттерді шешуі және цифрлық трансформацияның бөлігі ретінде заманауи технологиялар ұсынатын мүмкіндіктерді пайдалануы керек.

Блокчейн технологиясы саяхат және туризм индустриясында процесті оңтайландыру және тиімділікті арттыру үшін көптеген қызықты мүмкіндіктерді ұсынады. Онлайн туристік агенттіктердің монополиясына тәуелділікті азайтатын орталықтандырылмаған брондау платформаларын дамыту маңызды қосымшалардың бірі болып табылады.

Тұтынушылар мен қызмет жеткізушілері арасындағы тікелей байланысты қамтамасыз ету арқылы бұл платформалар комиссияларды азайтады және транзакцияның ашықтығын жақсартады. Мысалы, смарт келісімшарттарды пайдалану брондау шарттарының автоматты түрде орындалуына кепілдік бере отырып, алаяқтық пен қателер қаупін азайтады. Блокчейн технологиясы туристерді цифрлық сәйкестендіру саласында жеке деректерді қауіпсіз және тиімді басқаруды қамтамасыз ете алады [13].

Биометриялық идентификаторларды және басқа да жеке деректерді блокчейнде сақтау тіркеу және кедендік ресімдеу процедураларын жылдамырақ жүргізуге мүмкіндік береді. Бұл қауіпсіздікті арттырады және құжатты қолдан жасау мүмкіндігін азайтады. Мұндай шешімдер әсіресе жаһандану және халықаралық саяхаттардың ұлғаюы дәуірінде өзекті болып табылады. Цифрлық дәуірде жеке деректерді сақтау және қорғау маңыздырақ болып келеді. Blockchain деректерді басқарудың орталықтандырылмаған әдісін ұсынады, оның өзгермейтіндігіне кепілдік береді және рұқсатсыз кіруден қорғайды.

Бұл тұтынушылардың құпия деректерінің үлкен көлемін өңдейтін туристік агенттіктер үшін өте маңызды (Кесте 2). Бұл салада деректердің ағып кету қаупін азайту және тұтынушылардың сенімін арттыру үшін блокчейн технологиясы қолданылады. Рейтинг пен беделді басқару басты мәселе болып табылады. Блокчейн технологиясы тұтынушылардың пікірлерін сақтау, бұрмаланудың алдын алу және ақпарат сенімділігін арттыру үшін мөлдір және өзгермейтін жүйелерге мүмкіндік береді [14].

2-кесте – Туризм саласындағы блокчейн технологияларын қолдану мысалдары
(Құрастырылған: әдебиеттер [5], [11], [12] негізінде)

Жоба / бастама	Сипаттамасы және туризм саласына әсері
TUI BedSwap (TUI туроператоры) 	TUI компаниясының қонақ үй бөлмелерін басқаруға арналған ішкі жеке блокчейн. Бөлмелер қорын әртүрлі сату нарықтары арасында делдалсыз жедел түрде қайта бөлуді қамтамасыз етеді. Инвестиция <€1 млн, ал сыртқы B2B-делдалдардан бас тарту есебінен жыл сайынғы үнем ~€100 млн. Туроператордың икемділігін арттырып, дистрибуция шығындарын азайтады.
Winding Tree (орталықтандырылмаған платформа) 	Туристік қызметтер жеткізушілері мен тұтынушыларын тікелей байланыстыратын ашық блокчейн платформасы. 2018–2021 жж. Lufthansa, Air France, Air Canada сияқты ірі серіктестермен GDS-сіз брондау бойынша эксперименттер жүргізілді. Рейстер мен бөлмелердің қорын жария блокчейнге орналастырып, транзакциялар өз токени арқылы жүргізілді. Қатысушылар саны аз болғандықтан жоба тоқтатылды, бірақ делдалсыз туристік жүйе тұжырымдамасының өміршеңдігін дәлелдеді.
IATA Travel Pass (авиация) 	Жолаушылардың «денсаулық паспорттарын» (тест нәтижелері, вакцинация) сақтау және тексеру үшін арналған блокчейнге негізделген мобильді қосымша. Self-sovereign identity қағидатын жүзеге асырады: деректер саяхатшыда сақталады, ал блокчейн тек түпнұсқалықты тексеру үшін қолданылады. 2021–2022 жж. Singapore Airlines, Emirates, Qatar Airways компанияларында сынақтан сәтті өтті. Мұндай шешімдер визалық ақпарат пен биометрияны да сақтау үшін кеңеюі мүмкін, бұл шекаралық бақылауды жеңілдетіп, ұшу қауіпсіздігін арттырады.
NFTickets (TravelX + Air Europa) 	2022 жылы эксклюзивті рейстерге арналған NFT (ауыстырылмайтын токендер) форматында әуебилеттер сериясын шығару. Алғашқы NFT-билет аукционда \$1 млн-ға сатылып, премиум турөнім мен цифрлық коллекциялық актив құндылығын біріктірді. Кейін TravelX басқа әуекомпаниялармен әріптестікті жалғастырды: 2023 ж. аргентиналық лоукостер Flybondi ішкі рейстерге арналған билеттерді Algorand блокчейнінде NFT-токен ретінде шығара бастады. Бұл әуетасымалдаушылар мен туроператорлар үшін монетизацияның жаңа бағытын ашады – турөнімдерді қайталама нарықтарда сату және қайта сату мүмкіндігі, бұл оларға әрбір қайта сатудан комиссия алып отыруға мүмкіндік береді және блокчейннің арқасында түпнұсқалыққа кепілдік беріледі.

2-кестеден көріп отырғанымыздай, жүргізілген эксперименттер туристік агенттіктерден әуе компанияларына дейін туристік индустрияның барлық салаларын қамтиды. Блокчейн әсіресе ашықтық, сенім және қажетсіз делдалдарды жою өте маңызды аймақтар үшін қолайлы. Ең маңызды әсерлер қаржылық есеп айырысу (төменгі комиссиялар және жылдамырақ төлемдер) және деректерді басқару (қорғалған сәйкестіктер, сенімді шолулар және рейтингтер және т.б.) салаларында. Мысалы, блокчейн туристердің ұсынылатын қызметтердің сапасы туралы пікірлерін қамтитын бірыңғай дерекқорды құруға мүмкіндік береді, оны ерікті түрде бұрмалауға немесе жоюға болмайды - бұл қонақүйлер мен туристік агенттіктердің рейтингтеріне сенімді арттырады. Бөлінген кітап технологиясы жүк жөнелтілімдерін бақылау үшін де қолданылады: чиптері бар багаж белгілері әуе компаниялары мен жолаушыларға қолжетімді блокчейн жүйесінде жүктердің қозғалысын жаза алады. Осылайша, тұтынушылар жүктерінің қай жерде екенін нақты уақыт режимінде көре алады, бұл жоғалу қаупін азайтады. Қорытындылай келе: смарт келісімшарттар, блокчейн төлемдері және NFTs бірте-бірте инновациялық туристік операторлар үшін жұмыс құралына айналуға. Олар бұрын айтарлықтай қиындықтар мен шығындарды тудырған аспектілерді автоматтандырады және жеңілдетеді (есеп айырысу, сенімгерлік мәселелер және құқықтарды растау). Әрине, бұл технологияларды кеңінен насихаттау саланың белгілі бір деңгейін талап етеді. Төменде біз туристік агенттік қызметтерінің цифрлық трансформациясы алдында тұрған қиындықтарды және саланың болашағын зерттейміз.

Цифрлық трансформация туристік индустрияның болашағына елеулі әсер етеді, бұл жаңа бизнес-модельдер мен қызмет көрсету тәсілдерін енгізуді қажет етеді. Туристік агенттіктер, әсіресе жаңа технологияларды енгізуде, ақпараттық қауіпсіздік мәселелеріне, қызмет көрсету сапасын жақсартуға, және тұтынушылардың сенімін арттыруға назар аударуы тиіс. Сонымен қатар, блокчейн технологиясы арқылы клиенттердің деректерін қорғау және транзакциялардың ашықтығын қамтамасыз ету арқылы олар өз қызметтерінің қауіпсіздігі мен тиімділігін арттырады. Осыған орай, туристік индустрияның цифрландыруы саланы жаңғыртуға және тиімділікті арттыруға мүмкіндік береді, бірақ ол сонымен қатар инновациялық шешімдерге үлкен сұранысты және инвестицияларды қажет етеді.

Рейтингтер мен шолулардың объективтілігі саяхатшылардың жан тыныштығын қамтамасыз етеді, саяхат туралы негізделген шешімдер қабылдауға ықпал етеді және салалық сенімді нығайтады. Белсенді тұтынушыларды токенге негізделген адалдық бағдарламаларымен марапаттау – шығармашылық тәсіл. Саяхатшылар өздерінің адалдық ұпайларын таңбалау, содан кейін оларды әртүрлі қызметтерге немесе басқа цифрлық активтерге айырбастау арқылы жинақталған сыйақыларды икемді және оңай пайдалана алады. Бұл адалдық бағдарламаларын тартымды етеді және пайдаланушыларды қайтаруға ынталандырады.

Bitcoin төлемдері халықаралық транзакциялар үшін жылдам және үнемді жолды ұсынады. Саяхатшылар әсіресе биткойнның пайдасын көреді, өйткені ол валюта айырбастау қажеттілігін болдырмайды және халықаралық аударымдар шығындарын азайтады. Криптовалюталардың орталықтандырылмаған құрылымы да қауіпсіздіктің жоғары деңгейін және төлемдердің ашықтығын қамтамасыз етеді. Осы салаларда блокчейн технологияларын енгізу туризм индустриясын айтарлықтай өзгерте алады, бұл оны тиімдірек, қауіпсіз және

тұтынушыға бағытталған етеді [15].

Бұл технологиялар туризм саласында жаңа мүмкіндіктер мен инновацияларды қамтамасыз етеді, тұтынушылардың тәжірибесін жақсартып, саланың қаржылық және операциялық процестерін оңтайландырады. Блокчейн және криптовалюталардың қолданылуы туризм индустриясының халықаралық деңгейде қауіпсіз және ашық жұмыс істеуін қамтамасыз етуге мүмкіндік береді, сондай-ақ салалық стандарттарды нығайтып, тұтынушылардың сенімін арттырады.

Зерттеу нәтижелерін қорытындылау үшін блокчейн технологияларын қолдану аясын талдауға арналған SWOT анализі жүргізілді (Кесте 3).

Кесте 3. Туризм индустриясында блокчейн технологиясын қолданудың SWOT талдауы

(Құрастырылған: әдебиеттер [16], [17], [18] негізінде)

Күшті жақтары (Strength)	Әлсіз жақтары (Weaknesses)
– Қызмет көрсету үшін туристер мен туристік ұйымдар арасындағы делдалдарды және шығындарды азайту. – Туристік операциялардың ашықтығын және нарықтағы бизнес өкілдері арасындағы сенімділікті арттыру. – Туристердің жеке ақпараттары, криптографиялық деректердің қорғалуы. - Брондау және төлеу процесстерін жүйелеу және автоматтандыру.	– Блокчейн технологияларын қолданысқа кірістіру үшін жоғары және күрделі технологиялық дайындық қажет. – Көптеген шағын бизнес өкілдерінің цифрлық сауаттылығы төмен. – Көптеген елдерде блокчейнді қолдану үшін стандарттар мен заңнамалардың болмауы. – Кейбір блокчейн платформаларының энергия сыйымдылығы өте жоғары, сондықтан масштабты қиындықтар кездеседі. – Туризм саласында блокчейнді қолданудың сәтті мысалдарының аз болуы.
Мүмкіндіктер (Opportunities)	Қауіп-қатерлер (Threats)
– Жасанды интеллект (AI), IoT мен Web3 секілді инновациялық технологиялармен интеграциялану арқылы қауіпсіздік пен жеке ақпараттардың сақталуы. – Туристерді цифрлық төлқұжаттар арқылы биометриялық сәйкестендіруден өту бастамаларын халықаралық деңгейде дамыту. – Орталықтандырылмаған брондау және жеке деркестерді басқару платформаларын құру.	– Блокчейн технологиялары дұрыс орнатылмаған жағдайда орын алуы мүмкін киберқауіптер. – Туристік бизнес өкілдерінің блокчейн технологияларын баяу іске асыруы. – Дамушы елдердегі ескі Ақпараттық технологиялардың инфрақұрылымдарымен блокчейннің сәйкес келмеуі. – Блокчейннің үлкен ресурстары бар орталықтандырылған қосымшалармен бәсекелес болуы.

Қорытындылай келе, блокчейн туристік индустриядағы деректер мен транзакцияларды басқарудың әлеуетті технологиясын білдіреді және процестің тиімділігін, қауіпсіздігін және

ашықтығын жақсарту мүмкіндіктерін ұсынады. Дегенмен, блокчейннің әлеуетін толық іске асыру үшін өнеркәсіп, саясаткерлер және академиялық орта бар кедергілерді жою және іске асыру үшін қолайлы жағдайлар жасау үшін бірлесіп жұмыс істеуі керек.

Қорытындылар

Блокчейн технологиясы туризм индустриясында төңкеріс жасай алатын тиімді құрал болып табылады. Оның жоғары дәрежелі ашықтығы, деректердің өзгермейтіндігі және орталықтандырылмаған құрылымы нарық қатысушыларына қауіпсіздікті, тиімділікті және сенімді арттыру үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. Цифрландырудың артуын және жекелендірілген қызметтерге сұраныстың өсуін ескере отырып, блокчейн қосымшаларының маңыздылығы артып келеді. Экожүйедегі қарқынды бәсекелестік пен ақпараттың таралуын ескере отырып, блокчейн туристік индустрияның тұрақты өсуіне және цифрлық жетілуіне елеулі үлес қосу мүмкіндігіне ие.

Деректерді басқару, транзакциялар, цифрлық сәйкестендіру және шолуды басқару туристік индустриядағы ең перспективалы блокчейн қосымшалары болып табылады. Келісімшартқа негізделген ақылды брондау жүйелері орталықтандырылған платформалар мен автоматтандырылған процестерге тәуелділікті азайтады. Жылдам және үнемді трансшекаралық төлемдерден басқа, токендер мен криптовалюталарды енгізу тұтынушылардың адалдық бағдарламаларына қатысуына ықпал етеді. Блокчейн сонымен қатар тұтынушыларға қызмет провайдерлерімен жеке деректерін қауіпсіз байланысуға және басқаруға мүмкіндік береді. Бұл киберқауіпсіздік тәуекелдерінің артуы мен деректер қауіпсіздігіне қатысты заң талаптарын ескере отырып өте маңызды. Орталықтандырылмаған шолу және беделді басқару жүйелері жалған ақпарат мәселесін де шеше алады және осылайша өзара сенімді нығайта алады.

Дегенмен, блокчейн шешімдерін туристік индустрияға сәтті біріктіру үшін көптеген институционалдық және құрылымдық кедергілерді әлі де еңсеру қажет. Ұлттық және халықаралық нормативтік базаны құру осы процестің шешуші элементі болып табылады. Қазіргі уақытта әртүрлі елдер блокчейн технологиясын реттеудің әртүрлі тәсілдерін ұстанады, бұл құқықтық жағдайды түсініксіз етеді және инвестицияға кедергі келтіреді. Сонымен қатар, ШОБ-тың цифрлық сауаттылығының төмендігі, техникалық ресурстардың жоқтығы және кең ауқымды интеграцияның қиындығы кең ауқымды қабылдауға үлкен кедергілер жасауды жалғастыруда.

Блокчейн технологиясын жасанды интеллект, заттар интернеті және метаверстер сияқты басқа IT шешімдерімен одан әрі дамыту және интеграциялау туризмнің болашақ бағытын айқындайтыны сөзсіз. Мұндай синергия тұтынушылардың қажеттіліктеріне бірден жауап бере алатын интеллектуалды, дербестендірілген және қауіпсіз туристік қызметтерді дамытуға мүмкіндік береді. Блокчейн осы күрделі ортада деректер қауіпсіздігін, сәйкестікті және ашықтықты қамтамасыз ететін «сандық сенім деңгейі» ретінде әрекет етеді.

Теориялық және эмпирикалық дәлелдер туристік индустриядағы деректер мен транзакцияларды басқаруға арналған блокчейн әлеуетін қолдайды. Дегенмен, бұл әлеуетті толық іске асыру үшін реттеуші қадағалауды, нарық ойыншыларының құзыреттерін арттыруды және технологиялық жетістіктерді қамтитын кешенді тәсіл қажет. Осы саладағы қосымша көпсалалы зерттеулер, нақты сектордағы қолданбалы модельдер мен пилоттық енгізулерге назар аударып ұсынылады. Цифрлық экономика жағдайында туристік индустрияның тұрақты және технологиялық тұрғыдан күрделі трансформациясы тек

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Verma A. Размер мирового рынка, прогноз и основные тенденции на 2025–2037 гг. [Электронный ресурс] // Research Nester. – Режим доступа: <https://www.researchnester.com/ru/reports/retail-analytics-market/4361> (дата обращения: 10.03.2024).
2. Блокчейн в сфере туризма и гостиничного бизнеса [Электронды ресурс] // ilink. – Режим доступа: <https://ilink.dev/kz/blog/blockchain-in-the-travel-and-hospitality/> (дата обращения: 10.03.2024).
3. Yin M., Andrei O.J., Pei-Lee T. Blockchain technology diffusion in tourism: Evidence from early enterprise adopters and innovators // Heliyon. 2024. Vol. 10, No 2. Article e24675. DOI: 10.1016/j.heliyon.2024.e24675.
4. Blockchain startup Winding Tree could upend the travel industry [Электронный ресурс] // Venture Beat. – Режим доступа: <https://venturebeat.com/business/blockchain-startup-winding-tree-could-upend-the-travel-industry/> (дата обращения: 12.03.2024).
5. The Awesome Ways TUI Uses Blockchain To Revolutionize The Travel Industry [Электронды ресурс] // Forbes. – Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/12/07/the-amazing-ways-tui-uses-blockchain-to-revolutionize-the-travel-industry/#> (дата обращения: 12.03.2024).
6. Анализ Travel Chain ICO — Децентрализованная база данных, сфокусированная на туризме [Электронды ресурс] // Medium. – Режим доступа: <https://cryptospeaker.medium.com/analiz-travelchain-ico-820f826bd182> (дата обращения: 12.03.2024).
7. Поддубная Т.Н., Панина Е.А. Возможности блокчейн-технологии в туризме // Компетентность. – 2023.
8. The World's Largest Tourism Company Goes Big on Blockchain [Электронды ресурс] // CCN. – Режим доступа: <https://www.ccn.com/the-worlds-largest-tourism-company-goes-big-on-blockchain/> (дата обращения: 13.03.2024).
9. Последние тенденции в туристической индустрии, о которых вы должны знать [Электронды ресурс] // STFALCON. – Режим доступа: <https://stfalcon.com/ru/blog/post/travel-industry-trends> (дата обращения: 13.03.2024).
10. Florido-Benítez L. The Cybersecurity Applied by Online Travel Agencies and Hotels to Protect Users' Private Data in Smart Cities // Smart Cities. 2024. Vol. 7, No 1. С. 475–495. DOI: 10.3390/smartcities7010019
11. Искусственный интеллект меняет индустрию туризма [Электронды ресурс] // АА. – Режим доступа: <https://www.aa.com.tr/ru/мир/искусственный-интеллект-меняет-индустрию-туризма/3177559> (дата обращения: 13.03.2024).
12. What is Web3? [Электронды ресурс] // McKinsey & Company. – Режим доступа: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-web3> (дата обращения: 14.03.2024).
13. Халфин А.С., Мухутдинова Р.Р. Использование технологии блокчейн для развития и оптимизации бизнес-процессов в сфере туризма, 2021.

14. Puri V., Mondal S., Das S., Vasiliki G. Blockchain propels tourism industry: An attempt to explore topics and information in smart tourism management through text mining and machine learning // *Informatics (MDPI)*, 2023. DOI: 10.3390/informatics10010009.
15. Thees H. The Application of Blockchain in Tourism: Use Cases in the Tourism Value System, 2020.
16. Filimonau V., Naumova E. The blockchain technology and the scope of its application in hospitality operations // *International Journal of Hospitality Management*. 2020. Vol. 87. Article 102383. DOI: 10.1016/j.ijhm.2019.102383
17. Erol I., Onder I., Dogru N.T., Oztel A., Searcy C., Yorulmaz A. Improving sustainability in the tourism industry through blockchain technology: Challenges and opportunities // *Tourism Management*. 2022. Vol. 91. Article 104628. DOI: 10.1016/j.tourman.2022.104628.
18. Tangsakul M., Sureeyatanapas P. Understanding critical barriers to the adoption of blockchain technology in the logistics context: An interpretive structural modelling approach // *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 2024. Vol. 10, No 3, Article 100355. DOI: 10.1016/j.joitmc.2024.100355

REFERENCES

1. Verma A. Razmer mirovogo rynka, prognoz i osnovnye tendencii na 2025–2037 gg. [Elektronnyj resurs] // Research Nester. – Rezhim dostupa: <https://www.researchnester.com/ru/reports/retail-analytics-market/4361> (data obrashcheniya: 10.03.2024).
2. Blokchejn v sfere turizma i gostinichnogo biznesa [Blockchain in the field of tourism and hotel business] [Elektrondy resurs] // ilink. – Rezhim dostupa: <https://ilink.dev/kz/blog/blockchain-in-the-travel-and-hospitality/> (data obrashcheniya: 10.03.2024).
3. Yin M., Andrei O.J., Pei-Lee T. Blockchain technology diffusion in tourism: Evidence from early enterprise adopters and innovators // *Heliyon*. 2024. Vol. 10, No 2. Article e24675. DOI: 10.1016/j.heliyon.2024.e24675.
4. Blockchain startup Winding Tree could upend the travel industry [Elektronnyj resurs] // *Venture Beat*. – Rezhim dostupa: <https://venturebeat.com/business/blockchain-startup-winding-tree-could-upend-the-travel-industry/> (data obrashcheniya: 12.03.2024).
5. The Awesome Ways TUI Uses Blockchain To Revolutionize The Travel Industry [Elektrondy resurs] // *Forbes*. – Rezhim dostupa: <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/12/07/the-amazing-ways-tui-uses-blockchain-to-revolutionize-the-travel-industry/#> (data obrashcheniya: 12.03.2024).
6. Analiz TravelChain ICO — Decentralizovannaya baza dannyh, sfokusirovannaya na turizme [Travel Chain ICO Analysis — A Decentralized Database Focused on Tourism] [Elektrondy resurs] // *Medium*. – Rezhim dostupa: <https://cryptospeaker.medium.com/analiz-travelchain-ico-820f826bd182> (data obrashcheniya: 12.03.2024).
7. Poddubnaya T.N., Panina E.A. Vozmozhnosti blokchejn-tekhnologii v turizme [The possibilities of blockchain technology in tourism] // *Kompetentnost'*. – 2023.
8. The World's Largest Tourism Company Goes Big on Blockchain [Elektrondy resurs] // *CCN*. – Rezhim dostupa: <https://www.ccn.com/the-worlds-largest-tourism-company-goes-big-on-blockchain/> (data obrashcheniya: 13.03.2024).
9. Poslednie tendencii v turisticheskoy industrii, o kotoryh vy dolzhny znat' [The latest trends in the travel industry that you should be aware of] [Elektrondy resurs] // *STFALCON*. –

Rezhim dostupa: <https://stfalcon.com/ru/blog/post/travel-industry-trends> (data obrashcheniya: 13.03.2024).

10. Florido-Benítez L. The Cybersecurity Applied by Online Travel Agencies and Hotels to Protect Users' Private Data in Smart Cities // Smart Cities. 2024. Vol. 7, No 1. S. 475–495. DOI: 10.3390/smartcities7010019

11. Iskusstvennyj intellekt menyaet industriyu turizma [Artificial intelligence is changing the tourism industry] [Elektrondy resurs] // AA. – Rezhim dostupa: <https://www.aa.com.tr/ru/mir/iskusstvennyj-intellekt-menyaet-industriyu-turizma/3177559> (data obrashcheniya: 13.03.2024).

12. What is Web3? [Elektrondy resurs] // McKinsey & Company. – Rezhim dostupa: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-web3> (data obrashcheniya: 14.03.2024).

13. Halfin A.S., Muhutdinova R.R. Ispol'zovanie tekhnologii blokchejn dlya razvitiya i optimizacii biznes-processov v sfere turizma, [The use of blockchain technology for the development and optimization of business processes in the field of tourism] 2021.

14. Puri V., Mondal S., Das S., Vasiliki G. Blockchain propels tourism industry: An attempt to explore topics and information in smart tourism management through text mining and machine learning // Informatics (MDPI), 2023. DOI: 10.3390/informatics10010009.

15. Thees H. The Application of Blockchain in Tourism: Use Cases in the Tourism Value System, 2020.

16. Filimonau V., Naumova E. The blockchain technology and the scope of its application in hospitality operations // International Journal of Hospitality Management. 2020. Vol. 87. Article 102383. DOI: 10.1016/j.ijhm.2019.102383

17. Erol I., Onder I., Dogru N.T., Oztel A., Searcy C., Yorulmaz A. Improving sustainability in the tourism industry through blockchain technology: Challenges and opportunities // Tourism Management. 2022. Vol. 91. Article 104628. DOI: 10.1016/j.tourman.2022.104628.

18. Tangsakul M., Sureeyatanapas P. Understanding critical barriers to the adoption of blockchain technology in the logistics context: An interpretive structural modelling approach // Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity. 2024. Vol. 10, No 3, Article 100355. DOI: 10.1016/j.joitmc.2024.100355

Г. КУЛАХМЕТОВА

PhD, доцент м.а.

Әл Фараби атындағы Қазақ ұлттық
университеті (Қазақстан, Алматы)

email: gulbaram.kulakhmetova@kaznu.edu.kz

18.02.2025 ж. баспаға түсті

25.05.2025 ж. түзетулермен келді

30.06.2025 ж. басып шығаруға қабылданды

G. KULAKHMETOVA✉

Al-Farabi Kazakh National University

(Kazakhstan, Almaty), email: gulbaram.kulakhmetova@kaznu.edu.kz

THE POTENTIAL OF BLOCKCHAIN TECHNOLOGIES IN TOURISM DATA AND TRANSACTION MANAGEMENT

Abstract. The purpose of this article is to explore how blockchain technology can be used to

process data and transactions in the travel and tourism industry. With the rapid digitalization of the tourism sector, there is a growing need for data protection, transaction transparency and reduced intermediary costs. Blockchain is considered a cutting-edge technology that will revolutionize key processes in the tourism industry through smart contracts, decentralization and data immutability. The study examines reports from international organizations, examples of blockchain platform implementation and scientific publications. The methodological basis is content analysis, expert assessment, case analysis and a comparative analytical approach. According to the report, booking, identification, data protection, verification and payment processing are the most important areas of blockchain application in tourism. The advantages and disadvantages of implementing the technology are also discussed. The conclusion is that blockchain technology has great potential in the travel and tourism sector, provided that the regulatory framework is created and the digital literacy of market participants is increased. The obtained results can be useful for business communities, IT solution providers in the tourism sector and the academic community interested in the digital transformation of tourism.

Keywords: blockchain, tourism, data management, transactions, decentralization, smart contracts, digital identity, data security, innovations in tourism.

Г. КУЛАХМЕТОВА✉

Казахский национальный университет им.Аль-Фараби

(Казахстан, Алматы), email: gulbaram.kulakhmetova@kaznu.edu.kz

ПОТЕНЦИАЛ ТЕХНОЛОГИЙ БЛОКЧЕЙН В УПРАВЛЕНИИ ДАННЫМИ И ТРАНЗАКЦИЯМИ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Аннотация. Цель данной статьи - изучить, как технология блокчейн может быть использована для обработки данных и транзакций в сфере путешествий и туризма. Учитывая стремительную цифровизацию туристического сектора, растет потребность в защите данных, прозрачности транзакций и снижении посреднических издержек. Блокчейн считается передовой технологией, которая произведет революцию в ключевых процессах в сфере туризма за счет смарт-контрактов, децентрализации и неизменности данных. В исследовании рассматриваются отчеты международных организаций, примеры внедрения блокчейн-платформ и научные публикации. Методологическую основу составляют контент-анализ, экспертная оценка, анализ случаев и сравнительно-аналитический подход. Согласно отчету, бронирование, идентификация, защита данных, верификация и обработка платежей являются важнейшими областями применения блокчейна в туризме. Также обсуждаются преимущества и недостатки внедрения технологии. Вывод заключается в том, что технология блокчейна имеет большой потенциал в секторе путешествий и туризма при условии создания нормативно-правовой базы и повышения цифровой грамотности участников рынка. Полученные результаты могут быть полезны бизнес-сообществам, поставщикам ИТ-решений в сфере туризма и академическому сообществу, заинтересованному в цифровой трансформации туризма.

Ключевые слова: блокчейн, туризм, управление данными, транзакции, децентрализация, смарт-контракты, цифровая идентификация, безопасность данных, инновации в туризме.

D. MAMRAYEVA¹, L. TASHENOVA¹✉

¹Karaganda Buketov University, (Kazakhstan, Karaganda)

e-mail: larisatash_88@mail.ru

**GLOBAL TRENDS IN CREATIVE INDUSTRIES AND THEIR IMPACT ON TOURISM:
BIBLIOMETRIC RESEARCH**

Abstract. *This scientific article presents a bibliometric analysis of research in the field of creative economy and creative industries, based on data from the scientometric database Web of Science. A total of 1,356 and 4,121 articles were analyzed within the search queries “creative economy” and “creative industries”, respectively. The authors used the methods of bibliographic analysis, clustering and graphical interpretation to identify key scientific trends, the dynamics of publication activity and the citation structure within the framework of the studied scientific problems. Within the framework of the first search query (by the keyword “creative economy”), 6 frame clusters were obtained that characterize the key trends in the study of publication activity according to the studied criterion: the first – “cultural aspects and employment in the creative economy”; the second – “cultural heritage, cultural tourism and the impact of the COVID-19 pandemic on the development of the creative sector of economic activity”; the third – “the economy of culture, art, creative cities and the creation of cluster structures”; the fourth, reflecting the aspects of agglomeration, economic growth of territories. the fifth, characterizing the issues of responsible consumption; the sixth, uniting works that reveal the possibilities of forming competitive advantages by companies representing the creative sector. Visualization of keywords related to creative industries (when constructing frame clusters) demonstrates their interdisciplinary nature, covering economic, innovative, urban, cultural, social and technological aspects. In addition, publications included in frame clusters emphasize the role of developing digital skills, communication, and generative AI, indicating the growing influence of technologies in the development of creative industries. In addition, the authors identified key trends within the analyzed publication activity that affect the development of the tourism industry, including the development of creative tourism.*

Keywords: *bibliometric analysis, creative industries, creative economy, scientific and research trends, tourism economics, tourism services market, creative tourism.*

Introduction

In the modern world, the creative economy and creative industries are becoming one of the most important drivers of economic growth, implementation, adaptation of innovations and cultural development, as they cover a wide range of services - from art and design to digital technologies

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Mamrayeva D., Tashenova L. Global trends in creative industries and their impact on tourism: Bibliometric research – 2025. – No2(8). – p. 245–257. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.17>

***Cite us correctly:** Mamrayeva D., Tashenova L. Global trends in creative industries and their impact on tourism: Bibliometric research – 2025. – No2(8). – p. 245–257. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.17>

and media, significantly contributing to the formation of new markets, job creation and increasing the competitiveness of countries and regions of the world. In the conditions of modern economic development, the formation and adaptation of creative industries are inextricably linked with digital transformation, globalization, and the changing needs of society, making them an important element of the sustainable development of territories.

According to the Creative Economy Outlook 2024 report prepared by the UN, cultural and creative industries annually generate income at the level of 2,3 trillion US dollars, accounting for about 3,1% of the world's gross domestic product. Experts note that in 2022, the export of creative services reached a record 1,4 trillion US dollars while employment in countries developing a creative economy and creative industries ranges from 0,5% to 12,5%.

The report also identifies key trends that will be characteristic of the industry in 2024, including: digitalization through the growth of platform solutions and streaming services that have significantly changed the ways of producing and consuming creative content, leading to the emergence of new business models, including those focused on cross-industry cooperation; widespread use of artificial intelligence integrated into various sectors of the creative economy, which helps accelerate productivity, increase innovative activity of all participants in the creative industries market, as well as the emergence of unique products; high level of concentration of the creative industries market; market orientation towards sustainable development goals; tangible impact on job creation and economic development of territories (according to experts, from 0,5 to 7,3% of GDP depending on the country); the presence of a large number of developing sectors, emphasizing the creative nature of creative industries and their ability to actively integrate technologies and successfully adapt them in practice (including in the tourism sector) [1].

Based on the data from the PwC report “Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027”, it is important to note that by 2026-2027, the revenue generated by traditional forms of media (television, film distribution, physical media (CD, DVD), concerts, exhibitions, etc.), as well as from the sale of digital content (streaming video on demand, digital advertising, games and mobile applications, subscription services (e.g. Netflix, Spotify), social media marketing, etc.) will reach approximately 2,701 and 2,778 billion US dollars, respectively [2].

In general, it can be noted that the creative economy and creative industries market is quite dynamic and fully correlates with key global trends related to digitalization, globalization, cross-industrial cooperation, sustainable development, and technological innovation. However, in science, there is still no single scientific approach to the analysis of key market trends; there is a diversity in research methodologies, which does not provide a general idea of the development of the object under study, in connection with which, the purpose of this scientific article is to conduct a scientometric analysis to identify key global trends in the study of creative industries and determine their impact on the development of tourism.

Materials and methods

The following methods were used in this research article: 1. The bibliographic analysis method, which allowed us to identify key trends in the study of the creative economy and creative industries at the current stage of economic development. It is important to note that bibliometric analysis is one of the effective quantitative methods capable of providing an objective assessment of the structure and dynamics of scientific research within the framework of the research problem we are studying. Within the framework of this article, it allowed us to identify key areas in the

study of the creative economy, as well as to show its relationship with the development of tourism. It is also important to note that the method has confirmed its pronounced practical applicability for systematizing an extensive scientific data array and identifying sustainable research trends; 2. The generalization method, which made it possible to systematize the obtained results and build frame clusters based on the VOSViewer software product, reflecting the results of the bibliographic analysis; 3. The graphical interpretation method, which clearly demonstrated the main trends in publication activity within the framework of the studied scientific issues based on the analysis of data from the scientometric database Web of Knowledge (for the entire depth of the array). The methodology of the bibliographic analysis included the following main stages: 1. choosing the scientometric database WoS for analysis and subsequent unloading of the array of scientific publications; 2. formulating search formulas; within the framework of this study, two key search formulas were used: 1. “creative economy”; 2. “creative industries”; 3. searching for works across the entire depth of the array, starting from 1975 (years of publication: all; types of documents: all; search restrictions - no); 4. obtaining an array of data: within the first search formula - 1356 publications; within the second - 4121; 5. primary analysis of the obtained arrays of data using the services already built into the WoS database: “Analyze Results” (criteria: publication years, document types, affiliations, countries / regions, book series titles, publication titles, sustainable development goals, WoS categories) and “Citation Report” (times cited and publications over time, citing articles (total, without self-citations), times cited (total, without self-citations, average per item), H-index); 6. unloading arrays from the database using the “Plain Text” file type; 7. loading arrays within each of the search queries into the VOSViewer program; 8. construction of frame clusters using the criterion: co-occurrence – all keywords; 9. downloading the obtained graphic data for subsequent interpretation of the results (analysis of frame clusters) and identification of key scientific trends within the framework of the scientific categories under study.

Literature review

The creative economy and creative industries are of persistent scientific interest to the academic community. The study of publications devoted to various aspects of studying these objects shows that a certain pool of works by scientists is related to the consideration of issues of support and financing of territorial creative centers, coworking spaces, events (in particular, festivals) that play a key role in urban development, modernization of local creative ecosystems, increasing the competitiveness of tourist microclusters (including through active involvement of local communities and digital nomads in the process), and the formation of economic sustainability of regions [3-5].

It is also important to note that a special layer of scientific works is devoted to conducting scientometric studies of the current state of the creative economy, reflected in international publications [6], analyzing the influence of intellectual and innovative determinants on the development of economic systems in the context of the formation and development of a new type of creative economy [7], studying the problems of measuring creativity levels based on index methods, using multivariate and univariate methods of analysis, data validity tests, etc. [8], development of a training model using design thinking for the development of creative industries and digital creative entrepreneurship [9], identification of factors influencing the development of the creative economy (digital literacy, business sustainability) [10], as well as issues of formation of creative social entrepreneurship and the role of social innovations in this process [11].

In the context of modern economic development, issues of sustainable development play a

special role. Thus, in the works of researchers, aspects reflecting the role of the creative economy and industries in promoting sustainable regional growth have been repeatedly considered, including through improved access to financing and risk capital, links between the business community and the university environment, activation of large-scale initiatives to improve the skills of representatives of the creative industries, development of institutional infrastructure [12]; scientists also paid special attention to cases of development of a sustainable creative economy based on the analysis of leading subsectors (crafts, performing arts, arts and crafts, etc.) [13-14] and the influence of digital competencies [15].

Of scientific interest is also a set of scientific works devoted to the study of international experience in the development of creative industries, in particular the analysis of the structure of the cultural and creative economy of Italy, where models of specialization and spatial distribution of creative industries are studied using an aggregated territorial unit [16], strategies and policies for managing the development of a digital creative economy in Indonesia [17], systems of economic support for cultural and creative workers in the EU [18], and issues of developing an innovative ecosystem for the creative economy in New Zealand and Brazil [19].

Results and discussions

As part of the bibliographic analysis, 2 data arrays were obtained in the context of key queries: “creative economy” and “creative industries”, each of which consisted of 1356 and 4121 documents, respectively. According to the analysis results, the bulk of works falls on the period 2018-2024, which is associated, firstly, with the growth of academic interest in studying the theoretical and practical features of the development of creative industries and determining their role in ensuring sustainable economic growth of territories; secondly, with the global digital transformation of almost all areas of activity, including creative, in terms of the development of digital platform services, virtualization, the distribution of NFT and blockchain in the creation of digital creative assets, etc. thirdly, with global trends in the development of the creative economy, especially in the context of the implementation of the sustainable development objectives outlined in 2021 when it was declared the International Year of the Creative Economy; fourthly, with the impact of the COVID-19 coronavirus pandemic on the adaptation of creative industries to crises and the transformational changes they cause; fifthly, with the formation of a special social category of people - digital nomads, who are of particular interest for study both from the point of view of economics, sociology, psychology, and from the position of an interdisciplinary approach; sixthly, with the presence of connectivity with sustainable development goals and the ESG agenda, since in the creative economy there are often cases of interaction with environmental aspects (for example, “sustainable design”, “green fashion”, “ecotourism”, “local communities”, etc.), issues of preserving cultural heritage and developing cultural tourism. The total number of citations for the two search formulas was 13,189 and 44,455 units, respectively (12,044 and 35,990 excluding co-citations), while the average number of citations per publication within the search query “creative economy” was 9,73 units, “creative industries” – 10,79, which indicates a greater interest on the part of scientists in the applied aspects of the scientific problem under consideration. It is also important to note that the difference in the total and average number of citations may indicate that the term “creative industries” is used in more practice-oriented contexts, while “creative economy” may remain a more theoretical and generalized category, considered most often from the standpoint of conceptual and comprehensive scientific approaches.

The main number of works are scientific articles for both search queries, in second place are

conference materials, and the top three is rounded out by book sections (monographs, textbooks, etc.). First of all, this is due to the fact that scientific articles are the main publication format, collections of materials from scientific and scientific-practical conferences are an operational way to present the results of your scientific research, while sections of books and monographs are fundamental sources that, as a rule, contain deeper and more detailed research results.

Speaking about the regional distribution of works, the following can be noted: 1) within the search query “creative economy”, the leading countries by the number of publications were England (212), USA (158), Australia (119), Indonesia (98), China (75) and South Korea (74); 2) at the same time, according to the search query “creative industries”, the leading regions by the number of works were England (695), China (532), Australia (440), USA (301), Italy (190), Netherlands (184) and Spain (175).

The results of the analysis also allow us to identify the TOP-3 research organizations / universities actively engaged in the study of the creative economy and creative industries: University of London, King's College London, and Queensland University of Technology.

Among the most popular journals chosen by authors for publication, for the entire analyzed period were (TOP-5 for each of the areas) (Table 2): 1) within the search query “creative economy”: Creative Economy, Sustainability, Elgar Original Reference, Handbook on the Digital Creative Economy, Kyoto Manifesto for Global Economics the Platform of Community Humanity And Spirituality; 2) for the search query “creative industries”: Creative Industries Journal, International Journal of Cultural Policy, Sustainability, Lecture Notes in Computer Science, Cultural Trends.

At the same time, if we talk about book series, within the framework of which materials were published, directly or indirectly related to the studied scientific problems (but identified within the framework of the designated search queries), then the following can be highlighted: Creative Economy, Regions And Cities, Routledge Focus On The Global Creative Economy, Connected Communities, Advances In Social Science Education And Humanities Research, Research Handbooks In Intellectual Property, Routledge Handbooks and many others, whose popularity is explained, on the one hand, by the interdisciplinary nature of the topic, and on the other, by the specialization and scientific focus of the represented publishers, including those actively publishing works on the issues under consideration. Among the WoS categories for both search formulas, the leading ones are Business, Management and Economics: they account for more than 40% of all works. Table 1 presents the key scientists and their works within the framework of the studied scientific problems and search queries used to conduct the bibliometric analysis.

Table 1 - Leading authors and the most cited publications on the topics of “creative economy” and “creative industries” (based on the results of the bibliometric analysis)

No	Author (TOP-3)	Key publications (TOP-3 by number of citations)
Search query 1: “creative economy”		
1	Comunian, R.	1. “Rethinking the Creative City: The Role of Complexity, Networks and Interactions in the Urban Creative Economy”; 2. “Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy”; 3. “Enabling and Inhibiting the Creative Economy: The Role of the Local and Regional Dimensions in England”

Table 1 – continued

2	Kacerauskas, T.	1. “The creative economy and sustainable development: The Baltic States”; 2. “The Terms and Concepts of Creative Society”; 3. “Technologies in creative economy and creative society”
3	Luckman, S.	1. “Craft entrepreneurialism and sustainable scale: resistance to and disavowal of the creative industries as champions of capitalist growth”; 2. “Craft Revival: The Post-Etsy Handmade Economy”; 3. “Craft and the Creative Economy”
Search query 2: “creative industries”		
1	O'Brien, D.	1. “Sociology, Sociology and the Cultural and Creative Industries”; 2. “Genres and inequality in the creative industries”; 3. “Cultural Engagement and the Economic Performance of the Cultural and Creative Industries: An Occupational Critique”
2	Potts, J.	1. “Four models of the creative industries”; 2. “Social network markets: a new definition of the creative industries”; 3. “Do developing economies require creative industries? Some old theory about new China”
3	Cunningham, S.	1. “Creative industries as a globally contestable policy field”; 2. “Rearticulating the creative industries-STEM relationship: the case of innovation precincts in South Australia”; 3. “Trojan horse or Rorschach blot? Creative industries discourse around the world”
<i>*Note: compiled by the authors based on bibliometric analysis data.</i>		

It is important to note that the main pool of works in both areas falls on the following goals: “No Poverty”, “Good Health And Well Being”, “Quality Education”, “Gender Equality”, “Industry Innovation And Infrastructure” and “Sustainable Cities And Communities” in the context of ensuring sustainable development of territories, which is explained by the ability of creative industries to create jobs, support small businesses (including local ones), improve the health, well-being of the population and local communities due to the influence of art and the development of digital technologies, the development of education in the context of creative skills and EdTech, ensuring equality due to the high involvement of women in creative professions, the development of innovation and infrastructure through the development, implementation and adaptation of digital ecosystems and technology hubs, as well as in the formation of sustainable cities due to the important role of creative industries in the popularization of urbanism, the integration of eco-design into urban space and the cultural development of territories.

The obtained data arrays were then uploaded to the VOSViewer program for subsequent analysis and obtaining frame clusters characterizing key trends in the context of the previously designated key queries “creative economy” and “creative industries” (Figure 1 (a, b)).

Based on the data obtained, within the first search query (by the keyword “creative economy”) and the analysis of 1356 scientific articles using the parameter “co-occurrence - all keywords”, 6 frame clusters were obtained that characterize the key trends in the study of publication activity according to the criterion under study:

- the first “cultural aspects and employment in the creative economy” (48 terms), including such keywords as: business, creative entrepreneurship, creative labor, creative work, employability, markets, participation and others;

- the second “cultural heritage, cultural tourism and the impact of the COVID-19 pandemic on the development of the creative sector of economic activity” (34 terms), combining such words and expressions as: cultural heritage, cultural tourism, cultural and creative industries, heritage, museum, impact, COVID-19, quality and others;
- the third “economics of culture, art, creative cities and the creation of cluster structures (including tourism)” (64 terms), which is associated with the following concepts: place, cities, clusters, industries, indicators, smart city, state, urban, etc.;
- the fourth, reflecting aspects of agglomeration, economic growth of territories, issues of human capital development for the creative economy and the role of knowledge and the formation of the necessary competencies for this sector of the economy (23 terms);
- the fifth, characterizing issues of responsible consumption (including products that are the result of the successful functioning of creative industries), management and geographical specialization of regions (20 terms);
- the sixth, combining works that reveal the possibilities of forming competitive advantages for companies representing the creative sector (17 terms) and the creative tourism market, as well as key aspects of state regulation of the industry.

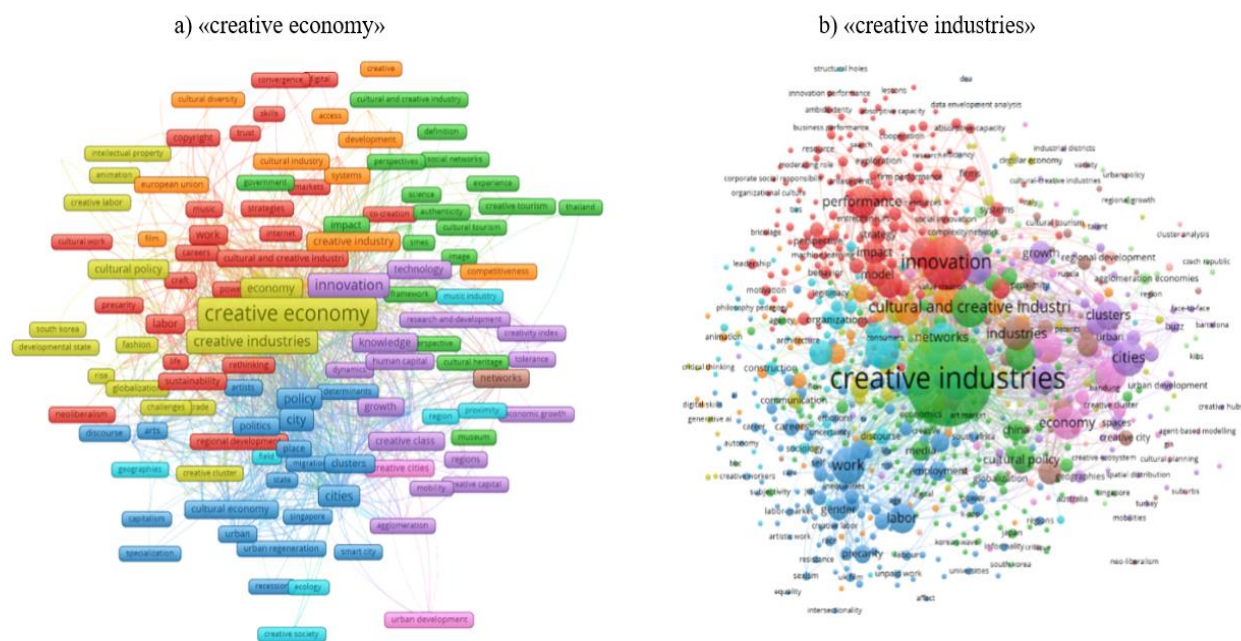


Figure 1 - Obtained frame clusters using the data array in terms of key queries “creative economy” (1356 publications) and “creative industries” (4121 publications)

Note – created by the authors based on the conducted scientific and theoretical analysis

Visualization of keywords related to creative industries (4121 publications analyzed) demonstrates their interdisciplinary nature, covering economic, innovative, urban, cultural, social, and technological aspects. The central criteria (frame clusters) are: *creative industries, innovation, networks, economy, cultural policy, clusters, growth, cities and labor*, which indicates the predominant number of studies devoted to the analysis of the current state of the creative industries, their network organization, role in the development of cultural policy and the preservation of cultural and historical heritage, as well as in creating jobs and ensuring economic growth of

territories. In addition, the studies included in the frame clusters emphasize the role of digital skills development, communication, and generative AI, indicating the growing influence of technologies in the development of creative industries. Thus, the analysis confirms that creative industries are a key factor in sustainable economic development, territorial organization, and innovation processes, forming new approaches to the interaction of business, society, and the urban environment.

Conclusion (findings). In general, summing up all the above, it can be noted that the influence of research trends in the field of creative economy and creative industries on the development of tourism can be considered through several key aspects:

1. growing interest on the part of the academic community in the study of issues of digital transformation and adaptation of various digital tools and ecosystem products in the tourism industry, including through the widespread use of virtual and augmented reality (VR / AR), which increase the level of tourist involvement and can generate sustainable tourist interest;

2. the focus of researchers on the sustainable development of territories and tourist destinations in studies of creative industries and their impact on the tourism sector; thus, the conducted scientometric analysis showed that studies of the creative economy are increasingly focused on the sustainable development goals (SDGs), including this is reflected in the popularization of eco-tourism, the establishment of effective communication with local communities, the development of local production and responsible consumption in tourism; It is also important to note that, according to the analysis, scientific papers have repeatedly considered issues related to ESG principles, which were then reflected in practical examples, for example, in the development of “green routes”, environmentally friendly materials and products in the restaurant and hotel business, etc.;

3. research into creative industries contributes to the formation of new business models of tourism models, including innovative ones, considering aspects of customized development and implementation of adapted tourism products on the market;

4. studying trends in the labor market and digital professions allows training specialists in the field of a new formation of the tourism market;

5. the conducted scientometric studies make it possible to form a fundamental basis for cluster development of territories, including combining creative industries, digital opportunities, and local production.

The results obtained in the course of the research conducted in the scientific article are of practical significance, since they allow identifying the most relevant and dynamically developing scientific areas at the intersection of creative industries, creative economy and tourism. The identified thematic clusters reflect sustainable research trends that can be used as a basis for developing scientifically based strategies for the development of creative and cultural tourism, digital transformation of the tourism industry, and development of regional policies for sustainable tourism territories. The findings presented can also contribute to decision-making in determining priorities for public and private investment, forming tourism clusters and adapting educational and innovative programs to the needs of the creative economy in the context of tourism.

This research was funded by the Science Committee of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan (Grant No. AP23489369).

BIBLIOGRAPHY:

1. Creative Economy Outlook 2024 report. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> (date of access: 21.04.2025).
2. PwC report “Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027”. URL: <https://www.pwc.com.tr/global-entertainment-media-outlook-2023-2027> (date of access: 30.04.2025).
3. Chaloupkova M., Kunc J., Koutsky J. Creative economy: support of creative hubs by the public sector in the urban environment, Technological and economic development of economy. 2023, vol. 29, no. 6, pp. 1611-1632, doi: 10.3846/tede.2023.20136.
4. Dora B., Reka H., Gabor L. Coworking spaces and the creative economy in a peripheral city, Ter es tarsadalom. 2024, vol. 38, no. 1, pp. 183-209, doi: 10.17649/TET.38.1.3518.
5. Koumoutsea A., Boufounou P., Mergos G. Evaluating the Creative Economy Applying the Contingent Valuation Method: A Case Study on the Greek Cultural Heritage Festival, Sustainability. 2023, vol. 15, no. 23, article no. 16441, doi: 10.3390/su152316441.
6. Dravet F., Marques A., Chaves B., Sardinha M. The constitution of the Creative Economy research field at the international level: bibliometric study, EPTIC. 2023, vol. 25, no. 2, pp. 49-73.
7. Khanin S., Kovalchuk S., Yakymova N., Harvat O., Taranych A. Modeling the influence of intellectual and innovative determinants on the economic systems' development in the conditions of the creative economy formation, Management theory and studies for rural business and infrastructure development. 2023, vol. 45, no. 2, pp. 133-141, doi: 10.15544/mts.2023.14.
8. Mikulic K., Jelusic A. Composite indices for the creative economy: a review and evaluation, Cultural trends. 2025, pp. 1-25, doi: 10.1080/09548963.2025.2459777.
9. Nakudom S., Nakudom S.S., Wannapiroon P. Development of Creative Economy Innovation and Digital Entrepreneurial Ability for Distribution Strategy by using Design Thinking, Journal of distribution science. 2023, vol. 21, no. 4, pp. 11-20, doi: 10.15722/jds.21.04.202304.11.
10. Wardana L.W., Ahmad, Indrawati A., Maula F.I., Mahendra A.M., Fatihin M.K., Rahma A., Nafisa A.K., Putri A.A., Narmaditya B.S. Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude, HELIYON. 2023, vol. 9, no. 1, article no. e12763, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e12763.
11. Wells J. Creative social entrepreneuring as a vehicle for creative emancipation, Creative industries journal. 2024, vol. 17, no. 2, pp. 272-291, doi: 10.1080/17510694.2024.2363694.
12. Manioudis M., Angelakis A. Creative Economy and Sustainable Regional Growth: Lessons from the Implementation of Entrepreneurial Discovery Process at the Regional Level, SUSTAINABILITY. 2023, vol. 15, no. 9, article no. 7681, doi: 10.3390/su15097681.
13. Prajanti S., Daud D., Amin S., Subiyanto, Adzim F. A sustainable creative economy development model using a penta-helix approach based on local wisdom in Magelang City, Indonesia, Visions for sustainability. 2023, no. 20, pp. 239-275, doi: 10.13135/2384-8677/7917.
14. Yan W., Liu S. Creative Economy and Sustainable Development: Shaping Flexible Cultural Governance Model for Creativity, SUSTAINABILITY. 2023, vol. 15, no. 5, article no. 4353, doi: 10.3390/su15054353.
15. Widodo W., Triyono M., Sudira P., Mutohhari F. Building Sustainable Creative Economy in Society through the Mediation Role of Innovation Behavior, SUSTAINABILITY. 2023, vol. 15, no. 14, article no. 10860, doi: 10.3390/su151410860.

16. Crociata, Pinate A., Urso G. The cultural and creative economy in Italy: Spatial patterns in peripheral areas, *European urban and regional studies*. 2024, vol. 32, no. 1, pp. 53-75, doi: 10.1177/09697764231222221.
17. Dellyana D., Arina N., Fauzan T. Digital Innovative Governance of the Indonesian Creative Economy: A Governmental Perspective, *SUSTAINABILITY*. 2023, vol. 15, no. 23, article no. 16234, doi: 10.3390/su152316234.
18. Dent T., Comunian R., Tanghetti J. Who cares for creative and cultural workers? The role of intermediaries in Europe's creative economy, *Cultural trends*. 2024, vol. 33, no. 5, pp. 562-579, doi: 10.1080/09548963.2023.2236980.
19. Frommherz G., Narayan A. New Zealand's creative economy: in search of research," *Creative industries journal*. 2023, doi: 10.1080/17510694.2023.2234894.

REFERENCES:

1. Creative Economy Outlook 2024 report. URL: <https://unctad.org/publication/creative-economy-outlook-2024> (date of access: 21.04.2025).
2. PwC report "Global Entertainment & Media Outlook 2023–2027". URL: <https://www.pwc.com/tr/global-entertainment-media-outlook-2023-2027> (date of access: 30.04.2025).
3. Chaloupkova M., Kunc J., Koutsky J. (2023) Creative economy: support of creative hubs by the public sector in the urban environment, *Technological and economic development of economy*, vol. 29, no. 6, pp. 1611-1632, doi: 10.3846/tede.2023.20136 (In English).
4. Dora B., Reka H., Gabor L. (2024) Coworking spaces and the creative economy in a peripheral city, *Ter es tarsadalom*, vol. 38, no. 1, pp. 183-209, doi: 10.17649/TET.38.1.3518 (In English).
5. Koumoutsea A., Boufounou P., Mergos G. (2023) Evaluating the Creative Economy Applying the Contingent Valuation Method: A Case Study on the Greek Cultural Heritage Festival, *Sustainability*, vol. 15, no. 23, article no. 16441, doi: 10.3390/su152316441 (In English).
6. Dravet F., Marques A., Chaves B., Sardinha M. (2023) The constitution of the Creative Economy research field at the international level: bibliometric study, *EPTIC*, vol. 25, no. 2, pp. 49-73 (In English).
7. Khanin S., Kovalchuk S., Yakymova N., Harvat O., Taranych A. (2023) Modeling the influence of intellectual and innovative determinants on the economic systems' development in the conditions of the creative economy formation, *Management theory and studies for rural business and infrastructure development*, vol. 45, no. 2, pp. 133-141, doi: 10.15544/mts.2023.14 (In English).
8. Mikulic K., Jelusic A. (2025) Composite indices for the creative economy: a review and evaluation, *Cultural trends*, pp. 1-25, doi: 10.1080/09548963.2025.2459777 (In English).
9. Nakudom S., Nakudom S.S., Wannapiroon P. (2023) Development of Creative Economy Innovation and Digital Entrepreneurial Ability for Distribution Strategy by using Design Thinking, *Journal of distribution science*, vol. 21, no. 4, pp. 11-20, doi: 10.15722/jds.21.04.202304.11 (In English).
10. Wardana L.W., Ahmad, Indrawati A., Maula F.I., Mahendra A.M., Fatihin M.K., Rahma A., Nafisa A.K., Putri A.A., Narmaditya B.S. (2023) Do digital literacy and business sustainability matter for creative economy? The role of entrepreneurial attitude, *HELIYON*, vol. 9, no. 1, article

no. e12763, doi: 10.1016/j.heliyon.2022.e12763 (In English).

11. Wells J. (2024) Creative social entrepreneuring as a vehicle for creative emancipation, *Creative industries journal*, vol. 17, no. 2, pp. 272-291, doi: 10.1080/17510694.2024.2363694 (In English).

12. Manioudis M., Angelakis A. (2023) Creative Economy and Sustainable Regional Growth: Lessons from the Implementation of Entrepreneurial Discovery Process at the Regional Level, *SUSTAINABILITY*, vol. 15, no. 9, article no. 7681, doi: 10.3390/su15097681 (In English).

13. Prajanti S., Daud D., Amin S., Subiyanto, Adzim F. (2023) A sustainable creative economy development model using a penta-helix approach based on local wisdom in Magelang City, Indonesia, *Visions for sustainability*, no. 20, pp. 239-275, doi: 10.13135/2384-8677/7917 (In English).

14. Yan W., Liu S. (2023) Creative Economy and Sustainable Development: Shaping Flexible Cultural Governance Model for Creativity, *SUSTAINABILITY*, vol. 15, no. 5, article no. 4353, doi: 10.3390/su15054353 (In English).

15. Widodo W., Triyono M., Sudira P., Mutohhari F. (2023) Building Sustainable Creative Economy in Society through the Mediation Role of Innovation Behavior, *SUSTAINABILITY*, vol. 15, no. 14, article no. 10860, doi: 10.3390/su151410860 (In English).

16. Crociata, Pinate A., Urso G. (2024) The cultural and creative economy in Italy: Spatial patterns in peripheral areas, *European urban and regional studies*, vol. 32, no. 1, pp. 53-75, doi: 10.1177/09697764231222221 (In English).

17. Dellyana D., Arina N., Fauzan T. (2023) Digital Innovative Governance of the Indonesian Creative Economy: A Governmental Perspective, *SUSTAINABILITY*, vol. 15, no. 23, article no. 16234, doi: 10.3390/su152316234 (In English).

18. Dent T., Comunian R., Tanghetti J. (2024) Who cares for creative and cultural workers? The role of intermediaries in Europe's creative economy, *Cultural trends*, vol. 33, no. 5, pp. 562-579, doi: 10.1080/09548963.2023.2236980 (In English).

19. Frommherz G., Narayan A. (2023) New Zealand's creative economy: in search of research," *Creative industries journal*, doi: 10.1080/17510694.2023.2234894 (In English).

D. MAMRAYEVA

Candidate of Economic Sciences, Professor
Karaganda Buketov University
(Kazakhstan, Karaganda)
e-mail: dina2307@mail.ru

L. TASHENOVA

Associate professor
Karaganda Buketov University
(Kazakhstan, Karaganda)
e-mail: larisatash_88@mail.ru

Received 15.02.2025

Received in revised form 29.05.2025

Accepted for publication 30.06.2025

Д. МАМРАЕВА¹, Л. ТАШЕНОВА¹✉

Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті
(Қазақстан, Қарағанды), e-mail: larisatash_88@mail.ru

**КРЕАТИВТІ ИНДУСТРИЯНЫ ЗЕРТТЕУДЕГІ ЖАҒАНДЫҚ ҮРДІСТЕР ЖӘНЕ
ОЛАРДЫҢ ТУРИЗМГЕ ӘСЕРІ: БИБЛИОМЕТРИЯЛЫҚ ТАЛДАУ**

Аңдатпа. Бұл ғылыми мақалада Web of Science ғылыми-метриялық дерекқорына негізделген креативті экономика және креативті индустриялар саласындағы зерттеулердің библиометриялық талдауы ұсынылған. «Creative economy» және «creative industries» іздеу сұраныстары бойынша тиісінше 1356 және 4121 жұмыс талданды. Авторлар зерттеліп отырған ғылыми мәселе аясында негізгі ғылыми трендтерді, жарияланымдық белсенділіктің динамикасын және дәйексөз келтіру құрылымын анықтау үшін библиографиялық талдау, кластерлеу және графикалық интерпретация әдістерін қолданды. Бірінші іздеу сұранысы («creative economy» кілт сөзі) аясында зерттелетін критерий бойынша жарияланымдық белсенділікті зерттеудің негізгі трендтерін сипаттайтын 6 фрейм-кластер анықталды: бірінші – «креативті экономикадағы мәдени аспектілер мен жұмыспен қамту»; екінші – «мәдени мұра, мәдени туризм және COVID-19 пандемиясының креативті экономикалық сектордың дамуына әсері»; үшінші – «мәдениет экономикасы, өнер, креативті қалалар және кластерлік құрылымдарды қалыптастыру»; төртінші – агломерация және аумақтардың экономикалық өсу аспектілерін сипаттайтын; бесінші – жауапты тұтыну мәселелерін қарастыратын; алтыншы – креативті сектордағы компаниялардың бәсекелестік артықшылықтарын қалыптастыру мүмкіндіктерін ашатын зерттеулерді біріктіреді. Креативті индустриялармен байланысты кілт сөздерді фрейм-кластерлер негізінде визуализациялау олардың пәнаралық сипатын көрсетеді, экономикалық, инновациялық, урбанистикалық, мәдени, әлеуметтік және технологиялық аспектілерді қамтиды. Сонымен қатар, фрейм-кластерлерге кіретін жарияланымдар цифрлық дағдыларды дамыту, коммуникация және генеративті ЖИ рөлін ерекше атап өтеді, бұл технологиялардың креативті индустриялардың дамуына өсіп келе жатқан әсерін көрсетеді. Сонымен қатар, фрейм-кластерлерге кіретін жарияланымдар цифрлық дағдыларды дамыту, коммуникация және генеративті жасанды интеллекттің рөлін атап көрсетеді, бұл технологиялардың креативті индустриялардың дамуына өсіп келе жатқан әсерін айқындайды. Бұған қоса, авторлар талданған жарияланымдық белсенділік аясында туризм индустриясының, соның ішінде креативті туризмнің дамуына әсер ететін негізгі тенденцияларды анықтады.

Кілт сөздер: библиометриялық талдау, креативті индустрия, креативті экономика, ғылыми және зерттеу үрдістері, туризм экономикасы, туристік қызмет көрсету нарығы, креативті туризм.

Д. МАМРАЕВА¹, Л. ТАШЕНОВА¹✉

Карагандинский университет имени академика Е.А. Букетова
(Казахстан, Караганда), e-mail: larisatash_88@mail.ru

ГЛОБАЛЬНЫЕ ТРЕНДЫ В ИССЛЕДОВАНИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ТУРИЗМ: БИБЛИОМЕТРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Аннотация. В данной научной статье представлен библиометрический анализ исследований в области креативной экономики и креативных индустрий, основанный на данных наукометрической базы Web of Science. Было проанализировано 1356 и 4121 работ в рамках поисковых запросов «creative economy» и «creative industries» соответственно. Авторы использовали методы библиографического анализа, кластеризации и графической интерпретации для выявления ключевых научных трендов, динамики публикационной

активности и структуры цитируемости в рамках исследуемой научной проблематики. В рамках первого поискового запроса (по ключевому слову «creative economy») было получено 6 фрейм-кластеров, характеризующих ключевые тренды в рамках изучения публикационной активности по исследуемому критерию: первый - «культурные аспекты и занятость в креативной экономике»; второй - «культурное наследие, культурный туризм и влияние пандемии COVID-19 на развитие креативного сектора экономической активности»; третий - «экономика культуры, искусство, креативные города и создание кластерных структур»; четвертый, отражающий аспекты агломерации, экономического роста территорий; пятый, характеризующий вопросы ответственного потребления; шестой, объединяющий работы, раскрывающие возможности формирования конкурентных преимуществ компаниями, представляющими креативный сектор. Визуализация ключевых слов, связанных с креативными индустриями (при построении фрейм-кластеров), демонстрирует их междисциплинарный характер, охватывая экономические, инновационные, урбанистические, культурные, социальные и технологические аспекты. Кроме того, публикации, входящие во фрейм-кластеры, подчеркивают роль развития цифровых навыков, коммуникации и генеративного ИИ, указывая на растущее влияние технологий в развитии креативных индустрий. Помимо этого, авторами были выявлены ключевые тенденции в рамках анализируемой публикационной активности, влияющие на развитие туристской отрасли, включая развитие креативного туризма.

Ключевые слова: библиометрический анализ, креативные индустрии, креативная экономика, научные и исследовательские тренды, экономика туризма, рынок туристских услуг, креативный туризм.

Қ.ҚАРАТЫШҚАНОВА¹✉, С.ПӘРМЕНҚҰЛ², Б.СИЗДИКОВ³, Т.ИСКАКОВ¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан), e-mail: k.karatyshkanova@iuth.edu.kz

²Отырар мемлекеттік археологиялық қорық-музейі РМҚК (Қазақстан, Шәуілдір)

³Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті

(Қазақстан, Түркістан)

**XI–XIV ҒАСЫРЛАРДАҒЫ ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНЫҢ ДІНИ-ҒҰРЫПТЫҚ
МӘДЕНИЕТІ ЖӘНЕ ОНЫҢ РУХАНИ ТУРИЗМДЕГІ ӘЛЕУЕТІ (КҮЛТӨБЕ
ҚАЛАШЫҒЫ МАТЕРИАЛДАРЫ НЕГІЗІНДЕ)**

Аңдатпа. Түркістан қаласының түркі дүниесіндегі тарихи, рухани орны — қазіргі таңда толық зерттеліп болмаған өзекті ғылыми мәселелердің бірі. Ислам діні келмей тұрып-ақ Түркістанның қасиетті мекен ретінде танылуы, бұл өлкенің көне дәуірлерден бастап-ақ киелі кеңістік ретіндегі тарихи-мәдени рөлін аңғартады. Түркі халықтарының ортақ тарихи жадында Түркістан – тек географиялық нүкте емес, рухани тұтастықтың, мәдени сабақтастықтың және өркениеттік өзін-өзі танудың іргелі белгісі ретінде қалыптасқан. Қазақстан Республикасы Президенті Қ.Тоқаевтың «Түркістан қаласының ерекше мәртебесі туралы» заңға қол қоюы – осы рухани-мәдени салмақты мемлекет тарапынан мойындаудың айқын көрінісі.

Осы мақалада Түркістан қаласының құрамдас бөліктерінің бірі – Күлтөбе қалашығында жүргізілген археологиялық және остеологиялық зерттеулер негізінде XI–XIV ғасырлар аралығындағы діни-ғұрыптық дәстүрлер мен жерлеу мәдениеті қарастырылады. Зерттеу нәтижесінде табылған қабір құрылыстары мен зергерлік бұйымдар (алтын сырға, қола білезік, шыны моншақтар) мұсылмандық қағидаттармен қатар, жергілікті наным-сенім жүйесінің өзара тоғысу үдерісін көрсетеді. Бұл жағдай діни сенімдер мен күнделікті тұрмыстың синкреттік сипатын аша отырып, Түркістанның мәдени-рухани болмысының көпқырлылығын дәлелдейді.

Мақалада қарастырылған деректер тек ғылыми тұрғыда ғана емес, қазіргі замандағы рухани және мәдени туризмнің мазмұнын байытуда да маңызды. Түркістанның археологиялық және сакралды кеңістіктері туристік маршруттар үшін құнды нысандар бола алады. Күлтөбе сияқты киелі орындарда сақталған тарихи-мәдени жәдігерлер, әсіресе зияраттық сапарлар мен танымдық-экскурсиялық туризмді дамытуда ерекше маңызға ие. Ортағасырлық дәуірлерге тән жерлеу салттарының ерекшелігі, мәдени синтездің айқын белгілері, сондай-ақ рухани сабақтастықтың нақты материалдық куәлары – бұл өңірдің туристік әлеуетін арттырып қана қоймай, тарихпен рухани байланыс орнатуға ынталандырады.

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Қаратышқанова Қ., Пәрменқұл С., Сиздилов Б., Искаков Т. XI–XIV ғасырлардағы түркістан қаласының діни-ғұрыптық мәдениеті және оның рухани туризмдегі әлеуеті (Күлтөбе қалашығы материалдары негізінде) – 2025. – No2(8). – б. 258–271. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.18>

***Cite us correctly:** Karatyshkanova K., Parmenkul S., Sizdikov B., Iskakov T. XI–XIV gasyrlardagy turkistan kalasynyn dini-guryptyk madenieti zhane onyn rukhani turizmdegi aleueti (Kultobe kalashygy materialdary negizinde) [Religious and ritual culture of Turkestan in the XI–XIV centuries and its potential in spiritual tourism (based on the materials of the Kultobe settlement)] – 2025. – No2(8). – p. 258–271. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.18>

Сонымен қатар, археологиялық деректердің остеологиялық талдаумен сабақтастырылуы Түркістан қаласының тарихи-әлеуметтік құрылымын кешенді пайымдауға жол ашады. Жерленген адамдардың әлеуметтік, жас ерекшеліктері мен мәдени атрибуттары арқылы көне Түркістанның тек діни орталық емес, сонымен бірге саяси, әскери, этноәлеуметтік мәні бар аймақ болғанын дәлелдейді.

Жалпы алғанда, мақалада ұсынылған деректер Түркістан қаласының киелілік феноменін ғылыми негізде зерделеп, оны рухани және мәдени туризмнің заманауи формаларына бейімдеу үшін маңызды теориялық және практикалық қорытындылар ұсынады.

Кілт сөздер: Күлтөбе, ғибадатхана, Ясы, Шауғар, Түркістан, жерлеу ғұрпы, Қожа Ахмет Йасауи, археологиялық қазбалар, мәдени туризм.

Кіріспе

Түркістан – түркі өркениетінің өзегінде орналасқан, көне дәуірлерден бері қасиетті мекен ретінде танылған рухани орталық. Алайда, бұл киелі қаланың толыққанды зерттелмеген тарихи қабаттары әлі де көп. Біз қазірге дейін сол рухани мұраның тек алғашқы, ең үстіңгі қабаттарын ғана тани бастағанымызды мойындауымыз қажет. Түркістанның қашан киелі мекенге айналғаны, Қожа Ахмет Ясауи бабамыздың бұл өңірді не себепті таңдағаны сынды терең сұрақтарға нақты әрі жан-жақты жауаптар әлі толық берілмеген.

Бұл тұрғыда орыс зерттеушісі П.И. Рычковтың 1762 жылы жазылған «Топография Оренбургской губернии» атты еңбегі айтарлықтай қызығушылық тудырады. Онда «О Туркестанском владении» [1,18-19] атты тарауда Түркістан қаласының ежелгі кезеңдердегі мәртебесі, оның Бухарадан бұрын пайда болғандығы туралы деректер келтіріледі. Рычковтың деректеріне қарағанда, Түркістан қаласы бүкіл Азияға билік жүргізген алғашқы орталықтардың бірі болған, тіпті оны Жамшид-шах Иранскийдің салғаны жөнінде де айтылады. Бұл деректердің шынайылығын растау – қазіргі археология, антропология және дінтану ғылымдарының өзекті міндеті.

Күлтөбе қалашығынан табылған археологиялық олжалар – бұл тарихи мәліметтердің ғылыми негізін кеңейтуге мүмкіндік беретін нақты дәлел. XI–XIV ғасырлар аралығына жататын жерлеу орындары, ғұрыптық жәдігерлер, зергерлік бұйымдар мен культтік артефактілер Түркістанның ерте кезден бастап рухани-діни тәжірибе алаңы болғанын көрсетеді.

Осы тарихи деректер мен археологиялық табыстар негізінде Түркістанды **рухани туризмнің орталығы** ретінде дамыту мүмкіндігі айқындалып отыр. Түркістанға деген қызығушылықты тек діни сеніммен ғана емес, тарихи-мәдени ізденіспен ұштастыру – туризмнің жаңа форматының негізі бола алады.

Күлтөбе Қожа Ахмет Йасауи кесенесінен оңтүстік батысқа қарай 300 метр жердегі көне қалашық орны. Ол қалашықтың жоғары қабаты XVIII–XIX ғғ. тән болғандықтан ол жер бұрындары мамандардың назарын оншалықты аудармаған болатын. 1997 жылы Қожа Ахмет Ясауи университеті археологтары тарапынан жүргізілген археологиялық қазба жұмыстары Күлтөбенің тарихы көне дәуірлерге кететінін анықтады. Сол кездің өзінде 2500 жылдық тарихы айқындалған болатын. Кейіннен 2011 жылы археолог Ерболат Смағұлов өзінің қазба жұмыстарын бастағанда Күлтөбенің орталық бөлігінен көне ғибадатханаға тап болады. 2012 жылы қазба жұмысын жалғастырып, бұл крест түрінде салынған ғимараттың көне ғибадатхана екенін анықтады және ол ғибадатхананың б.д. I–II ғасырлары деген қортындыға келеді [2, 8]. Күлтөбеден мұндай ғибадатхананың табылуы кездейсоқтық еместігі Түркістанның көне тарихына қатысты материалдар айғақтайды.

Ортағасырлық Түркістан қаласы – Орталық Азиядағы тарихи-мәдени дамудың көрнекті орталықтарының бірі болып саналады. Бұл қала тек саяси және діни маңыздылығымен ғана емес, сонымен қатар оның құрамындағы археологиялық ескерткіштердің, соның ішінде,

айтқанымыздай, Күлтөбе қаласының тарихи-мәдени қабаттарының байлығымен ерекшеленеді. Түркістан өңіріндегі археологиялық зерттеулердің нәтижелері қала аумағының кең тарихи кезеңдерді қамтитынын және түрлі өркениеттердің тоғысқан ордасы болғанын айғақтайды. Тарихи деректерге көз жүгіртер болсақ Түркістан өңірінің VII-XII ғғ. «Шауғар» деген атпен танылғандығы белгілі. Бұл өңір Түркі қағанатына қараған. Өңір IX ғ. қарлұқтар мен оғыздардың ықпалында болды. Қазіргі Түркістан қаласынан оңтүстік-шығысына қарай 8 шақырым жерде орналасқан Шойтөбе атты көне қала орны сол бұрынғы Шауғар қаласының орны деген болжам бар [3,77; 4, 176].

Қожа Ахмет Йасауидің көне Йасы қаласына келуінің өзі жайдан-жай еместігін, ол кісінің бұл жердің киелілік сипатын танып барып келгенін көрсетеді. Демек, Е. Смағұлов Күлтөбе қалашығында ашқан көне ғибадатханасы сол қытай жазбаларында жазылған ғибадатхана екендігіне дау жоқ. Бұл жерде бізді таң қалдырған тағы бір мәселе Күлтөбедегі ғибадатхана мен Қожа Ахмет Йасауи кесенесі арасында жерасты жолының болуы және ол жер асты жолы кесене салынбай тұрып, Қожа Ахмет Йасауиден де көп бұрын болғандығы таң қалдырады. Демек, бұл Күлтөбе ғибадатханасы мен Қожа Ахмет Йасауи кесенесі арасында көнеден келе жатқан қандай да бір байланыстың болғандығын көрсетеді. Сол байланыстың мәнін ашуға Шойтөбе қалашығында 1989-1992 жылдар арасында жүргізілген қазба жұмыстары да аз да болса мәлімет бере алады. Мысалы, 1990 жылы жүргізілген қазба жұмыстарында кездескен жерлеу рәсімдері біз үшін ол кезде жұмбақ болатын. Шойтөбеде жерленген кісілердің көпшілігінің бастары солтүстік-батысқа қарай жатқызылып, жүздері Түркістанға қарай жерленуі болатын. Ондай жерлеу рәсімдері №9 бөлмеде, 10-11 бөлмелер аралығында жерленген мүрделердің осындай тәртіппен жерленгенін көруге болады. Алайда, біз ол кезде бұл мәселеге оншалықты мән бергеніміз жоқ. Ал соңғы жылдары табылып жатқан деректер Шойтөбедегі кісілерді жерлеу рәсімі кездейсоқтық еместігін көрсетіп отыр [5, 9-10]. Бұл болжамымыздың дұрыстығын «Қожа Ахмет Ясауи кесенесінің Қазандық бөлмесінде жүргізілген археологиялық зерттеулер» де дәлелдейді. Кесененің Қазандық бөлмесіне жерленген кісілердің сағаналарын зерттеген кезде олардың барлығындағы мүрделердің бастары Қабырханаға қарай бағытталып жерленгенін көруге болады. «Сүйектердің басы бес жаққа бағытталған. 16 мүрденің басы солтүстікке, 22 мүрде солтүстік-батысқа, яғни Қабырхана жаққа бағытталған» [6, 3 б]. Бұл келтірілген деректердің барлығы Күлтөбедегі ғибадатхана мен Қожа Ахмет Йасауи кесенесі арасында белгілі бір байланыстың барлығын, Түркістанның көне дәуірлердің өзінде-ақ діни-рухани орталық болғандығын дәлелдейді. Сонда қытай жазбаларындағы «Шы» атты қала қай дінмен байланысты еді деген заңды сұрақ туындайды.

Ал ол байланыстың құпиясын ашу біздің алдымызға жаңа әлі шешімі табылмаған жаңа міндеттер қояры анық. Сондықтан біз жауабы табылмаған сұрақтарға жауап беру үшін мәселені басқа қырынан қарастыруды жөн санадық. Ол үшін жалпы Кангюй мемлекетінің, оның халқының тарихына тереңдеп қарау керектігін түсінеміз. Кангюй атауы қайдан шықты, неге байланысты олай аталды? Алдымен осы сұрақтарға жауап бере алсақ, ары қарай осы кезге дейін шешілмей келген түйінді шешуге жол ашылмақ.

Көне дәуір ескерткіші, зооастризм дінінің негізгі кітабы болып табылатын «Авестада» Сырдария өзенінің көне аты «Канха» деп аталады [7,36;201] Осы Канха өзені жағасындағы халықты ирандықтар «кангар», қытайлар «кангюй» деп атады. Бұл халықты осы күнге дейін тарихта ирантілдес болды деген пікір қалыптасқан және ол пікір әлі өзгере қойған жоқ. Алайда, канха немесе қаңлы атауы ирантілдес халықтар құрамында кездеспейді және Канханы Иранның шығысындағы ел деп атайды. Демек, кангардың да, кангюйдің де

ирандықтарға ешқандай қатысы жоқ. Ал түркілердің өзі Сыр бойын мекендеген халықты «қаңлы» деп атағаны бұрыннан белгілі және осы қаңлы атауы бар қаншама ру, тайпаларды түркі халықтары құрамынан кездестіре аламыз. Олай болса, қазақ және өзге де түркі халықтары атаулары құрамында «қанх» компоненті бар ру, тайпалардың шығу тегін осы «Қанхамен» байланыстырғанымыз дұрыс. Мысалы, қаңлы, қоңырат, кенгерес, кенегес т.б. атаулардың түп негізі Сырдарияның сол көне атауымен байланысты екендігі күмән тудырмайды. Алайда, бұл пікірдің қазіргі отандық тарих ғылымында қалыптасқан «Түркілер Сібір ормандары мен Моңғол үстіртінен, Алтайдан келді» деген қалыптасқан пікірге қайшы екендігін де білеміз. Соған қарамастан түркі халықтарының шыққан тегі мен жеріне қатысты жаңа тұжырымды ұсынып отырмыз. Бұл бір жағынан түркі халықтарының негізгі шыққан жерінің қайда екендігін, қазақ ешқашанда қазіргі өзінің тұрған жеріне сырттан көшіп келмегендігін білдірсе, екінші жағынан өзінің түп тарихын қайта қарастыруға мүмкіндік алады. Ол үшін көне тарихи дерек көздерін қайтадан сараптаудан өткізу қажеттігі туындайды. Енді сол дерек көздеріне кезек беріп, түркінің шыққан тегіне қайта талдау жасап көрелік.

Рашид ад-диннің «Жылнамасында» Нух пайғамбардың жерді солтүстіктен оңтүстікке қарай үшке бөліп, оның бір бөлігін үлкен ұлы Хамға бергенін, Хамнан қара нәсілді халықтар тарағанын; екінші бөлігін Самға бергенін, одан араб, парсы мен жалпы индоевропалықтар тарағанын; үшінші бөлігін Яфетке (Яфес) бергенін, Яфеттен түркілер мен моңғолдар және т.б. халықтар таралғанын жазады [8, 80]. Әбілғазының «Түрік шежіресінде» де осы аңыз қайталанайды [9, 208 б.]. Осы Нух пайғамбардың ұлы Яфестің баласын не немересін түріктер Булджа (Абулджа) хан деп атайды. Рашид ад-дин «Жылнамасында» Абулджа ханның тұрған жері туралы мынадай деректер келтіріледі: Абулджа ханның жайлауы Ортау мен Қазтауда болды және осы маңайда Инандж атты қала бар еді. Ал қыстауы Бурсун, Какян, Қарақорұм атты жерлерде. Осы жерлерге жақын Талас, Қары-Сайрам атты қалалар болды. Қары-Сайрам қаласы көне, әрі үлкен. Ол қаланы көргендер бір шетінен екінші шетіне жету үшін бір күн жол жүру керектігін жазады [8, с. 80]. Орыс зерттеушісі Н.Березин Рашид ад-дин келтірген осы деректі талдай келе, Қазтау Сырдария өзенін жағалай созылып жатқан Қаратау, Ортау Талас Алатауы деп есептейді [10, с. 80]. Бұған қоса қалалар атауынан да бұл жерлердің түркілерге тән екенін байқауға болады. Жалпы бұл деректер түркілердің шыққан жері осы Сыр бойы мен Қаратау мен Алатау болғандығын көрсетеді. Ал Қары-Сайрам қаласы туралы дерек те түріктің түп қазығы осы Сыр бойы болғандығын нақтылай түседі. Қары Сайрам аталған қала түрік дүниесінің рухани тірегі болған Түркістан емес пе деген заңды сұрақ туындатады. Өйткені, Оғыз қаған аңызының түріктер арасына тараған нұсқасында Оғыз қағанның астанасы «қырық қақпалы Қарашық» атты қала екендігі айтылады. Түркістанның «Қырық қақпалы Қарашық» деп аталуы көнеден келе жатқан атау екендігін тарихи деректер де айғақтайды. Мысалы, Молла Мұхамметсадық Сапабекұлының «Түркістандағы тарихи зиарат» атты еңбегінде Қожа Ахмет Йасауидің «қырық қақпалы Қарашыққа» келгендігі жазылады [10]. Ортағасырлық араб деректерінде бұл қала «Шавғар» деген атпен белгілі. Ал, археолог Е.Смагулов Шавгар атауының соғды тіліндегі формасында жеткенін, соғды тілінде де «Sawgar» - «Қаратау» аталғанын және көне Канг сақтарының /турлардың/ киелі орталығымен байланысты айтылғанын жазады [11, с.131]. Демек, бұл деректердің барлығынан киелілік сипат Түркістан жерінің көнеден келе жатқан айрықша белгісі екендігін көруге болады. Ендігі кезекте біздің алдымызда Түркістан жерінің тарихына, киелілік сипатының қалыптасуына ықпал еткен негізгі факторды анықтау мақсаты тұрады.

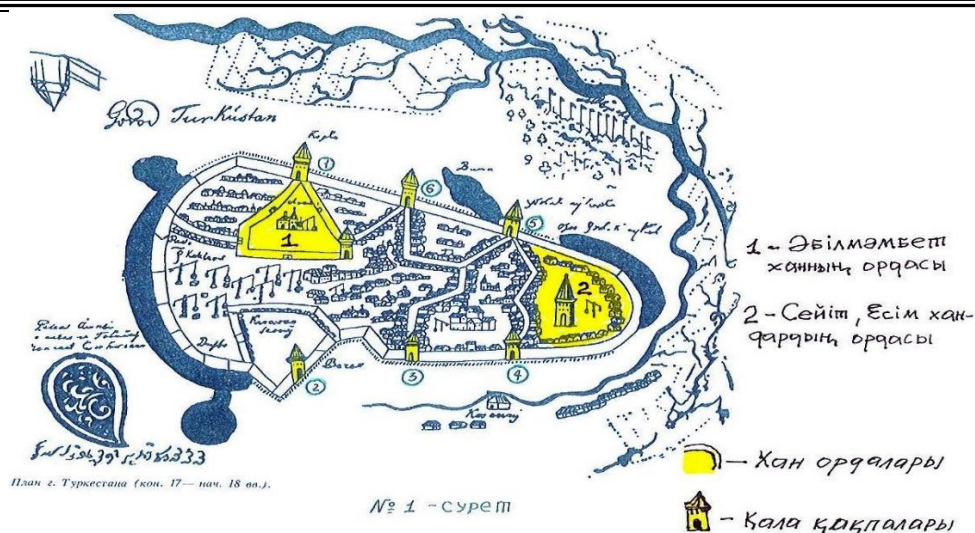
«Шауғар» сөзінің қазақ тілінде аудармасы Қаратау. Шауғар мен Фараб өңірі Тарбад деп

аталған бір иеліктің құрамдас бөлігі болған. Сондықтан Махмуд Қашқари «Дивани лұғат ат-Түрік» атты еңбегінде «Қарчук-Фарабтың басқа аты» деп жазады. Бұл иелік түркі қағанатына қарады. Араб географы әл-Мақдисидің сипаттауынша X ғ. аяғында: «Шауғар айналасында елді мекендер бар, биік қорғанмен қоршалған үлкен қала. Мешіті базар ішінде. Араб деректері бұл қаланы Шауғар десе, түркі деректері Қарашық деген. «Оғыз қаған» дастанында Салар Қазанды «Қарашықтың қабыланы» деп жырласа, қазақ жыр-дастандарында, аңыз-әңгімелерінде «Қырық қапалы Қарашық» деп аталған [11, 6]. XII ғ. Шауғар аты тарихи деректерде сирек кездесіп, қала Ясы атымен кеңінен таныла бастады. Бұған түркі дүниесінің рухани ұстазына айналған Қожа Ахмет Ясауидің аталмыш қалада өмір сүріп, өз ілімін насихаттауы қаланың одан әрі гүлденіп дамуына бірден-бір себепші болды.

XV-XVI ғғ. Ясы қаласының атауы Түркістан деген атпен таныла бастайды. Қала атауының өзгеруіне байланысты алғаш пікір білдірген зерттеушілердің бірі В.В.Бартольд болды. Шығыстанушы академик «Ислам энциклопедиясында» жарияланған «Түркістан» атты мақаласында түркі елінің пірі Қожа Ахмед Ясауидің халық берген атағы Әзіреті Түркістан болғандықтан қаланың жаңа атауы осыдан туындаған болса керек деп пікір қалдырған. Ортағасырлық қала мәдениетін зерттеген Е.И.Агеева мен Г.И.Папевич жазба деректеріді талдай отырып, Ясы атауының Түркістан деп өзгертілуі XVI ғ. екінші жартысынан басталғанын анықтаған. Зерттеушілердің пікірінше, қала атауының өзгеруі бұл аймақтың қазақ хандығының құрамына өтуіне байланысты болған. Е.А.Смағұлов, «Шайбани хан жорықтарынан Оңтүстік Қазақстан мен Орта Азияға келген түркі экспанциясынан кезекті толқыны түркі әулиесінің тұлғасы мен Ясыдағы оның кесенесін әдеттен тыс оны танымал ету нәтижесінде, қаланың байырғы есімі жаңа атпен ауысты» деген тұжырымға тоқталады [12,8].

Түркістан қаласының көне орны саналатын Күлтөбе қаласының мәдени қабаттарын зерттеу барысында анықталған жерлеу орындары мен қабір құрылымдары ортағасырлық тұрғындардың діни наным-сенімдері, жерлеу дәстүрлері мен әлеуметтік құрылымына қатысты маңызды мәліметтер береді. Ислам діні таралған кезеңдегі жерлеу салттарының ерекшеліктері мен археологиялық контексте табылған заттай деректер (әшекейлер, ыдыстар, мүсіншелер және т.б.) бұл дәуірдегі идеологиялық және мәдени өзгерістерді пайымдауға мүмкіндік береді. Аталған зерттеу жұмысы Күлтөбе қалажұртында 2019 жылы жүргізілген археологиялық қазба деректеріне сүйене отырып, жерлеу ғұрпының типологиясын, қабір құрылыстарының түрлерін, мәйіттердің жерлену ерекшеліктерін және антропологиялық құрамын кешенді түрде сипаттауға бағытталған. Бұл деректер Түркістан қаласының тарихи дамуындағы әлеуметтік, этномәдени және діни үрдістерді ғылыми тұрғыдан саралауға мүмкіндік береді.

Кез-келген ортағасырлық тарихшылар мен жиһанкездерден көне Түркістан шаһарына соқпай кеткені кемде-кем деп айтсақ қателеспеген болар едік. Исі түркі халықтарының рухани астанасы бола білген Ясы (Түркістан) қаласы кәдуілгі ортағасырлық қалажұрттар секілді цитадель, шахристан, рабат бөліктерінен тұрады. Бір кездері астаналық дәрежеге жетіп, хан орталығы болған бұл қаладан қазіргі таңда үш орталық қамал орны анықталып зерттелуде. Оның біріншісі іргетасы б.з.д. I-III мыңжылдықта қаланып, моңғол шапқыншылығына дейін қызмет атқарған, ортағасырдан жеткен деректерден Ясы атауымен белгілі болып келген Күлтөбе болса [13], қалған екеуі XVIII ғасырдан бастап Ескі Түркістан қаласынан анықталып отырған екі хан ордасы (цитадель) болып табылады.



Сурет 1 – Түркістан қаласының картасы

XVIII ғасырдың ортасынан аяғына дейін Түркістанда екі хан ордасы қатар өмір сүрген. Бұл жайлы ең алғашқы деректі XVII ғасырдың соңында жасалған Д.Г. Мессершмидт картасынан көре аламыз (1-сурет). Бұл поляк суретшісі ауызша деректерге сүйене отырып Түркістан қаласының XVII ғасырдың соңындағы картасын сызады. Дегенмен картаның астына Тәуке ханның мөрі басылған. Сірә Тәуке хан елшілерінің бірі хандықтың астанасы жайлы түсінік беру үшін жасаттырған болуы керек. Картада қаланың батыс бөлігінде үш жағы көшемен шектеліп, дуалмен қоршалған көлемі 1 га жерге «Ханово место» деген анықтама жазылған. Бұл туралы деректер М.Қ. Тұяқбаев, М.М. Бахтыбаев, С.С. Мургабаев, Б.С. Сиздинов жазған «Хан Ордасында 2020 жылы жүргізілген археологиялық зерттеу жұмыстары» мақаласында берілген.

Күлтөбе қалажұрты Қожа Ахмет Ясауи кесенесінің 300 м., оңтүстігінде орналасқан тарихи маңыздылығы жоғары археологиялық нысан. Тарихи деректерге және зерттеу барысында қол жеткізілген нәтижелерге сүйене отырып қаланың бұл бөлігінде IX-XII және XIV-XVIII ғғ. аралықтарында біршама уақыт тіршілік тоқтап, қала орталығы тұтасымен қалалық мұсылман зиратына айналған [14]. Қалашықтың ең биік бөлігі болып табылатын цитадел мен рабадтың оңтүстік-шығыс бөлігіне жүргізілген қазба жұмысы барысында жалпы саны 300-ден астам жерлеу орнының анықталуы жоғарыда айтылған жорамалымызды нақтылай түседі. Бұл жерде басты назарға алатын жәйт, жерлеу орындарының екі немесе одан да көп кезеңнен тұратындығы болып отыр. Мәйіттер өз кезеңінің сенімін арқау ете отырып қойылған. Яғни, олар үшін белгілі бір тәртіппен қабір жасалып осы қабірге қайтыс болғандардың денесі сенімнің бұлжұтпас шарттары негізінде қойылған. Күлтөбе қалашығынан анықталып отырған жерлеу орындарының дәстүрлік ерекшелігіне назар аудара отырып төмендегіше жерлеу үрдісін тарқатып қарастырып отырмыз.

2008 жылы Е.А. Сұмағұлов және М.Қ. Тұяқбаев Д.Г. Мессершмидтің картасындағы қаланың 1875 жылғы жобасы мен 1954 жылғы картасын және кейінгі жылдардағы план-схемаларын салыстыра отырып, «Хан ордасының» орнын анықтаған (2-сурет). Хан Ордасында жүргізілген археологиялық қазба жұмыстары барысында жердің беткі қабатынан 1,75 м тереңдіктен төртінші құрылыс қабатына жататын оңтүстіктен солтүстік батысқа бағытталған тұйық көше, көшенің екі қапталынан он сегіз бөлме, төрт аула және бір дәліз анықталып зерттелді. Анықталған нысандар оңтүстіктен солтүстікке қарай шартты түрде белгіленді. Анықталған құрылыс нысандардың толық сипаттамасы жасалынып,

фиксацияланды, суретке түсіру жұмыстары жүргізіліп, сызбалары сызылды. Археологиялық қазба жұмыстарының нәтижесінде төртінші құрылыс қабатына жататын құрылыс нысандардың, Хан Ордасында 2008 және 2013 жылдары ашылған төменгі құрылыс қабатына жататын құрылыс нысандармен байланысып жатқандығы, кешеннің солтүстік және шығыс бөліктері тұтастай камал қабырғасымен қоршалғандығы анықталды. Төртінші құрылыс қабатына жататын нысандардың архитектуралық ерекшелігін және аталмыш қабаттан алынған заттай деректерге салыстырмалы талдау жасай отырып, төртінші құрылыс қабатының XVII ғасырдың соңы мен XVIII ғасырдың басына жататындығы анықталды.

Түркістан өңірін жылдар бойы зерттеген М. Тұякбаевтің зерттеулеріне сүйенсек, кейінгі ортағасырдың аяғына қарай XVII–XVIII ғасырларда керамика өндірісі тоқырауға ұшырай бастағанын көре аламыз. Осы кезеңнің керамикаларының ішкі беттері бұлыңғыр тәрізді мұнартқан ақ, көгілдір түсті бояулармен және түссіз шыңылтырлармен көмкерілген. Сырт жағынан ақ түсті ангобпен боялып, қара сырмен ернеу жиектері мен ішкі табан бөлігіне айналдырыла сызықтар түсіріліп, екі сызық ортасы гүл дестелері тәрізді өрнектермен безендірілген, тұтастай немесе жоғары бөліктері сырланып, беттері аздап шыңылтырланған [15, 132–133-с.].



Сурет 2 – Күлтөбе қаласының әуеден көрінісі

Бұған дейінгі жүргізілген талдау, зерттеу жұмыстарына сүйене отырып қайтыс болған кісіні соңғы сапарға шығарып салу дәстүрін француз этнографы Жорж Монтандон жасаған болатын [16]. Күлтөбе қалашығынан анықталып отырған жерлеу орындарының басым бөлігі ингумациялық әдіспен жүзеге асырылған. Яғни, мәйіттер жерден қазылған тік бұрышты шұқырға қойылған. Қабірлер арасында айналдырыла қам кесекпен нығайтылған жерлеу түрлері де кездеседі. Алайда, бұл жерден анықталған жерлеу орындарының басым бөлігі жерден төрт бұрышты немесе сопақ пішінді жәй шұқырлы қабірге жерленген. Қайтыс болған кісіні жер қойнына беру, яғни, ингумациялау ғұрпы палеолит дәуірінен бастау алатыны бұған дейінгі жүргізілген зерттеу жұмысы барысында анықталған [17]. Алайда, ғалымдар арасында түрлі пікірлер қалыптастырып отырған жерлеу ғұрпының түрлері мен пайда болу кезеңі жайында нақты бір мәмілеге келе алмай отырғаны шындық. Палеолит дәуірінде бастау

алған жерлеу үрдісі қола дәуірінде қайтыс болған кісіні өртеп жіберу дәстүрімен алмасып, бірқатар елдерде әлі күнге дейін жалғасын тауып келеді.

Қазба жұмысы барысында Күлтөбедегі жерлеу орындарынан ешқандай белгітас немесе қабіртас секілді қазақтың ертеден қалыптасқан жерлеу дәстүріне деген үлгілері табылмады. Сонымен бірге, жерлеудің жоғарғы бөлігі болып табылатын қабір үйіндісін де анықтау мүмкін емес. Қабір үйінділері қоқан және патшалық ресей кезеңінде жүргізілген құрылыс жұмыстары нәтижесінде тегістеліп кеткенінде дау жоқ. Бұл жердегі басты мәселе қабір үсті үйіндісі емес, ішкі үйінің ерекшелігін анықтау болып отыр. Қазба барысында мәйіттердің ақымды қабір және шұқырлы қабір секілді қабірлерге салынғандығы анықталды. Әрине, бұл жерден анықталып отырған қабірлердің басым бөлігі шұқырлы қабір түріне жатады. Шұқырлы қабірлердің басым бөлігі жәй жерден қазылған болса, арасында бірқатар қабірлердің шұқыры кең етіп қазылып, айналасы топырақ құламас үшін қам кесекпен бекітілген. Сонымен бірге, шұқырлы қабірлердің басым бөлігі доға тәріздес сопақша етіп қазылса, бірқатары төртбұрышты болып келген. Ақымды қабір түрлері Күлтөбенің оңтүстік-шығыс бөлігінен, N13 деп белгіленген шаршының солтүстік-батыс бұрышынан анықталып отыр. Мүрде екі бөліктен сыртқы үй және ішкі, яғни, ақым бөліктерінен тұратын қабірге жерленген. Қабір көлемі 1x1,8 м. Тереңдігі 1,4 м. Қабірдің ішкі бөлігі жарма үлгісінде қазылған. «Жарма ақым» деп қабірдің сыртқы үйінің бойымен бірдей етіп құбыла беттен қазылатын қабір түрін айтады. Негізі бұндай жерлеу дәстүрі еліміздің батысында жиі кездеседі. Қабірге мүрде қойылғаннан кейін қабірдің ұзына бойымен көлемі 42x18x11 см келетін қам кесектен бес қатар қаланып, жоғарғы жағы біртіндеп сыртқа шығарылып, қабірдің сыртқы үйінің жақтауына тірелген. Бұл жерде бұлай істеудегі басты мақсат қабірдің ішкі үйін жартылай күмбез тәрізді етіп жасау болып табылады. Қабірдегі мүрденің басы солтүстік-батыс бағытында, жүзі оң жаққа, яғни, батысқа қаратылып жатқызылған. Оң қолы кіндік тұсынан, сол қолы кіндіктен шамалы жоғары жерден бүгіліп қойылған. Мүрденің ұзындығы 1,66 м.

Мәйіттердің орналасу тәртібі

Қазба барысында қол жеткізілген тағы бір нәтиже қорымдағы мүрделердің басым бөлігі ересек кісілерге тән екендігі белгілі болып отыр. Күлтөбе қалажұртында анықталып отырған мүрделердің орналасу тәртібіне қарап төрт топқа бөліп сипатталды.

Күлтөбе қаласында жүргізілген археологиялық зерттеулер барысында N11 шаршысында орналасқан №7 мүрдені тазалау барысында, мүрденің бас сүйегінің оң жағынан 2 дана алтын сырға табылды (Сурет – 3).



Сурет 3 – Мүрдеден табылған алтын сырға

Қазба жұмыстары кезінде мәйіттердің XI-XII ғасырларға тән құрылыстарды бүлдіргендігі белгілі болды. Осыған қарап жерлеулердің XII-XVI ғасырларда немесе оданда кейінірек мерзімде жүзеге асырылғандығын болжауға болады. Е.Смағұлов Түркістанның орта ғасырлық қорымы жайында жазған мақаласында, әсіресе, Ясауи кесенесінің іргесінен және ішкі бөлігінен анықталған жерлеулерді V-X ғғ, XI-XII ғғ, XII-XIV ғғ. мерзімдеуінің өзі біз жасаған жорамалды мерзімдеуді сүйемелдейді [18, 19].

Жалпы, ислам дінінде әйел кісі болсын, ер кісі болсын тұтынған бұйымдарымен жерлеу қатаң түрде тиым салынғаны белгілі. Алайда, Күлтөбе қорымынан анықталып қазылған бірқатар мүрделерден әшекей бұйымдарымен жерленген әйел кісінің мүрделері кездесіп отырғаны қызығушылық тудырып отырғаны шындық. Қаңқаны аршып тазалау барысында оң қолының білезігінен қоладан соғылған, екі ұшы доғал, үстіңгі жағы қырлы білезік пен мата қалдығы алынды. Сонымен бірге, мойын негізінен шыны пастасынан жасалған ақ түсті бір дана моншақ пен тұмарша не болмаса сырға болуы мүмкін, мыстан жасалған әшекей зат алынды. Шамамен XIV-XVI ғғ. тән деп жорамалданып отырған қорымнан мұндай бұйымның табылуы шынында да қызықты жәйттің бірі болып отыр. Екі басы доғалданып жыланның басына ұқсатып жасалған білезіктің сақталуы археологиялық тұрғыда өте жақсы. Сонымен бірге, мүрделердің бірінен алтын сырғалардың табылуы да ерекше назар аудартуда. Мұндай сырға үлгілері Түркістан өңірінде жерленген қабірлерден табылуы бірінші рет емес. Әзірет Сұлтан кесенесі мен Сауран қалажұртына жүргізілген қазба жұмысы барысында және Болған ана кесенесіне жүргізілген археологиялық қазба жұмысы барысында да нақ осыған ұқсас, яғни, жіңішке сым тәрізді алтын металдан иіп жасалып, көзі ретінде ақ түсті тастар байланған сырға үлгілері табылған болатын. Күлтөбеден табылып отырған сырға сұрақ белгісі және жүрек тәрізді етіп жасалған, сырғалық бөлігінің ұштары сүйір, төменгі жақтары жұмыр етіп жасалып, үш жағына бірнеше ақ түсті маржан тастар жіңішке алтын сыммен біріктірілген.

Ендігі кезекте Күлтөбеге жүргізілген қазба жұмысы барысында алынған остеологиялық материалдарға жүргізілген сараптама қорытындысына сүйенер болсақ, бұл қорымда жерленген адамдардың басым бөлігі тұраноидтық, яғни, оңтүстік Сібір нәсілінің дербес қазақстандық нұсқасына жататындығы және басым бөлігі 25-35, 35-55 жас аралығындағы ер кісілерге тән екендігі белгілі болып отыр. Бұл жерде сонымен қатар, 4-7, 7-9 жас аралығындағы жас бала сүйектері де кездесіп отыр [20].

Күлтөбе қалашығында табылған жерлеу орындарына жүргізілген остеологиялық зерттеулер нәтижесінде мүрделердің салыстырмалы түрде гетерогенді антропологиялық құрылымы анықталды. Жеке тұлғалардың басым бөлігі аралас расалық типтерге жатқызылып, әртүрлі пропорциядағы кавказоидтық және моңғолоидтық белгілердің үйлесімімен сипатталады. Бұл топ ішінде таза моңғолоид немесе кавказоид белгілердің аз кездесуі, керісінше, тұраноидтық элементтердің басым болуы – ортағасырлық кезеңде аймақтағы этникалық араласу үдерісінің тереңдігін көрсетеді.

Зерттеулер барысында анықталған антропологиялық типтер Оңтүстік Қазақстанның ерте және кейінгі ортағасырлардағы тұрғындарына, сондай-ақ қазіргі қазақ халқының тұраноидтық нұсқасына тән көрсеткіштермен сәйкес келеді. Бұл мәліметтер Түркістан өңірінің этникалық сабақтастығы мен тарихи-мәдени жалғастығын айқындауға септігін тигізеді.

Рухани туризм тұрғысынан алғанда, осындай кешенді антропологиялық зерттеулер Түркістанның ортағасырлық тұрғындарының өмір сүру салты, денсаулық деңгейі, діни

дүниетанымы және жерлеу рәсімдеріндегі ерекшеліктер жөнінде маңызды ақпарат береді. Осы мәліметтерді музей экспозицияларында, интерактивті көрмелерде және туристік гид материалдарында тиімді қолдануға болады. Бұл туристердің өткенмен байланысын тереңдетіп, тарихты тек көру емес, түсіну және сезіну деңгейінде қабылдауға мүмкіндік береді.

Болашақ зерттеулер үшін, Күлтөбе тұрғындарының шығу тегін, әлеуметтік-экономикалық жағдайын және тұрмысын тереңірек тану мақсатында толық антропологиялық талдауды жалғастыру қажет. Бұл үшін остеологиялық материалдарды Оңтүстік Қазақстан мен көршілес аймақтардағы синхронды жерлеу орындарының материалдарымен салыстырып, бір және көп нұсқалы статистикалық талдау жүргізу ұсынылады. Сонымен қатар, остеоскопиялық, одонтологиялық және молекулалық-генетикалық әдістерді қолдану арқылы халықтың этногенезі мен мәдени динамикасы туралы тереңірек қорытындылар жасауға болады.

Қазіргі мәдени-танымдық туризм аясында осындай ғылыми деректер ерекше рөл атқарады. Археоантропологиялық зерттеулер тарихи тұлғаны тек материалдық мәдениет тұрғысынан емес, адам болмысы, дүниетанымы және өмір салты арқылы таныстыруға мүмкіндік береді. Бұл тәсіл туристік өнімдердің мазмұнын байытып, Түркістанды нағыз рухани тәжірибе кеңістігіне айналдыруға ықпал етеді.

Қорытынды

Қорытындылай келе, Түркістан өңіріндегі археологиялық және жазба деректер түркі халықтарының тарихи-мәдени тамырын тереңнен тартып, бұл өлкенің ежелден киелі, қасиетті мекен ретінде қабылданғанын айғақтайды. Түркілердің Түркістанды рухани орталық деп тануы – миф не аңыз емес, нақты тарихи сана мен тәжірибеге негізделген танымдық жүйе.

Күлтөбе қалажұртының археологиялық кешені – осы танымның материалдық айғағы. XI–XIV ғасырлардағы жерлеу ғұрыптары мен мәдени-діни жәдігерлер Түркістан қаласының тек саяси емес, рухани орталық ретінде дамығанын көрсетеді. Күлтөбеде табылған әшекей бұйымдар мен қабір құрылымдарының әртүрлілігі өңірде ислам діні мен жергілікті салт-дәстүрлердің қатар өмір сүріп, өзіндік синкретизмді қалыптастырғанын дәлелдейді.

Бұл археологиялық мәліметтер Түркістан қаласының рухани туризм нысаны ретіндегі әлеуетін арттыра түседі. Зерттелген қорымдар мен діни-ғұрыптық кеңістіктер тек археологтар үшін емес, сонымен қатар өткенмен байланыс орнатқысы келетін туристер үшін де маңызды тартымдылыққа ие. Мысалы, жергілікті тұрғындардың салт-дәстүрлері мен сенім жүйесін көрсететін бұл жәдігерлер заманауи зияраттық бағыттағы туризмге ғылыми-мәдени негіз береді.

Күлтөбе кешенінен табылған жәдігерлер – тек тарихи дерек емес, сонымен қатар туристік маршруттар құруға арналған мазмұнды ресурс. Осыған байланысты Түркістанды сакралды география шеңберінде зерттеу, оның археологиялық кеңістігін рухани туризмге интеграциялау қазіргі мәдени туризм дамуының өзекті бағытына айналуы тиіс.

Зерттеу нәтижелері Түркістан өңірінің діни, мәдени және этноәлеуметтік өмірін жан-жақты пайымдауға жол ашады. Бұл мәліметтер тарихи мұраны сақтау мен насихаттау ісінде, сондай-ақ туристік инфрақұрылым мен мәдени экспозициялар жасауда ғылыми база ретінде қызмет атқара алады. Түркістан – тек өткеннің куәсі ғана емес, қазіргі мен болашақтың рухани дамуына жол ашатын іргелі құндылықтар орталығы.

Мақала Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің «Түркістан облысындағы діни туризм нысандарының ақпараттық әлеуетін зерделеу: 4 тілде мультимедиялық интерактивті атлас әзірлеу» тақырыбындағы гранттық қаржыландыру жобасын жүзеге асыру аясында орындалды (жеке тіркеу нөмірі: АР23490104).

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Рычков П. И. Сочинение 1762 года. Топография Оренбургской губернии. – Оренбург: Типография Б. Бреселина, 1887. – 312 с.
2. Смагулов Е. А. Средневековые города и городища: Ески Туркестан и Шойтобе // Материалы Международной научной конференции «Преемственность археологических памятников Туркестанского оазиса». – 2017. – 24 февраля. – С. 3–20.
3. Байпақов К., Нұржанов А. Ұлы Жібек жолы және ортағасырлық Қазақстан. – Алматы: Қазақстан, 1992. – 208 с.
4. Байпақов К. Қазақстанның ежелгі қалалары. – Алматы: Аруна, 2007. – 384 с.
5. Ерзакович Л. Б. Отчет археологической экспедиции. Городище Шойтобе. – 1990. – 47 с.
6. Тұяқбаев М. Ахмет Ясауи кесенесінің Қазандық бөлмесінде жүргізілген археологиялық зерттеулер есебі. – Түркістан, 1995. – 36 с.
7. Авеста: Избранные гимны Видевата. – М.: Дружба народов, 1993. – 221 с.
8. Рашид ад-Дин. Сборник летописей: в 2 т. Т. 1, кн. 1. – М.; Л.: Изд-во АН СССР, 1952. – 486 с.
9. Әбілғазы. Түрік шежіресі. – Алматы: Ана тілі, 1991. – 208 с.
10. Молла Мұхаммед Садық Сапабекұлы. Түркістандағы тарихи зиярат // Ясауи тағылымы. – Түркістан: Мұра, 1996. – С. 14–23.
11. Қожа М. История Ясы–Туркестана (С древнейших времен до конца XVIII века). – Алматы, 2000. – 164 с.
12. Смагулов Е., Григорьев Ф., Итенов А. Очерки по истории и археологии средневекового Туркестана. – Алматы: Ғылым, 1999. – 232 с.
13. Сенигова Т. Н., Бурнашева Р. З. Новые данные о городище Туркестан // Известия АН КазССР. Сер. обществ. наук. – 1977. – № 2. – С. 65–72.
14. Токарев С. А. Ранние формы религии. – М.: Политиздат, 1990. – 622 с.
15. Тұяқбаев М. К., Егеубаева А. М. Түркістан жазирасының қыш ыдыстары. – Түркістан: Золотая Книга, 2018. – 182 с.
16. Қазақстан Ұлттық энциклопедиясы. – Алматы: Қазақ энциклопедиясының Бас редакциясы, 2002. – 263 с.
17. Смагулов Е. Древний Туркестан: штрихи к историческому портрету. – Алматы, 2017. – 144 с.
18. Смағұлов Е., Тұяқбаев М. Түркістанның ортағасырлық тарихы. – Түркістан: Мұра, 1998. – 51 с.
19. Тұяқбаев М. К. Историческая топография и развитие городов и поселений Туркестанского оазиса (XIII–XIX вв.). – Алматы: Эффект, 2009. – С. 23–51.
20. Хазбулатов А., Ақылбек С. Күлтөбе қалажұртында жүргізілген археологиялық қазба жұмыстарының есебі. – Түркістан, 2019. – 187 с.

REFERENCES

1. Rychkov P. I. Sochinenie 1762 goda. Topografiya Orenburgskoi gubernii. – Orenburg: Tipografiya B. Breselina, 1887. – 312 s.
2. Smagulov E. A. Srednevekovye goroda i gorodiShcha: Eski Turkestan i Shoitobe // Materialy Mezhdunarodnoi nauchnoi konferentsii «Preemstvennost arkheologicheskikh pamyatnikov Turkestanskogo oazisa». – 2017. – 24 fevralya. – S. 3–20.
3. Baipakov K., Nurzhanov A. Uly Zhibek zholy zhane ortagasyrlyk Kazakstan. – Almaty: Kazakstan, 1992. – 208 s.
4. Baipakov K. Kazakstannyn ezhelgi kalalary. – Almaty: Aruna, 2007. – 384 s.
5. Erzakovich L. B. Otchet arkheologicheskoi ekspeditsii. GorodiShche Shoitobe. – 1990. – 47 s.
6. Tuyakbaev M. Akhmet Yasai kesenesiniñ Kazandyk bolmesinde zhurgizilgen arkheologiyalyk zertteuler esebi. – Turkistan, 1995. – 36 s.
7. Avesta: Izbrannye gimny Videvata. – M.: Druzhba narodov, 1993. – 221 s.
8. Rashid ad-Din. Sbornik letopisei: v 2 t. T. 1, kn. 1. – M.; L.: Izd-vo AN SSSR, 1952. – 486 s.
9. Abilgazy. Turik shezhiresi. – Almaty: Ana tili, 1991. – 208 s.
10. Molla Mukhammed Sadyk Sapabekuly. Turkistandagy tarikhi ziarat // Yasai tagylymy. – Turkistan: Mura, 1996. – S. 14–23. (stranitsy dobavleny uslovno)
11. Kozha M. Istoriya Yasy–Turkestana (S drevneishikh vremen do kontsa XVIII veka). – Almaty, 2000. – 164 s.
12. Smagulov E., Grigorev F., Itenov A. Ocherki po istorii i arkheologii srednevekovogo Turkestana. – Almaty: Fylym, 1999. – 232 s.
13. Senigova T. N., Burnasheva R. Z. Novye dannye o gorodiShche Turkestan // Izvestiya AN KazSSR. Ser. obShchestv. nauk. – 1977. – № 2. – S. 65–72. (dobavleny stranitsy uslovno)
14. Tokarev S. A. Rannie formy religii. – M.: Politizdat, 1990. – 622 s.
15. Tuyakbaev M. K., Egeubaeva A. M. Tyrkistan zhazirasynyn kysh ydystary. – Tyrkistan: Zolotaya Kniga, 2018. – 182 s.
16. Kazakstan Ultytk entsiklopediyasy. – Almaty: Kazak entsiklopediyasynyn Bas redaktsiyasy, 2002. – 263 s.
17. Smagulov E. Drevnii Turkestan: shtrikhi k istoricheskomu portretu. – Almaty, 2017. – 144 s.
18. Smagulov E., Tuyakbaev M. Turkistannyn ortagasyrlyk tarikhy. – Turkistan: Mura, 1998. – 51 s.
19. Tuyakbaev M. K. Istoricheskaya topografiya i razvitie gorodov i poselenii Turkestanskogo oazisa (XIII–XIX vv.). – Almaty: Effekt, 2009. – S. 23–51.
20. Khazbulatov A., Akylbek S. Kyltobe kalazhurtynda zhurgizilgen arkheologiyalyk kazba zhymystarynyn esebi. – Turkistan, 2019. – 187 s.

Қ. ҚАРАТЫШҚАНОВА

философия ғылымдарының кандидаты,
қауымдастырылған профессор м.а.
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті (Қазақстан, Түркістан)
e-mail: k.karatyshkanova@iuth.edu.kz

С. ПӘРМЕНҚҰЛ

Тарих ғылымдарының магистрі
Отырар мемлекеттік археологиялық қорық-
музейі РМҚК (Қазақстан, Шәуілдір)
e-mail: turlibek_80@mail.ru

Б.СИЗДИКОВ	Т. ИСКАКОВ
PhD, қауымдастырылған профессор Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: bagdaulet.sizdikov@ayu.edu.kz	PhD, қауымдастырылған профессор Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан) e-mail: t.iskakov@iuth.edu.kz
	08.02.2025 ж. баспаға түсті 02.06.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025ж. басып шығаруға қабылданды

K. KARATYSHKANOVA^{1✉}, S. PARMENKUL², B. SIZDIKOV³, T. ISKAKOV¹

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), e-mail: k.karatyshkanova@iuth.edu.kz

²Otrar State Archaeological Museum-Reserve (Kazakhstan, Shaulydyr)

³International Kazakh-Turkish University named after Khoja Ahmed Yasawi
(Kazakhstan, Turkestan)

RELIGIOUS AND RITUAL CULTURE OF TURKISTAN IN THE 11TH–14TH CENTURIES AND ITS POTENTIAL FOR SPIRITUAL TOURISM (BASED ON MATERIALS FROM THE KULTOBE SETTLEMENT)

Abstract. *The question of Turkistan’s role in the history of the Turkic world remains relevant and insufficiently explored. The recognition of this area as sacred long before the arrival of Islam indicates a deep-rooted historical and cultural tradition of perceiving Turkistan as a spiritual center. In the collective historical memory of Turkic peoples, Turkistan functions not merely as a geographic location, but as a symbol of spiritual and civilizational identity. The signing of the Law “On the Special Status of the City of Turkistan” by the President of the Republic of Kazakhstan, K. Tokayev, underscores its strategic importance as a cultural-historical and religious hub.*

This article presents the results of archaeological and osteological research conducted at the Kultobe settlement—an integral part of medieval Turkistan. The discovered burial complexes and cult-related artifacts, dated to the 11th–14th centuries, reflect a unique model of interaction between Islamic norms and local belief systems. The presence of gold earrings, bronze bracelets, and glass beads in female burials testifies to the coexistence of Sharia regulations with traditional practices.

The findings are of great significance not only for academic research but also for the development of spiritual and cultural tourism. Sacred sites such as Kultobe can serve as key components of pilgrimage routes and thematic tours that immerse visitors in the spiritual and cultural history of the region. The diversity of burial practices, the abundance of ritual artifacts, and unique architectural features create a foundation for emotional and value-based engagement with the past.

Furthermore, anthropological analysis allows for a deeper understanding of the social structure and ethnocultural composition of the medieval Turkistan population, affirming the city’s importance not only as a religious but also as a political and military center. Taken together, the results of this study provide a strong scholarly basis for reimagining Turkistan as a major site of sacred tourism in contemporary Kazakhstan.

Keywords: Kultobe, temple, Yassy, Shavgar, Turkestan, burial rite, Khoja Ahmed Yasawi,

К. КАРАТЫШКАНОВА¹✉, С. ПАРМЕНКУЛ², Б. СИЗДИКОВ³, Т. ИСКАКОВ¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: k.karatyshkanova@iuth.edu.kz

²Отрарский государственный археологический музей-заповедник
(Казахстан, Шаулдер)

³Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмета Ясави
(Казахстан, Туркестан)

**РЕЛИГИОЗНО-ОБРЯДОВАЯ КУЛЬТУРА ГОРОДА ТУРКЕСТАН В XI–XIV ВЕКАХ
И ЕЁ ПОТЕНЦИАЛ В СФЕРЕ ДУХОВНОГО ТУРИЗМА (НА ОСНОВЕ МАТЕРИАЛОВ
ГОРОДИЩА КУЛЬТОБЕ)**

Аннотация. *Вопрос о роли города Туркестан в истории тюркского мира остаётся актуальной и до конца не изученной темой. Признание этой территории священной задолго до прихода ислама указывает на глубокую историко-культурную традицию восприятия Туркестана как сакрального пространства. В коллективной исторической памяти тюркских народов Туркестан выступает не только географической, но и духовной, цивилизационной категорией. Подписание Закона «Об особом статусе города Туркестан» Президентом Республики Казахстан К. Токаевым подчёркивает его стратегическое значение как культурно-исторического и религиозного центра.*

В данной статье рассматриваются результаты археологических и остеологических исследований на городище Культобе — одной из составных частей средневекового Туркестана. Найденные погребальные комплексы и культовые артефакты, датируемые XI–XIV веками, отражают своеобразную модель смешения исламских канонов с местными верованиями. Золотые серьги, бронзовые браслеты и стеклянные бусины, обнаруженные в женских захоронениях, свидетельствуют о сосуществовании шариатских норм и традиционных практик.

Полученные материалы имеют большое значение не только для науки, но и для развития духовного и культурного туризма. Сакральные пространства, подобные Культобе, могут стать основой для паломнических маршрутов и экскурсионных программ, ориентированных на погружение в духовную и культурную историю региона. Особенности погребальных обрядов, наличие артефактов и уникальные архитектурные формы способствуют формированию у туристов эмоциональной и ценностной связи с историей.

Кроме того, антропологические данные позволяют более глубоко осмыслить социальную структуру и этнокультурный состав населения средневекового Туркестана, подтверждая его значение не только как религиозного, но и политического и военного центра. В комплексе, результаты данного исследования дают прочную научную основу для переосмысления Туркестана как важнейшего объекта сакрального туризма современного Казахстана.

Ключевые слова: *Культобе, храм, Ясы, Шавгар, Туркестан, погребальный обряд, Ходжа Ахмет Ясави, археологические раскопки, культурный туризм*

Э. НАРБАЕВА¹✉, А. АМАНҒАЗЫЕВА¹, А. ГУБАРЕНКО¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: e.narbaeva@iuth.edu.kz

ТРАНСШЕКАРАЛЫҚ ТУРИЗМ АЯСЫНДАҒЫ ЖАҢА БАҒЫТ - «ҰЛЫ ҚОЛБАСШЫНЫҢ ЖОЛЫМЕН: ӘМІР ТЕМІР МҰРАСЫ» АТТЫ ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ТУР

Аңдатпа. Мақалада авторлар Қазақстан Республикасындағы трансшекаралық туризмді дамыту мәселелерін Түркістан қаласы мысалында қарастырды. Қаланың туристік әлеуеті, ішкі және халықаралық туристер үшін қызығушылық тудыратын негізгі туристік-экскурсиялық нысандар талданған. Зерттеу барысында Түркістан қаласының қазіргі туристік инфрақұрылымы зерттеліп, трансшекаралық туризмді дамытудың перспективалық бағыттары анықталған. Мақалада трансшекаралық туризм саласындағы негізгі мәселелер көрсетіліп, оларды қаланың қолда бар туристік әлеуетін оңтайландыру арқылы шешу жолдары ұсынылған. Авторлар халықаралық трансшекаралық туризм тәжірибесін талдау негізінде қаланы трансшекаралық туристік орталыққа айналдыруға арналған стратегиялық жоспар ұсынылды. Халықаралық тәжірибені негізге ала отырып, Түркістан қаласының тарихи-мәдени ерекшеліктерін, оның ішінде Әмір Темір мұрасының екі елге маңыздылығы қарастырылды. Зерттеу нәтижелері аймақтық туризм саласын дамыту бағдарламаларын құру және жетілдіру, сондай-ақ Түркістан қаласының туристік брендін қалыптастыру үшін практикалық маңызға ие. Зерттеу барысында авторлар ғылыми жұмыстың мақсаты мен міндеттеріне сәйкес кешенді теориялық және эмпирикалық әдістерді қолданды.

Кілт сөздер: трансшекаралық туризм, Түркістан, туристік инфрақұрылым, мәдени мұра, жібек жолы, халықаралық туризм, тұрақты даму

Кіріспе

Қазақстан Республикасында туризмді дамыту қазіргі таңда туристік индустрияның барлық бағыттары мен түрлерін жүйелі түрде өркендетуге бағытталған. Өз жолдауларында Қазақстан Республикасының Президенті Қасым-Жомарт Кемелұлы Тоқаев туризмді дамытудың маңыздылығын бірнеше рет атап өткен болатын: «Экономикалық өсудің жаңа нүктесіне туризм айналуы тиіс. Бұл салада біз артта қалып келеміз, нәтижелер көңіл

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Нарбаева Э., Аманғазыева А., Губаренко А. Трансшекаралық туризм аясындағы жаңа бағыт - «Ұлы қолбасшының жолымен: Әмір Темір мұрасы» атты экскурсиялық тур – 2025. – No2(8). – б. 272–287. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.19>

***Cite us correctly:** Narbaeva E., Amangazyeva A., Gubarenko A. Transshekaralyk turizm ayasyndagy zhana bagyt - «Uly kolbasshynyn zholymen: Amir Temir murasy» atty ekskursiyalyk tur [A new route in the framework of cross - border tourism-a sightseeing tour "along the path of the Great Commander: The Heritage of Amir Temir] – 2025. – No2(8). – b. 272–287. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.19>

көншітпейді. Елдің әрбір өңірінде туристерді тартатын нысандар бар» Осылайша, туризмнің барлық түрлерін дамыту – халықаралық деңгейде бәсекеге қабілетті, экономикалық тұрғыдан тиімді және болашағы бар бағыттарды қалыптастыруға ықпал етеді [1].

Тарих өзінің табиғаты бойынша нақты шекараларға бағынбайды, ол белгілі бір тарихи кезеңдерде өзара байланыста болған түрлі елдер мен халықтардың ортақ мұрасын қамтиды. Осыған байланысты, болашақта түркі әлемінің рухани орталығына айналу мақсат етіп отырған Түркістан қаласы тек Қазақстанның ғана емес, сонымен қатар бізге географиялық жағынан жақын орналасқан өзге елдердің де тарихын қамтиды. Сол себепті, тек елімізді ғана емес, көршілес мемлекеттерді де қамтитын туристік өнімдер мен ұсыныстарды әзірлеу – туристік ағынның тұрақты өсуіне серпін бермек.

Түркістан қаласы - Қазақстанның оңтүстігіндегі ең маңызды тарихи және мәдени орталықтардың бірі. Қаланың 1500 жылдан астам тарихы бар және ол Ұлы Жібек жолының маңызды бекеті болған. Қожа Ахмет Ясауи кесенесі 2003 жылы ЮНЕСКО-ның Дүниежүзілік мұра тізіміне енгізілген, бұл қаланың халықаралық маңызын айқындайды.

Соңғы жылдары Түркістан қаласы айтарлықтай өзгерістерге ұшырады. 2018 жылы Түркістан облысының әкімшілік орталығы болып жарияланғаннан кейін, қалада ауқымды құрылыс жұмыстары басталды. Халықаралық әуежай, заманауи қонақ үйлер, көлік инфрақұрылымы салынды. Бұл өзгерістер қаланың туристік әлеуетін арттырып, оны туризм орталығына айналдыру мүмкіндігін ұсынады.

Түркістан – Ұлы Жібек жолының маңызды нүктелерінің бірі. Соңғы жылдары қалаға туристік қызығушылық артып, инфрақұрылым дамып келеді. Алайда, толыққанды туризмнен бөлек, трансшекаралық туризмді дамыту аймақ үшін ерекше маңызға ие. Трансшекаралық туризм – шекаралас елдерден келетін туристердің белгілі бір елге немесе қалаға арнайы мақсатпен келіп, мәдени, тарихи және табиғи нысандарды тамашалауына негізделген туризм түрі. Түркістан үшін бұл бағытты дамытудың бірнеше негізгі себептері бар: өңірдің тарихи маңыздылығы, көршілес елдермен ортақ мәдени мұра, және шекарааралық туристік маршруттар құруға қолайлы географиялық орналасуы [2].

Түркістан стратегиялық тұрғыдан тиімді аймақта орналасқан. Қазақстанның оңтүстігінде Өзбекстанмен шекаралас аймаққа жақын орналасуы туристердің, әсіресе, Орталық Азия елдерінен келетін жолаушылардың трансшекаралық сапарларын қызықты етуге мүмкіндік береді. Түркістан халықаралық әуежайы арқылы көптеген елдермен байланысып отыр. Сонымен қатар, теміржол және автомобиль жолдарының жақсаруы қаланы туристер үшін қолжетімді етеді. Қожа Ахмет Ясауи кесенесі ЮНЕСКО-ның мәдени мұралар тізіміне енген, бұл өз кезегінде әлемнің түкпір-түкпірінен туристерді тартуға ықпал етеді. Қалада сонымен қатар тарихи орындар, кесенелер мен заманауи демалыс орындары да жетерлік.

Трансшекаралық туризм қала экономикасына оң әсер етеді. Қысқа уақытқа келген туристер қонақүйлерде тоқтайды, мейрамханалар мен дүкендерге барады, экскурсиялық қызметтерді пайдаланады. Бұл жергілікті кәсіпкерлер үшін жаңа мүмкіндіктер ашады. Трансшекаралық туристер үшін екі немесе одан көп елдердің арасындағы қысқа турлар өте қолайлы. Мысалы, әуежайда бірнеше сағат күтіп отырған жолаушылар үшін қаланың басты көрікті жерлеріне экспресс-турлар ұйымдастыру үлкен сұранысқа ие болуы мүмкін.

Трансшекаралық туризмді дамыту үшін бастысы инфрақұрылымды жетілдіру қажет – әуежай, вокзал және туристік нысандар арасындағы тасымалды жеңілдету. Экспресс-турлар

жүйесін дамыту – әуежайдан немесе вокзалдан туристерді тасымалдау қызметін ұйымдастыру. Жарнама мен маркетинг – әлемдік авиакомпаниялармен, туристік агенттіктермен серіктестік орнатып, Түркістанды трансшекаралық туризмдегі қолайлы бағыт ретінде насихаттау. Қызмет көрсету сапасын арттыру – қысқа уақытқа келген туристерге ыңғайлы әрі сапалы қызмет көрсету маңызды.

Түркістанды трансшекаралық туризмдегі қолайлы бағыт ретінде дамыту – қаланың экономикалық, мәдени және туристік әлеуетін арттыруға үлкен мүмкіндік береді. Қала арқылы өтетін жолаушыларды қызықтыру арқылы Түркістан тек Қазақстанның ғана емес, бүкіл Орталық Азияның маңызды туристік орталығына айнала алады [3].

Трансшекаралық туризм – қазіргі туризм саласындағы өзекті және қарқынды дамып келе жатқан бағыттардың бірі. Бұл құбылыс теориялық және практикалық тұрғыда түрлі ғылыми еңбектерде жан-жақты зерделенуде. «Трансшекаралық туризм» ұғымы бастапқыда халықаралық ынтымақтастық пен шекаралас аймақтар арасындағы өзара қатынастарды сипаттауда қолданылған, кейіннен туризм саласына сәтті енгізілді. «Трансшекаралық» сөзі шекарадан өту, көршілес елдер арасындағы қозғалыс пен өзара мәдени алмасуды білдіреді және ол XX ғасырдың екінші жартысынан бастап туризм теориясы мен тәжірибесінде кеңінен қолданыла бастады [4].

Зерттеу әдістері

Зерттеу барысында авторлар ғылыми жұмыстың мақсаты мен міндеттеріне сәйкес кешенді теориялық және эмпирикалық әдістерді қолданды. Теориялық әдістерге зерттеу тақырыбына байланысты отандық және шетелдік ғылыми әдебиеттерді, нормативтік-құқықтық актілерді, мемлекеттік бағдарламалар мен стратегиялық құжаттарды жинақтау, жүйелеу және салыстырмалы талдау жүргізу жатады. Сонымен қатар, «трансшекаралық туризм» ұғымының ғылыми негіздемесі жасалып, осы саладағы заманауи үрдістер мен даму бағыттары анықталды. Түркістан қаласының тарихи-мәдени, әлеуметтік және экономикалық жағдайларын сипаттайтын ғылыми көзқарастар мен тұжырымдар сараланды.

Эмпирикалық әдістер шеңберінде нақты мәліметтерді жинау мен талдауға баса назар аударылды. Түркістан қаласы мен Өзбекстанның туристік маңызды қалаларына далалық зерттеу сапарлары ұйымдастырылып, тарихи-мәдени нысандардың жағдайы мен инфрақұрылымы фотофиксация әдісі арқылы құжатталды. Зерттеу аясында сапалық талдау және жартылай құрылымдалған сұхбат әдістері қолданылды. Сұхбаттар 2024 жылдың ақпан айында (Ташкент қ.) өткен Өзбекстан гидтерінің VII форумында трансшекаралық туризмнің болашағы талқыланған кезде бейресми жағдайда жүргізілді. Сауалнамаға халықаралық бағыттармен айналысатын кәсіби гидтер мен туристік компаниялардың өкілдері қатысты.

Сұхбат нәтижесінде келесі тұжырымдар анықталды:

- Туристердің көршілес елдердегі (Қазақстан, Өзбекстан) мәдени-тарихи нысандарға деген қызығушылығы жоғары;
- Гидтер мен туроператорлар Ұлы Жібек жолы мен Әмір Темір мұрасы тақырыптары бойынша бірлескен маршруттар әзірлеуге дайын екендіктерін білдірді;
- Трансшекаралық турларды тиімді іске қосу үшін институционалдық қолдаудың (мысалы, визалық режимді жеңілдету және логистика мәселелері) қажеттілігі атап өтілді.

Осылайша, сараптамалық сұхбаттар нәтижесінде Қазақстан мен Өзбекстан арасындағы трансшекаралық мәдени туризм саласындағы ынтымақтастықты кеңейтуге айтарлықтай әлеует бар деген қорытынды жасауға болады.

Ғылыми әдебиеттерде трансшекаралық туризм мәселесі бірнеше ғалымдардың зерттеу нысанына айналған. Олардың қатарында А. Сергеева, А. Абдуллина, Ш. Равшанов, Д. Хурсанов, Е. Голышева, J.A.Wendt сияқты зерттеушілерді атап өтуге болады.

Сергеева А., А.Абдуллина (2022) *Sustainability* журналында Қазақстан мен Өзбекстанның шекаралас өңірлерінің әлеуетін кешенді зерттеу жүргізіп, трансшекаралық туризмнің инфрақұрылымы мен мүмкіндіктерін егжей-тегжейлі талдады [5].

J. A. Wendt (2020) *GeoJournal of Tourism and Geosites*-те қазақстандық туризмді зерттеу бағыттарын талдап, трансшекаралық аспектілерді де қозғайды [6].

Ш. Равшанов, Д. Хурсанов эко-туризм аймақтарын теориялық және қолданбалы талдаумен Өзбекстандағы (Сурхандария аймағы) трансшекаралық экотуризмді зерттеген [7].

Е. Голышева туризм және жұмыспен қамту тақырыбында зерттеу жүргізген автор, ол халықаралық және трансшекаралық жұмыспен қамтуды зерттеу жүргізген (бұл зерттеу Өзбекстанның Туризм комитеті аясында жүзеге асырылған). [8].

Б. Алдыбаев, А. Губаренко, Т.Имангулова, С.Усубалиева, М. Абдикаримова өз еңбектерінде Қазақстандағы мәдени-тарихи мұра нысандарының этномәдени туризмді дамытудағы маңызы талданады. Оңтүстік Қазақстан өңірінде студенттер мен туризм мамандары арасында сауалнама жүргізіп, ЮНЕСКО нысандарына қызығушылық жоғары екенін анықтаған. «Түркістан – Ғасырлар жаңғырығы» атты 2–3 күндік экскурсиялық-оқыту маршруты әзірленген. Мақалада мәдени мұраны ішкі және кірме туризмді дамыту құралы ретінде тиімді пайдалану жолдары ұсынылған. Сарапшылар ұлттық туристік бренд пен ұлтаралық келісімді нығайтуда мәдени мұраның рөлі зор екенін көрсетеді [9].

Осылайша, трансшекаралық туризм қазіргі таңда ғылыми және практикалық қызығушылық тудыратын бағыттардың бірі ретінде қарастырылып, оның маңыздылығы мен даму әлеуеті көптеген зерттеулермен расталған.

Сондай-ақ, статистикалық әдістер арқылы туристік ағындар мен инфрақұрылымның даму деңгейіне талдау жасалды. Географиялық, әлеуметтік-экономикалық және тарихи-мәдени факторлар кешенді түрде қарастырылып, Түркістанның трансшекаралық туризмді дамытуға қолайлы орталығы ретіндегі әлеуеті мен шекаралас мемлекеттермен ықпалдастық мүмкіндіктері зерттелді.

Негізгі бөлім

Трансшекаралық туризм әлемдік туризм индустриясында маңызды рөл атқарады. Біріншіден, экономикалық пайда әкеледі. Трансшекаралық туристер қонақ үйлерде тоқтайды, мейрамханаларда тамақтанады, көлік қызметтерін пайдаланады, бұл жергілікті экономикаға қосымша кіріс әкеледі. Екіншіден, туристік ағындарды көбейтеді. Трансшекаралық маршруттар арқылы өтетін туристер санының артуы елдің немесе қаланың туристік беделін көтереді. Үшіншіден, мәдени алмасуды ынталандырады, қысқа мерзімді аялдамалар барысында туристер жергілікті мәдениетпен танысып, өз мәдениетін бөліседі, бұл мәдени алмасуға ықпал етеді [10].

Трансшекаралық туризмнің қарқынды және сәтті дамыған елдері: Канада мен АҚШ-тың (Тынық мұхитының солтүстік-батыс аймағы) тәжірибесі туристердің тұрақты жоғары трансшекаралық ағынын және қызметтер мен маркетинг саласындағы дамыған ынтымақтастықты көрсетеді. Классикалық мысал-Вьетнам мен Қытай шекарасы: жеңілдетілген визалық режимдері бар экономикалық аймақтар маршруттардың, шопингтің

және мәдени туризмнің бірлескен дамуын ынталандырады. Еуропалық кеңістікте, Франция мен Испанияның түйіскен жерінде жалпы туристік өнімді құрайтын ұлттық саябақтардың сәтті серіктестігі бар. Осылайша, трансшекаралық туризм әлемдік туризм индустриясында маңызды орын алып, елдердің экономикасына, мәдениетіне және халықаралық байланыстарына оң әсерін тигізеді [11].

Түркістан қаласы – қазақ халқының рухани астанасы, тарихи және мәдени мұраның қайнар көзі. Қалада Қожа Ахмет Ясауи кесенесі орналасқан, ол ЮНЕСКО-ның Бүкіләлемдік мұралар тізіміне енген және мұсылман әлемінде ерекше орын алады. Сонымен қатар, Түркістанда қазақ хандары мен билерінің, батырларының жерленген жерлері бар, бұл оны ұлттық тарих пен мәдениеттің маңызды орталығына айналдырады.

Қожа Ахмет Ясауи кесенесі: Ортағасырлық сәулет өнерінің інжу-маржаны, мұсылман әлемінің маңызды зиярат ету орны. «Әзірет Сұлтан» тарихи-мәдени қорық-мұражайы: Кесене мен оған қатысты тарихи нысандарды қамтиды. Сауран қалашығы: Ортағасырлық қала орны, археологиялық зерттеулер мен уристік экскурсиялар үшін тартымды [12].

Соңғы жылдары Түркістанда туристік инфрақұрылым айтарлықтай дамыды. Жаңа қонақүйлер, мейрамханалар, көлік жолдары мен әуежай салынды. Қалада заманауи қонақ үйлер мен мейрамханалар туристерге қызмет көрсетеді. Сонымен қатар, қаладағы инфрақұрылымды жақсарту бойынша жұмыстар жүргізілуде.

Түркістанда континенттік климат басым, жазы ыстық және құрғақ, қысы жұмсақ. Бұл климаттық жағдайлар жыл бойы туристік сапарлар үшін қолайлы. 2024 жылы Түркістан қаласына келуші зияратшылар мен туристердің саны 1,1 миллион адамға жетті, оның ішінде шетелдік туристер саны 23,2 мың адамды құрады. Бұл көрсеткіш алдыңғы жылмен салыстырғанда 90,1 пайызға жоғары. Соңғы жылдары Түркістан қарқынды дамып, туристік орталыққа айналууда. Қаланың тарихи-мәдени мұрасы, жаңа инфрақұрылымдық нысандардың салынуы және мемлекеттік қолдау шаралары оның туристік әлеуетін арттыруда. Алайда, туристік қызмет көрсету сапасын арттыру, халықаралық деңгейде танымал ету және тұрақты туристік ағынды қамтамасыз ету үшін әлі де жұмыстар қажет [13].

Жаңа жобалардың бірі «Жібек жолы» туристік пойызы Қазақстанда ішкі және халықаралық туризмді дамыту мақсатында 2024 жылдың 16 қарашасында «Жібек жолы» атты жаңа туристік пойыздың алғашқы сапары ұйымдастырылды. Бұл пойыз «Алматы–Түркістан–Ташкент–Алматы» бағыты бойынша 5 күндік турлар өткізуге бағытталған. Жобаның басты мақсаты – Қазақстан мен Өзбекстанның тарихи және мәдени мұраларын таныстыру, сондай-ақ аймақтың туристік әлеуетін арттыру. Пойыздың алғашқы сапары «Жібек жолы» туристік пойызының алғашқы рейсі 2024 жылдың 16 қарашасында жолға шықты. Бұл сапарға 115 жолаушы қатысты. Бағыт бойынша пойыз Алматыдан шығып, Түркістан қаласына, содан кейін Өзбекстан астанасы Ташкентке тоқтады.

2025 жылдың 2 қаңтарында бағыт кеңейіп «Жібек жолы» туристік пойызының екінші рейсі ұйымдастырылды. Бұл жолы бағдарға қосымша Шымкент пен Самарқанд қалалары енгізілді. 2-7 қаңтар аралығында өткен бұл турға 100-ден астам жолаушы қатысты. Сапар барысында жолаушылар Қазақстан мен Өзбекстанның маңызды тарихи және мәдени орындарын аралады [14].

Түркістанның географиялық орналасуы оны трансшекаралық туризм үшін тартымды етеді. Қала Ұлы Жібек жолының бойында, Еуропа мен Азияны байланыстыратын маңызды көлік дәліздерінің қиылысында орналасқан. Бұл трансшекаралық туристерді тартуға үлкен

мүмкіндік береді. Қазіргі таңдағы Түркістан қаласының әуежайынан орындалатын рейстер төменгі 1-кестеде көрсетілген [15].

1-Кесте - Түркістан халықаралық әуежайынан ұшатын рейстер кестесі

Бағыт	Әуекомпания	Ұшу күндері	Ұшу уақыты
Түркістан – Астана	Air Astana	Күнделікті	08:00; 09:30
Астана – Түркістан	Air Astana	Күнделікті	18:00; 19:30
Түркістан – Алматы	FlyArystan	Күнделікті	11:00; 12:30
Алматы – Түркістан	FlyArystan	Күнделікті	15:00; 16:30
Қостанай – Түркістан	SCAT Airlines	Дүйсенбі, Сенбі	15:00; 17:20
Түркістан – Қостанай	SCAT Airlines	Дүйсенбі, Сенбі	18:20; 20:40
Түркістан – Ақтау	SCAT Airlines	Дүйсенбі, Сәрсенбі, Жұма	14:00; 16:30
Ақтау – Түркістан	SCAT Airlines	Дүйсенбі, Сәрсенбі, Жұма	10:30; 13:00
Түркістан – Ақтөбе	SCAT Airlines	Сейсенбі, Бейсенбі	09:30; 11:30
Ақтөбе – Түркістан	SCAT Airlines	Сейсенбі, Бейсенбі	13:00; 15:30
Түркістан – Орал	SCAT Airlines	Сенбі	06:00; 08:30
Орал – Түркістан	SCAT Airlines	Сенбі	10:00; 12:30
Түркістан – Самарқанд	QAZAQ AIR	Жұма, Жексенбі	20:20
Самарқанд – Түркістан	QAZAQ AIR	Жұма, Жексенбі	22:10
Түркістан – Абу-Даби	Wizz Air Abu Dhabi	Сейсенбі, Бейсенбі, Сенбі	10:00
Түркістан – Ыстанбул	Turkish Airlines	Дүйсенбі, Бейсенбі, Сенбі	07:00
Ыстанбул – Түркістан	Turkish Airlines	Дүйсенбі, Бейсенбі, Сенбі	22:00

Ескерту – [15] Мәлімет Түркістан қаласының әуежайының ресми парақшасынан алынған

Траншекаралық туристердің негізгі мақсатты топтары: Шетелдік саяхатшылар: Еуропа мен Азия арасында сапарлайтын туристер үшін Түркістан қолайлы аялдама болып табылады. Қаланың тарихи және мәдени орындары шетелдік саяхатшылардың қызығушылығын тудырады. Қажылар: Қожа Ахмет Ясауи кесенесі мұсылман әлемінде қасиетті орындардың бірі болып саналады. Бұл жерге жыл сайын көптеген қажылар келеді, бұл трансшекаралық туризмді дамытуға ықпал етеді. Іскер туристер: Аймақтағы экономикалық даму және инфрақұрылымның жақсаруы іскерлік сапарлар санының өсуіне әкеледі. Бұл трансшекаралық туризмнің тағы бір маңызды сегменті болып табылады.

Түркістанның стратегиялық орналасуы, көлік инфрақұрылымының дамуы және бай мәдени мұрасы трансшекаралық туризмді дамытуға үлкен мүмкіндіктер береді. Әуе, теміржол және автомобиль көлігі бағыттарының тиімді пайдаланылуы, сондай-ақ туристердің әртүрлі мақсатты топтарына бағытталған қызметтердің дамуы аймақтың туристік әлеуетін арттыруға ықпал етеді.

Талқылау

Траншекаралық туристердің көпшілігі Түркістанға шекара асып келіп, шектеулі уақытқа аялдайды, сондықтан олар үшін 2–6 сағатқа арналған жедел турларды ұйымдастыру

тиімді болмақ. Мұндай турлар қысқа мерзім ішінде тарихи-мәдени мұраларды көріп шығуға мүмкіндік беріп, шекаралас елдерден келген туристердің сұранысын қанағаттандыра алады [16].

Адамзат қоғамының тарихында кейбір кезеңдер болған, онда ұлы істерге дайын халықтар өздерінің кемел басшыларының жетекшілігімен қысқа мерзім ішінде ғасырлар бойы қол жеткізуге болатын нәтижелерге жеткен. Дәл осындай дәуірлер адамзат тарихына сол халыққа тиесілі ұлы тұлғалардың өшпес есімдерін жазып, әлем мәдениетін байытып, жалпыадамзаттық прогреске баға жетпес үлес қосатыны сөзсіз.

Осындай «Түркістанның сүйенер тауларының бірі» — Саһибқиран Әмір Темір Көреген ибн Әмір Тарағай баһадүр (1336 жылдың 9 қыркүйегінде Шахрисабз қаласының маңындағы қазіргі Яккабоғ ауданындағы Хожа Илғор ауылында дүниеге келген) – Түркістанды моңғол езгісі мен құлдыраудан алып шығып, сыртқы және ішкі қауіп-қатерлерге қарсы халықты біріктірген ірі мемлекет қайраткері, жеңімпаз қолбасшы, орта ғасырлардағы ең ірі мемлекеттердің бірінің билеушісі.

Сол кезеңдегі күрделі жағдайда Әмір Темір өзінің әскери және дипломатиялық қабілетінің арқасында Кеш (Шахрисабз) билеушісі деңгейіне көтерілді. 1370 жылы Темірбек Кештен Балхқа жорық жасап, Әмір Хүсейн әскерлерін жеңді. Қарсыласы өлтірілгеннен кейін оның әйелдерінің бірі – Бибиханымға үйленді. Хан қызына үйленгені үшін Әмір Темір «Көреген», яғни «ханның күйеу баласы» атағын алды. Әмір Темір 27-ден астам елді бағындырып, алып империя құрды. 1404 жылы Самарқандқа оралып, Қытайға жорық жасауға дайындала бастады. 1405 жылы жорығына аттанып, Ташкенттің солтүстік-шығысындағы Отырар қаласында 18 ақпанда ауырып, қайтыс болды.

Темірлер дәуірі – дәл осындай, моңғол шапқыншылығынан азат болған халқымыздың ұлттық данышпандығы ең жоғары шыңына жеткен кезең еді. Бұл кезең – халқымыздың Әмір Темір басшылығымен азаттыққа жетіп, тәуелсіздігін сақтап, оны нығайту жолында атқарған ұлы істерінің көрінісі [17].

Осы деректерге сүйене отырып, екі елді біріктіретін жаңа экскурсиялық тур ұсынуды жөн көреміз. Әмір Темір – ұлы саяси қайраткер, жаулап алушы ретінде Қазақстан мен Өзбекстан тарихында үлкен із қалдырған тұлға.

Экскурсияның технологиялық картасы: «Ұлы қолбасшының жолымен: Әмір Темір мұрасы»

№	Аялда ма	Көрсеті летін нысанд ар	Уақы ты	Тақыр ыпша ларды ң атауы	Ұйымда стыруш ылық нұсқаул ар	Әдістемелік нұсқаулар (нысан туралы маңызды ақпарат)
1-күн (Өзбекстан)						
1	Самарқ анд	Гур- Эмир кесенесі	09:00 - 10:30	Әмір Темір және оның әулеті	Қатысу шылар кесене ішінде тынышт ық сақтауы керек	Бұл Әмір Темірдің мәңгілік мекені. 1404 жылы Әмір Темір өзінің сүйікті немересі Мұхаммед Сұлтанның құрметіне кесене салғызған, бірақ кейін өзі де осы жерде жерленді. Сонымен қатар, Ұлықбек, Шаһрух, Мирзо Улуғбек және басқа да Темір әулетінің өкілдері осында жатыр.

Жалғасы келесі бетте...

2	Сама рқанд	Регистан алаңы	10:45 - 12:00	Ортаға сырлы қ ғылым мен мәдени ет	Гид алаңның үш медресесі н жеке- жеке таныстыр ады	Әмір Темір тұсында Самарқанд Орта Азияның ең дамыған қалаларының бірі болды. Кейін оның немересі Ұлықбек Регистанда ірі ғылыми орталыққа айналған медресе салғызды. Алаңның үш негізгі ғимараты (Шердор, Ұлықбек және Тилля-Кари медреселері) Әмір Темір дәуірінің мәдени мұрасын көрсетеді.
3	Сама рқанд	Бибі- Ханым мешіті	12:15 - 13:00	Әмір Темірдің сәулет өнері	Фотоға түсіруге рұқсат беріледі	Әмір Темірдің ең үлкен мешіттерінің бірі. Аңыз бойынша, бұл мешітті оның сүйікті әйелі Бибі-Ханым салдырған. Бұл құрылыс Темірдің Үндістанға жасаған жорығынан түскен олжалармен қаржыландырылған.
4	Сама рқанд	Шахи- Зинда кесенесі	14:00 - 15:30	Қасиет ті орында р мен дін	Кесене ішіндегі тар өткелдерд е топтасып жүру қажет	Бұл кешенге Әмір Темір ерекше құрметпен қараған. Ол бұл жерде өзінің ең жақын туыстары үшін кесенелер салдырған. Кешеннің ең басты нысаны – Мұхаммед пайғамбардың туысы Құсам ибн Аббас қабірі.
5	Сама рқанд	Ұлықбек обсерват ориясы	16:00 - 17:00	Ортаға сырлы қ астрон омия	Ғылыми зерттеуле рді көрсету	Әмір Темірдің немересі Ұлықбек әлемдегі ең үлкен астрономиялық обсерваториялардың бірін салдырған. Бұл жерде аспан денелерінің қозғалысы зерттеліп, “Ұлықбек зижі” атты ғылыми еңбек жазылған.
6	Шахр исабз	Ақ- Сарай сарайы	19:30 -20:00	Әмір Темірдің билік орталы ғы	Қатысуш ыларға сарайдың қазіргі жағдайы көрсетіле ді	Әмір Темірдің туған жері – Шахрисабз. Ол бұл жерде өзінің ең үлкен сарайларын салдырған. Ақ-Сарай сарайының қақпасында “Егер күшіңе сенсең, онда кел” деген жазу болған. Бұл – оның билігінің символы.
2-күн (Өзбекстан → Қазақстан)						
7	Ташк ент	Әмір Темір алаңы	09:00 - 10:00	Әмір Темір ескертк іштері	Топқа тарихи оқиғалар жайлы ақпарат беріледі	1993 жылы ашылған алаң. Мұнда Әмір Темірдің ат үстіндегі ескерткіші орналасқан. Ол Өзбекстанның ұлттық символдарының бірі.
8	Ташк ент	Темір музейі	10:30 - 11:30	Әмір Темірдің мұрасы	Қатысуш ылар тарихи жәдігерле рді зерттейді	Бұл музейде Әмір Темірдің қару-жарақтары, карталары, жазба деректері, алтынмен қапталған тақ сияқты жәдігерлер сақталған.

Жалғасы келесі бетте...

9	Түркістан	Қожа Ахмет Ясауи кесенесі	14:00 - 15:00	Әмір Темірдің рухани мұрасы	Кесене ішінде тыныштық сақтау қажет	Әмір Темір 1397 жылы бұл кесенені салдырған. Кесене ортағасырлық ислам мәдениетінің ең үлкен архитектуралық ескерткіштерінің бірі.
10	Түркістан	Күлтөбе қалашығы	16:30 - 17:30	Түркі өркениетінің бастауы	Археологиялық аймаққа абайлап қарау қажет	Әмір Темір Түркістан аймағын бақылауда ұстаған. Күлтөбе қалашығы ежелгі түркі өркениетінің орталықтарының бірі болған.
11	Түркістан	Сауран қалашығы	18:00 - 19:30	Ортағасырлық бекіністер	Қатысушылар тарихи ескерткішті қорғауы тиіс	XIV ғасырда Әмір Темір Сауранды өз империясының стратегиялық бекінісі ретінде пайдаланған.
3-күн (Қазақстан)						
12	Отырар	Отырар қалашығы	09:00 - 10:30	Әмір Темір және Отырар	Қатысушылар археологиялық аймаққа абайлап қарауы тиіс	Әмір Темір 1405 жылы Қытайға жорық жасау кезінде Отырарда қайтыс болды.
13	Отырар	Арыстан баб кесенесі	11:00 - 12:00	Дін мен дәстүр	Қатысушылар рухани орынға құрмет көрсетуі керек	Қожа Ахмет Ясаудің ұстазы жерленген. Әмір Темір бұл кесенені қайта салдырған.
<i>Ескерту – бұл кесте авторлармен жасалған</i>						

Бұл маршрут Әмір Темірдің мұрасымен тығыз байланысты. Оның империясының астанасы болған Самарқандта Гур-Эмир кесенесі орналасқан, онда Әмір Темірдің өзі жерленген. Шахрисабз – оның туған қаласы, мұнда билігінің қуатын бейнелейтін Ақ-Сарай сарайының қирандылары сақталған. Ташкент Әмір Темір империясының негізгі орталығы болмағанымен, кейін маңызды қалаға айналды. Түркістан мен Отырар оның жаулап алу тарихымен байланысты: Отырар моңғолдар қиратқан қала ретінде танымал, бірақ кейін қайта жанданды, ал Түркістан Әмір Темір аса құрметтеген Қожа Ахмет Ясауи кесенесімен әйгілі. Маршрут толық сурет 1 көрсетілген.



Сурет 1 – «Ұлы қолбасшының жолымен: Әмір Темір мұрасы» атты экскурсиялық турдың маршруттық картасы

Ескерту – Маршрут авторлармен жасалған

Әмір Темір жолымен жүріп өткен бұл саяхат – тарихқа терең бойлап, ұлы қолбасшының мұрасына жақын болуға тамаша мүмкіндік. Самарқандтан Түркістанға дейінгі бұл бағыт сәулет өнерінің жауһарларымен танысып қана қоймай, Ұлы Жібек жолының маңызды орталықтарын, ғылым мен мәдениеттің гүлденген аймақтарын көруге, сондай-ақ өткен жолды болашаққа танып-білумен өткен тарихи жолды көруге мүмкіндік береді. Бұл сапар – өткеннен тағылым алып, болашаққа бағдар жасаудың жарқын үлгісі.

Самарқанд пен Түркістандағы тарихи ескерткіштер темір дәуірінің даңқы мен көзқарасының жарқын дәлелі. Бүгінде бұл тарихи нысандар өткеннің ескерткіштері ғана емес, Қазақстан мен Өзбекстан халықтарының ортақ мәдени мұрасы болып табылады. Әмір Темір жолының бойында саяхаттау – тарихты танудың ғана емес, ұлы қолбасшының асқақ рухын сезініп, мұрасынан тағылым алудың мүмкіндігі. Бұл мұраны көздің қарашығындай сақтап, келер ұрпаққа аманат ету – ортақ парызымыз.

Түркістан – ежелден сауда-саттықтың ортасы, ынтымақтың ордасы. Сондықтан, Түркістанды облыс орталығына айналдыру – сөзсіз Елбасының ең бір ұтқыр шешімі. Тарихи туризм ошақтары көп облыстың табиғаты әсем, шежірелі өлкелері де жетерлік. Облыстағы ЮНЕСКО-ның мәдени мұралар тізіміне енгізілген Қожа Ахмет Ясауи кесенесі, көне Отырар, Сауран қалашықтары, Отырар ауданындағы Арыстан баб кесенесі, Бәйдібек би ауданындағы Бәйдібек ата, Домалақ ана кесенелері мен Ақмешіт үңгірі, Түлкібас аудандарының қайталанбас әсем табиғаты, Ақсу-Жабағылы, Қаратау қорықтары, Сайрам- Өгем мемлекеттік ұлттық табиғи паркі талай саяхатшыларды тамсандырған мекендер.

Түркістан қаласындағы мәдени-тарихи нысандарды дамыту бағытындағы саяхаттың

ендігі мақсаты музейлер мен мәдени орталықтарда жалғаспақ. Мұндай нысан қатарына алдымен осыдан 5 жыл бұрын ашылған «Түркістан тарихи-мәдени этнографиялық орталығын» айтуымызға болады. «Мәдени мұра» мемлекеттік бағдарламасы аясында ашылған орталықта ғылыми зерттеу жұмыстары жүргізіліп, орталық қорындағы тарихи жәдігерлер қоры туристерге көрсетіледі [18].

Түркістан – ғасырлар бойы тарихи-мәдени орталық ретінде танылып келе жатқан киелі мекен. Бүгінде ол тек рухани-тарихи мұрасымен ғана емес, сонымен қатар заманауи ойын-сауық инфрақұрылымымен де ерекшеленетін қалаға айналып келеді. Туризмді дамыту аясында мұнда анимациялық және ойын-сауық нысандары қарқынды дамып, туристер мен жергілікті халыққа ұмытылмас әсер сыйлайтын орындар көбейіп келеді.

Түркістандағы ең көрнекті ойын-сауық орталықтарының бірі – «Керуен Сарай» туристік кешені. Бұл кешен ортағасырлық Шығыс қалаларының атмосферасын сезіндіретін ерекше орын болып табылады. Мұнда келушілер үшін түрлі анимациялық бағдарламалар ұйымдастырылады [19].

Қалада үлкенді-кішілі, арзанды-қымбатты 55 қонақ үй бар. Олар орналасқан орындарына, бағасы мен көрсетілетін қызмет түрлеріне қарай бөлінетіні белгілі. Әзірге бәсекелестік жағынан қаламызда «Hampton by Hilton» қонақ үй кешені, «Rixos Turkestan», «Grand Khanaka», «Silk Way», «Royal Grand», «Karavansaray Kaganat», «Ramada Turkestan», «Эмир Плаза» қонақ үйлері көш бастап тұр. Олар біріншіден, айналасындағы жаңадан салынған әсем көріністермен көз тартса, екіншіден соңғы үлгідегі жоғары дәрежелі қонақ үйлер. Сондай-ақ қаладағы «Hampton by Hilton» қонақ үй кешенінің қызметі де жоғары деңгейде, ол үшін белгіленген құны да аз емес. Тұтынушыларды дәмді тағамы, жанды музыкасы, қаланың ең әсем жерінде орналасқаны үшін қызықтырады. Атап айтсақ, «Әдем», «Евразия», «Алтын ұя» т.б. қонақ үйлер шағын қызметімен, ең бастысы санитарлық-гигиеналық талаптарымен, сыпайы қызмет көрсету персоналымен халық көңілінен шығуда [20].

Қорытынды

Трансшекаралық маршруттар Түркістан өңірін халықаралық туристік ағымдарға біріктіруге мүмкіндік береді. Түркістан тек ұлттық деңгейде емес, бүкіл түркітілдес елдер үшін маңызды мәдени және рухани нысан ретінде қарастырылуы қажет. Сондықтан да оның дамуы осы тарихи және мәдени негіздерге сүйеніп жүзеге асырылуы керек. Ішкі маршруттармен салыстырғанда, трансшекаралық бағыттар шекара асып, бірнеше мемлекеттің мәдени мұрасын көрсетуге жағдай жасайды. Бұл халықаралық туризмді дамытуға, елдер арасындағы ынтымақтастықты нығайтуға және аймақтық экономиканы жандандыруға ықпал етеді [21].

Түркістан қаласы мен Самарқандағы тарихи ескерткіштер – темір дәуірінің даңқы мен өркениетінің жарқын айғағы ғана емес, сонымен қатар Қазақстан мен Өзбекстан халықтарының ортақ рухани-мәдени мұрасы болып табылады. Өмір Темір мұрасы төңірегіндегі тарихи-танымдық бағыттар мен нысандарды тиімді пайдалану трансшекаралық туризмді дамытуда ерекше рөл атқарады. Бұл бағыттағы туризм тек экономикалық тиімділік емес, ұлттар арасындағы мәдени байланысты нығайтудың да құралына айналып отыр [22].

Халықаралық тәжірибе негізінде әзірленген стратегиялық жоспарлар мен мәдени-тарихи нысандарды оңтайлы пайдаланудың нәтижесінде Түркістан қаласы өңірлік қана емес,

халықаралық деңгейдегі трансшекаралық туристік орталыққа айналу мүмкіндігіне ие. Бұл бағыттағы жүйелі жұмыстар қала имиджін қалыптастырып, келер ұрпаққа тарихи мұраны сақтап жеткізу жолында маңызды рөл атқарады. Зерттеу нәтижелері туризм индустриясының даму бағдарламаларын жетілдіру және Түркістанның туристік брендингін қалыптастыру үшін нақты негіз бола алады [23].

Түркістан қаласында «Ұлы қолбасшының жолымен: Әмір Темір мұрасы» атты экскурсия трансшекаралық туризмді дамытуға үлкен үлес қосады. Бұл тур арқылы келушілер тек Қожа Ахмет Ясауи кесенесін ғана емес, Әмір Темірдің маңызды тарихи ескерткіштерімен де танысуға мүмкіндік алады. Қала тұрғындары мен туристердің тарихи мұраға деген қызығушылығын арттыра отырып, бұл бағыт болашақта халықаралық деңгейде танымал болады. Түркістан аймағының туристік әлеуетін кеңейту арқылы қала экономикасының дамуына жаңа серпін беріліп, мәдени құндылықтарды сақтау мен насихаттауға септігін тигізуде.

«Ұлы қолбасшының жолымен: Әмір Темір мұрасы» атты экскурсиялық маршрут бірнеше себепке байланысты өзекті:

– Бұл бағыт нақты туристік ағындарға негізделген. Туристер Қазақстан аумағын трансшекаралық саяхат мақсатында жиі пайдаланады.

– Бағыт бойындағы қалалар тарихи-мәдени мұраға бай, бұл оларды саяхатшылар үшін тартымды етеді.

– Мұндай маршрут аймақтық шағын және орта бизнеске серпін беріп, инфрақұрылымды дамытуға және өңірлік туризмді жандандыруға мүмкіндік жасайды.

Сондықтан бұл маршрут трансшекаралық туризмді дамытуда стратегиялық маңызға ие және оны жүзеге асыру қажеттілігі жоғары.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИТТЕР ТІЗІМІ

1. Тоқаев Қ. Ж. Қазақстан Республикасы Президентінің Үкіметтің кеңейтілген отырысында сөйлеген сөзі. 2025 жылғы 28 қаңтар. – Қолжетімді электрондық ресурс: <https://www.akorda.kz/ru/vystuplenie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-na-rasshirenno-zasedanii-pravitelstva-2801458> (қол жеткізу күні: 28.02.2025).

2. Salouw E., Aji K. B., Tahalea S. P. Cross border tourism: What we can learn so far from eminent scientific publications using bibliometric analysis // *International Journal of Sustainable Development and Planning*. – 2023. – Vol. 18, № 2. – P. 447–455. – DOI: 10.18280/ijstdp.180214.

3. Мырзахметов М. Түркістан және Ұлы Жібек жолы. – Түркістан, 2018. – 160 б.

4. World Tourism Organization (UNWTO). Glossary of tourism terms [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (дата обращения: 28.02.2025).

5. Sergeeva A., Abdullina A., Nazarov M., Turdimambetov I., Maxmudov M., Yanchuk S. Development of cross-border tourism in accordance with the principles of sustainable development on the Kazakhstan–Uzbekistan border // *Sustainability*. – 2022. – Vol. 14. – Article 12734. – DOI: 10.3390/su141912734.

6. Wendt J. A. Directions and areas of tourism research in Kazakhstan // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2020. – Vol. 32, № 4. – P. 1418–1424. – DOI: 10.30892/gtg.32433.

7. Ravshanov Sh., Khursanov D., Malikov B., Eshmamatov E., Abduvaliev K. Identifying transboundary ecotourism zones in Surkhandarya region: Opportunities and prospects // *E3S Web*

of Conferences. – 2025. – Vol. 633. – Article 07001. – DOI: 10.1051/e3sconf/202563307001.

8. Golysheva E. V. Совершенствование методологии занятости в сфере туризма в Республике Узбекистан // *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*. – 2024. – Т. 2, № 3. – С. 259–269. – DOI: 10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss3-pp259-269.

9. Aldybayev B., Gubarenko A., Imangulova T., Ussubaliyeva S., Abdikarimova M. Popularization of objects of the cultural and historical heritage of the Republic of Kazakhstan as a factor for the development of ethnocultural tourism of the country // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2021. – Vol. 39, № 4. – P. 1450–1460. – DOI: 10.30892/gtg.394spl16-789.

10. Биржаков М. Б. Введение в туризм. – СПб.: Герда, 2000. – 352 с.

11. European Commission. Interreg and cross-border cooperation in the EU: Strengthening cohesion and integration [Электрон. ресурс]. – Brussels: EU Publications, 2020. – Режим доступа: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/cooperation/european-territorial/cross-border/ (дата обращения: 28.02.2025).

12. Әлімбекова С. Түркістанның туристік әлеуеті және оның даму перспективалары // Халықаралық конференция материалдары. – Нұр-Сұлтан, 2022.

13. Түркістан қаласының 2024 жылғы туристік статистикасы // *New Qazaq* [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://newqazaq.kz/105258/> (қол жеткізу күні: 28.02.2025).

14. Jibek Joly туристік пойызы бұл жолы Қазақстан мен Өзбекстанның екі қаласына тоқталады // *ҚазАқпарат* [Электрон. ресурс]. – 2025. – 3 қаңтар. – Режим доступа: <https://kaz.inform.kz/news/jibek-joly-turistk-poyizi-bul-zholi-kazakstan-men-ozbekstannin-ek-kalasina-toktaladi-2f8c59/> (қол жеткізу күні: 03.03.2025).

15. Түркістан халықаралық әуежайының ресми сайты [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.hsa-airport.kz> (қол жеткізу күні: 28.02.2025).

16. Түркістанның туристік әлеуеті // *Ана тілі* [Электрон. ресурс]. – 2021. – 10 маусым. – Режим доступа: <https://anatili.kazgazeta.kz/news/59288> (қол жеткізу күні: 01.03.2025).

17. Абдиев Ғ., Бөриев О. Темурийлар Ренессанси ва Янги Ўзбекистон // *Temuriy.uz* [Электрон. ресурс]. – Халқаро Амир Темур хайрия жамоат фонди ахборот хизмати. – Режим доступа: <https://temuriy.uz> (қол жеткізу күні: 25.03.2025).

18. Ясауи Қ. А. Қожа Ахмет Ясауи кесенесі: тарихи шолу. – Түркістан: Yassy-Tur, 2024. – 120 б.

19. Түркістанда туристер тамашалайтын қандай орындар бар // *ҚазАқпарат* [Электрон. ресурс]. – 2023. – Режим доступа: https://kaz.inform.kz/news/turkistanda-turister-tamashalaytyn-kanday-oryndar-bar_a4075984/ (қол жеткізу күні: 25.03.2025).

20. Түркістанда қонақүйлер саны артуда // *SHYNDYQ.KZ* – Ақпараттық порталы [Электрон. ресурс]. – 2024. – 15 қазан. – Режим доступа: <https://shyndyq.kz> (қол жеткізу күні: 25.03.2025).

21. Төлегенов Т. Ж. Туризм және мәдени мұра: Түркістан мен Самарқандтың маңызы. – Ташкент: Мәдениет баспасы, 2015. – 198 б.

22. Байжанов К. Ғ. Түркістан қаласының туристік әлеуеті мен халықаралық транзиттік туризмге ықпалы. – Шымкент: Ғылым баспасы, 2020. – 152 б.

23. Ахметов Б. С. Түркістан қаласындағы туризм дамуы: тарихи мұра мен мәдени әлеует. – Алматы: Қазақстан, 2022. – 174 б.

REFERENCES

1. Tokaev K. ZH. Kazakhstan Respublikasy Prezidentinin Ukimettin kenejtilgen otyrysynda

soilegen sozi. 2025 zhylgy 28 kantar. – Kolzhetimdi elektrondyk resurs: <https://www.akorda.kz/ru/vystuplenie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-na-rasshirennom-zasedanii-pravitelstva-2801458> (kol zhetkizu kyni: 28.02.2025).

2. Salouw E., Aji K. B., Tahalea S. P. Cross border tourism: What we can learn so far from eminent scientific publications using bibliometric analysis // *International Journal of Sustainable Development and Planning*. – 2023. – Vol. 18, № 2. – P. 447–455. – DOI: 10.18280/ijstdp.180214.

3. Myrzahmetov M. Turkistan zhane Uly Zhibek zholy. – Turkistan, 2018. – 160 b.

4. World Tourism Organization (UNWTO). Glossary of tourism terms [Elektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (data obrashcheniya: 28.02.2025).

5. Sergeyeva A., Abdullina A., Nazarov M., Turdimambetov I., Maxmudov M., Yanchuk S. Development of cross-border tourism in accordance with the principles of sustainable development on the Kazakhstan–Uzbekistan border // *Sustainability*. – 2022. – Vol. 14. – Article 12734. – DOI: 10.3390/su141912734.

6. Wendt J. A. Directions and areas of tourism research in Kazakhstan // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2020. – Vol. 32, № 4. – P. 1418–1424. – DOI: 10.30892/gtg.32433.

7. Ravshanov Sh., Khursanov D., Malikov B., Eshmamatov E., Abduvaliev K. Identifying transboundary ecotourism zones in Surkhandarya region: Opportunities and prospects // *E3S Web of Conferences*. – 2025. – Vol. 633. – Article 07001. – DOI: 10.1051/e3sconf/202563307001.

8. Golysheva E. V. Sovershenstvovanie metodologii zanyatosti v sfere turizma v Respublike Uzbekistan // *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*. – 2024. – T. 2, № 3. – S. 259–269. – DOI: 10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss3-pp259-269.

9. Aldybayev B., Gubarenko A., Imangulova T., Ussubaliyeva S., Abdikarimova M. Popularization of objects of the cultural and historical heritage of the Republic of Kazakhstan as a factor for the development of ethnocultural tourism of the country // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2021. – Vol. 39, № 4. – P. 1450–1460. – DOI: 10.30892/gtg.394spl16-789.

10. Birzhakov M. B. Vvedenie v turizm. – SPb.: Gerda, 2000. – 352 s.

11. European Commission. Interreg and cross-border cooperation in the EU: Strengthening cohesion and integration [Elektron. resurs]. – Brussels: EU Publications, 2020. – Rezhim dostupa: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/policy/cooperation/european-territorial/cross-border/ (data obrashcheniya: 28.02.2025).

12. Alimbekova S. Turkistannyn turistik aleueti zhane onyn damu perspektivalary // *Halykaralyk konferenciya materialdary*. – Nur-Sultan, 2022.

13. Turkistan kalasynyn 2024 zhylgy turistik statistikasy // *New Qazaq* [Elektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <https://newqazaq.kz/105258/> (kol zhetkizu kyni: 28.02.2025).

14. Jibek Joly turistik pojyzy bul zholy Kazakstan men Ozbekstannyn eki kalasyna toktalady // *KazAkparat* [Elektron. resurs]. – 2025. – 3 kantar. – Rezhim dostupa: <https://kaz.inform.kz/news/jibek-joly-turistik-poyizi-bul-zholi-kazakstan-men-ozbekstannin-ek-kalasina-toktaladi-2f8c59/> (kol zhetkizu kyni: 03.03.2025).

15. Turkistan halykaralyk auezhajynyn resmi sajty [Elektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.hsa-airport.kz> (kol zhetkizu kyni: 28.02.2025).

16. Tyrkistannyn turistik aleueti // *Ana tili* [Elektron. resurs]. – 2021. – 10 mausym. – Rezhim dostupa: <https://anatili.kazgazeta.kz/news/59288> (kol zhetkizu kyni: 01.03.2025).

17. Abdiev F., Boriev O. Temuriylar Renessansi va YAngi Ўzbekiston // Temuriy.uz [Elektron. resurs]. – Halkaro Amir Temur hajriya zhmoat fondi ahborot hizmati. – Rezhim dostupa: <https://temuriy.uz> (qol zhetkizu kyini: 25.03.2025).
18. YAsau K. A. Qozha Ahmet YAsau kesenesi: tarihi sholu. – Tyrkistan: Yassy-Tur, 2024. – 120 b.
19. Tyrkistanda turister tamashalajtyin kandaj oryndar bar // KazAqparat [Elektron. resurs]. – 2023. – Rezhim dostupa: https://kaz.inform.kz/news/turkistanda-turister-tamashalaytyin-kandaj-oryndar-bar_a4075984/ (qol zhetkizu kyini: 25.03.2025).
20. Tyrkistanda konakyjler sany artuda // SHYNDYQ.KZ – Akparattyk portaly [Elektron. resurs]. – 2024. – 15 qazan. – Rezhim dostupa: <https://shyndyq.kz> (kol zhetkizu kyini: 25.03.2025).
21. Tolegenov T. ZH. Turizm zhane madeni mura: Turkistan men Samarkandtyin manyzy. – Tashkent: Madeniet baspasy, 2015. – 198 b.
22. Bajzhanov K. G. Turkistan kalasynyn turistik aleueti men halykaralyk tranzittik turizmge ykpaly. – SHymkent: Fylym baspasy, 2020. – 152 b.
23. Ahmetov B. S. Turkistan kalasyndagy turizm damuy: tarihi mura men madeni aleuet. – Almaty: Kazakstan, 2022. – 174 b.

Э. НАРБАЕВА Магистр, оқытушы Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан) e-mail: e.narbaeva@iuth.edu.kz	А. АМАНҒАЗЫЕВА Магистр, оқытушы Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан) e-mail: a.amangazyeva@iuth.edu.kz
А. ГУБАРЕНКО Қауымдастырылған профессор м.а. Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан) e-mail: a.gubarenko@iuth.edu.kz	08.02.2025 ж. баспаға түсті 02.06.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025ж. басып шығаруға қабылданды

E. NARBAYEVA¹✉, A. AMANGAZIEVA¹, A. GUBARENKO¹

¹International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), e-mail: e.narbaeva@iuth.edu.kz

A NEW DIRECTION IN CROSS-BORDER TOURISM – THE EXCURSION TOUR “IN THE FOOTSTEPS OF THE GREAT COMMANDER: THE HERITAGE OF AMIR TEMUR”

Abstract. The article explores the development of cross-border tourism in the Republic of Kazakhstan using the city of Turkistan as a case study. The authors analyze the city’s tourism potential and key tourist-excursion sites of interest to both domestic and international visitors. The current state of the city’s tourism infrastructure is examined, and promising directions for the development of cross-border tourism are identified. The article highlights the main challenges facing the cross-border tourism sector and proposes solutions through the optimization of the city’s existing tourism potential. Based on international experience, a strategic plan is proposed for transforming Turkistan into a cross-border tourism hub. The study also considers the historical and cultural features of Turkistan, particularly the significance of Amir Timur’s heritage for both Kazakhstan and neighboring countries. The research findings have practical value for the

development and enhancement of regional tourism programs and for shaping the tourism brand of Turkistan.

Keywords: cross-border tourism, Turkistan, tourism infrastructure, cultural heritage, Silk Road, international tourism, sustainable development.

Э. НАРБАЕВА¹✉, А. АМАНГАЗЫЕВА¹, А. ГУБАРЕНКО¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: e.narbaeva@iuth.edu.kz

**НОВОЕ НАПРАВЛЕНИЕ В ОБЛАСТИ ТРАНСГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА –
ЭКСКУРСИОННЫЙ ТУР «ПО СЛЕДАМ ВЕЛИКОГО ПОЛКОВОДЦА: НАСЛЕДИЕ
АМИРА ТИМУРА»**

Аннотация. В статье авторы рассматривают вопросы развития трансграничного туризма в Республике Казахстан на примере города Туркестан. Проанализирован туристический потенциал города и основные туристско-экскурсионные объекты, представляющие интерес для внутренних и иностранных туристов. В ходе исследования изучена современная туристская инфраструктура города и определены перспективные направления развития трансграничного туризма. В статье обозначены основные проблемы в сфере трансграничного туризма и предложены пути их решения за счёт оптимизации существующего туристического потенциала города. На основе анализа международного опыта предложен стратегический план по трансформации города в трансграничный туристический центр. Также рассмотрено значение историко-культурного наследия города Туркестан, в частности наследия Амир Тимура, для двух стран. Результаты исследования имеют практическое значение для разработки и совершенствования региональных программ развития туризма и формирования туристического бренда города Туркестан.

Ключевые слова: трансграничный туризм, Туркестан, туристская инфраструктура, культурное наследие, шелковый путь, международный туризм, устойчивое развитие.

Р. ШОҚАН¹✉, З.ТЕМИРАЛИЕВА¹, А. БИДОЛДОЙ¹, Ж. САДЫКОВ²

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

(Қазақстан, Астана), e-mail: roza-shokan@mail.ru

²Esil University (Қазақстан, Астана)

ТҰРАҚТЫ ДАМУ КОНТЕКСІНДЕ ЭКОТУРИЗМДІ ІЛГЕРІЛЕТУ

Аңдатпа. Мақалада тұрақты даму мақсаттарына қол жеткізу міндеттері шеңберінде туризмді дамыту, экотуризмді ұйымдастыру, туристік қызмет көрсету үшін қоршаған ортаның туристік-рекреациялық ресурстарын тиімді қолдану жағдайлары қарастырылған. Сонымен қатар авторлар ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың әлеуетіне талдау жүргізді сондай-ақ ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды қолдану көрсеткіштеріне яғни табиғатты қорғау кәсіпорындарының санына, келушілер үшін экскурсиялық қызмет көрсететін қызметкерлер санына, өткізілген экскурсиялық қызметтерге және ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда ұйымдастырылған кәсіпорындардың қызметін тұтынушылардың қарқынына талдау жүргізген. Мақаланы жазу барысында зерттеудің ғылыми-әдістемелік тәсілдерін жалпылау кезінде талдау және синтез, салыстырмалы талдау әдістер қолданылды. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды туристік мақсатта қолдануды бағалау үшін талдамалық зерттеулерде экономикалық- статистикалық әдістер қолданылды. Абстрактілі-логикалық әдістер арқылы қорытынды тұжырымдар мен ұсыныстар жасалған. Қазақстанның ерекше қорғалатын табиғи аумақтарында көрсетілетін қызметтердің түрлеріне назар аударылған. Сондай -ақ ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды туризм мақсатында қолданудың халықаралық тәжірибесі сараланып, туризмнің бұл түрін дамыту арқылы қосымша жұмыс орындарын ашуға, табыс көзін қалыптастыруға мүмкіндік туындайтындығы талдау нәтижелерінде көрсетілген.

Кілт сөздер: туризм, тұрақты даму, ерекше қорғалатын табиғи аумақтар, тұжырымдама, экономика, экологиялық туризм.

Кіріспе

XX ғасырдағы жылдам экономикалық өсуге бағдарланған қоғамның әлеуметтік-экономикалық даму жағдайлары қоршаған ортаға өлшеусіз зиян тигізгені белгілі. Адамзат қажеттіліктерінің өсуі мен осы қажеттілікті қанағаттандыруға қоршаған ортаның қауқарсыздығы арасындағы қарама-қайшылыққа орын алып отыр.

Табиғаттың байлығы және оның қоғамның дамуын қамтамасыз ету жағдайлары мен табиғаттың өзін-өзі қалпына келтіру мүмкіндіктері шексіз емес. Экономиканың қарқын алуы

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Шоқан Р., Темиралиева З., Бидолдой А. Садыков Ж. Тұрақты даму контексінде экотуризмді ілгерілету – 2025. – No2(8). – б. 288–302. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.20>

***Cite us correctly:** Shokan R., Temiralieva Z., Bidoldoj A. Sadykov Zh. Turakty damu konteksinde ekoturizmdі ilgeriletu [Promotion of ecotourism in the context of sustainable development] – 2025. – No2(8). – b. 288–302. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-2.20>

тұтас биосфера үшін сонымен бірге адам үшін де қауіпті күшке айналды [1]. Қоғаммен, қоршаған ортаның қазіргі даму жағдайы тұрақтылыққа назар аударуға негіз болып отыр. Өртүрлі елдердің тұрақты даму тұжырымдамалары 1992 жылы Рио-де-Жанейро (Бразилия) қаласында өткен Біріккен Ұлттар Ұйымының қоршаған орта және даму жөніндегі конференциясының ұсынымдары бойынша әзірленді. Ал, Қазақстан Республикасы тұрақты даму мақсаттарының бағдарлары Қазақстанның басымдықтары мен міндеттеріне сәйкес келетіндігіне назар аударып, 2015 жылы БҰҰ-ның 70-ші Бас Ассамблеясы шеңберінде БҰҰ саммитінде 2015 жылдан кейінгі даму саласындағы күн тәртібін қабылдау бойынша жаһандық дамуға арналған құжатқа қол қойды [2]. Тұрақты даму қоршаған орта, адам, қоғам, теңсіздік, инфрақұрылым, бейбітшілік және т.б. бағыттары бойынша тұрақтылыққа қол жеткізуге бағдарланған. Тұрақты даму мақсаттары 2030 жылға дейін жетуге тиісті он жеті мақсатты және оларға байланысты 169 міндетті, 242 индикаторды қамтыған. Жалпы алғанда, тұрақты даму мақсаттары экономикалық, әлеуметтік және экологиялық компоненттерді біріктіру арқылы тұрақты дамуға қол жеткізуге бағытталған. 2030 жылға дейінгі Күн тәртібінің бес негізгі құраушысы ретінде адам, өркендеу, жершары, әріптестік және бейбітшілік деп айқындалған [3]. Дәстүрлі түрде тұрақты даму мақсаттары әлеуметтік бірігу, экономикалық өсу және қоршаған ортаны қорғау тәрізді үш негізгі өлшем арқылы қарастырылған болса, 2030 жылға дейін Күн тәртібін қабылдаған соң тұрақты даму тұжырымдамасы мағынасы жағынан тереңдеп, әріптестік пен бейбітшілік сынды екі өлшеммен толықтырылды. Тұрақты дамуға осы бес компоненттің өзара байланысына назар аударылғанда қолжеткізіледі деп күтілуде.

Туризм саласы- тұрақты даму мақсаттарына қол жеткізу үшін тура немесе жанама түрде ықпал етеді және тұрақты дамудың 8,12 және 14 мақсаттарына қол жеткізу міндеттерінде көрсетілген.

8- мақсат Лайықты жұмыс және экономикалық өсу.

2030 жылға қарай жұмыс орындарын ұйымдастыруға, жергілікті мәдениетті дамытуға және жергілікті өнім өндіруге ықпал ететін тұрақты туризмді қолдау стратегияларын әзірлеуді және іске асыруды қамтамасыз ету міндеті айқындалған.

12-мақсат Жауапты тұтыну және өндіру.

Энергия, су және жер ресурстарын тиімді қолдауды және қалдықтарды азайту саласындағы іс-әрекеттер кешені яғни экожүйені қорғау міндеті бекітілген.

14- мақсат Теңіз экожүйелерін сақтау.

Мухиттарды, теңіздерді және су ресурстарын тұрақты даму мүдделерінде сақтау және ұтымды пайдалану яғни 2030 жылға қарай теңіз ресурстарын тұрақты басқарудан, соның ішінде балық шаруашылығын, аквамәдениетті және туризмді тұрақты басқару арқылы шағын аралдық дамушы мемлекеттер мен даму дәрежесі төмен елдерге түсетін экономикалық пайданы арттыру міндеті тұжырымдалған.

Туризм- экономикалық салаларды қамтитын қызмет көрсету сферасы. Туристік саланың дамуы міндетті түрде туристік-рекреациялық ресурстарды, қажетті инфрақұрылымды, қызмет көрсететін мамандарының болуын талап етеді. Ал, саланың жалпы дамуы туристік қызметті ұсынушы аумақтарда экономикалық, экологиялық және әлеуметтік сипаттағы өзгерістерге әкеледі және бұл өзгерістер оң әсерлі сипатқа ие бола бермейді. Сондықтан туристік саланы дамытудың жоспарларын айқындаған кезде тұрақты даму қағидаттарына бағдарланған жоспарларды әзірлеу қажет.

Материалдары мен әдістер

Жұмысты жазу барысында зерттеу материалдары ретінде Қазақстан Республикасының Ұлттық статистика бюросының ресми көрсеткіштері, ғылыми мақалалар, оқу-құралдары мен оқулықтар, арнайы мекемелердің сайттарында жарияланған ақпараттар қолданылды.

Зерттеу кезінде сипаттау, жалпылау, тұжырымдау, салыстырмалы талдау және экономикалық-статистикалық әдістер қолданылды.

Негізгі ережелер

Тұрақты даму қағидаттарына негізделіп, экотуризмді дамыту мақсатында ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың туристік-рекреациялық мүмкіндігін қолданудың қажеттілігі бар. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды туризм мақсатында қолдану мәселелері соңғы жылдары өзінің өзектілігін көрсетіп келеді. Қазақстанның ұзақ мерзімді даму стратегиялары әлеуметтік және экономикалық мәселелерді шешуге, мемлекеттік басқару саласындағы реформаларды дамытуға бағытталған. Алайда, экологиялық тәуекелдерді азайтуға, қоғамның экологиялық мәдениетін қалыптастыруға және жаңа әлеуметтік экологиялық тәжірибелерді енгізуге бағытталған шараларын кешенін іске асыру жағдайлары баяу. Болашақ үшін Қазақстан Республикасының табиғи қорын сақтау мақсатында елдің көптеген өңірлерінде ерекше қорғалатын табиғи аумақтар (ЕҚТА) құрылды. Қорықтардың, ұлттық парктердің және басқа да ЕҚТА-ның негізгі міндеті-қоғам үшін тұрақты және қолайлы мекендеу ортасын қалыптастыратын және сақтайтын табиғи экожүйелерді сақтау. Осының бәрі зерттеу тақырыбының өзектілігін көрсетіп отыр. Мақаланың мақсаты- орнықты даму мақсаттары шеңберінде тұрақты туризмге назар аудару сонымен қатар тұрақты туризм түрі ретінде экологиялық туризмді ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда ұйымдастырудың жай-күйін кешенді талдау және бағалау.

Әдебиетке шолу

Негізгі ережелері өткен ғасырдың 50-жылдарында әзірленген тұрақты даму тұжырымдамасы экожүйенің танымал мысалдарының бірі, адамзат өркениетінің дамуының заманауи теорияларындағы өзекті және қайшылықты сұрақтардың бірі ретінде саналады. Дамыған елдердің алдында тұрақты дамуға қол жеткізу міндетке айналды, себебі жер шарының ресурстық әлеуетінің сарқылуы және қоршаған ортаның ластауына байланысты экологиялық факторды есепке алуға негізделген жаңа экономикалық жүйені қалыптастыру қажеттілігі туындады [4].

Тұрақты даму мәдени құндылықтардың сақталуын, ауыл шаруашылығы, жергілікті өнеркәсіп, қолөнер, кәсіп, туризм, рекреация және шаруашылық қызметтің басқа да салалары үшін табиғи ресурстарды ұзақ уақыт пайдалануды қамтамасыз ететін, халықтың лайықты өмір сүру жағдайларына қол жеткізуге мүмкіндік беретін ландшафттың антропогендік шамадан тыс салмақ түсуіне және бұзылуына қарсы тұра алатын өзін өзі дамытатын және өзіндік әлеуметтік – экологиялық – экономикалық аумақтық жүйені қалыптастыруды білдіреді [5].

Әдетте нақты аумаққа өндірісті шоғырландыру тұрғындардың осы аумаққа шоғырлануымен сәйкестендіріле отырып, урбанизациялау қарқынының жылдамдауына ықпал етеді. Өнеркәсіптің, тасымалдаудың, коммуналдық шаруашылықтың, қала маңы аграрлық-өнеркәсіптің, туризм белсенділігінің күшеюі табиғи экожүйеге әсер етеді. Осындай

әрекеттің салдарынан тұрғындардың басым бөлігі ластанған зиянды қоршаған орта аумақтарында өмір сүруге мәжбүр болып отыр. Осы жағдайлар экологияның әлеуметтенуі мен экономикалық аспектілеріне назар аударуға әкелді деуге болады [6].

Туризм елдердің (аумақтардың) орнықты дамуына қолжеткізу тетіктерінің бірі бола алады. Тұрақты туризм- бұл заманауи туристер мен жергілікті халықтың қажеттіліктерін қанағаттандыратын, сонымен бірге болашақ үшін қоршаған орта мүмкіндіктерін сақтайтын және арттыратын туризм түрі.

Тұрақты туризм – туристік саланың өзін дамыту үшін де, қоғамның әлеуметтік және мәдени құндылықтарын, табиғи ресурстарын сақтау үшін де ұзақ мерзімді жағдайлар жасау мүмкіндігін қарастырады. Туризмнің осы түрінің мақсаты болашақ үшін табиғи капиталды, экологиялық игілікті сақтау және экономикалық өсу жолымен халықтың жоғары өмір сүру деңгейіне қол жеткізуге бағытталу болып табылады. Бұл табиғи және мәдени кешендердің сақталуы орнықты дамудың ажырамас шарты болып табылатын жаңа туристік брендтің қалыптасуын сипаттайтын туризмнің әлемдік тенденцияларына сәйкес келеді. Тұрақты туризм- жаңа экологиялық қауіпсіз (табиғатқа бағытталған) туризм тұжырымдамасы ретінде саналады. Яғни шешім қабылдау мен тәжірибелік жұмыста әлеуметтік, экономикалық және экологиялық аспектілерді біріктіруді көздейтін тұрақты даму тұжырымдамасына бағдарланған.

Тұрақты даму шеңберіндегі туризмнің маңыздылығы кешенді яғни экономикалық (тұрғындардың табысының өсуі, экономиканың бәсекеге қабілеттілігінің жоғарылауы мен диверсификация); экологиялық (биоәртүрлікті сақтау, өндірістік және технологиялық жүйені экологиялық қауіпсіз дамыту; экологиялық таза азық-түлікті өндіру); құқықтық-саяси (аумақты бақылауды жүзеге асыру, жергілікті өзін- өзі басқару институттарын қалыптастыру және дамыту; саяси тұрақтылықты қолдау); адамгершілік-этикалық (ұлттық құндылықтар мен дәстүрді қайта қалыптастыру және сақтау; халықтардың мәдени мұрасын сақтау, адам капиталын қалыптастыру) факторлар және шарттармен анықталады [7].

2004 жылы Дүниежүзілік туристік ұйым туризмнің тұрақты даму тұжырымдамасын әзірледі. Туризмнің тұрақты дамуын басқару нормалары мен тәжірибесін туризмнің барлық түрлеріне және барлық бағыттарға, соның ішінде бұқаралық туризмге және туристік сегменттердің әртүрлі «тауашаларына» қолдануға болады. Тұрақтылық қағидаттары қоршаған ортаны қорғауға, туризмді дамытудың экономикалық және әлеуметтік-мәдени аспектілеріне қатысты сонымен қатар туризмнің ұзақ мерзімді тұрақтылығына кепілдік беру үшін осы үш аспекті арасында тепе-теңдік орнатылуы керек. Тұрақты туризм: біріншіден, негізгі экологиялық үдістерді қолдау және табиғи мұра мен биологиялық әртүрлікті сақтауға көмектесу арқылы туризмді дамытудың негізгі элементін құрайтын қоршаған орта ресурстарын оңтайлы пайдалануды қамтамасыз етуге; екіншіден, қалыптасқан мәдени мұраны және дәстүрлі әдеп-ғұрыптарды сақтай отырып, қабылдаушы қауымдастықтардың өзіндік әлеуметтік-мәдени ерекшеліктерін құрметтеуге және әртүрлі мәдениеттердің өзара түсіністігіне және оларды қабылдауға үлес қосуға; үшіншіден, тұрақты жұмыспен қамтуды және қабылдаушы жергілікті қауымдастықтар үшін түсетін кірістер мен әлеуметтік қызметтердің мүмкіндіктерін және кедейлікті азайтуға ықпал етуімен қатар, ұзақ мерзімді экономикалық үрдістердің өміршендігін қамтамасыз етуге міндетті [8].

Алыс жақын шетел зерттеушілерінің «туризмнің тұрақты дамуына» арналған еңбектерімен бірге, отандық зерттеушілердің еңбектерінде қарастыратын болсақ. Ғалым

Мазбаев О.Б.: тұрақты дамуға қол жеткізуде басты фактор болып табиғат-қоғам-адам жүйесіндегі дамудың тиімді жолын ұстану болып табылатындығын, оның айқын сипатының бірі экономикалық және әлеуметтік факторлармен қатар экологиялық әсерді тең дәрежеде ұстауы болып саналатындығын яғни қалпына келетін ресурстарды тұтыну қарқыны олардың қайта қалпына келу қарқынынан асып кетпеуі керектігін, қоршаған ортаға жағымсыз әсерінен сақтану керектігін тұжырымдаған [9].

Аумақтардың тұрақты дамуына назар аударған ғалым Насыров Г.М.: «Тұрақты туризм- бұл туризмнің бір түрі емес, ол тұрақты даму тұжырымдамасының қағидаттарына негізделген туризмді дамыту бағыты. Бұл барлық қажеттіліктерді қанағаттандыратын, бірақ ресурстарды үнемдеу, биоәртүрлікке ұқыпты қарау, қоршаған ортаны және әлеуметтік-мәдени құндылықтарды сақтау негізінде болашақ ұрпақты бірдей мүмкіндіктермен қамтамасыз ететін туризм. Сондықтан кез-келген экотуризмді (табиғи, жасыл, жұмсақ, ауылдық, экотуризм, этнотуризм және т.б.) тұрақты туризм деп атауға болады»- деп сипаттаған [10].

Тұрақты туризм түрі ретінде есептелетін "экотуризм" термині ресми түрде өткен ғасырдың 80-ші жылдары қолданыла бастады. Алайда, қазіргі уақытта экотуризмнің нақты және жалпы қабылданған анықтамасы жоқ. Экотуризмнің басты құндылығы-табиғат туралы ойлау, онымен қарым-қатынастан рухани баю, табиғи мұраны қорғауға және жергілікті қауымдастықтардың дәстүрлі мәдениетін қолдауға ынтымақтастық таныту болып отыр. Экологиялық туризм секторын бөліп қарастырудың екі негізгі тәсілі бар [11]. Бірінші тәсілде, экотуризм деп негізгі объектісі жабайы табиғат болып табылатын туризмді атайды. Көптеген авторлар табиғат пен дәстүрлі мәдениет арасындағы шекараны белгілеудің қиындығын атап өтеді және табиғатпен қатар мәдени элементтерді де экотуризм нысандарына қосады. Алайда, бұл жағдайда да "экотуризм" ұғымы толығымен қамтылмайды. Табиғат аясында демалу мақсатындағы туризм кең таралуда, әсіресе АҚШ пен Батыс Еуропа елдерінде, онда бастапқы табиғи ландшафттар дерлік сақталмаған, ал халықтың табиғатпен қарым-қатынас жасау қажеттілігі екінші дәрежелі квазитабиғи аумақтарда қанағаттандырылады. Мұндай туризм көбінесе экологиялық туризм қатарына жатқызылады және оның қоршаған ортаны қорғау мен қалпына келтірудегі, халық дәстүрлерін сақтаудағы және экономиканың экологиялануындағы маңызы кейбір аймақтарда шешуші рөл атқарады. Екінші тәсіл – экологиялық туризмді тұрақты туризмнің бір түрі ретінде қарастыру. Бұл көзқарас неғұрлым дұрыс деп саналады, өйткені экотуризм тұрақты даму тұжырымдамасының негізгі қағидаттарын басшылыққа алады және оларды іс жүзінде сәтті жүзеге асырады. Табиғи ресурстарды пайдалану олардың тозуына әкелмейді, өйткені олардың қалпына келтірілуі мен сақталуы үшін туризмнен түсетін табыстың бір бөлігі қолданылады. Бұл тәсілде туризм объектілері табиғи да, жасанды да болуы мүмкін.

Экологиялық туризмнің қарқынды дамуының басты қозғаушы күші – табиғат аясында демалуға деген сұраныстың артуы. Бұл қазіргі адамның өмір сүру ортасының оның физиологиялық және психологиялық қажеттіліктеріне сәйкес келмеуімен түсіндіріледі. Бұл сұранысты қанағаттандыру және экотуризмнің табысты дамуы, басқа салаларға қарағанда, қоршаған ортаның сапасына көбірек тәуелді. Себебі туристер үшін табиғи ортаның бастапқы қалпы аса құнды. Осылайша, экологиялық фактор экономикалық категорияға айналады: қоршаған ортаның сапасын сақтау және оның бастапқы қалпын қорғау экономикалық тұрғыдан тиімді.

Сонымен, экологиялық туризм – бұл табиғатқа бағытталған тұрақты туризм. Оның екі негізгі сипаттамасы яғни: табиғатқа бағытталуы – туристік сұраныстың ерекшеліктерімен, ал тұрақтылығы – қоршаған ортаның сапасын сақтаудың экономикалық тиімділігімен байланысты. Экологиялық туризм – қоршаған ортамен тығыз байланыстағы туризм саласы. Ол тұрақты дамуға ықпал ететін көптеген салалармен өзара әрекеттеседі. Экотуризмнің дамуы табиғатты және мәдениетті қорғау, әлеуметтік және экономикалық даму арқылы табиғатты пайдаланудың жаңа үлгілерінің пайда болуына ықпал етеді. Бұл элементтер өзара тығыз байланыстағы жүйені құрайды. Туризм саласы өзінің дамуының артықшылықтарын ғана пайдаланбайды, сонымен қатар әлеуметтік-экономикалық саладағы басқа секторлардың әсерін сезінеді және реті келгенде олармен жаңа байланыстар орнатады. Экологиялық туризмді дамыту жерді пайдаланудың ұтымдылығын арттыруға әкеледі. Көптеген аумақтарда жерді туристік мақсатта пайдалану ауыл шаруашылығы мен өнеркәсіпке қарағанда әлдеқайда жоғары табыс әкеледі. Бұл әсіресе ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды қолдану мүмкіндігі қарастырылған аумақтар үшін маңызды болуы мүмкін.

1980 жылы неміс футурологы Роберт Юнгк "жұмсақ туризм" терминін енгізді. 1983 жылы мексикалық экономист-эколог Гектор Цебаллос-Ласкурейн "экологиялық туризм" ("экотуризм") терминін қолданған. Осылайша, ескі де, жаңа көзқараста да экологиялық және әлеуметтік талаптарға сәйкес келетін туризм идеясы тұжырымдалды, яғни экологиялық туризмді табиғатқа жауапты, оны қорғауға ықпал етеді, саяхатшылардың экологиялық мәдениетін арттырады, білім беру функциясын орындайды, дәстүрлі мәдениеттер мен жергілікті қауымдастықтарға мұқият қарайды – деп сипаттауға болады.

Сонымен, "экотуризм" ұғымының пайда болуына бірнеше тенденциялар ықпал етті. Біріншіден, туризм ірі жаһандық экономикалық белсенділіктің біріне айналды. Дүние жүзіндегі қорғалатын табиғи аумақтарға келушілердің саны өсті, сондықтан олардың табиғи кешендерге тигізетін ықтимал зияны үлкен алаңдаушылық тудырды. Сонымен бірге, ұтымды ұйымдастырумен туризм табиғатты қорғауға нақты қаржылық қолдау көрсетіп, бастапқы күйінде сақталуы керек табиғи аумақтардың маңыздылығын арттыра алатындығын көрсетті.

Екіншіден, экологиялық әрекеттердің сәттілігі тек "тыйым салу" шаралары негізінде мүмкін емес екені белгілі болды, әсіресе олар жергілікті халықтың мүдделеріне қарсы бағытталған болса. Жергілікті тұрғындардың осы қызметте серіктес болуы және табиғатқа ұқыпты қарау, олар үшін экономикалық тұрғыдан тиімді болуы қажет. Бұл жерде туризм маңызды рөл атқара алады.

Үшіншіден, туристердің басымдықтары өзгерді. Көптеген адамдар, әсіресе дамыған индустриалды елдерде, қалалық тұрғылықты аумақтардан салыстырмалы түрде бұзылмаған табиғат ортасына ұмтылыс қалыптаса бастады. Дәстүрлі "жағажай-курорттық" демалысқа қарағанда, туристер арасында белсенді және танымдық турларға сұраныс артты.

Сонымен, біздің заманымыздың маңызды экологиялық, экономикалық және әлеуметтік мәселелерінің түйілісінде табиғи аумақтарды тұрақты дамытудың маңызды құралдарының бірі ретінде экологиялық туризм тұжырымдамасы пайда болды.

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда экологиялық туризмді ұйымдастыру ерекше қорғалатын табиғи аумақтар режимінің ерекшеліктерін және олардағы табиғат қорғау мекемелерінің мәртебесін ескере отырып жүзеге асырудың қиындығы бар. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарға мемлекетте айрықша қорғау тәртібі бекітілген табиғи кешендер мен объектілері бар жер телімдері, су ресурстары, әуе кеңістігі жатқызылады [10].

Қазақстан Республикасының ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы заңына сай бұл аумақтарды ғылым, мәдениет, оқу-ағарту, білім беру және туризм мақсаттарында қолдануға рұқсат берілген. Ел аумағында республикалық маңызы бар ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың ұйымдастырылу мақсаттына және қорғалу тәртібіне байланысты келесідей топтастырылған: мемлекеттік табиғи қорықтар; мемлекеттік ұлттық табиғи парктер; мемлекеттік табиғи резерваттар; мемлекеттік зоологиялық парктер; мемлекеттік ботаникалық бақтар; мемлекеттік дендрологиялық парктер; мемлекеттік табиғат ескерткіштері; мемлекеттік табиғи қаумалдар және мемлекеттік қорық аумақтары [10].

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда туристік қызметті ұйымдастыруға болады ма? деген сұрақ көпшілікті қызықтырады әрі әлі де даулы сұрақ болып қалып отыр. Алайда, ел аумағындағы қорықтарды жаппай дамыту мәселесі дұрыс жолға қойылмаған. Бірақ шектеулі, танымдық (ойын-сауық мақсатында емес), мұқият реттелетін туризмді қорықтарда, ұлттық табиғи парктерде олардың аумағын, ерекшелігін ескере отырып ұйымдастыруға болады. Қазақстанда экологиялық туризмнің дамуы бүкіл әлемде бар қағидаттар мен ережелер аясында ұйымдастырылу қажет. Экотуризм дегеніміз - "табиғи кешендерге зиян тигізбейтін, табиғатты қорғауға және жергілікті халықтың әл-ауқатын жақсартуға ықпал ететін табиғаттағы туризм мен рекреацияның кез-келген түрі" (АҚШ экотуризм қоғамы, IUCN, VVF). Басқаша тұжырымдасақ, экологиялық туризм-"тұрақты және табиғи-бағдарланған туризм және рекреация".

Экотуризмнің негізгі принциптері: табиғатқа саяхат, сонымен қатар мұндай саяхаттардың негізгі мазмұны-жабайы табиғатпен, жергілікті әдет-ғұрыптар мен мәдениеттермен танысу; экологиялық және әлеуметтік-мәдени сипаттағы жағымсыз салдарларды азайту, қоршаған ортаның экологиялық тұрақтылығын сақтау; табиғатты және жергілікті әлеуметтік-мәдени ортаны қорғауға жәрдемдесу; экологиялық білім беру және ағартушылық жұмыстар; жергілікті тұрғындардың экологиялық туристік қызметті ұйымдастыруға қатысуы және олардың туристік қызметтен кіріс алуы, бұл олар үшін табиғатты қорғауға экономикалық ынталандыруды тудырады. Бұл жағдайда тұрақтылық туризмнің экологиялық, әлеуметтік-мәдени және экономикалық салдарының оң жалпы балансын қалыптастырады.

Экологиялық туризм туристік қызметті тұтынушылардан нақты тәртіп ережелерін сақтауды және олардың белгілі бір міндеттемелерді өз еркімен қабылдауын қамтиды. Экологиялық туризм ойластырылған және танымдық сипатқа ие туризм түрі. Ол салыстырмалы тұрғыдан алғанда спорттық- сауықтыру сипатқа да ие. Экологиялық саяхат барысында орман соқпақтарында, су жолдарында сапарлар ұйымдастырылуы мүмкін. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда туристік қызметті ұйымдастырудың барлық ерекшеліктерін және ережелерін ескере отырып, табиғи аумақта серуендеу, балық аулау, жидектер мен саңырауқұлақтар жинау, рафтинг және т. б. сияқты іс-әрекеттерді ұйымдастырудың тиімділігі жоғары.

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда туристік қызметті ұйымдастыру ережелерін ескере отырып, экологиялық туризмді ұйымдастырудың неғұрлым тиімді нысандарының бірі ретінде экологиялық соқпақтарды қалыптастыру болуы мүмкін. Экологиялық соқпақ, бұл маршрут бойында орнатылған ақпараттық стендтер арқылы халықты экологиялық ағарту мақсатында құрылған жабдықталған және ерекше қорғалатын серуендеу және білім беру бағыттары болып табылады. Экологиялық соқпақтарды дамытудың басты артықшылығы

туристік ағындарды басқаруға мүмкіндік алу, рекреациялық ландшафтарды тиімді қолдану бағыттарын анықтау болып отыр. Егер туристік сапарлар кезінде қолданылатын жол тораптары болмаған жағдайда мәдени және табиғи ортаның деградацияға ұшырау қаупі, рекреациялық ресурстардың санының төмендеуі орын алуы мүмкін. Табиғи ортаға адамның тигізетін зияны әртүрлі бағытта болады, олар: тұрмыстық қалдықтардың мөлшерінің арттыруы, ағаш ормандарының өртке орануы, су көздерін ластауы, атмосфераның ластануы және т.б. Сондықтан, ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда алдын ала ұйымдастырылған жол тораптары мен белгіленген экологиялық соқпақтарды пайдаланудың маңыздылығы жоғары. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда туристердің қозғалу тәртібі алдын ала ұйымдастырылған маршруттар негізінде жүргізілмесе, өсімдіктер жабынының жоғалып кетуіне қауіп туғызуы мүмкін.

Қорғалатын аумақтар үшін туризмнің жаппай түрлерінің орнына экологиялық соқпақ негізінде ұйымдастырылған шағын топтар үшін ұзақ, мамандандырылған маршруттарды ұйымдастыру тиімділігі жағынан жоғары. Мұндай ерекше мәртебеге ие табиғи қорықтар мен саябақтарға келетін туристер ағыны шектеулі және мұқият реттелуі керек. Экотуристік маршруттар қорғалатын аумақтармен шектесуі мүмкін, негізгі жергілікті табиғи көрікті жерлерді қамтуы мүмкін, экомаршрут бойындағы табиғи кешендердің сақталуын және олардың жай-күйін бақылауды қамтамасыз ету керек. Егер экомаршруттар қорғалатын аумақтармен шектескен жағдайда туристердің аялдайтын орындары мен бекеттерін алдын ала белгілеу керек. Тоқтайтын аялдамаларда шатыр құратын орындар, тұрмыстық қалдықтарды жинау және жою мүмкіндіктерін туғызатын жерлер, от жағатын арнайы жерлер қарастырылу шарт. Экомаршрут шегіндегі арнайы аялдау орындары туристердің іс-қимыл тәртіптерін бақылауға, жер жабынына түсетін жүктемені азайтуға мүмкіндік береді.

Сондықтан экотуризм қызметін ұйымдастырған кезде алдын ала ұйымдастыру шараларын іске асырудың қажеттілігі жоғары. Бұл жалпы экомаршруттарға қатысушылардың сапар шегіндегі тәртіптерін қадағалау, қызметті ұйымдастыру мен басқарудың оңтайлы тәсілін қалыптастыруға әсер етеді.

Нәтижелер мен талқылаулар

Қазақстан Республикасы аумағындағы ерекше қорғалатын табиғи аумақтар (ЕҚТА) – табиғи мұраларды сақтау мен экожүйе тұрақтылығын қамтамасыз етудің маңызды құралы. Елімізде қазіргі таңда 10 мемлекеттік қорық, 10 ұлттық табиғи саябақ, 3 табиғи резерват, 49 қорықша, 127 геологиялық табиғи-қорықтық қор, 5 қорықтық аймақ, 6 ботаникалық және 3 зоологиялық бақ, сондай-ақ 26 табиғат ескерткіші мен 2 ірі резерват (Семей және Ертіс орманы) жұмыс істейді.

Аталған аумақтардың жалпы көлемі 2 млн гектардан асады, бұл республика жерінің 8%-ына тең (1-сурет). Ал халықаралық стандарт бойынша бұл көрсеткіш кемінде 10–12% болуы тиіс. Мысалы, Германияда ЕҚТА жері 31,5%, АҚШ-та – 15,8%, Жапонияда – 14% құрайды [14]. Бұл Қазақстанда ЕҚТА жүйесін одан әрі кеңейту қажеттігін көрсетеді.

Бұл аумақтар экологиялық туризмді дамытуға және табиғатты қорғау саласындағы ғылыми зерттеулер жүргізуге қолайлы мүмкіндік береді. ЕҚТА инфрақұрылымын жетілдіру – елдің тұрақты дамуына үлес қосатын маңызды басымдықтардың бірі.



Сурет 1 – Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы деректер

Ескерту – Дереккөз: [12]

Ұлттық Статистика бюросының қоршаған ортаны бақылау мен бағалаудың экологиялық индикаторлары туралы деректерінде елде ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың алаңы артқаны байқалып отыр. Егер 1993 жылы 2724900000 га жер аумағы болса оның ішінде жалпы қорғалатын алаң – 6519653,1га. ал мемлекет аумағындағы ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың үлесі 2,4%-ды құраған. 2023 жылы елдегі ерекше мәртебеге ие табиғи аумақтардың үлесі 10,8%-ға жеткен.

2021 жылғы мәлімет бойынша ел аумағында 27486792,94 га ерекше қорғалатын аумақ тіркелген. Осы аумақта табиғат- қорғау мекемелерінің саны 120 бірлік болса, ондағы 133 қызметкер ерекше мәртебеге ие табиғи аумақтарға келушілерге арнап, туристік-экскурсиялық қызмет көрсеткен (1- кесте).

Кесте 1 – Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы көрсеткіштер

	2017ж	2018ж	2019ж	2020 ж	2021	2021/2017 жж. %
Табиғат-қорғау кәсіпорындарының саны, бірлік	114	115	117	117	120	105,3
Жалпы алаңы, га	242200	245574	243733	24373	274867	113,5
	24,2	60,7	57,1	357,1	92,94	
Келушілер үшін экскурсиялық қызметі көрсететін қызметкерлер саны, адам	30	30	49	143	133	443,3

Жалғасы келесі бетте...

Аумақтарда өткізілген экскурсиялар саны, бірлік	6327	6110	8166	2705	16536	261,4
Аумақтарға келушілердің саны, адам	126194 2	123681 3	1501625	985897	1552111	122,9
*Ескерту: Авторлар [13] әдебиет көзі негізінде құрастырып, есептеген.						

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың потенциалын қолдану арқылы ұйымдастырылған экскурсиялар саны талдауға алынған жылдар ішінде жоғарылаған. Егер 2017 жылы 6327 экскурсия ұйымдастырылған болса, 2021 жылы оның мөлшері 16536 бірлікті құрады немесе өсу қарқыны 261,4 пайызға жеткен. Ал, ерекше қорғалатын табиғи орындарға келушілердің саны 2021 жылы 1552111 адамды құрады. Талдау кезеңдерінде ерекше мәртебеге ие аумақтардың кеңеюі және оны туристік – экскурсиялық мақсатта қолдану жағдайларының өскені байқалады. Ел аумағындағы табиғи ресурстардың әлеуетін пайдалануды арттыру арқылы туристік-экскурсиялық қызметтен түсетін табысты арттыруға мүмкіндік туғызу керек. Табыстың бұл түрі ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды күтуге, қорғауға және қажетті инфрақұрылымдарды ұйымдастыруға бағытталу қажет.

Ерекше мәртебеге аумақтарды пайдаланудың шетелдік тәжірибелерін саралайтын болсақ, Қазақстанда ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың жалпы ауданы шамамен 0,26 млн км², бұл экотуризмді сәтті ұйымдастырып жатқан бірқатар дамыған елдерге қарағанда он есе көп және жылына шамамен 2 млн адам туристік мақсатта келеді. Ал бұл көрсеткіш АҚШ-та 200 млн адамға, Австралияда 60 млн. адамға жетеді (2-сурет). Мұндай нәтижелерге елдер заңнамалық деңгейде реттелген ұлттық табиғи саябақтар аумағындағы туристік қызметті басқарудың жүйелі жұмысы нәтижесінде қол жеткізіп отыр.



Сурет 2 – Экотуристердің саны, 2021 жыл, млн адам

Ескерту – [15] әдебиет негізінде құрастырылған.

2019 жылы АҚШ-тағы ұлттық саябақтарға келушілердің саны 327,5 млн. адам болса, 340500 жұмыс орны құрылды, ұлттық саябақтарға келушілердің жұмсаған шығындары 21 млрд. АҚШ долларын құраған. Жылына Йелстоун саябағына келген үш миллион келушіден

түскен жалпы табыстың 7-9%-ын саябаққа кіру үшін төлейтін ақы құраған. АҚШ саябаққа кірудің орташа билет құны 15 АҚШ доллары [15]. Міне, ерекше қорғалатын табиғи аумақтарға кіру үшін алынатын ақы мөлшері де белгілі бір көлемді табысты құрауға ықпал етеді.

2019 жылы Финляндия экологиялық тұрақтылықтың жоғары деңгейінің, өсімдіктер мен жануарлар түрлерінің алуан түрлігі мен бірегейлігінің, сондай ақ мемлекеттің қоршаған ортаны қорғауға бағытталған ұстанымының нәтижесінде жабайы табиғат бойынша саяхаттау үшін үздік ел ретінде танылды. Ал, үздік елдердің тізімін анықтау үшін ұлттық парктердің саны, биоалуантүрлілік, Қызыл кітапқа енген өсімдіктер мен жануарлардың жойылып кету қаупі және басқа да көрсеткіштер ескеріледі [16].

Қорытынды

Туризм саласы кейбір мемлекеттер үшін экономикалық құраушы ғана емес әлеуметтік-экономикалық маңыздылығы бар салалардың бірі ретінде саналады. Туристік-рекреациялық ресурстарды қолданудың салдарын, қоршаған орта мен биоәртүрлікке туризмнің дамуынан туындайтын әсерлерді мүмкіндігінше төмендету үшін тұрақты туризм және оның түрлерін дамытуға назар аудару керек. Себебі, дәстүрлі немесе «қатаң» туристік қызметтің дамуының қоршаған орта мен туристік ресурстарға түсіріп отырған жүктемесінің салдары қазіргі уақыттың өзінде байқалып отыр. Яғни туризмді дамытып отырған мұхит жағалаулары, аралдық мемлекеттердегі су көздерінің ластануы, туристік мақсатта қолданылатын инфрақұрылым құрылысын жүргізу мақсатында орман, өсімдік әлемінің оталуы, көлік-тасымалдау құралдарының ауаны ластауы, қатты тұрмыстық қалдықтардың артуы орын алуда. Сондықтан, туристік қызметті экономикалық пайда түсетін көз ретінде әрі сервистік экономиканың қозғаушы саласы ретіндегі рөлін айқындай келе, оның қоршаған ортаға тигізетін зияндарын тежеуге немесе бәсеңдетуге мүмкіндік беретін туризм түрлеріне атап айтқанда тұрақты туризмге, жасыл туризмге, экотуризмге, агротуризмге, этнотуризмге және т.б. «жұмсақ» туризм түрлерін дамытуға, ұйымдастыруға назар аударылу керек. Осы мақалаға арқау болып отырған ерекше қорғалатын табиғи аумақтарды экотуризм мақсатында пайдалану бойынша бірқатар шаралар жиыны іске асырылуы керек деп ойлаймыз. Біріншіден, құқықтық реттеу және қадағалау (ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы ұлттық және халықаралық заңнамаларды қатаң сақтау; экожүйенің жағдайын қадағалау тәсілін әзірлеу және қолдану; аумаққа кіретін туристердің санына шектеу белгілеу, кіру тәртібінің талаптарын бекіту). Екіншіден, экологиялық тұрақты туризмді ұйымдастыруға басымдық беру (табиғатқа тигізетін зияны аз экомаршруттарды әзірлеу; экологиялық инфрақұрылымды қолдану; қалдықтарды сұрыптау жүйесі енгізу және зиянды әрі ыдырауы ұзаққа созылатын материалдарды пайдалануға тиым салу). Үшіншіден, жергілікті қауымдастық өкілдерімен қарым-қатынасты нығайту (жергілікті аумақты басқару, бақылау жұмыстарына жергілікті тұрғындарды көптеп тарту; жергілікті шаруашылық объектілерін агро, экотуризм түрлерін дамыту үшін қолдану және бұл жергілікті тұрғындарға тұрақты табысқа ие болуға мүмкіндік береді; экотуризм қағидаттары негізінде жергілікті тұрғындар ішінен туристік қызмет көрсететін мамандарды, гидтар мен нұсқаушыларды оқытуға назар аудару). Төртіншіден, ақпараттық және ағартушылық жұмыстарды ұйымдастыру (ерекше мәртебесі бар аумақтарға кіру ережелері туралы ақпаратты маршрут бойында, аумаққа кіру, аумақта ең көп адам шоғырыланатын жерлерге орналастыру; ағартушылық бағдарламалар мен экологиялық экскурсияларды әзірлеу және насихаттау; аумаққа келушілер арасында

жауапкершілікті және қоршаған ортаны қорғау міндеттері туралы ақпараттандыру шараларын ұйымдастыру). Бесіншіден,

Бұл әлем мемлекеттері өздерінің даму жолдарында басшылыққа алып тұрған тұрақты дамыту мақсаттарына қолжеткізудегі қадамдардың бірі болмақ.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Ануфриев В. П., Гудим Ю. В., Каминов А. А. Устойчивое развитие. Энергоэффективность. Зеленая экономика: монография. – Москва: ИНФРА-М, 2023. – 201 с.
2. Қазақстандағы тұрақты даму мақсаттарын іске асыру туралы қысқаша ақпарат [Электрон. ресурс]. – Қолжетімділік режимі: https://egov.kz/cms/kk/articles/development_goals (қол жеткізу күні: 01.08.2024).
3. Повестка дня в области устойчивого развития на период до 2030 года [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://unstats.un.org> (дата обращения: 13.09.2024).
4. Кузнецов А. П. Устойчивое развитие региона: эколого-экономические аспекты: монография. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2015. – 136 с.
5. Насыров Г. М. Туризм в системе устойчивого развития территорий и ESG-принципов // Устойчивое развитие территорий: теория и практика: материалы IV Междунар. науч.-практ. конф. (19–20 апреля 2023 г., г. Сибай). – Сибай: Сибайский институт (филиал) УУНиТ, 2023. – С. 416–418.
6. Дятлов С. А. Основы концепции устойчивого развития: учебное пособие. – Москва: ИНФРА-М, 2024. – 185 с.
7. Насыров Г. М. Сельский туризм в системе устойчивого развития дестинации (на примере Республики Башкортостан): автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. – СПб.: Балтийская академия туризма и предпринимательства, 2013. – 25 с.
8. Новиков В. С. Инновации в туризме. – М.: ИЦ «Академия», 2007. – 208 с.
9. Имангулова Т., Аскарова Г., Мазбаев О. Б. Туризмнің тұрақты дамуы ұғымы // Дене тәрбесінің теориясы мен әдістемесі. – 2020. – № 4 (62). – Б. 159–164.
10. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы Қазақстан Республикасының 2006 жылғы 7 шілдедегі № 175 Заңы.
11. Петрасов И. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: https://tourlib.net/books_tourism/petrasov2-1.htm (дата обращения: 13.09.2024).
12. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы деректер [Электрон. ресурс]. – Қолжетімділік режимі: https://stat.gov.kz/ecologic-indicators/28455/protected_areas/ (қол жеткізу күні: 13.09.2024).
13. Қазақстан туризмі, 2017–2021: Статистикалық жинақ. – Қазақ және орыс тілдерінде. – 65 б.
14. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар [Электрон. ресурс]. – Қолжетімділік режимі: <https://kk.wikipedia.org/> (қол жеткізу күні: 01.08.2024).
15. Рой О. М. Особо охраняемые природные территории: от консервации к развитию // Антиномии. – 2021. – Т. 21, вып. 2. – С. 90–108.
16. Первозданная природа Казахстана – потенциал для развития экотуризма [Электрон. ресурс]. – Режим доступа: <https://www.undp.org/ru/kazakhstan> (дата обращения: 13.09.2024).

REFERENCES

1. Anufriev V. P., Gudim Yu. V., Kaminov A. A. Ustojchivoe razvitie. Energoeffektivnost. Zelenaya ekonomika: monografiya. – Moskva: INFRA-M, 2023. – 201 s.
2. Қазақстандағы тұрақты даму мақсаттарын іске асыру туралы қысқаша ақпарат [Elektron. resurs]. – Қолжетімділік режімі: https://egov.kz/cms/kk/articles/development_goals (қол жеткізу күні: 01.08.2024).
3. Povestka dnya v oblasti ustojchivogo razvitiya na period do 2030 goda [Elektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <https://unstats.un.org> (data obrasheniya: 13.09.2024).
4. Kuznecov A. P. Ustojchivoe razvitie regiona: ekologo-ekonomicheskie aspekty: monografiya. – Vologda: ISERT RAN, 2015. – 136 s.
5. Nasyrov G. M. Turizm v sisteme ustojchivogo razvitiya territorij i ESG-principov // Ustojchivoe razvitie territorij: teoriya i praktika: materialy IV Mezhdunar. nauch.-prakt. konf. (19–20 aprelya 2023 g., g. Sibaj). – Sibaj: Sibajskij institut (filial) UUNiT, 2023. – S. 416–418.
6. Dyatlov S. A. Osnovy koncepcii ustojchivogo razvitiya: uchebnoe posobie. – Moskva: INFRA-M, 2024. – 185 s.
7. Nasyrov G. M. Selskij turizm v sisteme ustojchivogo razvitiya destinacii (na primere Respubliki Bashkortostan): avtoref. dis. ... kand. ekon. nauk: 08.00.05. – SPb.: Baltijskaya akademiya turizma i predprinimatelstva, 2013. – 25 s.
8. Novikov V. S. Innovacii v turizme. – M.: IC «Akademiya», 2007. – 208 s.
9. Imangulova T., Askarova G., Mazbaev O. B. Turizmнің тұрақты дамуы ұғымы // Дене тәрбесінің теориясы мен әдістемесі. – 2020. – № 4 (62). – B. 159–164.
10. Erekshe қорғалатын табиғи аумақтар туралы Қазақстан Республикасының 2006 жылғы 7 шілддегі № 175 Заңы.
11. Petrasov I. Koncepciya ustojchivogo razvitiya primenitelno k mirovomu turizmu [Elektron. resurs]. – Rezhim dostupa: https://tourlib.net/books_tourism/petrasov2-1.htm (data obrasheniya: 13.09.2024).
12. Erekshe қорғалатын табиғи аумақтар туралы деректер [Elektron. resurs]. – Қолжетімділік режімі: https://stat.gov.kz/ecologic-indicators/28455/protected_areas/ (қол жеткізу күні: 13.09.2024).
13. Қазақстан туризмі, 2017–2021: Statistikalық zhinaқ. – Қазақ және орыс тilderinde. – 65 b.
14. Erekshe қорғалатын табиғи аумақтар [Elektron. resurs]. – Қолжетімділік режімі: <https://kk.wikipedia.org/> (қол жеткізу күні: 01.08.2024).
15. Roj O. M. Osobo ohranyaemye prirodnye territorii: ot konservacii k razvitiyu // Antinomii. – 2021. – T. 21, vyp. 2. – S. 90–108.
16. Pervozdannaya priroda Kazahstana – potencial dlya razvitiya ekoturizma [Elektron. resurs]. – Rezhim dostupa: <https://www.undp.org/ru/kazakhstan> (data obrasheniya: 13.09.2024).

Р. ШОҚАН

Экономика ғылымдарының кандидаты
қауымдастырылған профессор
Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық
университеті
(Қазақстан, Астана)

З.ТЕМИРАЛИЕВА

Аға оқытушы
Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық
университеті, (Қазақстан, Астана)
e-mail: zubaira.zere.9@gmail.com

e-mail: roza-shokan@mail.ru	
А. БИДОЛДОЙ Аға оқытушы Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, (Қазақстан, Астана) e-mail: amanbek-a79@mail.ru	Ж. САДЫКОВ PhD, доцент Есіл университеті (Қазақстан, Астана) e-mail: zhass83@mail.ru
	15.02.2025 ж. баспаға түсті 05.05.2025 ж. түзетулермен келді 30.06.2025ж. басып шығаруға қабылданды

R. SHOKHAN¹✉, Z. TEMIRALIEVA¹, A. BIDOLDOY¹, Zh. SADYKOV²

¹L.N. Gumilyov Eurasian National University

(Kazakhstan, Astana), e-mail: roza-shokan@mail.ru

²Esil University (Kazakhstan, Astana)

PROMOTING ECOTOURISM IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Abstract. The article examines the development of tourism, the organization of ecotourism, and the effective use of tourist-recreational resources of the environment within the framework of the goals of achieving sustainable development. Additionally, the authors analyze the potential of protected natural areas and review the indicators of their use, such as the number of environmental protection enterprises, the number of employees providing excursion services for visitors, the number of conducted excursion services, and the intensity of consumption of services by businesses operating in protected natural areas. In writing the article, methods of analysis and synthesis, as well as comparative analysis, were used in the process of generalizing scientific and methodological approaches. Economic-statistical methods were applied in the analytical studies to assess the use of protected natural areas for tourism purposes. The conclusions and recommendations were drawn using abstract-logical methods. The article highlights the types of services provided in Kazakhstan's protected natural areas. The international experience of using protected natural areas for tourism is also analyzed, with the results showing that developing this type of tourism can create additional jobs and generate income opportunities.

Keywords: tourism, sustainable development, protected natural areas, concept, economy, ecological tourism.

Р. ШОҚАН¹✉, З. ТЕМИРАЛИЕВА¹, А. БИДОЛДОЙ¹, Ж. САДЫКОВ²

¹Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, (Казахстан, Астана)

²Есильский университет (Казахстан, Астана)

ПРОДВИЖЕНИЕ ЭКОТУРИЗМА В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассмотрены вопросы развития туризма, организации экотуризма и эффективного использования туристско-рекреационных ресурсов окружающей среды в рамках задач достижения целей устойчивого развития. Также авторы провели анализ потенциала особо охраняемых природных территорий, а также рассмотрели показатели использования этих территорий, такие как количество

природоохранных предприятий, число сотрудников, оказывающих экскурсионные услуги для посетителей, количество проведенных экскурсионных услуг и интенсивность потребления услуг предприятий, организованных на особо охраняемых природных территориях. В процессе написания статьи при обобщении научно-методологических подходов использовались методы анализа и синтеза, а также сравнительный анализ. Для оценки использования особо охраняемых природных территорий в туристических целях в аналитических исследованиях были применены экономико-статистические методы. Заключительные выводы и рекомендации были сделаны с использованием абстрактно-логических методов. Обращено внимание на виды услуг, предоставляемых на особо охраняемых природных территориях Казахстана. Также проанализирован международный опыт использования особо охраняемых природных территорий для туризма, и в результате анализа показано, что развитие этого вида туризма может способствовать созданию дополнительных рабочих мест и формированию источников дохода.

Ключевые слова: *туризм, устойчивое развитие, особо охраняемые природные территории, концепция, экономика, экологический туризм.*

**«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»**

**ғылыми журналының
АВТОРЛАРЫНА АРНАЛҒАН ЕРЕЖЕЛЕР**

Редакциялық алқа авторлардан журналда жариялау үшін мақалалар дайындау кезінде төмендегі ережелерді басшылыққа алуды сұрайды.

Журнал редакциясына ұсынылатын ғылыми мақалалар «Журналдар, жинақтар, ақпараттық басылымдар МЕМСТ 7.5-98 сәйкес мақалаларды рәсімдеу үшін негізгі баспа стандарттарына сәйкес, жарияланатын материалдарды баспаға рәсімдеу «МЕМСТ 7.1-2003» Библиографиялық жазба. Библиографиялық сипаттама.

Құрастырудың жалпы талаптары мен ережелері» талаптарына сай дайындалуы керек.

*Нөмірге бір автордың бір ғана қолжазбасы немесе сол автордың тең авторлар ұжымы құрамында болғанда да бір қолжазбасын ғана жариялауға рұқсат етіледі.

* Бір мақаланың тең авторларының саны 5-тен аспауы тиіс.

* Мақаланың бірегейлік дәрежесі 60%-дан кем болмауы тиіс (редакциялық алқаның шешіміне сәйкес).

* Баспаға жіберілетін мақалалар бұрын жарияланбауы тиіс, кейіннен басқа журналдарда жариялауға, оның ішінде басқа тілдерге аударуға жол берілмейді.

* Қолжазбаны жариялауға қабылдау туралы шешім рецензиялау рәсімі өткізілгеннен кейін қабылданады.

* Қос рецензиялау (жасырын) құпия түрде жүргізіледі, авторға рецензенттің аты – жөні, ал рецензентке мақала авторының аты-жөні мәлім болмайды.

* Егер мақаланы плагиатқа қарсы немесе рецензент қабылдмаса, мақала авторға қайта орындауға үшін қайтарылады. Автор мақаланы плагиатқа немесе шолуға 1 рет қайта жібере алады. Мақаланың мазмұнына автор жауапты болып табылады.

Редакция мақалаға әдеби және стилистикалық өңдеу жасаумен айналыспайды.

Талапқа сай ресімделмеген мақалалар жарияланымға қабылданбайды және авторларға қайтарылады.

Мақаланың соңғы нұсқасының алынған күні оның редакцияға түскен күні болып саналады.

Мақалалар түсу шамасына қарай жарияланады. Журнал бір нөмірде мақала саны 35-тен аспайтындай болып шығарылады.

Журналдарды шығару мерзімділігі - жылына 4 рет (тоқсан сайын).

Мақаланы беру мерзімі:

- бірінші тоқсан 10 наурызға дейін;
- екінші тоқсан 10 маусымға дейін;
- үшінші тоқсан 10 қыркүйекке дейін;
- төртінші тоқсан 10 желтоқсанға дейін.

«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналы жылына 4 рет рет желілік (электрондық) форматта журнал нөмірлерінің жариялануының төмендегідей белгіленген мерзімдерінде шығарылады:

- бірінші нөмір ағымдағы жылдың 30 наурызына дейін шығарылады;
- екінші нөмір-30 маусымға дейін;
- үшінші нөмір-30 қыркүйекке дейін;
- төртінші нөмір-30 желтоқсанға дейін.

Мақаланы (электрондық нұсқасын) төмендегі сайтқа немесе журнал поштасына жіберу керек:

- journal.iuth.edu.kz
- journal@iuth.edu.kz

Мақаланы жариялауға ұсыну үшін сайтта тіркеуден өту қажет.

Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан автор (екі және одан да көп бірлескен автордың арасында) корреспондент-автор болып табылады және «*» белгісімен айрықшаланады.

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандарымен көрсетіледі.

Қос рецензиялау (жасырын) рәсімін жүзеге асыру үшін авторлардан мақаланың екі нұсқасын: біріншісі – жеке деректерді көрсете отырып, екіншісі – жеке деректерді көрсетпей жіберу қажеттілігі сұралады. Жасырын рецензиялау қағидаты бұзылған жағдайда мақала қаралмайды.

Мақалалар қатаң түрде төмендегі ережелерге сәйкес ресімделуі керек:

- Журналдарға барлық ғылыми бағыттар бойынша, электронды нұсқада, «Windows үшін (doc, .docx, .rtf форматтарында) Microsoft Office Word (97, 2000, 2007, 2010) мәтіндік редакторында барлық материалдары бар мақалалар қабылданады.

- Аннотацияларды, әдебиеттерді, кестелерді, суреттер мен математикалық формулаларды қоса алғанда, мақаланың жалпы көлемі **7 беттен кем болмауы және 25 беттен аспауы тиіс**. Беттер жиектері-парақтың барлық жағынан 30 мм; мақала мәтіні: кегль – 12 пункт, гарнитура – Times New Roman (орыс, ағылшын және неміс тілдері үшін), KZ Times New Roman (қазақ тілі үшін).

Ғылыми мақаланың құрылымы атауынан, аңдатпадан, түйінді сөздерден, негізгі ережелерден, кіріспеден, материалдар мен әдістерден, нәтижелер мен талқылаудан, қорытындыдан, түйіндерден, қаржыландыру туралы ақпараттан (бар болса), дереккөздердің кириллицада (қазақ және орыс тілдерінде) жазылуының романизацияланған (латын әліпбиімен транслитерацияланған) нұсқасын қоса алғанда, әрбір мақалада пайдаланылған дереккөздердің (әдебиеттердің) тізімінен тұрады, MeCT 7.79–2000 (ИСО 9-95) кирилл жазуын латын әліпбиімен транслитерациялау қағидаларын қараңыз.

- Мақалада қамтылуы тиіс:

1. MFTAP (мемлекетаралық ғылыми-техникалық ақпараттың рубрикаторы);

1. DOI – MFTAP-дан кейін жоғарғы оң жақ бұрышта (журналдың редакциясы тағайындайды және толтырады);

2. Автордың (- лардың) аты-жөні, тегі қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде (қою қаріппен, ортасында) беріледі;

Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан автор (екі және одан да көп бірлескен авторлар) корреспондент-автор болып табылады және «*» белгісімен көрсетіледі.

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандармен көрсетіледі.

3. Аффилиация (ұйым (жұмыс (оқу) орны), ел, қала) қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде көрсетіледі. Авторлардың аффилиациясы туралы толық деректер журналдың

соңында ұсынылады;

4. **Мақала атауы** мақаланың мазмұнын, тақырыбын және ғылыми зерттеу нәтижелерін көрсетуі керек. Мақала атауында ақпараттық мазмұн, қызығушылық туғызушылық және бірегейлік болуы қажет (12 сөзден аспайтын, бас әріптермен, қалың қаріппен, ортасында, үш тілде: орыс, қазақ, ағылшын немесе неміс тілдерінде беріледі);

5. **Аңдатпа** мақаланың мақсатын, мазмұнын, түрін, нысанын және басқа да ерекшеліктерін қысқаша сипаттауы керек. Автордың пікірінше, негізгі және құнды кезеңдер, нысандар, олардың белгілері мен зерттеу нәтижелері көрсетілуі керек. Қазақ, орыс және ағылшын немесе неміс тілдерінде беріледі (аңдатпаның ұсынылатын көлемі жарияланым тілінде – 150 - ден кем емес, 300 сөзден артық емес, курсивпен, қою шрифтпен, 12 пункт кегльмен, сол және оң жақтағы азат жол 1 см. болуы қажет, үлгіні қараңыз);

6. **Түйінді сөздер** объект, ғылыми сала және зерттеу әдістері терминдерінде мәтіннің мазмұнын көрсететін сөздер жиынтығы (үш тілде: орыс, қазақ, ағылшын немесе неміс тілдерінде ресімделеді; 12 пункт кегль, курсив, сол-оң жақ шегініс – 1 см.). Ұсынылатын түйінді сөздер саны – 5–8 сөз, түйінді сөз тіркесіндегі сөздер саны 3-тен аспауы қажет. Олар маңыздылығы бойынша анықталады, яғни мақаланың ең маңызды түйінді сөзі тізімде бірінші болуы керек (үлгіні қараңыз);

7. **Мақаланың негізгі мәтіні** оның бөлімдерінің белгілі бір ретімен орналасытырылып жазылуы тиіс, оған төмендегілер жатады:

- **Кіріспе** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қалың әріптермен, 12 пункт кегльмен беріледі). Тақырыптың таңдалуының негіздемесі; тақырыптың немесе мәселенің өзектілігі дәйектеледі. Тақырыптың өзектілігі осы нысананы зерттеуге деген жалпы қызығушылықтың барысы арқылы, бірақ аталмыш мәселенің шешімі толық болмауымен анықталады, ол тақырыптың теориялық немесе практикалық маңыздылығымен дәлелденеді.

- **Материалдар мен әдістер** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қою әріптермен, 12 пункт кегльмен көрсетіледі). Олар материалдар мен жұмыс барысын сипаттаудан, сондай-ақ қолданылған әдістердің толық сипаттамасынан тұруы керек.

- **Нәтижелер және талқылау** (сол жақ шетінен 1 см абзац, қалың әріптермен, 12 пункт кегль). Сіз қол жеткізген зерттеу нәтижелері талданады және талқыланады. Зерттеу барысында алынған нәтижелер бойынша қорытындылар келтіріледі, негізгі мәні ашылады. Бұл мақаланың маңызды бөлімдерінің бірі. Онда сіздің жұмысыңыздың нәтижелерін талдау және алдыңғы жұмыстармен, талдаулармен және қорытындылармен салыстырғанда тиісті нәтижелерді талқылау қажет.

- **Қаржыландыру туралы ақпарат (бар болса)** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қою әріптермен, 12 пункт кегльмен көрсетіледі).

- **Қорытындылар** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қалың әріптермен, 12 пункт кегльмен). Қорытындылар – аталмыш кезеңдегі жұмысты қорытындылау және түйінін жасау; автор ұсынған тұжырымның ақиқатын растау және алынған нәтижелерді ескере отырып, ғылыми тұжырымның өзгеруі туралы автордың қорытындысы. Қорытындылар дерексіз болмауы керек, олар белгілі бір ғылыми саладағы зерттеу нәтижелерін жалпылау, әрі қарай жұмыс істеу ұсыныстарын немесе мүмкіндіктерін сипаттайтындай дәрежеде болуы керек.

- **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі** (қою әріптермен кегль-12 пункт, ортасында) мыналарды қамтиды:

Мақала және пайдаланылған қайнаркөздер тізімі МЕСТ 7.5-98; МЕСТ 7.1-2003 сәйкес

жасалуы керек (үлгіні қараңыз).

Дереккөздердің реттілігі келесі тәртіппен анықталады: алдымен дәйекті сілтемелер, яғни мақаланың өзінде кезектілік бойынша сілтеме жасайтын көздер. Содан кейін сілтемелері жоқ қосымша көздер, яғни мақалада болмаған, бірақ сіз оқырмандарға параллельді жұмыстар сияқты танысу үшін ұсынған қайнаркөздер көрсетіледі. Көлемі 10-нан кем емес, 20-дан аспайтын атаулар (мақалада сілтемелер мен ескертпелер толассыз нөмірлеумен белгіленеді және тік жақшаға салынады), негізінен соңғы 10-15 жылда жарық көрген әдебиеттер алынады.

Пайдаланылған қайнар көздер кириллицада (қазақ және орыс тілдерінде) болған жағдайда, әдебиеттер тізімін екі нұсқада ұсыну қажет: 1) түпнұсқада (дереккөздер орыс, қазақ және ағылшын не неміс тілдерінде көрсетіледі); 2) дереккөздерді кириллицамен жазудың романизацияланған нұсқасы (қазақ және орыс тілдерінде), яғни латын әліпбиімен транслитерацияланады. МЕСТ 7.79–2000 (ИСО 9-95) кирилл жазуын латын алфавитімен транслитерациялау ережелерін қараңыз.

МЕСТ бойынша онлайн Транслитерация қызметі –[https://transliteration-online.ru/Кирилл жазуының латын әліпбиімен транслитерациялануы ережелері](https://transliteration-online.ru/Кирилл_жазуының_латын_әліпбиімен_транслитерациялануы_ережелері).

Романизацияланған әдебиеттер тізімі келесідей болуы керек: автор(-лар) (транслитерация немесе бар болса ағылшын тіліндегі нұсқасы) → мақала атауы транслитерацияланған нұсқада → [мақала атауын ағылшын тіліне шаршы жақшада аудару] → қазақ немесе орыс тіліндегі дереккөздің атауы (транслитерация немесе бар болса ағылшынша атауы) → ағылшын тіліндегі белгілері бар шығыс деректері.

- **Иллюстрациялар**, суреттер тізімі және олардың сурет астындағы жазулары мақала мәтіні бойынша ұсынылады. Электрондық нұсқада суреттер мен иллюстрациялар кемінде 300 dpi рұқсаты бар TIFF немесе JPG форматында ұсынылады.

- **Математикалық формулалар** Microsoft Equation Editor-да терілуі керек (әр формула бір объект).

Жеке бетте (мақаладан кейін)

Электрондық нұсқада толық почталық мекен-жайлар, қызметтік және үй телефондарының нөмірлері, e-mail (редакцияның авторлармен байланысы үшін телефон нөмірлері, жарияланбайды) көрсетіледі;

Авторлар туралы мәліметтер қазақ, орыс, ағылшын тілдерінде

Тегі Аты Әкесінің аты (толық)

Лауазымы, ғылыми дәрежесі, атағы

Ұйым

Қала

Индекс

Ел

E-mail

Телефон

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства» «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»

Редакционная коллегия просит авторов руководствоваться следующими правилами при подготовке статей для опубликования в журнале.

Научные статьи, представляемые в редакцию журнала должны быть оформлены согласно базовым издательским стандартам по оформлению статей в соответствии с ГОСТ 7.5-98 «Журналы, сборники, информационные издания. Издательское оформление публикуемых материалов», пристатейных библиографических списков в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

* В номер допускается не более одной рукописи от одного автора либо того же автора в составе коллектива соавторов.

* Количество соавторов одной статьи не более 5.

* Степень оригинальности статьи должна составлять не менее 60 % (согласно решению редакционной коллегии).

* Направляемые статьи не должны быть ранее опубликованы, не допускается последующее опубликование в других журналах, в том числе переводы на другие языки.

* Решение о принятии рукописи к опубликованию принимается после проведения процедуры рецензирования.

* Двойное рецензирование (слепое) проводится конфиденциально, автору не сообщается имя рецензента, а рецензенту – имя автора статьи.

* Если статья отклонена антиплагиатом или рецензентом статья возвращается автору на доработку. Автор может повторно отправить статью на антиплагиат или рецензирования 1 раз. Ответственность за содержание статьи несет автор.

Редакция не занимается литературной и стилистической обработкой статьи.

Статьи, оформленные с нарушением требований, к публикации не принимаются и возвращаются авторам.

Датой поступления статьи считается дата получения редакцией ее окончательного варианта.

Статьи публикуются по мере поступления. Журнал формируется исходя из количества не более 35 статей в одном номере.

Периодичность издания журналов – 4 раза в год (ежеквартально).

Сроки подачи статьи:

- первый квартал до 10 марта;
- второй квартал до 10 июня;
- третий квартал до 10 сентября;
- четвертый квартал до 10 декабря.

Научный журнал «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» выпускается с периодичностью 4 раза в год в сетевом (электронном) формате в следующие установленные сроки выхода номеров журнала:

- первый номер выпускается до 30 марта текущего года;
- второй номер – до 30 июня;
- третий номер – до 30 сентября;
- четвертый номер – до 30 декабря.

Статью (электронную версию) следует направлять на сайт или почту журнала:

- journal.iuth.edu.kz
- journal@iuth.edu.kz

Для подачи статьи на публикацию необходимо пройти регистрацию на сайте.

Автор, который внес наибольший интеллектуальный вклад в подготовку рукописи (при двух и более соавторах), является автором-корреспондентом и обозначается «*».

Авторы из разных учебных заведений указываются цифрами 1,2.

Для осуществления процедуры двойного рецензирования (слепого), авторам необходимо отправлять два варианта статьи: первый – с указанием личных данных, второй – без указания личных данных. При нарушении принципа слепого рецензирования статья не рассматривается.

Статьи должны быть оформлены в строгом соответствии со следующими правилами:

– В журнал принимаются статьи по всем научным направлениям, в электронном варианте со всеми материалами в текстовом редакторе «Microsoft Office Word (97, 2000, 2007, 2010) для Windows» (в форматах .doc, .docx, .rtf).

– Общий объем статьи, включая аннотации, литературу, таблицы, рисунки и математические формулы должен составлять не менее 7 и не более 25 страниц печатного текста. Поля страниц – 30 мм со всех сторон листа; Текст статьи: кегль – 12 пунктов, гарнитура – Times New Roman (для русского, английского и немецкого языков), KZ Times New Roman (для казахского языка).

Структура научной статьи включает название, аннотация, ключевые слова, основные положения, введение, материалы и методы, результаты и обсуждение, заключение, выводы, информацию о финансировании (при наличии), список использованных источников (литературы) к каждой статье, включая романизированный (транслитерированный латинским алфавитом) вариант написания источников на кириллице (на казахском и русском языках) см. ГОСТ 7.79–2000 (ИСО 9–95) Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом.

Статья должна содержать:

1. **ГРНТИ** (Межгосударственный рубрикатор научной технической информации);
2. **DOI** – после ГРНТИ в верхнем правом углу (присваивается и заполняется редакцией журнала);

3. **Инициалы** (имя, отчество) Фамилия автора (-ов) – на казахском, русском и английском языках (жирным шрифтом, по центру); Автор, который внес наибольший интеллектуальный вклад в подготовку рукописи (при двух и более соавторах), является автором-корреспондентом и обозначается «*».

Авторы из разных учебных заведений указываются цифрами 1,2.

4. **Аффилиация** (организация (место работы (учебы)), страна, город) – на казахском, русском и английском языках. Полные данные об аффилиации авторов представляются в

конце журнала; 5. Название статьи должно отражать содержание статьи, тематику и результаты проведенного научного исследования. В название статьи необходимо вложить информативность, привлекательность и уникальность (не более 12 слов, прописными буквами, жирным шрифтом, по центру, на трех языках: русский, казахский, английский либо немецкий);

6. **Аннотация** – краткая характеристика назначения, содержания, вида, формы и других особенностей статьи. Должна отражать основные и ценные, по мнению автора, этапы, объекты, их признаки и выводы проведенного исследования. Дается на казахском, русском и английском либо немецком языках (рекомендуемый объем аннотации на языке публикации – не менее 150, не более 300 слов, курсив, нежирным шрифтом, кегль – 12 пунктов, абзацный отступ слева и справа 1 см, см. образец);

7. **Ключевые слова** – набор слов, отражающих содержание текста в терминах объекта, научной отрасли и методов исследования (оформляются на трех языках: русский, казахский, английский либо немецкий; кегль – 12 пунктов, курсив, отступ слева-справа – 1 см.). Рекомендуемое количество ключевых слов – 5-8, количество слов внутри ключевой фразы – не более 3. Задаются в порядке их значимости, т.е. самое важное ключевое слово статьи должно быть первым в списке (см. образец);

8. **Основной текст** статьи излагается в определенной последовательности его частей, включает в себя:

- **Введение** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов). Обоснование выбора темы; актуальность темы или проблемы. Актуальность темы определяется общим интересом к изученности данного объекта, но отсутствием исчерпывающих ответов на имеющиеся вопросы, она доказывается теоретической или практической значимостью темы.

- **Материалы и методы** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов). Должны состоять из описания материалов и хода работы, а также полного описания использованных методов.

- **Результаты и обсуждение** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов). Приводится анализ и обсуждение полученных вами результатов исследования. Приводятся выводы по полученным в ходе исследования результатам, раскрывается основная суть. И это один из самых важных разделов статьи. В нем необходимо провести анализ результатов своей работы и обсуждение соответствующих результатов в сравнении с предыдущими работами, анализами и выводами.

- **Информацию о финансировании (при наличии)** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов).

- **Выводы** (абзац 1 см по левому краю, жирными буквами, кегль – 12 пунктов).

Выводы – обобщение и подведение итогов работы на данном этапе; подтверждение истинности выдвигаемого утверждения, высказанного автором, и заключение автора об изменении научного знания с учетом полученных результатов. Выводы не должны быть абстрактными, они должны быть использованы для обобщения результатов исследования в той или иной научной области, с описанием предложений или возможностей дальнейшей работы.

- **Список использованных источников** (жирными буквами, кегль – 12 пунктов, в центре) включает в себя:

Статья и список использованных источников должны быть оформлены в соответствии с ГОСТ 7.5-98; ГОСТ 7.1-2003 (см. образец).

Очередность источников определяется следующим образом: сначала последовательные ссылки, т.е. источники, на которые вы ссылаетесь по очередности в самой статье. Затем дополнительные источники, на которых нет ссылок, т.е. источники, которые не имели место в статье, но рекомендованы вами читателям для ознакомления, как смежные работы, проводимые параллельно. Объем не менее 10, не более чем 20 наименований (ссылки и примечания в статье обозначаются сквозной нумерацией и заключаются в квадратные скобки), преимущественно за последние 10-15 лет.

В случае наличия в списке использованных источников работ на кириллице (на казахском и русском языках), необходимо представить список литературы в двух вариантах: 1) в оригинале (указываются источники на русском, казахском и английском либо немецком языках); 2) романизированный вариант написания источников на кириллице (на казахском и русском языках), то есть транслитерация латинским алфавитом. см. ГОСТ 7.79–2000 (ИСО 9–95) Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом.

Онлайн сервис Транслитерация по ГОСТу – <https://transliteration-online.ru/>

Правила транслитерации кирилловского письма латинским алфавитом.

Романизированный список литературы должен выглядеть следующим образом: автор(-ы) (транслитерация либо англоязычный вариант при его наличии) → название статьи в транслитерированном варианте → [перевод названия статьи на английский язык в квадратных скобках] → название казахоязычного либо русскоязычного источника (транслитерация, либо английское название при его наличии) → выходные данные с обозначениями на английском языке.

Иллюстрации, перечень рисунков и подрисуночные надписи к ним представляют по тексту статьи. В электронной версии рисунки и иллюстрации представляются в формате TIF или JPG с разрешением не менее 300 dpi.

Математические формулы должны быть набраны в Microsoft Equation Editor (каждая формула – один объект).

На отдельной странице (после статьи). В электронном варианте приводятся полные почтовые адреса, номера служебного и домашнего телефонов, e-mail (номера телефонов для связи редакции с авторами, не публикуются);

Сведения об авторах на казахском, русском, английском языках.

Фамилия Имя Отчество (полностью)

Должность, ученая степень, звание

Организация

Город

Индекс

Страна

E-mail

Телефон

**«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»
ғылыми журналының
ЖАРИЯЛАУ ЭТИКАСЫ**

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналының редакциялық алқасы өздерінің кәсіби қызметінде «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ ғылыми журналының жариялау этикасының қағидаттары мен нормаларын ұстанады. Жарияланым этикасы жарияланым этикасы жөніндегі комитеттің (COPE) халықаралық жарияланымдық этикалық нормаларына, Scopus (Elsevier) журналдарын жариялаудың этикалық қағидаттарына, «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ Академиялық адалдық кодексіне сәйкес әзірленді. Жарияланым этикасы редакторлардың, рецензенттер мен авторлардың этикалық мінез-құлқының нормаларын, қағидаттары мен стандарттарын, мүдделер қақтығысын, әдепке жат мінез-құлықты анықтау жөніндегі шараларды, мақаланы алып қою (ретракция), түзету және теріске шығару жөніндегі нұсқаулықтарды айқындайды. Жариялау процесінің барлық қатысушылары жариялау этикасының қағидаттарын, нормалары мен стандарттарын сақтайды. Ғылыми журналдың сапасы барлық авторлардың теңдігі, құпиялық қағидаты, бір реттік Жарияланымдар, қолжазба авторлығы, бірегейлік қағидаты, дереккөздерді растау қағидаты, рецензиялаудың объективтілігі және уақтылығы қағидаттарын жариялау процесіне қатысушылардың қағидаттарын орындаумен қамтамасыз етіледі.

Рецензенттердің құқықтары мен міндеттері

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналының рецензенттері объективтілік қағидатын басшылыққа алуға міндетті. Қолжазба авторына қатысты жеке сынға жол берілмейді. Рецензент өз ескертулерін дәлелдеуі және қолжазбаны қабылдау немесе оны қабылдамау туралы өз шешімін негіздеуі тиіс.

Автордың (-лардың) ұлты, діни тиесілігі, саяси немесе өзге де көзқарастары рецензенттің (-тердің) қолжазбаны рецензиялау процесінде назарға алынбауы және ескерілмеуі тиіс. Рецензент жасаған сараптамалық бағалау редакцияның жариялау туралы шешім қабылдауына ықпал етуі және авторға қолжазбаны жақсартуға көмектесуі керек. Қолжазбаны жариялауға қабылдау, авторға жұмысты өзгертуге немесе пысықтауға қайтару немесе жарияланымнан бас тарту туралы шешімді рецензиялау нәтижелеріне сүйене отырып, редакция алқасы қабылдайды. Уақытылы қарау принципі. Рецензент рецензияны редакция белгілеген мерзімде, бірақ қолжазбаны рецензиялауға алған сәттен бастап 2-4 аптадан кешіктірмей ұсынуға міндетті. Егер мақаланы қарау және рецензияны белгіленген мерзімде дайындау мүмкін болмаса, рецензент бұл туралы ғылыми редакторға дереу хабарлауы тиіс. Ұсынылған қолжазбаны рецензиялау кезінде оның біліктілігі сәйкес келмейді немесе шешім қабылдау үшін жеткіліксіз деп санайтын рецензент бұл туралы ғылыми редакторға дереу хабарлап, қолжазбаны рецензиялаудан бас тартуы керек. Рецензент тарапынан құпиялық қағидасы. Рецензентке рецензиялауға ұсынылған қолжазба құпия материал ретінде

қарастырылуы керек. Рецензент журналдың ғылыми редакторының және/немесе автордың тарапынан жазбаша рұқсат алғаннан кейін ғана оны көрсетуге және/немесе басқа адамдармен талқылауға құқылы. Рецензиялау және жариялау процесін қамтамасыз ету барысында алынған ғылыми жұмыстың ақпараты мен идеяларын рецензент (-тер) жеке пайда алу үшін пайдаланбауы тиіс. Қайнаркөздерді растау принципі. Рецензент қарастырылып отырған қолжазбаның зерттеу нәтижелеріне әсер ететін, бірақ автор(-лар) келтірмеген ғылыми жұмыстарды көрсетуі тиіс. Сондай-ақ, рецензент ғылыми редактордың назарын қарастырылып отырған қолжазба мен бұрын жарияланған жұмыс арасындағы айтарлықтай ұқсастыққа немесе сәйкестікке аударуы керек. Егер рецензенттің қолжазбада плагиат, көшіріп алу, жалған және ойдан шығарылған материалдар немесе зерттеу нәтижелері бар деп пайымдауға жеткілікті негіздері болса, онда ол қолжазбаны жариялауға жібермеуі және журналдың ғылыми редакторына жарияланым және ғылыми этика қағидаттарының, стандарттары мен нормаларының анықталған бұзушылықтары туралы хабарлауға тиіс.

Авторлардың құқықтары мен міндеттері

Жариялау этикасы келесі принциптерді сақтауға негізделген:

Жарияланымның бір мәртебілігі. Автор (лар) редакцияға ұсынылған мақала қолжазбасы басқа басылымдарға қарау үшін ұсынылмағанына кепілдік береді. Қолжазбаны бір уақытта бірнеше журналдарда/басылымдарда ұсынуға жол берілмейді және жарияланым этикасының қағидаттарын, стандарттары мен нормаларын өрескел бұзу болып табылады. Қолжазбаның авторлығы. Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан адам (екі немесе одан да көп бірлескен авторлармен) корреспондент-автор болып табылады және авторлар тізімінде бірінші болып көрсетіледі. Әрбір мақала үшін мақаланың соңғы нұсқасын дайындауға, редакциялық алқамен байланысқа жауап беретін хат-хабарға автор тағайындалуы тиіс, оған жеткілікті үлес қосқан зерттеудің барлық қатысушыларын (авторлар саны біреуден көп болса) авторлар тізіміне қосуды қамтамасыз етуі, сондай-ақ жариялау үшін редакцияға ұсыну үшін барлық авторлардан қолжазбаның соңғы нұсқасын мақұлдауы тиіс. Қолжазбада / мақалада көрсетілген барлық авторлар жұмыстың мазмұнына жауап береді. Бірегейлік принципі. Автор (-лар) қолжазбада баяндалған зерттеу нәтижелері бірегей өзіндік жұмыс болып табылатындығына және процесте анықталуы мүмкін көшіріп алулар мен плагиаттарды қамтымайтындығына кепілдік береді. Авторлар этикаға жатпайтын мінез-құлық, плагиат, өзін-өзі плагиаттау, өзін-өзі сілтеме жасау, бұрмалау, жинақтау, деректерді бұрмалап көрсету, жалған авторлық, қайталану, мүдделер қақтығысы және алдау белгілері бар мақалаларды жариялауға бергені үшін жауапты болады. Қайнаркөздерді растау принципі. Автор(-лар) зерттеу барысында өзі пайдаланған ғылыми және өзге де дереккөздерді дұрыс көрсетуге міндетті болады. Бөтен жұмыстардың қандай да бір бөліктері пайдаланылған және / немесе басқа автордың (-лардың) пікірлері алынған жағдайда қолжазбада түпнұсқаның авторы (лары) көрсетілген библиографиялық сілтемелер көрсетілуі тиіс. Күмәнді көздерден алынған ақпарат қолжазбаны ресімдеу кезінде пайдаланылмауға тиіс. Егер рецензенттерде, ғылыми редакторларда, журналдың редколлегия мүшелерінде (мүшелерінде) зерттеу нәтижелерінің шынайылығы мен бірегейлігіне күмән туындаған жағдайда, автор (-лар) қолжазбада келтірілген нәтижелерді немесе фактілерді растау үшін қосымша материалдарды ұсынуы тиіс. Жариялау процесінде қателерді түзету. Жариялау процесінің кез келген сатысында жұмыста қателер мен дәлсіздіктер анықталған жағдайда, авторлар бұл туралы ғылыми редакторға жедел хабарлауға және тиісті түзету журналының

(Erratum немесе Corrigendum) сайтында түсініктемелермен жариялау үшін қатені жоюға немесе түзетуге көмектеседі. Түзетуге болмайтын өрескел қателер анықталған жағдайда автор (лар) қолжазбаны/ мақаланы кері қайтарып алуы тиіс. Жариялау этикасын сақтау принципі. Авторлар сынмен немесе зерттеуге қатысты ескертулермен, сондай-ақ рецензиялау және жариялау бойынша редакциямен өзара әрекеттерге қатысты этикалық нормаларды сақтауға міндетті. Авторлардың этикалық қағидаларды сақтамауы жарияланымдар этикасын өрескел бұзуы деп бағаланады және қолжазбаны рецензиялаудан және/немесе жариялаудан алып тастауға негіз береді.

Мүдделер қақтығысы

Жарияланым этикасы жөніндегі комитеттің (COPE) анықтамасы бойынша мүдделер қақтығысы – бұл авторлар, рецензенттер немесе редакциялық алқа мүшелері жарияланатын материалға қатысты олардың пайымдарына әсер ете алатын жасырын мүдделері бар жанжалды жағдайлар. Мүдделер қақтығысы рецензенттің және редколлегия мүшелерінің ғылыми пікіріне, нәтижесінде қолжазбаны жариялауға қатысты редколлегияның шешіміне әсер етуі мүмкін қаржылық, жеке немесе кәсіби жағдайлар болған кезде пайда болады. Бас редактор, редакция алқасының мүшесі және рецензенттер редакциялық алқаның шешіміне әсер етуі мүмкін ықтимал мүдделер қақтығысы туралы хабардар етуі тиіс. Редакциялық алқа мүшелері, егер олар қолжазба авторының (- ларының) зерттеу нәтижелерімен байланысты қандай да бір бәсекелестік қатынастарда болса не мүдделер қайшылығы өзге болса, қолжазбаны қараудан бас тартуға тиіс. Қолжазбаны журналға қарауға берген кезде автор(-лар) қолжазбаның мазмұнында зерттеуді қаржыландырудың барлық көздері көрсетілгенін мәлімдейді; сондай-ақ қарауға берілген қолжазбаға қатысты мүдделер қақтығысын тудыруы мүмкін қандай коммерциялық, қаржылық, жеке немесе кәсіби факторлар бар екенін көрсетеді. Автор (лар), хатта мүдделер қақтығысы болған жағдайда, олардың пікірінше, олардың қолжазбасын объективті бағалай алмайтын ғалымдарды көрсете алады. Рецензент қолжазбаға қатысы бар авторлардың біреуімен бәсекелестіктен, ынтымақтастықтан немесе басқа да қатынастардан туындайтын мүдделер қақтығысына себеп болуы мүмкін қолжазбаларды қарамауы тиіс. Қолжазбаның мазмұнымен мүдделер қақтығысы болған жағдайда жауапты хатшы бұл туралы бас редакторға хабарлауы тиіс, одан кейін қолжазба басқа рецензентке беріледі. Қарау және рецензиялау процесінде қатысушылар арасындағы мүдделер қақтығысының болуы қолжазба қабылданбайды дегенді білдірмейді.

Барлық мүдделі тұлғалар, мүмкіндігінше, жарияланымның барлық кезеңдерінде кез-келген вариацияда мүдделер қақтығысының туындауын болдырмауы керек. Мүдделер қақтығысы туындаған жағдайда, осы қақтығысты анықтаған адам дереу редакцияға хабарлауы керек. Бұл жариялау және ғылыми этика қағидаларын, стандарттары мен нормаларын бұзудың кез-келген басқа жағдайларына қатысты.

Этикаға жат мінез-құлық

Егер өз мақалаларына өз бетінше рецензия берілсе, келісімшарттық және жалған рецензиялау жағдайында, ғылыми зерттеу нәтижелерін жариялау, жалған авторлық, жалған ғылыми мәтіндерді жариялау және зерттеу нәтижелерін жасау, жалған жалған ғылыми мәтіндерді жариялау, мақалалардың қолжазбаларын авторлардың рұқсатынсыз басқа басылымдарға беру, авторлардың материалдарын үшінші тұлғаларға беру үшін агенттік қызметтерге жүгіну жағдайында, шарттар авторлық құқықтар мен редакциялық процестердің құпиялылық қағидастары бұзылған кезде, дәйексөз, плагиат қолданылған жағдайда

авторлардың, редакторлардың немесе баспагердің әрекеттері этикаға жат мінез-құлық болып саналады.

ПУБЛИКАЦИОННАЯ ЭТИКА

Научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства» «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»

Редакционная коллегия научных журналов научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства» «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» в своей профессиональной деятельности придерживаются принципов и норм Публикационной этики научных журналов НАО «Международный университет туризма и гостеприимства». Публикационная этика разработана в соответствии с международной публикационной этической нормой Комитета по публикационной этике (COPE), этическими принципами публикации журналов Scopus (Elsevier), Кодекса академической честности НАО «Международный университет туризма и гостеприимства». Публикационная этика определяет нормы, принципы и стандарты этического поведения редакторов, рецензентов и авторов, меры по выявлению конфликтов интересов, неэтичного поведения, инструкции по изъятию (ретракции), исправлению и опровержению статьи. Все участники процесса публикации, соблюдают принципы, нормы и стандарты публикационной этики. Качество научного журнала обеспечивается исполнением принципов участников процесса публикации: равенства всех авторов, принцип конфиденциальности, однократные публикации, авторства рукописи, принцип оригинальности, принцип подтверждения источников, принцип объективности и своевременности рецензирования.

Права и обязанности рецензентов

Рецензенты научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства» «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» обязаны руководствоваться принципом объективности. Персональная критика в адрес автора(-ов) рукописи недопустима. Рецензент должен аргументировать свои замечания и обосновывать свое решение о принятии рукописи или о ее отклонении. Национальность, религиозная принадлежность, политические или иные взгляды автора(-ов) не должны приниматься во внимание и учитываться в процессе рецензирования рукописи рецензентом(-ами). Экспертная оценка, составленная рецензентом, должна способствовать принятию решения редакцией о публикации и помогать автору улучшить рукопись. Решение о принятии рукописи к публикации, возвращение работы автору на изменение или доработку, либо решение об отклонении от публикации принимается редколлегией опираясь на результаты рецензирования. Принцип своевременности рецензирования. Рецензент обязан предоставить рецензию в срок, определенный редакцией, но не позднее 2-4 недель с момента получения рукописи на рецензирование. Если рассмотрение статьи и подготовка рецензии в назначенные сроки невозможны, то рецензент должен незамедлительно уведомить об этом научного редактора. Рецензент, который считает, что его квалификация не соответствует либо недостаточна для принятия решения при рецензировании предоставленной рукописи, должен незамедлительно сообщить об этом научному редактору и отказаться от рецензирования рукописи. Принцип конфиденциальности со стороны рецензента. Рукопись, предоставленная рецензенту на рецензирование, должна рассматриваться как конфиденциальный материал. Рецензент имеет право демонстрировать ее и/или обсуждать с другими лицами только после получения письменного разрешения со стороны научного

редактора журнала и/или автора(-ов). Информация и идеи научной работы, полученные в ходе рецензирования и обеспечения публикационного процесса, не должны быть использованы рецензентом(-ами) для получения личной выгоды. Принцип подтверждения источников. Рецензент должен указать научные работы, которые оказали бы влияние на исследовательские результаты рассматриваемой рукописи, но не были приведены автором(-ами). Также рецензент обязан обратить внимание научного редактора на значительное сходство или совпадение между рассматриваемой рукописью и ранее опубликованной работой, о котором ему известно. Если у рецензента имеются достаточные основания полагать, что в рукописи содержится плагиат, некорректные заимствования, ложные и сфабрикованные материалы или результаты исследования, то он не должен допустить рукопись к публикации и проинформировать научного редактора журнала о выявленных нарушениях принципов, стандартов и норм публикационной и научной этики.

Права и обязанности авторов

Публикационная этика базируется на соблюдении принципов:

Однократность публикации. Автор(-ы) гарантируют что представленная в редакцию рукопись статьи не была представлена для рассмотрения в другие издания. Представление рукописи одновременно в нескольких журналах/изданиях неприемлемо и является грубым нарушением принципов, стандартов и норм публикационной этики. Авторство рукописи. Лицо, которое внесло наибольший интеллектуальный вклад в подготовку рукописи (при двух и более соавторах), является автором-корреспондентом и указывается первым в списке авторов. Для каждой статьи должен быть назначен автор для корреспонденции, который отвечает за подготовку финальной версии статьи, коммуникацию с редколлегией, должен обеспечить включение всех участников исследования (при количестве авторов более одного), внесших в него достаточный вклад, в список авторов, а также получить одобрение окончательной версии рукописи от всех авторов для представления в редакцию для публикации. Все авторы, указанные в рукописи/статье, несут ответственность за содержание работы. Принцип оригинальности. Автор(-ы) гарантирует, что результаты исследования, изложенные в рукописи, представляют собой оригинальную самостоятельную работу, и не содержат некорректных заимствований и плагиата, которые могут быть выявлены в процессе. Авторы несут ответственность за публикацию статей с признаками неэтичного поведения, плагиата, самоплагиата, самоцитирования, фальсификации, фабрикации, искажения данных, ложного авторства, дублирования, конфликта интересов и обмана. Принцип подтверждения источников. Автор(ы) обязуется правильно указывать научные и иные источники, которые он(и) использовал(и) в ходе исследования. В случае использования каких-либо частей чужих работ и/или заимствования утверждений другого автора(-ов) в рукописи должны быть указаны библиографические ссылки с указанием автора(-ов) первоисточника. Информация, полученная из сомнительных источников, не должна использоваться при оформлении рукописи. В случае, если у рецензентов, научного редактора, члена(-ов) редколлегии журнала возникают сомнения подлинности и достоверности результатов исследования, автор(-ы) должны предоставить дополнительные материалы для подтверждения результатов или фактов, приводимых в рукописи. Исправление ошибок в процессе публикации. В случае выявления ошибок и неточностей в работе на любой стадии публикационного процесса авторы обязуются в срочном порядке сообщить об этом научному редактору и оказать помощь в устранении или исправлении

ошибки для публикации на сайте журнала соответствующей коррекции (Erratum или Corrigendum) с комментариями. В случае обнаружения грубых ошибок, которые невозможно исправить, автор(-ы) должен(-ны) отозвать рукопись/статью. Принцип соблюдения публикационной этики. Авторы обязаны соблюдать этические нормы, связанные с критикой или замечаниями в отношении исследований, а также в отношении взаимодействия с редакцией по поводу рецензирования и публикации. Несоблюдение этических принципов авторами расценивается как грубое нарушение этики публикаций и дает основание для снятия рукописи с рецензирования и/или публикации.

Конфликт интересов

Конфликт интересов, по определению Комитета по публикационной этике (COPE), это конфликтные ситуации, в которых авторы, рецензенты или члены редколлегии имеют неявные интересы, способные повлиять на их суждения касательно публикуемого материала. Конфликт интересов появляется, когда имеются финансовые, личные или профессиональные условия, которые могут повлиять на научное суждение рецензента и членов редколлегии, и, как результат, на решение редколлегии относительно публикации рукописи. Главный редактор, член редколлегии и рецензенты должны оповестить о потенциальном конфликте интересов, который может как-то повлиять на решение редакционной коллегии. Члены редколлегии должны отказаться от рассмотрения рукописи, если они состоят в каких-либо конкурентных отношениях, связанных с результатами исследования автора(-ов) рукописи, либо если существует иной конфликт интересов. При подаче рукописи на рассмотрение в журнал, автор(-ы) заявляет о том, что в содержании рукописи указаны все источники финансирования исследования; также указывают, какие имеются коммерческие, финансовые, личные или профессиональные факторы, которые могли бы создать конфликт интересов в отношении поданной на рассмотрение рукописи. Автор(ы), в письме при наличии конфликта интересов, могут указать ученых, которые, по их мнению, не смогут объективно оценить их рукопись. Рецензент не должен рассматривать рукописи, которые могут послужить причинами конфликта интересов, проистекающего из конкуренции, сотрудничества или других отношений с кем-либо из авторов, имеющих отношение к рукописи. В случае наличия конфликта интересов с содержанием рукописи, ответственный секретарь должен известить об этом главного редактора, после чего рукопись передается другому рецензенту. Существование конфликта интересов между участниками в процессе рассмотрения и рецензирования не значит, что рукопись будет отклонена. Всем заинтересованным лицам необходимо, по мере возможности избегать возникновения конфликта интересов в любых вариациях на всех этапах публикации. В случае возникновения какого-либо конфликта интересов тот, кто обнаружил этот конфликт, должен незамедлительно оповестить об этом редакцию. То же самое касается любых других нарушений принципов, стандартов и норм публикационной и научной этики.

Неэтичное поведение

Неэтичным поведением считаются действия авторов, редакторов или издателя, в случае самостоятельного предоставления рецензии на собственные статьи, в случае договорного и ложного рецензирования, в условиях обращения к агентским услугам для публикации результатов научного исследования, лжеавторства, фальсификации и фабрикация результатов исследования, публикация недостоверных псевдо-научных текстов, передачи рукописи статей в другие издания без разрешения авторов, передачи материалов авторов третьим лицам, условия когда нарушены авторские права и принципы конфиденциальности

МАЗМҰНЫ

ТУРИЗМ

KANTARCI K. ASHIRBEK G. ABDIRAZAKHOV N. <i>KAZAKHSTAN'S ACADEMIC TOURISM RESEARCH: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF TRENDS, COLLABORATION, AND REGIONAL POSITIONING (2003–2023)</i>	6-24
BOGOMOZOVA I. SERIKPRAEVA S. <i>ECONOMIC IMPORTANCE OF PUBLIC CATERING: PROBLEMS AND PROSPECTS</i>	25-37
РУСТЕМОВА С. КРЪСТЕВ В. ТУКИБАЕВА К. АЛИМБЕКОВ А. <i>АБАЙ ОБЛЫСЫНДА ТАРИХИ-МӘДЕНИ ТУРИЗМДІ ДАМУ</i> <i>МҮМКІНДІКТЕРІ</i>	38-49
АБДИКАРИМОВА М. АБДРАСИЛОВ Т. АЛЬЖАНОВА Э. <i>ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ САЛАСЫН ЖЕТІЛДІРУДІҢ СТРАТЕГИЯЛЫҚ БАҒЫТТАРЫ: ВЬЕТНАМ, ТҮРКИЯ, МАЛАЙЗИЯ ЖӘНЕ ИСПАНИЯ</i> <i>ТӘЖІРИБЕЛЕРІ НЕГІЗІНДЕ</i>	50-68
АБИШОВ Н. ЖҰБАНОВА М. АЙТБАЕВА Г. АЙТКУЛОВА С. <i>АУЫЛ ТУРИЗМНІҢ ЖЕРГІЛІКТІ ТҰРҒЫНДАРЫНЫҢ ТАБЫСЫНА ӘСЕРІ:</i> <i>ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА</i>	69-85
АЗРЕТБЕРГЕНОВА Г. СЫЗДЫҚОВА А. ЖЕТИБАЕВ Ж. ХАМИТОВА Д. <i>ДАМУШЫ ЕЛДЕРДЕГІ ТУРИЗМ КІРІСТЕРІ МЕН ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӨСУ</i> <i>АРАСЫНДАҒЫ БАЙЛАНЫСТЫ ТАЛДАУ</i>	86-97
АГЫБЕТОВА Р. ШОКПАРОВ А. АБИШОВ Н. БАЙМЫРЗАЕВА М. <i>АГРОТУРИЗМНІҢ АУЫЛДЫҚ АЙМАҚТЫ ДАМУҒА ӘСЕРІ</i>	98-111
АЛЬДЕШОВА С. КАЖМУХАМЕТОВА А. МАМЫРБЕКОВА Д. АХМЕТОВА Г. <i>ТУРИЗМ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫН ДАМУ ЖАҒДАЙЫНДА ТЕМІРЖОЛ</i> <i>ЖҮК ТАСЫМАЛЫНЫҢ ЕСЕБІН ЖЕТІЛДІРУ</i>	112-126

ALMUKHAMBETOVA B. YRZA B. BAIBOSYNOVA G. KALGANBAYEV N. <i>FORMATION OF A SUSTAINABLE ECOTOURISM MODEL IN KAZAKHSTAN THROUGH INTERNATIONAL EXPERIENCE AND LOCAL PRACTICE</i>	127-145
ВЕЛИЧКО А. ПЛОХИХ Р. <i>ИСТОРИЯ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ «ТЁМНОГО» ТУРИЗМА</i>	146-165
ДЕМЕЕВ А. КУРБАНИЯЗОВ А. ЖАНГОЖАЕВА Э. <i>МАҢҒЫСТАУ ОБЛЫСЫНДА "КЕНДІРЛІ" КЛАСТЕРІН ДАМУ АРҚЫЛЫ ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТІ ЖЕТІЛДІРУ МӘСЕЛЕЛЕРІ</i>	166-179
МАЛДЫБЕК А. ШЫЛМАМБЕТОВ С. ЖАНДАРБЕК З. СЫЗДЫКОВА Г. <i>ТҮРКІСТАНДАҒЫ РУХАНИ ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ ҚОЖА АХМЕТ ЯСАУИ МҰРАСЫНЫҢ РӨЛІ: САКРАЛДЫҚ ГЕОГРАФИЯ ЖӘНЕ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕ КОНТЕКСТІНДЕ</i>	180-194
NURASHEVA K. MAULETKAZY M. MADYSHEVA A. OMARKHANOVA Zh. <i>CREATION OF INNOVATIVE TOURISM PRODUCTS IN THE TOURISM INDUSTRY OF KAZAKHSTAN</i>	195-206
ЖАРКЕНОВА Б. МУТАЛИЕВА Л. КОНКАЕВА Н. ШОКПАРОВ А. <i>ИМАНТАУ-ШАЛҚАР КУРОРТТЫҚ АЙМАҒЫНЫҢ ТУРИСТІК БРЕНДІН ҚАЛЫПТЫАСТЫРУ ЖОЛДАРЫ</i>	207-218
MAULETKAZY M. YDYRYS S. SADYKOV Zh. <i>ASSESSMENT OF THE IMPACT OF IMPLEMENTING INNOVATIVE DIGITAL SOLUTIONS ON TOURIST SATISFACTION IN KAZAKHSTAN: AN EXPERIMENTAL STUDY</i>	219-229
КУЛАХМЕТОВА Г. <i>ТУРИСТІК ДЕРЕКТЕР МЕН ТРАНЗАКЦИЯЛАРДЫ БАСҚАРУДАҒЫ БЛОКЧЕЙН ТЕХНОЛОГИЯЛАРЫНЫҢ ӘЛЕУЕТІ</i>	230-244
MAMRAYEVA D. TASHENOVA L. <i>GLOBAL TRENDS IN CREATIVE INDUSTRIES AND THEIR IMPACT ON TOURISM: BIBLIOMETRIC RESEARCH</i>	245-257
ҚАРАТЫШҚАНОВА Қ. ПӘРМЕНҚҰЛ С. СИЗДИКОВ Б. ИСКАКОВ Т.	

XI–XIV ҒАСЫРЛАРДАҒЫ ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНЫҢ ДІНИ-ҒҰРЫПТЫҚ МӘДЕНИЕТІ ЖӘНЕ ОНЫҢ РУХАНИ ТУРИЗМДЕГІ ӘЛЕУЕТІ (КҮЛТӨБЕ ҚАЛАШЫҒЫ МАТЕРИАЛДАРЫ НЕГІЗІНДЕ	258-271
НАРБАЕВА Э. АМАНҒАЗЫЕВА А. ГУБАРЕНКО А. ТРАНЗИТТІК ТУРИЗМ: ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИЗМНІҢ ЖАҢА БАҒЫТЫ. «ҰЛЫ ҚОЛБАСШЫНЫҢ ЖОЛЫМЕН: ӘМІР ТЕМІР МҰРАСЫ» АТТЫ ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ТУР	272-287
ШОҚАН Р. ТЕМИРАЛИЕВА З. БИДОЛДОЙ А. САДЫКОВ Ж. ТҰРАҚТЫ ДАМУ КОНТЕКСІНДЕ ЭКОТУРИЗМДІ ІЛГЕРІЛЕТУ	288-302
Авторларға арналған ережелер Правила для авторов Rules for authors	
Жарияланым этикасы Публикационная этика Publication ethics	

**BULLETIN OF THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND
HOSPITALITY**

Бас ғылыми редактор

Батырова Назгүл Тұрсынханқызы

Жауапты хатшы

Әбдіханова Жадыра Аманбайқызы

Жарияланған мақаланың мазмұнына автор жауапты болып табылады.

Мақаладағы пікірлер, көзқарастар мен тұжырымдар редакцияның көзқарасын білдірмейді.

Қолжазбалар өңделеді және авторға қайтарылмайды.

«Bulletin of the international university of tourism and hospitality» журналына жарияланған мақалаларды сілтемесіз көшіріп басуға болмайды. Дұрыс сілтеме жасау жолы әрбір мақаланың бастапқы бетінде көрсетілген.

Редакцияның мекен – жайы:

161200, Түркістан қаласы, Рабиға Сұлтан Бегім көшесі, 14 А

☎ +7 778 557 33 56, ✉ journal@iuth.edu.kz

Журнал «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ баспаханасында көбейтілді.

Басуға 30.03.2025 ж. қол қойылды. Пішіні 60X84/8. Қағазы офсеттік.

Шартты баспа табағы 20. Таралымы 25 дана. Тапсырыс 8□

Баспахана мекен-жайы:

161200, Түркістан қаласы, Рабиға Сұлтан Бегім көшесі, 14А