

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 (4) 2024 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 (туризм)

Экономика ғылымдарының кандидаты, профессор.
БАТЫРОВА НАЗГҮЛ БАТЫРХАНҚЫЗЫ

Индекстелді/ 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).

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).

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 3 months. 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).

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ ЖӘНЕ РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС

Ғылыми редактор

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

Жауапты хатшы

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - ҒЗО редакторы (*Қазақстан*)

Редакция алқасының мүшелері

Адилова Култай Агытаевна - э.ғ.к., қауым. профессор (*Қазақстан*)

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

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

Қарғабаева Сауле Толеуовна - э.ғ.к., қауым. профессор (*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*)

Пестова Алина Амировна - PhD, қауым. профессор (*Қазақстан*)

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

Алимкулова Эльвира Сихимовна - э.ғ.к., қауым. профессор м.а. (*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 (*Индия*)

Мухарем Туна - профессор (*Түркия*)

Дабабрата Чоудхури - PhD, қауым. профессор (*Ұлыбритания*)

Сачин Гупта - қауым. профессор (*Индия*)

Бурхан Кылыш - қауым. профессор (*Түркия*)

Дунец Александр Николаевич - профессор (*Ресей*)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ И РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Научный редактор

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

Ответственный секретарь

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - редактор НИЦ (*Казахстан*)

Члены редакционной коллегии

Адилова Култай Агытаевна - к.ю.н., ассоц. профессор (*Казахстан*)

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

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

Каргабаева Сауле Толеуовна - э.ф.к., ассоц. профессор (*Казахстан*)

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

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

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

Пестова Алина Амировна - PhD, ассоц. профессор (*Казахстан*)

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

Алимкулова Эльвира Сихимовна - к.э.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 - профессор (*Турция*)

Дабабрата Чоудхури - PhD, профессор (*Великобритания*)

Сачин Гупта - ассоц. профессор (*Индия*)

Бурхан Кылыш - ассоц. профессор (*Турция*)

Дунец Александр Николаевич - д.г.н., профессор (*Россия*)

EDITORIAL BOARD AND THE COUNCIL

Scientific Editor

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

Executive Secretary

Abdikhanova Zhadyra - Editor of SRC (*Kazakhstan*)

Members of the Editorial Board

Adilova Kultay - Candidate of Law Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

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

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

Kargabayeva Saule - Candidate of Economic Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

Abishov Nurjan - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

Asan Dosmahanbet - Candidate of Economic Sciences, Associate professor (*Kazakhstan*)

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

Pestova Alina - PhD, Associate professor (*Kazakhstan*)

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

Alimkulova Elvira - 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 - Professor (*Turkey*)

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

Sachin Gupta - Associate professor (*India*)

Burhan Kiliç - Associate professor (*Turkey*)

Dunets Alexander - Professor (*Russia*)

ТУРИЗМ

IRSTI 06.71.57

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.01>

UDC 338.48;

M. ALPIN GULSEN¹, I. SOLAK^{1*}

Alanya Alaaddin Keykubat University

(Turkey, Alanya), E-mail: isin_solak1987@hotmail.com

HEALTH TOURISM TAX INCENTIVES IN TURKEY IN 2024

Abstract. *The concept of health tourism brings different definitions with the constantly developing technology. It is the type of tourism that individuals prefer for holiday purposes and to protect their health. It works with institutions and organizations to develop health tourism and serve more individuals. The sector needs government support to progress further. The state provides capital to people through support and incentive practices for health tourism. It economically ensures financial responsibilities and provides incentives and support with motivating factors. Incentives in the field of health tourism are to provide better quality service, to make technological studies and innovations in the field of health available quickly, to provide capital accumulation to people, and to highlight government support. At the same time, in addition to government incentives, it also creates legal regulations and a legal structure to protect the rights of health institutions organizations, and individuals receiving services. All of these are aimed at making health tourism more active in Turkey and increasing Turkey's market share with the competitive element.*

Keywords: *Health Tourism, Incentive, Support, Capital, Financial Obligation*

Introduction

1. HEALTH TOURISM CONCEPTUAL FRAMEWORK

Turkey is a region with high tourism potential due to its geographical location, cultural heritage and seasonal diversity. With this potential, such as seasonal diversity, summer and winter tourism being actively carried out, and seasonal conditions being favorable, tourism services are actively used by foreign citizens. These travels make Turkey a vibrant tourism center. This tourism by foreigners can be done not only for holiday purposes, but also for health purposes. This type of tourism for health purposes constitutes health tourism. Health tourism is a type of tourism that is more sustainable than other types of tourism. Individuals who come for holiday purposes can also become health tourism patients due to unplanned events that occur outside of their intended purpose. Due to this factor, it constitutes a type of tourism that is continuous rather than seasonal (Gümüş and Polat, 2012, pp. 33-34).

Health tourism is defined as individuals traveling from their current region to another region in order to protect their health and treat and develop diseases (Ministry of Health).

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Alpin Gulsen M., Solak I.. Health Tourism Tax Incentives in Turkey in 2024 // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 6–17. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.01>

***Cite us correctly:** M. Alpin Gulsen¹, I. Solak. Health Tourism Tax Incentives in Turkey in 2024 // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No2(4). –Б. 6–17. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.01>

Health tourism creates competition among countries that renew themselves and realize this as the income and demand increase day by day. Countries create incentive policies to make activities more active. Steps have been taken to encourage it, the necessary plans have been prepared, targets are determined in line with these plans and they are working on incentives. The increasing number of patients traveling between countries, both for holiday purposes and to receive health services, makes health tourism services widespread. With these developments, health tourism constitutes the most widely used and prominent sector among tourism types (Kördeve, 2016, p. 52).

2. HEALTH TOURISM AND INCENTIVES

Incentives are generally defined as "enabling certain economic activities to develop and progress faster than others through material or non-material support, encouragement and aid provided by the public through different methods and items." Incentives, economic and financial support provided by the state, are also motivating factors. The most important purpose of this is to provide convenience to individuals, to alleviate financial aspects, to provide financial support, and to increase competition and to announce it to wider audiences (Aydoğuş et al., 2006: 3). Support and incentives for health tourism in Turkey started in the 1980s, and as it has increased day by day and started to become a sector that continues rapidly and has high returns, there are also increases in incentives. The incentives provided by the Ministry of Health aim to pave the way for health tourism, and with the increase in the number of patients, the ministry publishes legal regulations in this field and creates the legal structures of the problems related to health tourism. The Ministry of Economy provides incentives and support for this sector with the law "Decision on Supporting Foreign Exchange Earning Service Trade".

The factors in the development of health tourism are developing technology, especially innovations related to medicine, high quality standards, low cost of transportation costs, the need for trained personnel, the creation of units such as online e-marketing, and the inclusion of needs such as accommodation, food and beverage in tour programs. It is seen that they play an important role in the development of health tourism, with price advantage being the most important factor (Connell, 2006:1). When compared to other types of tourism in Turkey, it is seen that health tourism has not yet reached the desired level. It can be said that it has not been evaluated well, studies have been done for this, the support of the state has been felt, and studies have been carried out mainly in the private sector. In terms of geothermal resources, Turkey ranks first in Europe and fourth in the world (Taşlıyan and Arı, 2012:416).

There is positive progress in quality standards in health, especially with the incentives, supports and investments made in the field of health tourism in recent years. In order to announce the sector to a wider audience, more advertisements and promotions are made, especially regarding incentives. In this sense, steps are being taken for more incentives. With the legal regulations and legal activities made by the state, the ease of access to health tourism has increased, and more investments have been made in the sector with incentives. In order to encourage the development of health services, the part provided to foreign citizens who are not settled in Turkey in Article (13/1) of Law No. 3065 consists of health services. The Ministry of Health permits which exemptions will be granted (Series No. 19). One of the most important incentives, especially in the field of health services, is the granting of Value Added Tax exemption for health tourism services to be provided to foreigners. In this context, examination services such as polyclinics and hospitals offered by the Ministry of Health are exempt from Value Added Tax within the scope of the preventive medicine services, they provide to foreign citizens who are not resident in Turkey (Pekşen, 2021:204).

These incentives aim to attract more tourists in the field of health tourism, increase revenues,

accelerate investments, and reach a level where Turkey can compete with other countries in the field of health tourism due to its location. Turkey Tourism Strategy 2023 and Action Plan 2007-2013 was prepared by the Ministry of Culture and Tourism, the Strategic Action Plan was prepared by the Ministry of Health between 2013 and 2017, and the Tenth Development Plan 2014-2018 was prepared by the Ministry of Development. These studies aim to ensure the balance of protection and use of the health services provision in Turkey, which is developing and developing (Ministry of Culture and Tourism, 2007: 42).

Health tourism patients travel outside their own countries to receive services such as eye surgeries, hair transplantation, open heart surgery, plastic and aesthetic surgery, skin diseases, in vitro fertilization, cancer treatments, gynecology, orthopedics and physical therapy. The main purpose of this is to receive low cost and high-quality service with the incentives provided by the state. At the same time, all these services ensure regional development (İçöz, 2009: 2271). With these incentives, private sector investments in this field in Turkey have gained momentum, and the increased interest in plastic and aesthetic surgeons, laser and eye surgeries has led to the opening of many clinics and the implementation of new projects and plans. This increase in demand creates a supply balance and increases the state's provision of more support and incentives to the private sector. Especially travel agencies and health institutions create tour programs and make it easier for those who will receive the service to receive the service comfortably by minimizing the problems of hospital selection, accommodation, food and beverage and transportation (İçöz, 2009: 2272).

3. LEGISLATION RELATED TO INCENTIVES

The Ministry of Health has determined the legislation for health tourism and explained the relevant legislation as follows in order to support and encourage health tourism in this field;

(I). Private Hospitals Regulation, (ii). Thermal Springs Regulation - Registration of Foreign Patient Statistics, (iii). Regulation on Dialysis Centers, (iv). Income and Corporate Tax Deduction in Health Tourism Introduced by Law No. 6322, (v). Income Tax Law Amendment. The purpose of these supports and incentives is to revitalize the sector, monitor economic activities more easily, and provide positive social support to individuals.

Providing more incentives in the field of health tourism in Turkey and providing services that will provide advantages to health tourism, as well as being a type of tourism that increases income, ensures that Turkey gets a share from the international market in direct proportion as a result of increasing the practices. For this reason, increasing incentives, clarifying the legal structure of health tourism, implementing renewed technology more, making the infrastructure system more active, ensuring quality standards and well-trained personnel are among the biggest options for increasing incentives and investments. With the increase in this demand, incomes also increase greatly, and as a result of the incentives given, the positive and negative aspects of health tourism are seen more clearly, and as a result, it highlights which areas should be more present (Batbaylı, 2022: 378). There are various regulations that include incentives and financial obligations for businesses that provide health tourism services. These incentives are also benefited from financial structure supports in the form of grants, without repayment, within the scope of the expenditures made by health tourism intermediary organizations, which are stakeholders of health institutions operating in the field of health in Turkey, as a result of the increase in foreign exchange earning services and the increase in competitiveness (Tengilimoğlu, 2021 :6; Sancar, 2023: 78). Grant programs are determined by Development Agencies established in different regions of Turkey and provide financial support to businesses participating in health tourism (Somel, 2020: 206). At the same time, it is possible to close the foreign trade deficit, develop health tourism investments and

increase employment by applying a rational incentive system (Şakar, 2011: 1).

Incentives in the field of health tourism are generally provided to the relevant health tourism enterprises under the conditions determined and deemed appropriate by the state, in a way to meet their financing needs and as financial and economic tools that reduce the cost, ease the tax burden, make more investments, and where the element of competition comes to the fore. creates incentives (Karataş and Tetik, 2018: 2).

It has been stated that support will be provided to institutions and organizations in 2012 with the Health Transformation Program: organizing organizations for services such as congresses, meetings, fairs and advertisements to increase recognition, covering the travel expenses of individuals coming to receive health tourism services, and spending money on intermediary organizations to ensure communication with incoming individuals. to cover the expenses, to provide research income to gain information about other countries that provide health tourism services, to support the quality of hospitals providing health tourism services, the most important support, to support the expenses of accreditation services, to provide documents and certificate services received to provide quality service (Aydın and Aydın, 2015): 1-21).

4. INCENTIVES IN THE FIELD OF HEALTH TOURISM

Since the health tourism sector is one of the sectors that brings convertible foreign currency to the country's economy, it has a positive impact on growth equivalence for countries with a net export deficit, such as Turkey. For this reason, various cash incentives are provided to the health tourism sector in our country. In addition to these incentives, there are also various tax exemptions and exceptions for organizations operating in the sector within the scope of Value Added Tax, Corporate Tax and income tax.

With the Decision No. 5448 on the Definition, Classification and Support of Service Exports, which came into force in 2022, cash incentives are provided to many sectors for service exports. One of the sectors receiving incentives within the scope of the said Decision is the health tourism sector under the title of Health and Sports Travel Services specified in Chapter 6 and Article 86. Regarding the supports referred to as health and sports tourism, the Circular on the Implementation Procedures and Principles for Health and Sports Tourism Services of the Decision No. 5448 on the Definition, Classification and Support of Service Exports has been published. Additional It determines the list of priority countries in the health tourism sector in ANNEX-2 of the relevant Circular. Among these countries, there will be 30 countries as of 2024; Kazakhstan is also included in this list.

1-Overseas Trademark Registration and Protection Support: Expenses for the protection and registration of labels that have been previously registered in the country by organizations with authorization certificates (health institutions and intermediary organizations) outside the city are supported by 60% and a maximum of 1 million 202 thousand TL annually. If these activities are carried out in priority countries, the incentive rate is 70%. Therefore, the incentive rate has been increased by 10 points for activities to be carried out in countries targeted by the Ministry and included in the priority country group.

2- Certification (Market Entry Documents) Support: 60% of the expenses incurred by organizations with authorization certificates for certification, accreditation and other documents, and an incentive of up to 1 million 202 thousand TL for each document is provided. The most basic condition for receiving this support is that the certified organization is accredited. Examples of

these expenses include application and document review costs, compulsory registration, consultancy, training, document renewal and analysis costs.

3-Commission Payment Support for Agencies: Agency commission expenses incurred by authorized organizations are supported at a rate of 60% for a maximum of 5 years and a maximum of 2 million 404 thousand TL annually. The annual upper limit of this support has been determined as 480 thousand TL for clinics and polyclinics.

4- Complication and Travel Health Insurance Support: % of the health tourists coming to Turkey from organizations with authorization certificates and their legal residence in Turkey, from travel agencies from which they receive travel health insurance, and their expenditures on complication services that may arise during/after treatment. Support is provided at a rate of 70% and a minimum amount of 4 million 809 thousand TL per year.

5-Employment Support

Personnel employed by suppliers who are making progress in health tourism services; The maximum monthly gross wages of 21,006 TL for guides, marketing specialists, call center personnel, social media specialists and translators, as well as care personnel and social workers employed by health tourism beneficiaries who are actively working in the field of care, will be increased by 60%; The maximum annual support amount is 1,202,000 TL for polyclinics and clinics, and the maximum annual support is 4,809,000 TL for other health tourism beneficiaries. Beneficiaries can benefit from the incentives for a maximum of 5 years. Maximum support amount limit: 21,006 TL per month / Support Rate Employed: 60%

6- Foreign Language and Health Tourism Training Support: Foreign language and training expenses for this sector of the personnel employed by organizations with authorization certificates are 60% and amount to a maximum of 1 million 923 thousand TL annually is supported. The annual support upper limit of this incentive is 480 thousand TL for clinics and polyclinics.

7- Patient Road Support

As a result of the protocols made as a result of the negotiations with the Ministry, the air ticket expenses of the institutions, organizations and intermediary companies working for health tourism, who come to Turkey to provide services and health services, are 60% per person, for a maximum of 5 years. is supported at the rate.

Polyclinics and clinics benefit from the supports at most 1,202,000 TL annually, while other beneficiaries benefit at most 12,023,000 TL annually. The support rate is 60% and the upper limit of support is 12,023,000 TL annually.

8- Marketing, Promotion and Advertisement Incentive Payments: This support covers the marketing, advertising and promotion expenses of health care organizations and travel agencies (health tourism intermediary organizations) as a result of their activities abroad by 60% for a maximum of 5 years and a maximum of 12 million 23 thousand per year. Includes TL support. The upper limit of this support for doctors' offices and polyclinics is 4 million 809 thousand TL. On the other hand, if the activities in question are carried out for priority countries, the support rate is applied as 70%. However, for special promotional expenses, an application for pre-approval must be made at least 1 month before the start of the relevant activity.

Table 1: Activities That Are and Are Not Included in the Scope of Incentives

Supported Activities Unsupported Activities

- Advertising activities on social media or the web environment in general
- Expenses incurred in the content of the company to be supported, such as the design and maintenance of its website and social media.
- Activities for making films or programs for the promotion of the company
- Expenses for television, radio, cinema advertisements and sponsorship agreements
- Membership transactions to electronic commerce sites
- Expenses for advertising in periodically published magazines, magazine advertisements, posters, flyers, brochures and newspaper advertisements
- Advertisements in electronic (such as screens and billboards) and non-electronic (such as billboards and signs) areas
- Activities such as conferences, seminars and press promotions
- All kinds of consultancy and commission expenses
- Giveaway materials costs
- transaction costs for sending bulk e-mails and SMS • expenses for transportation and accommodation
- Transportation expenses of promotional and advertising materials
- Advertising/promotion expenses made in Turkish
- Domestic promotional expenses
- Advertising/promotion expenses in organizations broadcasting in Turkish abroad
- Expenses for internet search engine updates

9-Unit Support: In accordance with some agreements made by the beneficiaries working in the field of health or in the health tourism sector and the organizations that cooperate in line with these services, the fees, duties, taxes, rent and commission expenses of a maximum of 25 units, as well as the expenses of all kinds of documents related to the operation, are covered in every country. For 5 years, permits are supported at a rate of 60% for operating businesses and 70% for collaborators, at a maximum amount of 2,885,000 TL per unit per year. From this rate, practices and polyclinics benefit from a maximum of 1,202,000 TL per unit per year. The support rate is 70% and the support amount is 2,885,000 TL annually.

10- Support Program for Overseas Events-Conference, Congress, Fair, Seminar, Meeting and Festival Participation: Transportation, registration fees and stand expenses for authorized health tourism organizations to participate in foreign events determined by the Ministry with a stand, at an individual or national level, and for a maximum of 2 representatives. Class transportation costs are supported by 60% and amount to 601 thousand TL per event. In addition, for participation in prestigious events determined by the Ministry, an incentive of 1 million 202 thousand TL per event is given for a maximum of 3 participants. If these activities are carried out in priority countries, the incentive rate is 70%. Therefore, the incentive rate has been increased by 10 points for activities to be carried out in countries targeted by the Ministry and included in the priority country group. However, this incentive does not include expenses related to stewardess, security and translation services; Expenses such as internet, electricity, stand expenses, tables and chairs are included in the

scope of the incentive.

11- Support Program for Domestic Event Participation: When organizations with authorization certificates participate in domestic events determined by the Ministry, the stand and transportation expenses used and the registration fee for the event are supported by 60% and an amount of 601 thousand TL for each event. Similar to the overseas event participation support, this incentive does not include expenses related to hostess, security and translation services; Expenses such as internet, electricity, stand expenses, tables and chairs are included in the scope of the incentive.

12- Participation in National Organizations and Promotion Support (for NGOs): A limit of 70% is set for the promotion, marketing and advertising expenses of national organizations and organizations that provide cooperation support for these organizations, and a maximum of 601,000 TL support is provided as invitations and organizations. The organization support rate is 70%, the upper limit of support is 601,000 TL.

13- Domestic Promotion and Training Support: Expenditures for training and promotional activities that are carried out only for the promotion of activities within the country and for a maximum of five times in a year, with the participation of people invited from other countries (for example, academicians, sector representatives or press members) by organizations with authorization certificates. is supported at a rate of 60% and a minimum amount of 1 million 202 thousand TL for each activity.

14-Product Placement Support: Product placement in cinema films, series, documentaries, animated films and program formats and digital games screened abroad expenses for a maximum of 5 years; For those who benefit from the service, leave is supported at a rate of 60% and a maximum of 2,404,000 TL annually. The support rate is determined as 60%, and the maximum support limit is 2,404,000 TL annually.

15-Sectoral Procurement Delegation and Sectoral Trade Delegation Support (for NGOs): Sectoral trade delegations and sectoral trade delegations, which are deemed appropriate by the Ministry and held at most 5 each within a calendar year, are organized by cooperation organizations providing services in the health and/or sports tourism sectors. Expenses related to the procurement committee program are supported at a rate of 70% and a maximum amount of 3,607,000 TL per program.

16-HİSER Project Support (for NGOs): 75% of the needs analysis, plan, service, training, consultancy and promotion expenses of the cooperation organizations operating in the health and/or sports tourism sector regarding the HİSER projects deemed appropriate by the Ministries and the project A maximum of 12,023,000 TL per person is supported. Within the scope of the HİSER project, expenses related to the plans of a maximum of 5 sectoral trade delegations and sectoral purchasing delegations per year are supported by 75% and a maximum of 3,607,000 TL per program. 75% of the gross salary of a maximum of 2 expert personnel employed by cooperation organizations at the same time is supported for the planning, goals and organization of project activities of HİSER projects based on the clustering approach, at a maximum of 36,000 TL per personnel per month. The duration of the HİSER project is 3 years. The project duration can be extended by the Ministry for up to 2 years depending on the performance of the project.

17-Virtual Fair Organization Support (for NGOs): 70% of the organization expenses of

cooperation organizations providing services in the health and/or sports tourism sectors for virtual fairs that are deemed appropriate in line with the plans made by the Ministry and operate at most 5 times in a calendar year. and at a maximum amount of 1,923,000 TL per activity.

18-Support for the Development and Promotion of Health and Sports Tourism Sectors (for NGOs): Associations deemed appropriate by the Ministry;

- Expenses related to the construction, maintenance, updating and operation of the sectoral internet portal, promotion of the portal and employment of portal call center personnel for the development of the health and sports tourism services sectors and the creation of a positive Turkish service brand and image,

- Subscription expenses for market intelligence and information for the health and sports tourism sectors,

- Employment expenses related to the examination, follow-up and finalization of applications of people who will visit our country within the scope of health tourism to facilitate their entry into the country are supported at a rate of 100% for a maximum of 5 years and a maximum of 19,237,000 TL annually. The rate is 100% and the maximum support amount is 19,237,000 TL annually.

19-Competition and Event Support (for NGOs): A maximum of 1 activity in the field of sports and health within a calendar year for the sectors determined by the Ministries, deemed appropriate and collaborating for these events Expenses for competitions are 70% and the maximum amount is 4,809,000 TL for the organizations held.

Support and incentives in the field of health tourism revitalize the sector and increase income. Although the incentives provided by the state are predominantly in the private sector, they are also felt in the public sector. Health tourism is becoming a sector that renews itself and develops every day. The incentives provided should be evaluated in the best possible way and it is aimed to raise Turkey to the desired levels. As a result of the increase in demand in the field of health tourism and the size of the income obtained, incentives are evaluated by many countries and they act in line with the prepared plans and targets.

CONCLUSION

Incentives have the largest share among the steps taken for health tourism. The main purpose of supports and incentives is to revitalize the health tourism sector and increase income by attracting more patients. It is of great importance that the support of the state is felt and that the state evaluates this gap with the incentives it provides for investment in the sector. The comprehensive nature of the incentives serves not only health tourism but also health tourism intermediary organizations and stakeholders. Ministries work for incentives and at the same time they want to ensure legal order. As a result, incentives serve many purposes by containing motivating factors other than financial obligation.

BIBLIOGRAPHY

1. VAT General Communiqué // Official Gazette (Issue: 30478). - 2018. - (2018, July 6). - Ct. No. 19.
2. Aydin, Aydin BK. Health tourism marketing practices and comparative situation analysis in the world and in Turkey. // Journal of Marketing and Marketing Research. - (2015). - №16(1). -

C. 1- 21.

3. Aydoğmuş, İsmail, Soybalı, Hasan H. and Baytok, Ahmet “Comparison of Tourism Investment Incentives Applied in Greece and Turkey” // Afyon Kocatepe University, İ.İ.B.F. Journal. - (2006). - №8(1). - C. 1-22.

4. Batbaylı, Ş. The Effect of Turkey's Competitiveness in International Health Tourism on Economic Growth: An Empirical Analysis // International Journal of Social Inquiry. -(2022). - №15(2). - C. 365-382.

5. Connell J. Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery //Tourism management. – 2006. – T. 27. – №. 6. – C. 1093-1100.

6. Gülşen M.A., Solak I. Health Tourism Management. - Gazi: Gazi Bookstore, (2023). - 425 с.

7. Gümüş, S. and Polat N. An Overview of Marketing Variables in Health Tourism and the Example of Istanbul. - - Istanbul: Hyperlink publications, 2012. - 47 с.

8. İçöz, Onur (“Medical Tourism and Turkey's Opportunities within the Scope of Health Tourism” // Journal of Yasar University. - 2009. - №4. - C. 2257-2279.

9. Karatas G. and Tactic M. Comparison of Accounting for Government Incentives Provided to Tourism Enterprises in Terms of TAS-20 Standard and Uniform Accounting System. // Journal of Accounting and Tax Application Systems. - 2018. - №11(1). - C. 1-26.

10. Kördeve, M. K. A General Overview of Health Tourism and Turkey's Place in Health Tourism. // International Journal of Health Management and Strategies research. - 2016. - №2(1). - C. 51-61.

11. Pekşen F. Value Added Tax Application in Health Tourism Services Provided in Turkey. // Gazi Journal of Economics and Business Administration. - 2021. - №203-213. - C. 7(3).

12. What is Health Tourism? Department of Health Services // Ministry of Health URL: <https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf>. (дата обращения: 10.01.2021).

13. Sancar T. Government Supports and Incentives in Turkish Health Tourism in International Studies in Health Sciences. - Ankara: Serüven Publishing, 2023. - 75-91 с.

14. Some I A. Economic Crisis and Health Tourism: International Health Services Joint Stock Company Why was it founded? // MEBE Development Journal. - 2020. - №47. - C. 205-255.

15. Sakar A.Y. Tax Incentives Regulations Provided to the Turkish Tourism Sector. // Approach. - 2011. - №226. - C. 1-6.

16. T.R. Ministry of Culture and Tourism (2007). Türkiye Tourism Strategy 2023 Action Plan 2007-2013. http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906_ttstratejisi2023pdf.pdf?0, Access Date: 11.09.2018.

17. Taşlıyan, Mustafa; Arı, Nazmiye Ülkü (2012). “A Research on the Place of the Health Sector in Mobilizing the Regional Development Potential”, II. Regional Issues and Turkish Accounting Standards Symposium.

18. Tengilimoğlu D. Health Tourism and Government Incentives // Journal of Life Economics. - 2021. - №8(1). - C. 1-10.

19. Ministry of Commerce Circular on the Implementation Procedures and Principles of the Decision No. 5448 on the Definition, Classification and Support of Service Exports for Health and Sports Tourism Services Health-and-Sports-Tourism-Sectors-UUE Genelgesi.pdf (ohsad.org) Access Date 19/04/202

REFERENCES

1. VAT General Communiqué [General Press Release] // Official Gazette (Issue: 30478). - 2018. - (2018, July 6). - Cт. No. 19.
2. Aydın, Aydın BK. Health tourism marketing practices and comparative situation analysis in the world and in Turkey. // Journal of Marketing and Marketing Research. - (2015). - №16(1). - C. 1- 21.
3. Aydoğmuş, İsmail, Soybalı, Hasan H. and Baytok, Ahmet “Comparison of Tourism Investment Incentives Applied in Greece and Turkey” // Afyon Kocatepe University, İ.İ.B.F. Journal. - (2006). - №8(1). - C. 1-22.
4. Batbaylı, Ş. The Effect of Turkey's Competitiveness in International Health Tourism on Economic Growth: An Empirical Analysis // International Journal of Social Inquiry. -(2022). - №15(2). - C. 365-382.
5. Connell J. Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery //Tourism management. – 2006. – T. 27. – №. 6. – C. 1093-1100.
6. Gülşen M.A., Solak I. Health Tourism Management. - Gazi: Gazi Bookstore, (2023). - 425 c.
7. Gümüş, S. and Polat N. An Overview of Marketing Variables in Health Tourism and the Example of Istanbul. - - Istanbul: Hyperlink publications, 2012. - 47 c.
8. İçöz, Onur (“Medical Tourism and Turkey's Opportunities within the Scope of Health Tourism” // Journal of Yasar University. - 2009. - №4. - C. 2257-2279.
9. Karatas G. and Tactic M. Comparison of Accounting for Government Incentives Provided to Tourism Enterprises in Terms of TAS-20 Standard and Uniform Accounting System. // Journal of Accounting and Tax Application Systems. - 2018. - №11(1). - C. 1-26.
10. Kördeve, M. K. A General Overview of Health Tourism and Turkey's Place in Health Tourism. // International Journal of Health Management and Strategies research. - 2016. - №2(1). - C. 51-61.
11. Pekşen F. Value Added Tax Application in Health Tourism Services Provided in Turkey. // Gazi Journal of Economics and Business Administration. - 2021. - №203-213. - C. 7(3).
12. What is Health Tourism? Department of Health Services // Ministry of Health URL: <https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/Eklenti/10944/0/02pdf>. (date of application: 10.01.2021).
13. Sancar T. Government Supports and Incentives in Turkish Health Tourism in International Studies in Health Sciences. - Ankara: Serüven Publishing, 2023. - 75-91 c.
14. Some I A. Economic Crisis and Health Tourism: International Health Services Joint Stock Company Why was it founded? // MEBE Development Journal. - 2020. - №47. - C. 205-255.
15. Sakar A.Y. Tax Incentives Regulations Provided to the Turkish Tourism Sector. // Approach. - 2011. - №226. - C. 1-6.
16. T.R. Ministry of Culture and Tourism (2007). Türkiye Tourism Strategy 2023 Action Plan 2007-2013. http://www.kultur.gov.tr/Eklenti/906_ttstratejisi2023pdf.pdf?0, Access Date: 11.09.2018.
17. Taşlıyan, Mustafa; Arı, Nazmiye Ülkü (2012). “A Research on the Place of the Health Sector in Mobilizing the Regional Development Potential”, II. Regional Issues and Turkish Accounting Standards Symposium.
18. Tengilimoğlu D. Health Tourism and Government Incentives // Journal of Life Economics. - 2021. - №8(1). - C. 1-10.
19. Ministry of Commerce Circular on the Implementation Procedures and Principles of the

Decision No. 5448 on the Definition, Classification and Support of Service Exports for Health and Sports Tourism Services Health-and-Sports-Tourism-Sectors-UUE Genelgesi.pdf (ohsad.org)
Access Date 19/04 /202

Mustafa Alpin GÜLŞEN

Asst. Prof.

Alanya Alaaddin Keykubat University

e-mail: alpin.gulsen@alanya.edu.tr

Işın SOLAK

Postgraduate

Alanya Alaaddin Keykubat University

e-mail: isin_solak1987@hotmail.com

Received 25.04.2024

Received in revised form 03.05.2024

Accepted for publication 25.06.2024

M. АЛПИН ГҮЛШЕН¹, И. СОЛАК^{1*}

Алания Алааддин Кейкубат Университеті

(Түркия, Алания), E-mail: isin_solak1987@hotmail.com

ТҮРКИЯДАҒЫ САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІ ҮШІН 2024 ЖЫЛҒЫ САЛЫҚТЫҚ ЖЕҢІЛДІКТЕР

Аңдатпа. Сауықтыру туризмі ұғымы үнемі дамып келе жатқан технологиямен әр түрлі анықтамалар береді. Бұл жеке адамдар демалыс мақсатында және денсаулығын сақтау үшін ұнататын туризм түрі. Ол сауықтыру туризмін дамыту және көптеген адамдарға қызмет көрсету үшін мекемелермен және ұйымдармен ынтымақтасады. Әрі қарай ілгерілеу үшін секторға мемлекеттік қолдау қажет. Мемлекет адамдарға сауықтыру туризмін қолдау және ынталандыру тәжірибесі арқылы капитал ұсынады. Ол қаржылық жауапкершілікті экономикалық тұрғыдан қамтамасыз етеді және ынталандырушы факторлармен ынталандыру мен қолдауды қамтамасыз етеді. Сауықтыру туризмі саласындағы ынталандыру-бұл сапалы қызмет көрсету, денсаулық сақтау саласындағы технологиялық зерттеулер мен инновацияларды жылдам қол жетімді ету, адамдарға капиталды жинақтауды қамтамасыз ету және мемлекеттік қолдауды көрсету. Сонымен бірге, мемлекеттік ынталандырулардан басқа, ол денсаулық сақтау ұйымдарының, қызмет алатын жеке тұлғалардың құқықтарын қорғау үшін құқықтық нормалар мен құқықтық құрылымды жасайды. Мұның бәрі Түркиядағы сауықтыру туризмін белсендірек етуге және бәсекеге қабілетті элемент арқылы Түркияның нарықтағы үлесін арттыруға бағытталған.

***Кілт сөздер:** Сауықтыру Туризмі, Ынталандыру, Қолдау, Капитал, Қаржылық Міндеттеме*

M. АЛПИН ГҮЛШЕН¹, И. СОЛАК^{1*}

Университет Алании Алааддина Кейкубата

(Түркия, Алания), E-mail: isin_solak1987@hotmail.com

НАЛОГОВЫЕ ЛЬГОТЫ ДЛЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ТУРЦИИ В 2024 ГОДУ

Аннотация. Благодаря постоянно развивающимся технологиям понятие оздоровительного туризма приобретает новые определения. Это вид туризма, который люди предпочитают для отдыха и защиты своего здоровья. Он работает с учреждениями и

организациями, чтобы развивать оздоровительный туризм и обслуживать больше людей. Для дальнейшего развития отрасли необходима государственная поддержка. Государство предоставляет людям капитал посредством поддержки и стимулирования оздоровительного туризма. Оно экономически обеспечивает финансовую ответственность и предоставляет стимулы и поддержку с помощью мотивирующих факторов. Стимулы в области оздоровительного туризма заключаются в предоставлении более качественных услуг, быстром распространении технологических исследований и инноваций в области здравоохранения, обеспечении накопления капитала для людей и привлечении внимания к государственной поддержке. В то же время, в дополнение к государственным стимулам, это также создает правовые нормы и правовую структуру для защиты прав медицинских учреждений, организаций и частных лиц, получающих услуги. Все это направлено на активизацию медицинского туризма в Турции и увеличение доли турецкого рынка за счет конкуренции.

Ключевые слова: Оздоровительный туризм, Стимул, Поддержка, Капитал, Финансовые обязательства

K. FAIZULLA^{1*}, G. YESHMURAT, S. NURALY¹

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkistan), E-mail: k.faizulla@iuth.edu.kz

***EFFECTIVE WAYS OF TEACHING SPEAKING IN ENGLISH TO THE STUDENTS
OF TOURISM SPECIALTY***

Abstract. *This research explores the crucial role of English language proficiency in the tourism and hospitality sectors, emphasizing the need for effective teaching strategies to enhance speaking skills among students. Through qualitative analysis, the study examines current instructional practices, identifies challenges such as understanding accents and using industry-specific vocabulary, and evaluates the importance of English fluency for career success. Preferred activities include group discussions, storytelling, and role-plays, highlighting the value of interactive learning. The study also underscores the significance of technology and real-life conversation opportunities in language learning. Recommendations include prioritizing tailored language instruction, embracing experiential learning, and leveraging technological resources to foster proficiency. Ultimately, the research aims to equip future tourism professionals with the necessary linguistic and communicative competencies to excel in a globalized industry.*

Key words: *Teaching English language, speaking skills, tourism, hospitality, proficiency, role-playing, intercultural communication*

Introduction. English Language is a global language that connects people from different cultures. Nowadays majority of people across the world understand the need to learn English language. Travelling and communicating with diverse people have become smoother and more convenient with regard to the knowledge of English as a lingua franca. Therefore, proficiency in the English language holds significant importance across various industries, notably in sectors such as tourism and hospitality. For individuals employed in these fields, acquiring foreign language skills is indispensable, serving as the primary mode of communication with international tourists. Furthermore, linguistic proficiency facilitates the provision of services for tourists and a deeper understanding of cultural nuances, thereby enhancing the overall quality of the tourism industry [39]. English language proficiency holds integral importance for professionals in hospitality and tourism, highlighting its pivotal role in bridging communication gaps with foreign visitors and fostering cross-cultural understanding [6]. Thus, for professionals in the tourism and hospitality sector, mastery of foreign languages is highly essential for effective communication and the development of intercultural competence. As representatives of the local population and culture, it

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Faizulla K., Yeshmurat G., Nuraly S.. Effective Ways of Teaching Speaking in English to the Students of Tourism Specialty // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 18–29. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.02>

***Cite us correctly:** Faizulla K., Yeshmurat G., Nuraly S. Effective Ways of Teaching Speaking in English to the Students of Tourism Specialty // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No2(4). –B. 18–29. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.02>

is crucial to equip tourism specialists with the ability to communicate effectively and pragmatically in English with visitors from diverse backgrounds. With proper linguistic knowledge and practice, tourism students will be able to engage with varied audiences, deliver exceptional customer service, and competently represent their destinations. Educators play a pivotal role in achieving this by implementing effective teaching strategies that foster English speaking proficiency among their students. Strong English-speaking skills enable tourism professionals to engage with international visitors, enhancing their experience and encouraging positive feedback. For tourism students, proficiency in English adds significant value to their education and career prospects. These students must master pronunciation, fluency, and tone to ensure clear and effective communication. By honing these skills, they can better support the smooth operation of travel services and achieve greater success in the tourism sector. Therefore, this article explores effective methods for teaching English speaking skills to future tourism and hospitality professionals. The research also aims to identify successful strategies by examining current teaching practices, analyzing instructional approaches, and determining effective techniques to enhance speaking proficiency in tourism students.

Literature review

Teaching English to students in the tourism sector is a multifaceted task that involves integrating language proficiency with industry-specific vocabulary and contexts. This literature review explores the complexities of this endeavor, examining key themes, methodologies, challenges, and strategies associated with English language instruction in tourism. As speaking skills play a crucial role in effective communication across personal, professional, and academic settings, the review also provides insights into the significance of speaking skills, factors influencing their development, and effective strategies for enhancing them within the tourism domain.

Brown (2007) emphasized that speaking skills facilitate the expression of thoughts, emotions, and intentions, enabling individuals to convey messages clearly and persuasively [4]. In academic settings, speaking skills are essential for presentations, class discussions, and collaborative projects, fostering critical thinking and knowledge dissemination. Moreover, in professional contexts, proficient speaking abilities contribute to effective leadership, negotiation, and career advancement [41]. In the tourism industry, effective speaking skills are essential for engaging with tourists, providing information about destinations, promoting attractions, and delivering quality customer service. According to Brown (2007), clear and articulate communication enhances tourists' experiences and fosters positive interactions, contributing to customer satisfaction and loyalty [4]. Moreover, effective English language instruction for tourism students requires a holistic approach that integrates language proficiency with industry-specific vocabulary and contexts [33]. Researchers emphasize the importance of incorporating real-life scenarios, such as customer interactions and tour guide narratives, into language lessons to enhance students' practical communication skills within the tourism sector [13].

Key themes and methodologies: Research has highlighted several important themes and methodologies for teaching English to tourism students. These include content-based instruction, task-based learning, and experiential learning approaches [33]. Content-based instruction combines language learning with tourism-specific content, enabling students to simultaneously develop language skills and industry knowledge [2]. Task-based learning emphasizes practical language tasks pertinent to tourism settings, encouraging active language use through meaningful activities [45]. Experiential learning techniques, such as role-plays and simulations, offer students hands-on

experiences to practice English in realistic tourism scenarios, thereby improving their communicative competence [19].

Challenges in English Language Instruction: Despite the critical role of English proficiency in the tourism industry, educators encounter several challenges in teaching English to tourism students. These challenges encompass limited access to authentic materials, inadequate language support for non-native English speakers, and the necessity to balance language instruction with tourism-specific content [11]. Moreover, the varying levels of language proficiency among students further complicate the creation of a standardized curriculum that effectively meets the needs of all learners [17].

Effective Methods of Teaching Speaking in Tourism: Speaking skills are fundamental in tourism education, enabling students to effectively communicate with customers, colleagues, and stakeholders. Research suggests several effective strategies for enhancing speaking skills, including communicative activities, pronunciation practice, and peer interaction [28]. Followings are the strategies believed to be effective by the research findings.

Role-Playing and Simulations: Role-playing activities allow students to simulate real-life tourism scenarios, such as hotel check-ins, guided tours, and customer inquiries [32]. Through role-plays, students practice speaking in various roles, develop language fluency, and improve their ability to handle diverse communication situations encountered in the tourism industry.

Authentic Materials and Contexts: Incorporating authentic materials and contexts relevant to tourism enhances students' speaking proficiency [12]. Using tourism brochures, advertisements, travel guides, and videos as teaching resources exposes students to authentic language and communication styles used in tourism settings, fostering language acquisition and cultural understanding.

Interactive Tasks and Group Discussions: Interactive tasks and group discussions promote active participation and collaborative learning among students [29]. Engaging students in discussions on tourism-related topics, such as cultural heritage, sustainable tourism, and hospitality management, encourages them to express opinions, share experiences, and develop speaking confidence in a supportive environment.

Field Trips and Experiential Learning: Field trips to tourist attractions, hotels, and hospitality establishments provide students with firsthand experiences and opportunities to practice speaking skills in authentic contexts [35]. Experiential learning enables students to interact with tourists, observe professional communication practices, and gain insights into the operational aspects of the tourism industry.

Technology-Enhanced Learning: Integrating technology into speaking instruction offers innovative opportunities for student engagement and skill development [20]. Utilizing multimedia resources, online language platforms, and virtual reality simulations enables students to interact with authentic spoken language samples, receive immediate feedback, and enhance their speaking proficiency in virtual tourism environments.

Methodology

The present research employs a qualitative descriptive method to provide an in-depth analysis of contemporary phenomena within their real-world contexts, focusing on human behavior quality [46]. This approach involves the researchers' direct immersion at the research site to understand and study situations, events, groups, or specific social interactions.

According to Moleong (2007), qualitative research aims to understand phenomena as

experienced by the research subjects, including behavior, perceptions, motivations, and holistic actions [25]. This is achieved using natural language and various scientific methods within specific contexts. Nasution (1988) emphasizes that qualitative research selects sources capable of providing relevant information, including people, events, or situations, as the sample [27]. Data collection is based on natural observations of these situations. Lofland and Moleong (2007) assert that the primary data sources in qualitative research are actions and words, supplemented by additional sources such as documents [22]. Thus, this study investigates the process and activities of teaching speaking skills at the International University of Tourism and Hospitality. It examines how university teachers develop effective strategies for teaching speaking. Student perspectives were analyzed to enhance data validity and provide a comprehensive understanding of the phenomena. The study aims to understand how behaviors and processes are influenced by context through detailed observation and analysis.

To ensure data validity, multiple sources were utilized, including interviews, questionnaires, and direct observations. Data were collected from 97 respondents at the International University of Tourism and Hospitality located in the region of Turkistan, Kazakhstan, offering valuable insights into students' perceptions, preferences, and challenges regarding speaking English in the tourism sector. The majority of participants were female students (77.7%), with male students comprising 22.3%, including both first-year (59.8%) and second-year (40.2%) students.

Analysis & Discussion

Comfort level in Speaking English: The survey results on students' comfort levels in speaking English in tourism-related situations indicate varying degrees of confidence among students. With 32% of students rating their comfort level as a 3 on a scale of 1 to 5, it shows that while a significant portion of students feel moderately comfortable, there remains a substantial need for improvement. According to Tuan and Mai (2015), comfort and confidence in speaking a foreign language significantly influence performance and willingness to communicate [42]. The 25.8% of students who rated their comfort level as 5 are likely those who have had more exposure to English-speaking environments or possess a higher level of language proficiency [23]. Meanwhile, the 27.8% of students who rated themselves a 4 demonstrate a good level of comfort but still see room for growth. Only a small percentage of students rating their comfort level as 1 or 2 suggests that very few students experience significant discomfort in speaking English in tourism contexts, indicating that most students have at least a basic functional competence in English. These findings suggest that while there is a strong foundation, there is a clear need for focused instructional strategies to elevate the overall comfort and confidence levels in speaking English among all students.

Challenges in Speaking English in Tourism Contexts: Respondents identified several key challenges in speaking English within tourism contexts, highlighting areas that need targeted instructional focus. Understanding regional accents and dialects (22.9%) poses a significant challenge, suggesting the necessity for exposure to diverse English-speaking styles. This can be addressed by incorporating listening exercises featuring a variety of accents and dialects into the curriculum [14]. Handling unexpected questions or situations (22.9%) is another critical challenge, underscoring the need for teaching adaptive communication strategies. Hence, role-playing unexpected scenarios can help students develop the skills to respond confidently and appropriately [21]. Moreover, the difficulty in using appropriate vocabulary (21.9%) to describe attractions and provide information indicates a need for a stronger emphasis on industry-specific terminology in the

curriculum [31]. Finally, the pronunciation of place names and tourist attractions (8.3%) and effective communication with tourists from diverse cultural backgrounds (20.8%) were also significant challenges. These findings highlight the importance of phonetic training and cultural competence in language instruction [26]. Therefore, educators can use multimedia resources, such as videos and interactive software, to improve pronunciation skills and simulate multicultural interactions, enhancing students' ability to communicate effectively with a global audience [7].

Preferred Speaking Activities: The data on preferred speaking activities reveals that students favor interactive and engaging formats that promote active participation. Group discussions or debates were the most preferred by 47.7% of the respondents, indicating that students value opportunities for collaborative learning and the chance to practice speaking in a dynamic and supportive environment. These activities help students develop critical thinking and argumentation skills, which are essential for engaging with tourists and handling diverse questions [3].

Likewise, storytelling or narrative sharing was preferred by 37.1% of the participants while presentations or speeches were also highly favored by 35.1% of the participants, suggesting that students appreciate structured opportunities to express their thoughts and experiences. These activities can help build confidence and fluency by allowing students to practice organizing their ideas and delivering them coherently [18]. Role-plays or simulations were popular as well being preferred by 28.9%, offering practical, hands-on experiences that closely mimic real-life tourism scenarios. These activities provide a safe space for students to practice and refine their language skills, preparing them for actual interactions in the tourism industry [38].

Perceived Importance of Speaking English Fluently for Future Careers: The survey findings underscore the widespread recognition among students of the paramount importance of speaking English fluently for success in the tourism industry. A significant majority (54.6%) firmly believe that fluency in English is indispensable for thriving in tourism careers, while an additional 50.5% consider it very important. This resounding acknowledgment highlights the critical role of English proficiency as a cornerstone for future career prospects in the global tourism landscape. As English serves as the lingua franca of the tourism industry [10], possessing proficient communication skills in English is essential for effectively engaging with diverse international tourists and navigating cross-cultural interactions [16]. Therefore, ensuring that students attain a high level of fluency is crucial for enhancing their employability and competitiveness in the dynamic and interconnected tourism sector.

Helpful Strategies for Improving Spoken English Skills: Participants of the study identified a range of strategies deemed helpful for enhancing their spoken English skills tailored for the tourism domain. The most prevalent strategy cited was practicing speaking English while traveling or interacting with tourists (64.9%). This hands-on approach aligns with experiential learning theories [19], emphasizing the significance of real-world immersion in honing language proficiency. Additionally, engaging with English-language media such as movies, TV shows, or podcasts related to travel and tourism (57.4%) emerged as a favored strategy. These media resources offer authentic language exposure, enabling students to familiarize themselves with diverse accents and colloquial expressions, thereby enhancing their linguistic flexibility and comprehension [43]. Furthermore, participating in conversation exchanges with native English speakers (41.5%) was recognized as beneficial for improving fluency and cultural competence, aligning with the communicative approach to language learning [40].

Perceived Role of Technology in Learning English: The role of technology in facilitating English language learning for tourism purposes is highly valued by the students who participated in

the present research. A majority (51%) perceive language learning apps featuring interactive speaking exercises and tourism-specific vocabulary as effective tools for skill enhancement. These apps offer personalized learning experiences, catering to individual learning preferences and providing immediate feedback, thereby fostering autonomous learning [15]. Moreover, online platforms offering virtual conversation exchanges with native speakers (45.8%) are regarded as valuable resources for practicing speaking skills in authentic contexts. These platforms enable students to engage in real-time interactions and receive constructive feedback, thereby boosting their confidence and fluency [1]. Additionally, podcasts or YouTube channels focusing on travel and tourism for listening and speaking practice (38.5%) are perceived as valuable supplements to formal instruction, offering accessible and engaging opportunities for language exposure and skill development [24].

Desire for More Opportunities for Real-Life Tourism- Related Conversations: The survey results unveil a significant yearning among students for increased exposure to real-life tourism-related conversations in English. A notable 53.1% of respondents expressed this desire, underlining the perceived benefits such interactions could bring, such as heightened confidence and fluency in practical scenarios, and improved communication proficiency with tourists and colleagues in the tourism sector. This emphasizes the pivotal role of experiential learning in language acquisition, where authentic language practice fosters not only linguistic competence but also cultural sensitivity [5]. By offering more avenues for such immersive experiences, educators can effectively bridge the gap between classroom learning and real-world application, thereby equipping students with the essential skills needed for success in the dynamic and multicultural tourism industry.

Additional Support or Resources Needed: Students have identified several additional support mechanisms or resources that could greatly aid them in mastering English for tourism-related purposes. Chief among these is the demand for online forums or communities where students can seek guidance and advice from proficient English speakers (57.3%). These virtual platforms not only provide valuable mentorship opportunities but also facilitate peer learning and exposure to diverse language styles and cultural nuances [8]. Additionally, language exchange programs tailored to tourism-related conversations (44.8%) are seen as highly beneficial, as they offer students the chance to engage in reciprocal language practice with native speakers, thereby enhancing their conversational skills and cultural awareness [30]. Furthermore, the need for specialized vocabulary lists or glossaries catering specifically to the tourism domain (27.1%) underscores the importance of targeted resources in building industry-specific language proficiency [37]. By incorporating these supplementary resources into the curriculum, educators can provide students with comprehensive support and enhance their language learning journey.

Overall, the survey findings highlight the crucial role of effective teaching methodologies, student engagement initiatives, and technological resources in augmenting English speaking proficiency among students specializing in tourism. The expressed desire for increased exposure to real-life tourism-related conversations underscores the practical relevance and necessity of language skills in the tourism industry. By embracing experiential learning opportunities, leveraging online communities, and providing tailored resources, educators can create an immersive and supportive learning environment conducive to the holistic development of students' linguistic and communicative competencies. Ultimately, this will empower students to thrive in the dynamic and multicultural landscape of the tourism sector, equipping them with the skills needed to excel in their future careers.

Conclusion. In conclusion, this research underscored the pivotal role of English language proficiency in the tourism sector and provided valuable insights into effective teaching methods to enhance speaking skills among students. The analysis revealed varying comfort levels and challenges faced by students, emphasizing the need for targeted instructional strategies. Challenges such as understanding accents and using appropriate vocabulary highlighted the importance of tailored language instruction. The study also highlighted the strong recognition of English fluency for future careers, emphasizing the need for comprehensive language support within tourism education programs. The perceived role of technology, the desire for real-life conversation opportunities, and the demand for additional support mechanisms further underscored the importance of creating a supportive learning environment. Therefore, educators are urged to prioritize language instruction, embrace experiential learning, and leverage technological resources to foster English speaking proficiency among students. By doing so, the next generation of tourism professionals could be empowered to thrive in a globalized industry and contribute positively to its growth and development.

BIBLIOGRAPHY

1. Blake R. J. *Brave new digital classroom: Technology and foreign language learning.* – Georgetown University Press, 2013.
2. Brinton D., Wesche M., Snow A. *Content-based second language instruction* //(No Title). – 2003.
3. Brookfield S. D., Preskill S. *Discussion as a way of teaching: Tools and techniques for democratic classrooms.* – John Wiley & Sons, 2012.
4. Brown H. D. *Principles of language learning and teaching: A course in second language acquisition.* – Pearson, 2014.
5. Brown G., Yule G. *Teaching the spoken language.* – Cambridge university press, 1983. – T. 2.
6. Cañas J., Pérez L. *Language needs in tourism enterprises. case study: The region of Pallars Sobirà, Catalonia, Spain* //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – T. 212. – C. 298-303.
7. Chen G. M., Starosta W. J. *Intercultural communication competence: A synthesis* //Communication yearbook 19. – Routledge, 2012. – C. 353-383.
8. Chun D., Kern R., Smith B. *Technology in language use, language teaching, and language learning* //The Modern Language Journal. – 2016. – T. 100. – №. S1. – C. 64-80.
9. Cox B. E., Beall J. *Speaking effectively: Lessons from the past.* // Business Communication Quarterly. - 2011. - №74(1). - C. 5-17.
10. Crystal D. *English as a global language.* – Cambridge university press, 2003.
11. Dörnyei Z., Ushioda E. *Teaching and researching motivation.* – Routledge, 2021.
12. Dudley-Evans T., St John M. J. *Developments in English for specific purposes.* – Cambridge university press, 1998.
13. Fernandez A. C. *Teaching English to undergraduate students in a Brazilian university: Thinking glocal* //Global Languages and Critical Intercultural Awareness. – Routledge, 2019. – C. 207-227.
14. Field J. *Psycholinguistics: A resource book for students.* – Psychology Press, 2003.
15. Godwin-Jones R. *Emerging Technologies: Mobile Apps for Language Learning.* // Language Learning & Technology. - 2011. - №15(2). - C. 2-11.
16. Graddol D. *English next.* – London : British council, 2006. – T. 62.

17. Harmer J. The practice of English language teaching 4th ed //England: Pearson Education Limited. – 2007.
18. Cassell C., Symon G. (ed.). Essential guide to qualitative methods in organizational research. – sage, 2004.
19. Kolb D. A. Experiential learning: Experience as the source of learning and development. – FT press, 2014.
20. Levy M., Stockwell G. CALL dimensions: Options and issues in computer-assisted language learning. – Routledge, 2013.
21. Livingstone R. A., Lynch B. K. Group Work in the English Language Curriculum: Sociocultural and Ecological Perspectives on Second Language Classroom. . - London: Palgrave Macmillan., 2000. - 211 c.
22. Lofland J. et al. Analyzing social settings: A guide to qualitative observation and analysis. – Waveland Press, 2022.
23. MacIntyre P. D. et al. Conceptualizing willingness to communicate in a L2: A situational model of L2 confidence and affiliation //The modern language journal. – 1998. – T. 82. – №. 4. – C. 545-562.
24. Mayer R. E. Incorporating motivation into multimedia learning //Learning and instruction. – 2014. – T. 29. – C. 171-173.
25. Moleong L. J. Metodologi penelitian kualitatif. – PT Remaja Rosdakarya Bandung, 2019.
26. Morley J. The pronunciation component in teaching English to speakers of other languages //TESOL quarterly. – 1991. – T. 25. – №. 3. – C. 481-520.
27. Nasution S. Metode Research (penelitian ilmiah). – 2009.
28. Newton J. M., Nation I. S. P. Teaching ESL/EFL listening and speaking. – Routledge, 2020.
29. Nunan D. Practical english language teaching. – 2003.
30. Oxford R., Shearin J. Language learning motivation: Expanding the theoretical framework //The modern language journal. – 1994. – T. 78. – №. 1. – C. 12-28.
31. Richards J. C. Curriculum development in language teaching. – Cambridge university press, 2001.
32. Richards J. C., Rodgers T. S. Approaches and methods in language teaching. – Cambridge university press, 2014.
33. Richards J. C., Renandya W. A. (ed.). Methodology in language teaching: An anthology of current practice. – Cambridge university press, 2002.
34. Richards J. C. Communicative language teaching today. – Singapore : SEAMEO Regional Language Centre, 2005.
35. Richards J. C., Schmidt R. W. Longman dictionary of language teaching and applied linguistics. – Routledge, 2013.
36. Richards J. C., Schmidt R. W. Longman dictionary of language teaching and applied linguistics. – Routledge, 2013.
37. Schmitt N., Schmitt D. Vocabulary in language teaching. – Cambridge university press, 2020.
38. Foss J. A. Communicative Language Teaching in Action: Putting Principles to Work by Klaus Brandl //The French Review. – 2011. – T. 85. – №. 2. – C. 414-415.
39. Sindik J., Božinović N. Importance of foreign languages for a career in tourism as perceived by students in different years of study //Tranzicija. – 2013. – T. 15. – №. 31. – C. 16-28.

40. Snow D. From Language Learner to Language Teacher. – Teachers of English to Speakers of Other Languages, Inc. 700 South Washington Street Suite 200, Alexandria, VA 22314, 2007.
41. Vietnam V. FACTORS AFFECTING STUDENTS'SPEAKING PERFORMANCE AT LE THANH HIEN HIGH SCHOOL //Asian Journal of Educational Research Vol. – 2015. – T. 3. – №. 2. – C. 8-23.
42. Vandergrift L., Goh C. C. M. Teaching and Learning Second Language Listening: Metacognition in Action.
43. Sellnow D. D., Martin J. M. The Basic Course in Communication //The Sage handbook of communication and instruction. – 2010. – C. 33.
44. Willis J., Willis D. Doing task-based teaching-Oxford handbooks for language teachers. – Oxford University Press, 2013.
45. Yin R. K. Case study research: Design and methods. – sage, 2009. – T. 5.

REFERENCES

1. Blake R. J. Brave new digital classroom: Technology and foreign language learning. – Georgetown University Press, 2013.
2. Brinton D., Wesche M., Snow A. Content-based second language instruction //(No Title). – 2003.
3. Brookfield S. D., Preskill S. Discussion as a way of teaching: Tools and techniques for democratic classrooms. – John Wiley & Sons, 2012.
4. Brown H. D. Principles of language learning and teaching: A course in second language acquisition. – Pearson, 2014.
5. Brown G., Yule G. Teaching the spoken language. – Cambridge university press, 1983. – T. 2.
6. Cañas J., Pérez L. Language needs in tourism enterprises. case study: The region of Pallars Sobirà, Catalonia, Spain //Procedia-Social and Behavioral Sciences. – 2015. – T. 212. – C. 298-303.
7. Chen G. M., Starosta W. J. Intercultural communication competence: A synthesis //Communication yearbook 19. – Routledge, 2012. – C. 353-383.
8. Chun D., Kern R., Smith B. Technology in language use, language teaching, and language learning //The Modern Language Journal. – 2016. – T. 100. – №. S1. – C. 64-80.
9. Cox B. E., Beall J. Speaking effectively: Lessons from the past. // Business Communication Quarterly. - 2011. - №74(1). - C. 5-17.
10. Crystal D. English as a global language. – Cambridge university press, 2003.
11. Dörnyei Z., Ushioda E. Teaching and researching motivation. – Routledge, 2021.
12. Dudley-Evans T., St John M. J. Developments in English for specific purposes. – Cambridge university press, 1998.
13. Fernandez A. C. Teaching English to undergraduate students in a Brazilian university: Thinking glocal //Global Languages and Critical Intercultural Awareness. – Routledge, 2019. – C. 207-227.
14. Field J. Psycholinguistics: A resource book for students. – Psychology Press, 2003.
15. Godwin-Jones R. Emerging Technologies: Mobile Apps for Language Learning. // Language Learning & Technology. - 2011. - №15(2). - C. 2-11.
16. Graddol D. English next. – London : British council, 2006. – T. 62.
17. Harmer J. The practice of English language teaching 4th ed //England: Pearson Education Limited. – 2007.

18. Cassell C., Symon G. (ed.). *Essential guide to qualitative methods in organizational research*. – sage, 2004.
19. Kolb D. A. *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. – FT press, 2014.
20. Levy M., Stockwell G. *CALL dimensions: Options and issues in computer-assisted language learning*. – Routledge, 2013.
21. Livingstone R. A., Lynch B. K. *Group Work in the English Language Curriculum: Sociocultural and Ecological Perspectives on Second Language Classroom*. . - London: Palgrave Macmillan., 2000. - 211 c.
22. Lofland J. et al. *Analyzing social settings: A guide to qualitative observation and analysis*. – Waveland Press, 2022.
23. MacIntyre P. D. et al. *Conceptualizing willingness to communicate in a L2: A situational model of L2 confidence and affiliation //The modern language journal*. – 1998. – T. 82. – №. 4. – C. 545-562.
24. Mayer R. E. *Incorporating motivation into multimedia learning //Learning and instruction*. – 2014. – T. 29. – C. 171-173.
25. Moleong L. J. *Metodologi penelitian kualitatif*. – PT Remaja Rosdakarya Bandung, 2019.
26. Morley J. *The pronunciation component in teaching English to speakers of other languages //TESOL quarterly*. – 1991. – T. 25. – №. 3. – C. 481-520.
27. Nasution S. *Metode Research (penelitian ilmiah)*. – 2009.
28. Newton J. M., Nation I. S. P. *Teaching ESL/EFL listening and speaking*. – Routledge, 2020.
29. Nunan D. *Practical english language teaching*. – 2003.
30. Oxford R., Shearin J. *Language learning motivation: Expanding the theoretical framework //The modern language journal*. – 1994. – T. 78. – №. 1. – C. 12-28.
31. Richards J. C. *Curriculum development in language teaching*. – Cambridge university press, 2001.
32. Richards J. C., Rodgers T. S. *Approaches and methods in language teaching*. – Cambridge university press, 2014.
33. Richards J. C., Renandya W. A. (ed.). *Methodology in language teaching: An anthology of current practice*. – Cambridge university press, 2002.
34. Richards J. C. *Communicative language teaching today*. – Singapore : SEAMEO Regional Language Centre, 2005.
35. Richards J. C., Schmidt R. W. *Longman dictionary of language teaching and applied linguistics*. – Routledge, 2013.
36. Richards J. C., Schmidt R. W. *Longman dictionary of language teaching and applied linguistics*. – Routledge, 2013.
37. Schmitt N., Schmitt D. *Vocabulary in language teaching*. – Cambridge university press, 2020.
38. Foss J. A. *Communicative Language Teaching in Action: Putting Principles to Work by Klaus Brandl //The French Review*. – 2011. – T. 85. – №. 2. – C. 414-415.
39. Sindik J., Božinović N. *Importance of foreign languages for a career in tourism as perceived by students in different years of study //Tranzicija*. – 2013. – T. 15. – №. 31. – C. 16-28.
40. Snow D. *From Language Learner to Language Teacher*. – Teachers of English to Speakers of Other Languages, Inc. 700 South Washington Street Suite 200, Alexandria, VA 22314, 2007.

41. Vietnam V. FACTORS AFFECTING STUDENTS' SPEAKING PERFORMANCE AT LE THANH HIEN HIGH SCHOOL //Asian Journal of Educational Research Vol. – 2015. – Т. 3. – №. 2. – С. 8-23.
42. Vandergrift L., Goh C. C. M. Teaching and Learning Second Language Listening: Metacognition in Action.
43. Sellnow D. D., Martin J. M. The Basic Course in Communication //The Sage handbook of communication and instruction. – 2010. – С. 33.
44. Willis J., Willis D. Doing task-based teaching-Oxford handbooks for language teachers. – Oxford University Press, 2013.
45. Yin R. K. Case study research: Design and methods. – sage, 2009. – Т. 5.

K. FAIZULLA Senior Teacher of International University of Tourism and Hospitality E-mail: k.faizulla@iuth.edu.kz	G. YESHMURAT Teacher of International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan), E-mail: g.yeshmurat@iuth.edu.kz	S. NURALY Teacher of International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan), E-mail: symbat.nuraly@iuth.edu.kz
--	--	---

Received 14.06.2024

Received in revised form 16.06.2024

Accepted for publication 25.06.2024

Қ.ФАЙЗУЛЛА¹*, Г.ЕШМҰРАТ¹, С.НҰРАЛЫ¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: k.faizulla@iuth.edu.kz

ТУРИЗМ МАМАНДЫҒЫНЫҢ СТУДЕНТТЕРІНЕ АҒЫЛШЫН ТІЛІНДЕ СӨЙЛЕУДІ ОҚЫТУДЫҢ ТИІМДІ ТӘСІЛДЕРІ

Аңдатпа. Бұл зерттеу туризм және қонақжайлылық секторларындағы ағылшын тілін білудің маңызды рөлін зерттеп, студенттердің сөйлеу дағдыларын жақсарту үшін тиімді оқыту стратегияларының қажеттілігін көрсетеді. Сапалық талдау арқылы зерттеу қазіргі оқыту тәжірибесін зерттейді, акценттерді түсіну және салалық лексиканы пайдалану сияқты мәселелерді анықтайды және мансаптық табысқа жету үшін ағылшын тілін еркін меңгерудің маңыздылығын бағалайды. Таңдаулы іс-әрекеттерге топтық талқылау, әңгімелеу және рөлдік ойындар кіреді, бұл интерактивті оқытудың құндылығын көрсетеді. Зерттеу сонымен қатар тіл үйренуде технологияның және нақты әлемдегі қарым-қатынас мүмкіндіктерінің маңыздылығын көрсетеді. Ұсыныстарға жекелендірілген тіл үйретуге басымдық беру, тәжірибелік оқыту және тілді меңгеруді жақсарту үшін технологиялық ресурстарды пайдалану кіреді. Қорытындылай келгенде, зерттеу болашақ туризм мамандарын жаһанданған индустрияда табысқа жету үшін қажетті лингвистикалық және коммуникациялық құзыреттермен жабдықтауға бағытталған.

Кілт сөздер: Ағылшын тілін оқыту, сөйлеу дағдылары, туризм, қонақжайлылық, біліктілік, рөлдік ойын, мәдениетаралық коммуникация.

К. ФАЙЗУЛЛА^{1*}, Г. ЕШМУРАТ¹, С. НУРАЛЫ¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Туркестан, Казахстан), E-mail: k.faizulla@iuth.edu.kz

ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ОБУЧЕНИЯ ГОВОРИ НА АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКЕ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ТУРИЗМ

***Аннотация.** Это исследование изучает важную роль владения английским языком в секторах туризма и гостеприимства, подчеркивая необходимость эффективных стратегий обучения для улучшения разговорных навыков среди студентов. Посредством качественного анализа исследование изучает текущую практику обучения, выявляет такие проблемы, как понимание акцентов и использование отраслевой лексики, а также оценивает важность свободного владения английским языком для успеха в карьере. Предпочтительные виды деятельности включают групповые дискуссии, рассказывание историй и ролевые игры, подчеркивающие ценность интерактивного обучения. Исследование также подчеркивает важность технологий и возможностей реального общения в изучении языка. Рекомендации включают в себя приоритетность индивидуального языкового обучения, обучение на основе опыта и использование технологических ресурсов для повышения уровня владения языком. В конечном счете, исследование направлено на то, чтобы вооружить будущих профессионалов туризма необходимыми лингвистическими и коммуникативными компетенциями, чтобы преуспеть в глобализированной отрасли.*

***Ключевые слова:** Преподавание английского языка, навыки речи, туризм, гостеприимство, мастерство, ролевая игра, межкультурная коммуникация.*

**К.Д. АБДИБАЕВА^{1*}, С.А. НАХИПБЕКОВА¹, А.С. ҚОЖАХМЕТ¹,
Б.А. ҚҰДАЙБЕРГЕН¹**

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: kamila.abdibayeva@iuth.edu.kz

**ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНДАҒЫ МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІНДЕ (IT)
АҚПАРАТТЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ МҮМКІНДІГІН ТАЛДАУ**

Аңдатпа. Қазіргі заманғы ақпараттық технологиялар экономикалық өсудің басты драйвері және экономиканың түрлі салаларын жаңғыртудың шарты болып отыр. Көптеген мемлекеттер ақпараттық инфрақұрылымды дамытуға және халық үшін цифрлық қызметтердің қолжетімділігін арттыруға айтарлықтай күш салуда. Цифрлық экономиканың қалыптасуы тек IT инфрақұрылымын дамытуды ғана емес, ең алдымен цифрлық технологияларды күнделікті өмірде және бизнесте нақты пайдалануды кеңейтуді көздейді.

Біз 2030 жылға қарай күтетін жалғыз тұрақты нәрсе - бұл өзгерістер жылдамдығы және мейрамханалар және тағамдық қызмет көрсету индустриясында кездесетін гипер бәсекелестік.

Бұл мақала ақпараттық технологиялар саласындағы жетістіктерді пайдалануға негізделген мейрамхана кәсіпорындары қызметінің ерекшелігіне назар аудара отырып, мейрамхана бизнесінде ақпараттық технологияларды қолданудың негізгі әдістерін зерттеуге арналған. Мейрамхана бизнесінде қолдануға болатын ең жаңа инновациялық технологиялар қарастырылған. Мейрамханалардың жұмысына ақпараттық технологияларды енгізу қызмет көрсету сапасы мен жылдамдығын үйлестіруге мүмкіндік береді. Зерттеу өзекті болып табылады, өйткені ақпараттық технологияларды қолдану басқаруды айтарлықтай жақсартуға, қызмет көрсету сапасын арттыруға және пайданы барынша арттыруға мүмкіндік береді. Зерттеудің ғылыми жаңалығы мейрамхана бизнесі кәсіпорындарын басқаруда олардың тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету үшін заманауи ақпараттық технологияларды қолдану ерекшеліктерін негіздеу болып табылады.

Зерттеуді орындау үшін жалпы ғылым әдістері, соның ішінде талдау, сауалнамалар және жалпыланған деректерді синтездеу қолданылды. Бұл мақала мейрамхана бизнесінде ақпараттық технологияларды олардың нақты табиғаты мен қызметтің әртүрлі аспектілеріне әсеріне баса назар аудара отырып қолдануға бағытталған ауқымды зерттеу

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Абдибаева К.Д., Нахипбекова С.А., Қожмахмет А.С., Құдайберген Б.А.. Түркістан қаласындағы мейрамхана бизнесінде (IT) ақпараттық технологияларды қолдану мүмкіндігін талдау // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 30–42. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.03>

***Cite us correctly:** Abdibayeva K.D., Nahipbekova S.A., Kozhahmet A.S., Qudajbergen B.A. Turkistan qalasyndagy mejramhana biznesinde (IT) aqparattyq tehnologiyalardy qoldanu mumkindigin taldau [Analysis of the possibility of using information technologies in the restaurant business (it) in Turkestan] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2024. –No2(4). –B. 30–42. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.03>

болып табылады. Зерттеу цифрлық технологиялардың Түркістан қаласындағы мейрамхана бизнесі үшін маңыздылығын көрсетеді, оларды сәтті енгізу және пайдалану үшін практикалық нұсқаулар береді.

Кілт сөздер: мейрамхана бизнесі, ақпараттық технология (IT), цифрлық технологиялар, мобильді қосымша, QR код

Кіріспе

Мейрамхана бизнесі экономиканың ең перспективалы және қарқынды дамып келе жатқан сегменттерінің бірі болып табылады. Мейрамхана бизнесінің өзектілігі адамдардың тамақтану қажеттілігінің әрқашан сұранысқа ие екендігіне байланысты. ҚР ҚМ Мемлекеттік кірістер комитетінің ақпараты бойынша, 2023 жылы 3333 ЖК және заңды тұлғалар мейрамхана бизнесін ашу үшін тіркелген. Бұл ретте осы салада тіркелгендердің саны бойынша көш бастап тұрған өңірлер: Алматы қаласында - 521 заңды тұлға тіркелсе, Астана қаласында - 1436 жеке кәсіпкер тіркелген.[1]

2023 жылдың 7 айында қоғамдық тамақтану қызметі бойынша бюджетке түсетін салық түсімдері 66,7 млрд теңгені құрады, бұл өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 24,6 млрд теңгеге артық.

Қазіргі уақытта мейрамхана бизнесі қонақжайлылық индустриясының ең қарқынды дамып келе жатқаны айқын байқалады. Мейрамханаға келушілер тек дәмді тағамнан ләззат алу үшін ғана емес, сонымен бірге демалу, эстетикалық ләззат алу және бір-бірінің ортасында уақыт өткізу үшін келеді. Алайда, қазіргі уақытта сапалы қызмет, қызықты мәзір және мейрамхананың ерекше атмосферасы бәсекеге қабілетті болу үшін жеткіліксіз. Мейрамхана бизнесіне ақпараттық жүйелерді енгізу табысты болғысы келетін мейрамханалар үшін қажеттілік болып табылады. IT енгізу жұмыс тиімділігін арттыруға, пайданы еселеуге, қызмет көрсету сапасын жақсартуға және жаңа тұтынушыларды тартуға мүмкіндік береді.

Экономиканың барлық салаларында, соның ішінде қоғамдық тамақтандыру саласында бәсекелестіктің өсуі шынымен де өзекті болып келеді. Осы саладағы компаниялар үшін өркендеудің негізгі міндеті клиенттерді тарту және сақтау болып табылады. Бәсекелестік компанияларды тұтынушыларды тартудың және көрсетілетін қызметтердің деңгейін көтерудің жаңа жолдарын іздеуге мәжбүр етеді. Мұндай әдістердің қатарына тағамдар мен қызметтердің сапасын жақсарту, мәзір мен қызмет көрсетуде инновациялық тәсілдерді қолдану, сондай-ақ жарнама және әлеуметтік желілер арқылы өз мекемесін белсенді түрде жылжыту жатады. Технологиялар мен процестерді автоматтандыру, соңғы жылдары белгілі болғандай, адамдарға мекемелердің трафигін көбейтуге, кірісті арттыруға және шығындарды азайтуға мүмкіндік береді.

Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындары үшін арнайы әзірленген заманауи ақпараттық жүйелер осы бизнеске тән күнделікті операциялардың бірқатарын айтарлықтай жеңілдетіп сонымен қатар оңтайландырып және жұмысын жылдамдатады. Қоғамдық тамақтандыру кәсіпорнын автоматтандырудың анықтаушы факторы бизнес-процестерді дұрыс ұйымдастырумен, заманауи жоғары технологиялық жабдықтармен және бағдарламалық қамтамасыз етудің басқару функцияларының сенімділігімен анықталатын кешенді тәсіл болып табылады. Бұл мейрамхана табысының өсуін, мекеме тұтынушыларының адалдығын және кәсіпорынға салынған инвестицияларды қорғауды қамтамасыз етеді.

Әдебиеттерге шолу

Ақпараттық технология – бұл шаруашылық жүргізуші субъектіні басқару мәселелерін

шешу үшін бағдарламалық-техникалық құралдар негізінде ақпаратты жинау, беру және өңдеу операцияларын жүзеге асырудың әдістері мен құралдарының жиынтығын пайдаланатын процесс [2].

Бүгінгі «ақпараттық ғасыр» деп атайтын осы кезеңде ақпараттың өзгеруі және даму жылдамдығы керемет деңгейге жетті. Осыдан он жыл бұрын адамдарға арман болып көрінген технологиялардың бүгінде үйреншікті жағдайға айналуы немесе тіпті ескірген деп саналуы таңқаларлық оқиға болудан қалды. Әрбір кәсіпорын өзгерістер мен дамудың осы қарқынына ілесуге тырысуда. Өзгерістер мен дамудың осы қарқынының негізгі анықтаушысы ақпаратты тиімді және дәл алу, пайдалану және есеп беру болып табылады. Өндірілген ақпаратты өңдеу және оны тиісті адамдар мен мекемелерге дұрыс арналар арқылы беру ақпараттың маңыздылық деңгейі тұрғысынан үлкен айырмашылықты тудырады [3]

Ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың арқасында кәсіпорындар қоршаған ортадан алатын деректерді өңдеу арқылы ішкі тұтынушыларының да, сыртқы тұтынушыларының да қанағаттануын қамтамасыз ету үшін шешім қабылдай алады. Осы мақсатта кәсіпорындар ақпараттық-коммуникациялық технологиялар қол жетімді ақпаратты басқарудың әртүрлі жүйелерін қолданады [4]

Ақпараттық технологиялардың стратегиялық мақсаттары бизнестің дамуын, оның басқарылуы мен сапасын, бәсекеге қабілеттілігін, бизнес-процестерді орындау құнын төмендетуді қамтамасыз ету болып табылады [5].

Жыл сайын нарықтағы мейрамханалар саны артуда, сонымен қатар бұл бәсекелестіктің күшеюіне әкеледі. Бәсекелестіктің пайда болуы компанияның қызметіне, ұсынылатын қызметтерді ілгерілетуге, тұтынушыларды тартуға және ұстап қалуға, қызмет көрсету деңгейін арттыруға бағытталған цифрлық технологияларды әзірлеуге және енгізуге деген қызығушылық пен ерекше назарды арттырады [6]. Бұл бәсекеде сәтті бәсекелесу үшін мейрамханалар тұтынушыларға олардың қажеттіліктерін толығымен қанағаттандыратын өнімдер мен қызметтерді ұсынуы керек. Оларға тауарлар мен қызметтерді ыңғайлы түрде ұсынуға және қажетті ақпаратқа қол жеткізуге мүмкіндік беретін ақпараттық технологияларды қолдану арқылы көмектесуге болады. Сонымен қатар, ақпараттық технологияларды пайдалану өнімдерге немесе қызметтерге тапсырыс беру және алу процесін қызықты және бірегей етіп, көбірек келушілерді тарта алады. Уақыт өте қымбат заманда, көптеген адамдар мейрамханаларда бос орындар болмауына және қызмет көрсету сапасы төмен болуына көңілдері толмайды. Ақпараттық технологияларды пайдалану бұл мәселелерді шешуге көмектесе отырып, мейрамханаларға бәсекелестік артықшылық береді. Мейрамхана индустриясындағы экономикалық белсенділікті оңтайландыруға көмектесуді жалғастыра отырып, егер оны әлемнің барлық елдері қабылдап, сәтті жүзеге асырса, ол жаһандық өркендеудің қайнар көзіне айналуы мүмкін.

Мейрамхана бизнесінде ақпараттық технологияларды қолданудың маңызды аспектісі қазіргі цифрлық технологияларды қолдану болып табылады.

Цифрлық технологиялар - бұл халыққа қызмет көрсету процесінің психологиялық, этикалық, эстетикалық, ұйымдастырушылық, технологиялық және басқа аспектілерге жетілу дәрежесі. Табыстың негізгі факторы - цифрлық технологиялардың дамуына және оларды өмірдің әртүрлі салаларында қолдануға, қажетті ішкі және сыртқы өзгерістерді енгізе отырып, тез және сезімтал әрекет ету қабілеті [7].

Цифрлық технологияларды енгізу және пайдалану мейрамхана бизнесіне бірнеше

аспектілер бойынша айтарлықтай әсер етеді. Біріншіден, олар қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарының қаржылық қызметін тиімдірек басқаруға мүмкіндік береді. Бұл жалпы тиімділік пен рентабельділікті арттыруға ықпал етеді. Екіншіден, ақпараттық технологиялар бірегей адалдық бағдарламаларын құру және жекелендірілген қызметтерді ұсыну арқылы клиенттермен тығыз байланыс орнатуға мүмкіндік береді. Бұл тұрақты клиенттік базаны қалыптастыруға әкеледі. Үшіншіден, цифрлық құралдар маркетингтік стратегиялардың ажырамас бөлігіне айналады. Бұл компанияларға бәсекелестік артықшылықтар береді және олардың коммерциялық табысына ықпал етеді.

Зерттеудің мақсаты - ақпараттық технологияларды қолдана отырып, Түркістан қаласының қоғамдық тамақтандыру кәсіпорындарындағы қызметтердің бәсекелестік артықшылықтарының деңгейін бағалау.

Осы мақсатқа жету үшін келесі міндеттерді шешу қажет:

- Google жаһандық іздеу жүйесіне тіркелген аймақтың тамақтану орындарына талдау жасау;
- қызмет көрсету көрсеткіштері бойынша мейрамханалардың цифрлық технологияларды пайдалану мүмкіндігін бағалау

Зерттеу әдістері

Зерттеуді жүргізу үшін талдау, сауалнама әдісі, синтез қорытындылау сияқты жалпы ғылыми әдістер қолданылды. Ақпараттық технологиялардың қолданылуын зерттеу үшін Түркістан қаласының үздік мейрамханалары таңдалды. Қоғамдық тамақтандыру саласындағы перспективалы цифрлық технологияларды талдау, қолда бар ақпаратты талдау, синтездеу және қорыту әдістерін пайдалана отырып жүргізіледі.

Мақалада ұсынылған зерттеулер цифрландыруды қоғамдық тамақтандыру саласында қолдануға арналған. Мақалада Google жаһандық іздеу жүйесінен алынған мәлеметтер арқылы аймақтық тамақтандыру компанияларының рейтингтері қарастырылады.

Талқылау және нәтижелер

Осы ақпараттық технологиялардың қолданылуын талдау үшін Түркістан қаласының аймақтық рейтингтегі ең жақсы (топ) 16 мейрамханалар таңдалды. Зерттеу мейрамхана бизнесін ақпараттандыруды бағалау үшін пайдаланылуы мүмкін бастапқы және қайталама деректерді пайдаланады [8].

Мақалада ұсынылған зерттеулер цифрландыруды қоғамдық тамақтандыру саласында қолдануға арналған «Google» жаһандық іздеу жүйесі арқылы Түркістан өңірдегі мейрамханаларды талдау барысында «Top Tobe» мейрамханасы рейтингте бірінші орынды иеленсе, «Яссауи» мейрамханасы ең көп пікір бойынша бірінші орында тұрғаны анықталды. (1-Кесте)

1- Кесте – Google жаһандық іздеу жүйесінен жиналған Түркістан қаласының мейрамханалар рейтингісі

№	Мейрамхана атауы	Рейтинг	Пікірлер саны
1	2	3	
1	Top Tobe	5	8
2	Lord	5	3
3	Бексарай	4,9	16

1- Кестенің жалғасы

	1	2	3
4	Ресторан Туркестан	4,8	19
5	Sandyq	4,7	219
6	Премиум	4,6	50
7	Яссауи	4,5	661
8	Байтерек	4,5	415
9	Daily food	4,5	284
10	Чайхана Туркестан	4,5	191
11	Versal	4,5	84
12	Al fatih	4,5	59
13	Boston	4,5	43
14	The Baza	4,5	12
15	Sky restaurant	4,3	284
16	Balkon	4,0	54

Мейрамхана бизнесінде ақпараттық технологияларды қолданудың маңызды аспектісі қазіргі цифрлық технологияларды қолдану болып табылады.

Ақпараттық ресурстардың танымалдылығы әртүрлі қалауы бар тұтынушыларға рейтингтері үшін бір сайтты пайдалануға мүмкіндік береді [9]. Бизнесіте цифрлық технологияларды қолданудың қазіргі жағдайын бағалау үшін авторлар Google жаһандық іздеу жүйесінен алынған ақпаратты талдады. Мейрамхана бизнесіндегі кәсіпорындарды одан әрі іріктеп зерттеу, электронды төлем жүйесі арқылы қолма-қол ақшасыз төлем жасау, жеке веб-сайттың болуы және интернетке қол жетімділік, электронды брондау жүйесі үшін цифрлық технологияларды қолдану мүмкіндігі туралы бағалау жасалды.

Қонақжайлылық индустриясының өкілдері жаңа технологиялар мен инновациялық IT шешімдерді бәсекеге қабілеттіліктің маңызды факторы ретінде қарастырады.

АҚШ-тың ұлттық рестораторлар қауымдастығының зерттеуі бойынша рестораторлардың шамамен 80%-ы жаңа технологияларды сатудың өсуіне, операциялық тиімділікті арттыруға және бәсекелестік артықшылыққа ие болады деп есептейді [9].

Nra Show (АҚШ) сараптамалық сессияларының бірінде мейрамхана бизнесінде ақпараттық технологияларды қолдану туралы келесі мәліметтер жариялады: тұтынушылардың 78 %-ы ғаламтордан мейрамхана мәзірін іздейді; келушілердің 71 % -ы өзімен алып кету мүмкіндігін қалайды; қонақтардың 52% -ы мейрамханада тегін Wi-Fi күтеді; тұтынушылардың 47%-ы телефон (қосымша) арқылы алдын ала тапсырыс беруге ынталы; тұтынушылардың 32% - Apple Pay және Google Play(мобильді төлем) қызметтері арқылы төлейді (1- сурет)



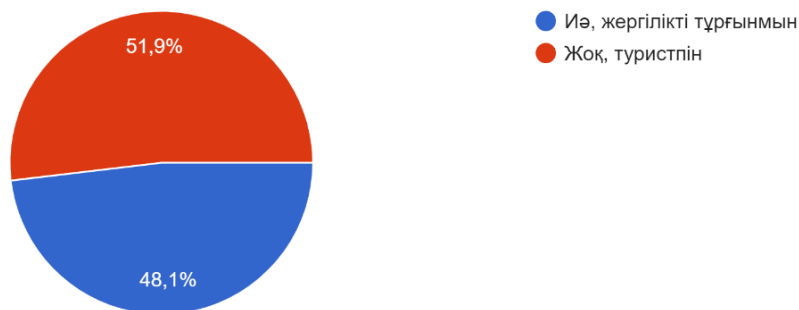
1-Сурет. IT қолдану туралы NRA SHOW (АҚШ) мәліметі

Жоғарыда көрсетілгендей, қазіргі уақытта компаниялар тапсырыстарды өңдеу жылдамдығына тікелей әсер ететін ең қарапайым немесе ең қажетті техникалық шешімдерді жүзеге асырады.

Жергілікті мобильді қосымшаларды, ең алдымен, үлкен тапсырыс ағынына бағытталған жаппай нарық кәсіпорындары: фаст-фуд мейрамханалары мен желілік мейрамханалар жасайтыны айқын. Олардан айырмашылығы, классикалық мейрамханалар мен шағын тәуелсіз кәсіпорындар бұл мүмкіндікті 3-4 есе аз пайдаланады [10].

Зерттеу Түркістан қаласындағы мейрамханалардың IT қолданылу әлеуеті қандай деңгейде екендігін анықтау үшін, Сауалнама «Google Forms» бағдарламалық жасақтамада 187 респонденттен онлайн сауалнама түрінде жүргізілді. Ол тұтынушылардың ақпараттық технологиялар мен интернетке қатынасын зерттеуге бағытталған. Сауалнама жалпы жергілікті тұрғындар мен туристерге әлеуметтік желілер арқылы таратылды. Сауалнама нәтижелерінің қысқаша талдауы мыналарды көрсетеді:

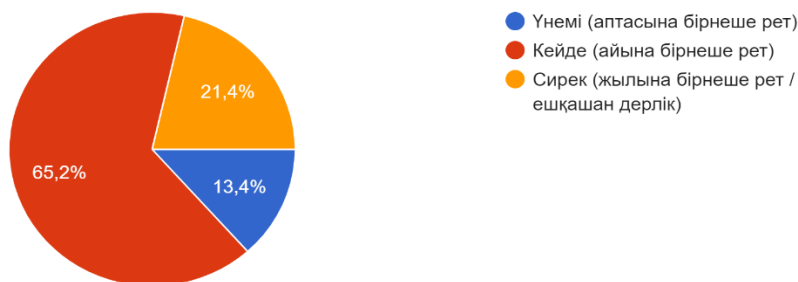
Сіз Түркістан қаласының жергілікті тұрғынысыз ба, әлде туристсіз (қонақ) бе?
187 ответов



Бірінші сауал бойынша: сауалнамаға жергілікті тұрғындардың (48,1%) және туристердің (51,9%) тең саны қатысты.

Сіз мейрамханаларға қаншалықты жиі барасыз?

187 отбетов

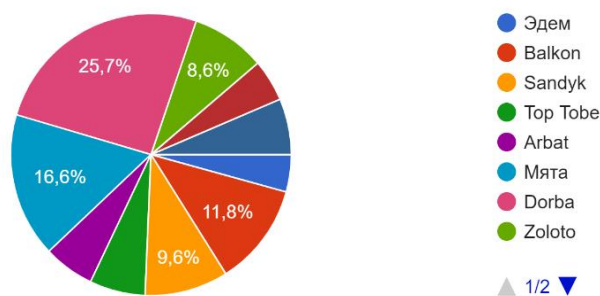


Бұл диаграммада тұтынушылардың мейрамханаларға бару жиілігі:

Респонденттердің көпшілігі (65,2%) кейде мейрамханаларға барады (айына бірнеше рет), 21,4% сирек барады (жылына бірнеше рет / ешқашан дерлік), ал тек 13,4% - ы үнемі барады (аптасына бірнеше рет) деген жауаптар алынды.

Сіз ең жиі баратын мейрамхана қандай?

зетов



Респонденттердің жауабы бойынша ең жиі баратын мейрамхалар қатарына: Dorba мейрамханасы -25,7% , Myata Almaty мейрамханасы -16,6% , Balkon мейрамханасы-11,8%, Sandyk -9,6% және Zoloto-8,6% мейрамханалары топ 5-ті иеленді

Бұл мейрамхана туралы қандай ақпарат көзінен білдіңіз?

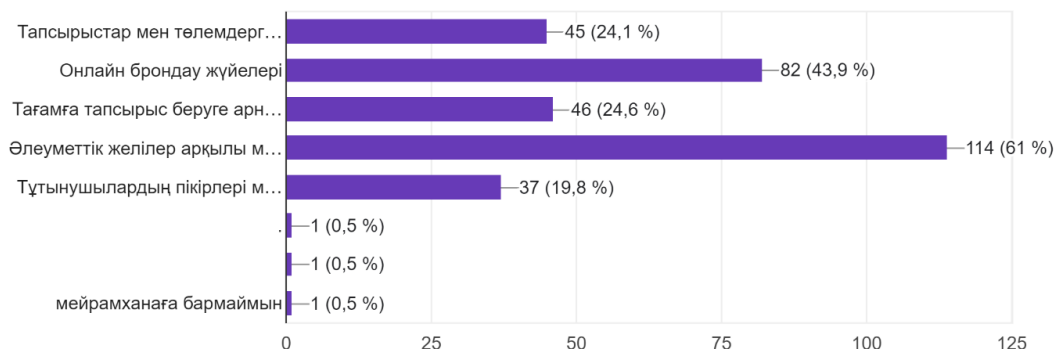
187 отбетов



Үшінші сауал бойынша: респонденттер мейрамханалар туралы ақпараттың негізгі көздері-әлеуметтік медиа (69%) және мобильді қосымшалар (11,2%) екеніне баса назар аударып, бұл клиенттерді тарту үшін онлайн арналардың маңыздылығын көрсетті.

Сіз әдетте мейрамханаларда қандай ақпараттық технологияларды кездестіресіз? (Барлық сәйкес опцияларды таңдаңыз)

187 ответов

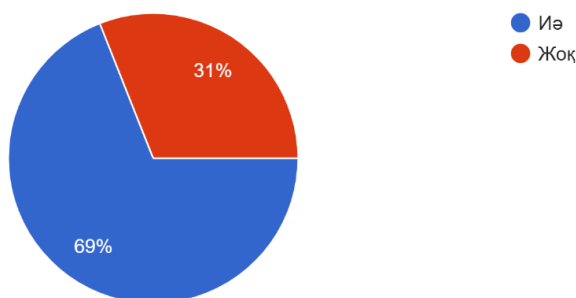


Мейрамханалардағы ақпараттық технологиялар деген сауалға:

Респонденттердің көпшілігі (61%) мейрамханалармен әлеуметтік медиа арқылы кері байланыс болатынын (feedback), ал бұл осы орайда мейрамханалардың онлайн ортада болуының маңыздылығын көрсетеді.

Сіз баратын мейрамханада тапсырыстар мен төлемдерді өңдеу үшін POS терминалды қолдана ма?

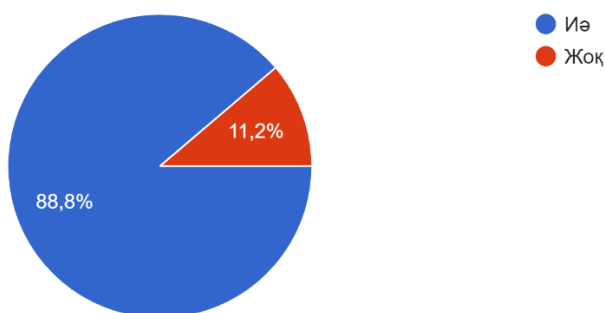
187 ответов



Тұтынушылардың төрттен бір бөлігі POS (24,1%) терминалды және тағамға тапсырыс беру үшін мобильді қосымшаларды (24,6%) пайдаланады, бұл қызмет көрсету саласындағы цифрландырудың өсуін көрсетеді.

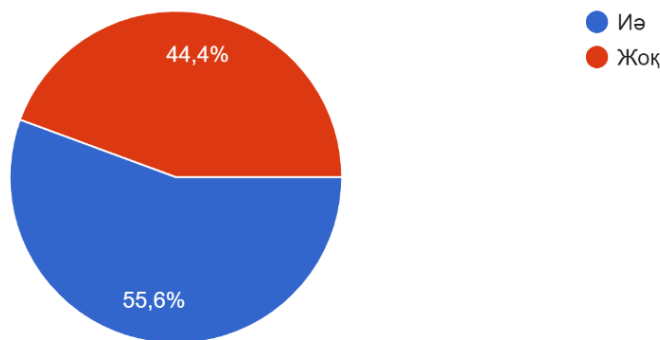
Сіз баратын мейрамханада тұтынушыларға арналған үстелді онлайн брондау жүйесі бар ма?

187 ответов



Сіз баратын мейрамханада онлайн тағамға тапсырыс беру үшін мобильді қосымшаны (приложение) пайдаланады ма?

187 ответов



Жалпы қорытынды: Түркістан қаласындағы мейрамхана бизнесі тұтынушыларды тарту және оларға қызмет көрсету үшін, сондай-ақ жергілікті тұрғындар мен туристер үшін жайлылықты арттыру үшін ақпараттық технологияларды белсенді пайдаланады.

Мейрамхана бизнесі саласындағы зерттеу барысында қазіргі заманғы цифрлық тұтынушылармен қарым-қатынас технологияларының қаншалықты жиі қолданылатыны зерттелді. Зерттеу осы салада қолданылатын келесі цифрлық технология құралдарын көрсетті: Pos terminal қолжетімділігі; электрондық төлемдерді пайдалану мүмкіндігі; жеке веб-сайт; әлеуметтік желілердегі беттер; үстелді онлайн брондау немесе қашықтан тапсырыс беру; жеке мобильді қосымша; QR кодын пайдалану; электрондық мәзір.

Мейрамхана атауы	Pos terminal	Web сайт	QR мәзір	Үстелді онлайн брондау жүйесі
«Dorba»		x	x	x
«Мята Almaty»		x	x	x
«Balkon»		✓	✓	x
«Sandyk»		x	x	x
«Zoloto»		x	x	x

Зерттеу барысында цифрлық технологияларды енгізудің 2 бағытын анықтауға болады: Бірінші бағыт-кәсіпорындардың тұтынушылармен өзара әрекеттесуі және маркетинг арқылы мейрамхана бизнесін цифрландыруды қолдану; Екінші бағыт-электронды мәзірлерді, сенсорлық негіздегі өзіне-өзі қызмет көрсету терминалдарын, мейрамханалардың бөлшек саудасына арналған мобильді қосымшаларды және т.б. енгізу арқылы автоматтандыруды енгізу.

Қорытынды

Мейрамханаларда ақпараттық технологияларды қолдану арқылы тұтынушылар мәзірді шолып, тапсырыс беріп және қашықтан қол жеткізу арқылы тамақтандыру

компаниялары туралы пікір қалдыра алады. Қалдырылған пікірлер тұтынушының белгілі бір компанияның өнімдері немесе қызметтері туралы түсінігіне, демек, оның рейтингіне әсер етуі мүмкін. Клиенттердің көпшілігі айқын жағымды немесе жағымсыз әсерлер болған жағдайда ғана түсініктеме беруді жөн көреді. Мұндай тәжірибелер негізінен өнімнің сапасына, қызмет көрсету деңгейіне және өнімнің бағасы мен сапасының арақатынасына байланысты.

Біздің еліміздегі нарықтағы тұрақсыздық жағдайға қарамастан, қоғамдық тамақтандыру орындары демалыс орындары мен түрлі іс-шараларды ұйымдастыру құралдары арасында үлкен сұранысқа ие. Мейрамхана бизнесінің икемді саясаты барлық адамдардың тілектерін қанағаттандыруға мүмкіндік береді. Бірақ мейрамхана бизнесіндегі бәсекелестік аясында дәстүрлі қызмет көрсету әдістерінен, ас үйден, ойын-сауықтан және тұтынушылардың күтілетін контингентінен бас тарту мәселесі жиі туындайды. Сондықтан мейрамхана бизнесі басқару және қызмет көрсету деңгейінде ең жаңа ақпараттық және компьютерлік технологияларды, әдістер мен қабылдағыштарды енгізуге мәжбүр. Осылайша, цифрлық технологиялар мейрамхана индустриясында барған сайын құнды ресурсқа айналуға, бұл рестораторларға өміршеңдігін сақтап қана қоймай, дамудың жаңа перспективалық бағыттарын ашуға көмектеседі. Қонақжайлылық индустриясына цифрлық технологияларды енгізу мүмкіндігінше көп клиенттерді тартуға, сатылымдар мен келушілердің максималды санына, қонақтардың сеніміне ие болуға, сондай-ақ кәсіпорынның оң имиджін қалыптастыруға ықпал етеді.

Зерттеудің ғылыми жаңалығы олардың тиімді жұмыс істеуін қамтамасыз ету үшін мейрамхана бизнесінің кәсіпорындарын басқаруда заманауи ақпараттық технологияларды қолдану ерекшеліктерін негіздеу болып табылады.

Алынған нәтижелердің практикалық маңыздылығы заманауи ақпараттық технологияларды қолдана отырып, мейрамхана бизнесінде бизнес-процестерді басқарудың кешенді жүйесін қолдану мүмкіндігінде көрінеді. Қазақстанда да, әлемде де мейрамхана бизнесін ақпараттандыру тапсырыстарды өңдеуге, оларды ұйымды басқару жүйелерімен біріктіруге, сондай-ақ интернет пен әлеуметтік желілерде маркетингтік ақпаратты таратуға әсер ететін техникалық шешімдердің салыстырмалы түрде аз санына негізделген. Тиісті стратегияны қадағалауды және қабылдауды талап ететін әрі қарай цифрландырудың перспективалық бағыттары күрделі шешімдерге, соның ішінде заттар интернеті технологияларына, үлкен деректерді талдауға, робототехникаға негізделген. Қысқа мерзімді перспективада инновациялық шешімдердің бірі мейрамхана бизнесі кәсіпорындары үшін тұтынушылардың ең танымал мүмкіндіктерін біріктіретін және тұтынушылардың адалдығы мен маркетингтік саясат туралы хабардарлығын арттыру үшін жағдай жасайтын өзінің мобильді қосымшаларын әзірлеу және үстелді онлайн брондау жүйесі енгізу болып табылады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Горяев Ю. А. Информационные технологии управления. Курс лекций //М.: Изд-во «МИЭМП. – 2006.
2. TURSAN Y. YİYECEK İÇECEK İŞLETMELERİ ÇALIŞANLARININ BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNE BAKIŞI //Journal of Business in The Digital Age. – 2021. – Т. 4. – №. 1. – С. 50-64.
3. Öğüt, A. (2003). Bilgi Çağında Yönetim, 2. Baskı, Nobel Yayıncılık, Ankara Özdemir Ö. ve Baz F.Ç. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Kurulmasında Sosyal Medyanın Girişimcilik

Kültürüne Etkisi, 3. Uluslararası El Ruha Sosyal Bilimler Kongresi

4. Титоренко Г.А. Информационные технологии управления. Учебное пособие для вузов. - М: «ЮНИТИ-ДАНА», 2003. - 439 с.

5. Ryanikova E. A., Kovaleva A. E., Bykovskaya E. I. Digital technologies in public catering Industry (regional aspect) //1st International Scientific Conference" Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth"(MTDE 2019). – Atlantis Press, 2019. – С. 481-487.

6. Серебрякова Н. А., Авдеев И. В. Содержание структурных преобразований экономики региона, адекватных требованиям цифровизации //Вестник Воронежского государственного университета инженерных технологий. – 2018. – Т. 80. – №. 4 (78). – С. 408-412.

7. Batsyna Y.V. THE USE AND PERSPECTIVES OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN RESTAURANT BUSINESS // Вестник Алтайской академии экономики и права. - 2019. - №№ 4 (part 1) . - С. 10-18.

8. Nakayama M., Wang Y. The cultural impact on social commerce: A sentiment analysis on Elm ethnic restaurant reviews //Information & Management. – 2019. – Vol. 56. – No. 2. – pp. 271-279.

9. Restaurant Technology Landscape Report 2024 // restaurant.org URL: <https://restaurant.org/research-and-media/research/research-reports/2024-technology-landscape-report/> (дата обращения: 27. 03. 2024).

REFERENCES

1. Goryaev Yu. A. Informacionnye tehnologii upravleniya. [Information management technologies.] Kurs lekcij //М.: Izd-vo «MIEMP. – 2006.

2. TURSAN Y. YIYECEK ICECEK ISLETMELERI CALISANLARININ BILGI VE ILETISIM TEKNOLOJILERINE BAKISI [The Perspective of Employees of Food and Beverage Enterprises on Information and Communication Technologies] //Journal of Business in The Digital Age. – 2021. – Т. 4. – №. 1. – S. 50-64.

3. Öğüt, A. (2003). Bilgi Çağında Yönetim, 2. Baskı, Nobel Yayıncılık, Ankara Özdemir Ö. ve Baz F.Ç. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinin Kurulmasında Sosyal Medyanın Girişimcilik Kültürüne Etkisi, [The Impact of social media on Entrepreneurial Culture in the Establishment of Food and Beverage Enterprises] 3. Uluslararası El Ruha Sosyal Bilimler Kongresi

4. Titorenko G.A. Informacionnye tehnologii upravleniya. [Information management technologies.] Uchebnoe posobie dlya vuzov. - М: «YuNITI-DANA», 2003. - 439 s.

5. Ryanikova E. A., Kovaleva A. E., Bykovskaya E. I. Digital technologies in public catering Industry (regional aspect) //1st International Scientific Conference" Modern Management Trends and the Digital Economy: from Regional Development to Global Economic Growth"(MTDE 2019). – Atlantis Press, 2019. – С. 481-487.

6. Serebryakova N. A., Avdeev I. V. Soderzhание strukturnykh preobrazovaniy ekonomiki regiona, adekvatnykh trebovaniyam cifrovizacii [The content of the structural transformations of the region's economy, adequate to the requirements of digitalization] //Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta inzhenernykh tehnologij. – 2018. – Т. 80. – №. 4 (78). – S. 408-412.

7. Batsyna Y.V. THE USE AND PERSPECTIVES OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN RESTAURANT BUSINESS // Vestnik Altajskoj akademii ekonomiki i prava. - 2019. - №№ 4 (part 1). - S. 10-18.

8. Nakayama M., Wang Y. The cultural impact on social commerce: A sentiment analysis on

Elm ethnic restaurant reviews //Information & Management. – 2019. – Vol. 56. – No. 2. – pp. 271-279.

9. Restaurant Technology Landscape Report 2024 // restaurant.org URL: <https://restaurant.org/research-and-media/research/research-reports/2024-technology-landscape-report/> (дата обращения: 27. 03. 2024).

<p>К.Д.АБДИБАЕВА Халықаралық туризм және меймандостық университетінің магистр- оқытушысы. e-mail: kamila.abdibayeva@iuth.edu.kz</p>	<p>С.А.НАХИПБЕКОВА Phd, Халықаралық туризм және меймандостық университеті e-mail: nahypbekova.symbat@iuth.edu.kz</p>
<p>А.С.КОЖАХМЕТ Халықаралық туризм және меймандостық университетінің магистр- оқытушысы. e-mail:a.kozhakhmet@iuth.edu.kz</p>	<p>Б.А.ҚҰДАЙБЕРГЕН Халықаралық туризм және меймандостық университетінің магистр- оқытушысы. e-mail:bayansulu.kudaybergen@iuth.edu.kz</p>

13.05.24 ж. баспаға түсті.

20.05.24 ж. түзетулерімен түсті.

25.06.24 ж. басып шығаруға қабылданды.

K.D. ABDIBAeva^{1*}, S.A. NAKHIPBEKOVA¹, A.S. KOZHAKHMET¹, B.A. KUDAIBERGEN¹

¹University of international tourism and hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: kamila.abdibayeva@iuth.edu.kz

ANALYSIS OF THE POSSIBILITY OF USING INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE RESTAURANT BUSINESS (IT) IN TURKESTAN

Abstract. *Modern information technologies are the main driver of economic growth and a condition for the modernization of various sectors of the economy. Many States are making significant efforts to develop information infrastructure and make digital services more accessible to the public. The formation of the digital economy involves not only the development of IT infrastructure, but, above all, the expansion of the real use of digital technologies in everyday life and business.*

The only sustainable thing we expect by 2030 is the speed of change and hyper-competitiveness we face in the restaurant and catering industry.

This article is devoted to the study of the main methods of using information technology in the restaurant business with an emphasis on the specifics of the activities of restaurant enterprises based on the use of achievements in the field of information technology. The latest innovative technologies that can be used in the restaurant business are provided. The introduction of information technology in the work of restaurants allows you to coordinate the quality and speed of service. The research is relevant because the use of information technology can significantly improve management, improve the quality of service and maximize profits. The scientific novelty of the research lies in the substantiation of the features of the use of modern information technologies to ensure their effective functioning in the management of restaurant business enterprises.

To carry out the study, general science methods were used, including analysis, questionnaires and synthesis of generalized data. This article is a large-scale study aimed at the use of information technologies in the restaurant business with an emphasis on their specific nature and impact on various aspects of activity. The study shows the importance of digital technologies for the

restaurant business in Turkestan, gives practical guidelines for their successful implementation and use.

Keywords: restaurant business, information technology (IT), digital technologies, mobile application, Qr code

**К. Д. АБДИБАЕВА¹*, С. А. НАХИПБЕКОВА¹, А. С. КОЖАХМЕТ¹,
Б. А. КУДАЙБЕРГЕН¹**

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: kamila.abdibayeva@iuth.edu.kz

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСТОРАННОМ БИЗНЕСЕ (IT) Г. ТУРКЕСТАН

Аннотация. Современные информационные технологии являются главным драйвером экономического роста и условием модернизации различных отраслей экономики. Многие государства прилагают значительные усилия для развития информационной инфраструктуры и повышения доступности цифровых услуг для населения. Становление цифровой экономики предполагает не только развитие IT инфраструктуры, но, прежде всего, расширение реального использования цифровых технологий в повседневной жизни и бизнесе.

Единственная устойчивая вещь, которую мы ожидаем к 2030 году, - это скорость изменений и гиперконкурентность, с которой мы сталкиваемся в индустрии ресторанов и общественного питания.

Данная статья посвящена изучению основных методов применения информационных технологий в ресторанном бизнесе с акцентом на специфику деятельности ресторанных предприятий, основанных на использовании достижений в области информационных технологий. Предусмотрены новейшие инновационные технологии, которые можно использовать в ресторанном бизнесе. Внедрение информационных технологий в работу ресторанов позволяет координировать качество и скорость обслуживания. Исследование является актуальным, поскольку применение информационных технологий позволяет значительно улучшить управление, повысить качество обслуживания и максимизировать прибыль. Научная новизна исследования заключается в обосновании особенностей применения современных информационных технологий для обеспечения их эффективного функционирования в управлении предприятиями ресторанного бизнеса.

Для выполнения исследования использовались общие научные методы, включая анализ, опросы и синтез обобщенных данных. Эта статья представляет собой обширное исследование, в котором основное внимание уделяется использованию информационных технологий в ресторанном бизнесе с упором на их реальный характер и влияние на различные аспекты деятельности. Исследование подчеркивает важность цифровых технологий для ресторанного бизнеса в Туркестане, предоставляя практические рекомендации по их успешному внедрению и использованию.

Ключевые слова: ресторанный бизнес, информационные технологии (IT), цифровые технологии, мобильное приложение, Qr-код

У.К.КУВАНЫШБАЕВА¹*, Ж.Е.НУРМАТОВ¹

¹Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті,
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: umitkulk@inbox.ru

ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ ҚАСИЕТТІ ОРЫНДАРДЫ ЗИЯРАТ ЕТУДІҢ ДІНИ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ

Аңдатпа. Бұл мақала Түркістан облысындағы қасиетті орындарды зиярат етудің діни-психологиялық негіздерін зерттеуге арналған. Мақалада қасиетті орындардың ерекшеліктері мен олардың зиярат етушілердің психологиялық жағдайына әсері талқыланады. Зерттеу діни туризмнің әлеуметтік және мәдени салдарын да қарастырады. Түркістан облысы тарихи және діни маңызы бар орындарға бай болғандықтан, діни туризмнің дамуы аймақтың әлеуетін арттыруда. Мақалада діни саяхаттардың мотивтері, психикалық күйге әсері, сондай-ақ діни туризмнің жергілікті қауымдастықтар мен зиярат етушілерге тигізетін ұзақ мерзімді психологиялық әсерлері талданады. Бұл зерттеу діни туризмнің қазіргі заманғы тенденцияларын, оның психологиялық және әлеуметтік аспектілерін түсінуге бағытталған. Діни туризмнің әлеуетін анықтау арқылы аймақтың мәдени мұрасын кеңінен таныстыруға мүмкіндік беріледі.

Кілт сөздер: қасиетті орындар, діни туризм, зиярат ету, психологиялық әсер, әлеуметтік аспектілер

Кіріспе

Түркістан облысы, Қазақстанның оңтүстігінде орналасқан, тарихи және мәдени мұраларға бай аймақ болып табылады. Бұл аймақтың ерекше қасиетті орындары тек қана тарихи мәнімен емес, сондай-ақ діни және психологиялық тұрғыдан да маңызды. Қасиетті орындарды зиярат ету дәстүрі, әсіресе мұсылман қауымы үшін, рухани және психологиялық қолдау көрсету құралы болып табылады. Бұл дәстүр ғасырлар бойы халықтың діни сенімдері мен мәдениетінің ажырамас бөлігіне айналған.

Өткеніміз бен бүгінгімізді жалғап, кешегіміз бен келешегіміз арасында алтын көпір болған Түркістан шаһары маңындағы зиярат орындарының діни туризм саласындағы әлеуеті күн санап артып келеді. Ұлы Жібек жолының сілемінде жатқан тарихы терең қалаларға саяхаттың қажеттілігі мен зиярат етушілер психологиясына, өмірінің сапасына, рухани күш алуына әсері жайлы зерттеулер мен талқылаулар қажет. Мәдени мұраларымыздың ерекшеліктерін саралап, құндылығына бойлай отырып, елге таныту – заман талабы. Түркістан қаласының Түркі мемлекеттерінің 2024 жылғы туристік астанасы деп танылуы –

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Куванышбаева У.К., Нурматов Ж.Е.. Түркістан облысындағы қасиетті орындарды зиярат етудің діни психологиялық негіздері // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 43–53. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.04>

***Cite us correctly:** Kuvanyshbaeva U.K., Nurmatov Zh.E.. Tyrkistan oblysyndagy qasietti oryndardy ziyarat etudin' dini psihologiyalyq negizderi [Religious psychological foundations of pilgrimage to shrines in the Turkestan region] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No2(4). –Б. 43–53. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.04>

аймақ көлеміндегі көпшілікке беймәлім сакралды орындардың танымалдығының артуына мүмкіндік туғызары анық.

Мақаланың мақсаты – Түркістан облысындағы қасиетті орындарды зиярат етудің діни-психологиялық негіздерін зерттеу. Осы арқылы бұл үрдістің адамдардың рухани өміріне және психологиялық жағдайына қалай әсер ететіні анықталады. Мақалада, әсіресе, зиярат етудің діни сенімдер мен психологиялық қолдау жүйелеріндегі рөліне назар аударылады.

Зерттеу аясында біз қасиетті орындарды зиярат ету феноменін кешенді түрде қарастырамыз. Зерттеудің міндеттері ретінде мыналарды белгілеуге болады: Түркістан облысындағы негізгі қасиетті орындарды сипаттау; зиярат етудің тарихи және мәдени аспектілерін талдау; діни психология негіздерін ескере отырып, зиярат етудің психологиялық әсерлерін түсіндіру.

Осы зерттеу тақырыбы, әсіресе қазіргі заманғы жаһандану жағдайында маңызды болып табылады, себебі дәстүрлі діни практика мен рухани қолдау жүйелері жаңа әлеуметтік және мәдени ортада өзекті болуын жалғастыруда. Зерттеудің нәтижелері діни және психологиялық практиканың өзара байланысын тереңірек түсінуге мүмкіндік береді және бұл байланыстардың қазіргі қоғамдағы рөлін айқындайды.

Материалдар мен әдістер

Жыл санап Қазақстанның киелі жерлері мен діни орындарына зиярат етушілер саны артуда. Діни мақсаттардағы саяхаттар әлемдік тенденцияға айналып жатқандықтан, оның психологиялық аспектілерін және идеологиялық астарын талдау қажеттілігі туындап отыр. Тақырыпты зерттеуге ғылыми көзқарас діни саяхатқа әсер ететін мотивтерді, сондай-ақ олардың жеке адамдар мен қоғамға психологиялық әсерін түсінуге бағытталған әртүрлі зерттеу әдістерін қамтиды.

Бұл зерттеу барысында бірнеше әдістер қолданылды, олардың әрқайсысы зерттеу тақырыбының әртүрлі аспектілерін түсінуге бағытталған. Сауалнама: Сауалнамада зиярат етушілердің діни сенімдері, психологиялық күйлері, және зиярат ету тәжірибелері туралы сұрақтар қамтылды. Сауалнаманы әзірлеу кезінде негізгі назар діни психологияның аспектілеріне және зиярат етудің психологиялық әсерлеріне аударылды. Интервью: Интервью кезінде зиярат етушілермен және жергілікті діни қызметкерлермен сұхбаттар жүргізілді. Сұхбат барысында зиярат етудің жеке тәжірибелері, оның рухани және психологиялық әсерлері туралы терең ақпарат алуға мүмкіндік болды. Бақылау: Бұл әдіс зиярат етушілердің мінез-құлықтарын, олардың қасиетті орындарға деген құрметін және діни рәсімдерін зерттеуге мүмкіндік берді.

Нәтижелер мен талқылау

Түркістан облысындағы қасиетті орындардың тарихи-мәдени ерекшеліктері

Қай-қандай ұлыстар мен қаншама хандардың тұстарында да Түркістан шаһары стратегиялық тұрғыдан теңдессіз тұрақ, әлемдік сауда-саттық пен өркениеттер өрістері тоғысқан тоғыз жолдың торабы болды. Ұлы Жібек жолының бойындағы қалалардың қатарында қай тараптан қарағанда да, орасан маңызды орталық ретінде бағаланатын [1, 2146].

Діни ғимараттар мен құрылыстардың арасында мемориалдық құрылыстар – кесенелер ерекше орын алады. Исламдағы әулиелерге табынушылықтың дамуы қазақ даласында ежелден келе жатқан ата-баба аруағын сыйлауға қосылып, сәулет өнерінің дамуына кең жол ашты.

Облыстағы кесенелерді мұсылман қайраткерлерінің халықтың діни нанымдарына

кандай орын алатындықтарына қарай бірнеше топқа бөлуге болады. Ең алдымен бұлар исламның алғашқы кезеңіне қатысты тұңғыш уағыздаушылардың мазарларының үстіне салынған кесенелер. Олар: Исламдағы сопылықтың негізін салушы Қ.А.Ясауи кесенесі, Баба ата (Созақ ауданы), Арыстанбаб (Отырар ауданы), Сайрамдағы Абдел Азиз Баб, Мір Әлібаб, Қожа Талық, Имам Маркоз (Маргузи) кесенелері.

Белгілі бір мөлшердегі аумақтардың тұрғындары сыйынатын жергілікті әулиелердің, табиғатқа табынушылықпен байланысты жеке кәсіби іс-әрекеттердің желеп-жебеушілерінің кесенелері ерекше көне формаларда салынған [2, 1766].

Ұлы жүзге жататын қазақ тайпаларының арғы тегі Бәйдібек ата мен Домалақ ананың кесенелері ерекше көзге түседі. Домалақ ана ескерткіші бұрыннан белгілі формалар мен мотивтерді қиыстыру арқылы жаңа ғимарат салу идеясы емес, ассоциативтік қатарлар түзу жолымен байырғы қазақтың халықтық мұрасын басқа, күрделірек деңгейде тереңінен меңгеру әдісі қолданылған. Табыну ғимараттарының белгілі бөліктері портал, күмбез, мұнаралар өзге илімділік тілінің көмегімен, сезімдік-көркемдік дәрежеде ортаазиялық классикалық емес, қазақтың далалық көне өнерімен үндес жасалған [3, 187-1906].

Халық арасында кең танымалдыққа ие зиярат орындары өзінің мәдени мұрасымен қоса, ерекше аңыз желісіне құрылған тарихилығымен келушілерді тартып тұрады. Аңыз, әпсаналар, ұлы тұлғалардың өмір сүрген мекендері мен мистикаға толы табиғи құпиясы бар зиярат мекендері қаланың күйбең тіршілігінен шаршап, ерекше әсер іздеушілер үшін үлкен сұранысқа ие.

Қожа Ахмет Ясауи кесенесі 2003 жылы ЮНЕСКО-ның элемдік мұра тізімінде лайықты орын алған архитектуралық өнердің ғажап туындысы. Оның ені 46,5 м, ұзындығы 65 м, биіктігі 37,5 м, түрлі мақсаттарға арналған 35 бөлмесі бар. Қожа Ахмет Ясауи кесенесі жамағатхана, қабірхана, мешіт, кітапхана, үлкен ақсарай, кіші ақсарай, асхана, құдықхана және діни-гұрыштық, діни-ағартушылық, тұрмыс-салттық қызмет түрлерін атқаруға арналған аса күрделі құрылыс болуымен ерекшеленеді [3, 256].

Қожа Ахмет Ясауи дүние салған соң XII ғасырдан бастап жанына шәкірттері жерлене бастаған. Әрине, бұл Құрандағы шарапат ұғымынан шығады. «Пірімнің табанында жатсам ақиретім оң болады» немесе «ол жақта да пірдің қызметінде боламын», «әулиенің шапағаты тиеді» деген сенім. Сондықтан Яссауи сияқты ірі тұлғаның кесенесі пантеонға айналуы табиғи құбылыс. Бұл түсінікке көне түркінің батыр, бек, абыз, қағандарын ұлықтап, алтынға орап көметін дәстүрін қосыңыз. Ислам «шаранамен туып, без оранып кетесің» деген философияны сіңірді. Осылайша марқұмдар сауыт-саймансыз, ат-әбзелсіз, алтын-күміссіз, қару-жарақсыз жерленді. Бұл жерде бір нәрсе ғана бар. Жерленген тұлға өлдіге есеп емес. Олармен байланыс болады деп сену.

Ұқаша ата кесенесі аңыз желісіне негізделген тарихи тұлға орналасқан зиярат орны. Аңыздарда аталады. Ш.Уәлиханов жазбаларында Оксе, Мәшһүр-Жүсіп жазбаларында Хазірет Ғақаша, Ақкөсе сахаба, Ғақаша Сақапа, Г.Потанинде Акаш деп көрсетіледі. Аңыз бойынша Ұқаша ата Мұхаммед пайғамбардың сахабасы екен. Оны жау жеңе алмаған, ешбір пенденің оғы өтпейді, қылышы кеспейді екен. Жаулары айла жасап оның әйелін алдап сахабаның осал жерін біліп алыпты. Ұқаша ата тек таң намазын оқыған кезінде қорғансыз болады екен. Оны білген кәпірлер Ұқаша ата таң намазын оқып отырған кезде келіп басын қылышпен шауыпты.

Жылаған ата - киелі мекен. Қаратау жотасының шатқалында өзеннің бойында орналасқан үңгір мен бұлақ. Қазір осы таулы үңгірден оқтын-оқтын ағатын суымен құпиялы

да киелі болып тұр. Себебі су тек қана құран оқыған кезде ғана ағады және жай ғана емес аяқ астынан, күтпеген жерден сарқырама секілді лақ ете қалады. Алыстан арнайы ат терлетіп келіп жатқан Зиярат етушілер кейде осы жерде сарқыраманың ағуын тосып күндеп, апталап жатқан уақыттары болған [4, 1286].

Зиярат етудің діни-психологиялық негіздері

Тарихқа үңілсек ең алғашқы туризм діни мақсатта болғанын көреміз. Баптист дін қызметкері Томас Куктың 1841 жылы Англияға «діни тур» ұйымдастыру арқылы жасалған алғашқы бұқаралық туристік қызметі туризм секторының дамуына алғышарт болды. Сондықтан туризмнің дінмен байланысы туризм секторының ең көне және ерекше түрі ретінде қабылданған «Сенім туризмі» немесе «Діни туризм» түсінігін туғызды [5, 477 б].

Дін мен қасиетті орындар арасындағы байланыс адамзат тарихы бойынша жалғасып келеді. Бүгінгі күнде саяхат секторының бір бағыты қасиетті жерлерге баруға негізделген. Діни зиярат орындары мен ғибадатханалар қазіргі заманда зайырлы түсіністікпен жасалған. Адамдар қасиетті жерлердің атмосферасынан өмірлік мағынаны қалыптастыру, психологиялық тұрғыдан бейімделу, күнделікті өмірде стрессті жеңу және рухани күш әсерін іздейді. Мешіттер, храмдар, шіркеулер, соборлар мен синагогалар жеке адамдардың күнделікті өмірі мен санасында жеке рәміздер ретінде орын алды. Сол сияқты қажылыққа табыну тарих бойында көптеген діндерде маңызды ұғым болған. Мысалы, Рим мен Иерусалимге қажылыққа баратын христиандарды, Иерусалимге ерекше назар аударатын еврейлерді, Мекке мен Мединаға қажылыққа баратын мұсылмандарды осылай бағалауға болады [6].

Мақсатына қарай діни саяхатты екі топқа бөлінеді:

- қажылық саяхат;
- экскурсиялық-танымдық бағыттағы діни саяхат.

Қажылық туризмі - бұл қажылық мақсаттары бар әртүрлі конфессиялар өкілдерінің сапарларының жиынтығы және қасиетті жерлерде құлшылық жасауға деген ұмтылысы. Қажылыққа барудың себептерінің ішінде мыналарды атап өтуге болады:

- психикалық және физикалық аурулардан айығуға деген ұмтылыс;
- туыстары мен жақындары үшін дұға етуге деген ұмтылыс;
- рақым табуға деген ұмтылыс;
- Құдайға ұнамды іс жасауға деген ұмтылыс;
- күнәларды жоюды қалау;
- жоғарыдан жіберілген игіліктер үшін алғыс білдіруге деген ұмтылыс;
- сенімге адал болуға деген ұмтылыс;
- сенім үшін аскетизмге ұмтылу;
- өмірдің мәнін табуға деген ұмтылыс [7].

Аталған себептер діни саяхаттың мотивтерін туындатады.

Мотив (фр. *motif* тудырушы, себеп, лат. *Motiver* қозғалысқа келтіру, итеру) адамның белгілі қажеттіліктерді қанағаттандырудағы іс әрекетіне байланысты психологиялық күй. Мотив әрекетке тудырушы болатындай психикалық құбылыс.

Адамдар зиярат нәтижесінде күтетін психологиялық жан тыныштығы оның қоршаған ортасына көзқарасын өзгертіп, тарихи-танымдық білімін арттырып қана қоймай, діни саяхатқа жүйелі түрде шақырып отырады.

Зияраттың жеке тұлғаға психологиялық әсері

Тұлға жеке адамның өзіндік адамгершілік, әлеуметтік, психологиялық қырларын ашып,

адамды саналы іс-әрекет иесі және қоғам мүшесі ретінде жан-жақты сипаттайтын ұғым. Психология тұлғаның өзіне тән күш-жігерін, мінез-құлқын, психо-физиология ерекшеліктерін зерттейді. Тұлға психологияда өзінің өмір жолын белгілей алатын, қайталанбас даралық ерекшелігін сезінетін субъект [7, 176].

Тұлғаларды психологиялық зерттеу барысында австриялық невропатолог, психоанализдің негізін қалаушы З. Фрейдтің психотерапия әдісі кеңінен қолданылады. Оның әдістемесі бейсаналық процестердің адамның мінез-құлқына әсерін түсінуге негізделген.

3. Фрейд әдістеріне негізделген діни мақсаттағы зияратшыларға арналған психологиялық тесттің мысалы келтірілген:

1. Сіздің діни рәсімдерге көзқарасыңыз:

а) мен рәсімдерді құрметтеймін және оларды рухани тәжірибе үшін маңызды деп санаймын;

б) рәсімдер қызықты болуы мүмкін, бірақ мен оларды әрдайым қатаң ұстанбаймын;

в) мен рәсімдерді мағынасыз және ескірген деп санауға бейіммін.

2. Сіздің соңғы армандарыңыз:

а) менің армандарымда көбінесе бұлыңғыр сезімдерді тудыратын рәміздер мен бейнелер болады;

б) мен өз армандарыма көп мән бермеймін;

в) менің арманымда жарқын рәміздер немесе бейнелер сирек кездеседі.

3. Сіздің діни билікке деген көзқарасыңыз (уағызшылар, діни қызметкерлер және т. б.):

а) мен олардың беделін құрметтеймін және жиі кеңес сұраймын;

б) мен оларды қателесуі мүмкін қарапайым адамдар ретінде қабылдаймын;

в) мен билікке күмәнмен қараймын және олардан қолдау немесе қоштасу іздемеймін.

4. Сіздің өз қалауыңыз бен ұмтылыстарыңызға деген көзқарасыңыз:

а) мен өз қалауымды түсінуге және олардың тамырларын түсінуге тырысамын;

б) мен әрқашан өзімнің шынайы тілектерімді біле бермеймін;

в) мен қорқыныштан немесе кінә сезімінен өз қалауымды жиі басамын.

5. Сіздің жеке басыңыздың қараңғы жақтарына деген көзқарасыңыз:

а) мен әр адамның қараңғы жақтары бар екенін түсінемін және оларды қабылдауға тырысамын;

б) мен өзімнің қараңғы жақтарым туралы ойлағанды ұнатпаймын және оларды елемеймін жөн көремін;

в) менің қараңғы жақтарым жоқ деп ойлаймын және бұл туралы ойлаудан бас тартамын.

Бұл талдау діни туризмге деген көзқарасты және оны жүзеге асыруға деген мотивацияны жақсы түсінуге көмектеседі. Бұл жай ғана жалпылау және әр адамның бірегей тәжірибесі мен мотивациясы болуы мүмкін.

Руханилық пен имандылықтың денсаулыққа әсері

Руханият пен имандылық денсаулыққа физикалық, психикалық және эмоционалдық әлауқаттың әртүрлі аспектілерінде әсер етуі мүмкін. Жеке адамдарға өмірлік қиындықтарды түсінуге және жеңуге негіз береді. Жоғары күшке сену, мақсат сезімі және моральдық принциптерді ұстану стресс, қиыншылық немесе жоғалту кезінде жайлылық пен төзімділікті қамтамасыз ете алады. Дұға, медитация және зейін сияқты рухани тәжірибелер эмоционалды реттеуге ықпал етеді және созылмалы стресстің ағзаға зиянды әсерін азайтады.

Денсаулықтың жағымды мінез-құлқын насихаттау тұрғысынан жанашырлық, өзін-өзі

тәрбиелеу және жауапкершілік сияқты моральдық құндылықтар адамдарды денсаулығына басымдық беруге және өмір салтын оң таңдауға итермелеуі мүмкін.

Әлеуметтік қолдау мен байланысты нығайту қолдау желілерін дамытуға және әлеуметтік байланыстарды нығайтуға ықпал етуі мүмкін. Күшті әлеуметтік байланыстар физикалық және психикалық денсаулықтың жақсаруымен, соның ішінде созылмалы аурулардың төмендеуімен, стресстің төмендеуімен және ұзақ өмір сүрудің жоғарылауымен байланысты болды [8, 176].

Руханият пен имандылық жеке адамдарға жалпы әл-ауқаттың маңызды факторлары болып табылатын өмірдегі мағынаны, мақсатты және бағытты сезінуге мүмкіндік береді. Жоғары мақсатқа сену немесе моральдық принциптерді ұстану жеке адамдарға жеке басын және маңыздылығын сезінуге мүмкіндік береді, бұл оларға өмірлік қиындықтарды үлкен төзімділік пен оптимизммен жеңуге көмектеседі.

Рухани тәжірибелермен айналысу және адамгершілік құндылықтарды ұстану ризашылық, кешірім және қабылдау сияқты қасиеттерді тәрбиелеу арқылы эмоционалдық әл-ауқат пен өміршеңдікке ықпал етуі мүмкін. Руханилық жеке адамдарға ішкі тыныштық, қанағаттану және үміт сезімін, тіпті қиыншылықтар немесе белгісіздік жағдайында да қамтамасыз ете алады.

Ауру мен қайғы-қасіретті жеңуге көмектесуде адамдардың аурумен, мүгедектікпен немесе жоғалтумен қалай күресетінінде маңызды рөл атқаруы мүмкін. Ақыретке деген сенім, емделуге деген сенім және өзінен үлкен нәрсемен байланыс сезімі қайғы-қасірет немесе қайғы-қасірет кезінде жұбаныш пен жұбаныш бере алады. Жанашырлық, кешірім және қабылдау сияқты моральдық құндылықтар адамдарға ауру немесе жоғалту тәжірибесінде мағынасы мен мақсатын табуға көмектеседі [9, 176].

Тұтастай алғанда, руханият пен имандылық жеке адамдарға күресу механизмдерін ұсыну, денсаулықтың жағымды мінез-құлқын ынталандыру, әлеуметтік қолдау мен байланысты нығайту, мағына мен мақсат сезімін қамтамасыз ету, эмоционалдық әл-ауқат пен өміршеңдікті қолдау және ауру мен қайғы-қасіретті жеңуге көмектесу арқылы денсаулыққа терең әсер етеді.

Қасиетті жерлерге барудың қоғамдық келісім мен ынтымаққа әсері

Діни туризм индустриясында дін және діни орталықтардың орны ерекше. Ғибадат орталығы - белгілі бір конфессия өкілдері үшін үлкен маңызы бар орын, онда көптеген қажыларды жинайтын діни және басқа да іс-шаралар өткізіледі. Мұндай жерлерде әдетте ғажайып белгішесі бар ғибадатхана немесе бұрын белгілі Әулие, рухани ұстаз, аскет өмір сүрген немесе тарихи діни оқиғалар болған. Діни орталық - бұл діни орталыққа қарағанда кеңірек ұғым. Діни орталыққа білім беру мекемелері және немесе діни ұйымдардың әкімшілік органдары кіреді. Діни орталық пен діни орталықтың анықтамалары тек діни өмір мәселелерін жалпы түсінуге жарамды [10, 156].

Қасиетті жерлерге бару қоғамдық келісім мен ынтымақтастыққа бірнеше жолмен терең әсер етуі мүмкін:

1. Ортақ құндылықтар төңірегінде бірігу: Қасиетті орындар көбінесе әртүрлі діни және мәдени топтар үшін рухани маңызы бар орындар ретінде қызмет етеді. Бұл жерлерге бару олардың шығу тегіне қарамастан әртүрлі адамдар арасында ортақ рухани тәжірибе сезімін тудырады. Бұл ортақ тәжірибе өмірдің әртүрлі салаларындағы адамдар арасында эмпатияға, түсіністікке және өзара байланыс сезіміне ықпал етеді.

2. Конфессияаралық диалогты насихаттау: Әр түрлі діни ортадан келген қонақтар үшін

көптеген қасиетті орындар ашық. Конфессияаралық диалог және осы жағдайларға қатысу өзара сыйластыққа, төзімділікке және әртүрлі діни дәстүрлерді бағалауға ықпал етеді. Сыйластық қарым-қатынастар мен пікірталастар арқылы жеке адамдар бір-бірінің сенімдері мен құндылықтарын тереңірек түсінуді дамыта алады, бұл қоғамдық келісім мен ынтымақтастыққа кепіл болады.

3. Төзімділік пен құрмет көрсету: Басқа діни немесе этникалық топтардың қасиетті жерлерге баруы көкжиектің кеңеюіне, айырмашылықтар мен төзімділікке құрметпен қарауға ықпал етуі мүмкін. Бұл қақтығыстарды азайтуға және үйлесімді қоғам құруға ықпал етеді.

4. Қоғамдастықтың қатысуын ынталандыру: Қасиетті орындар көбінесе қоғамдық жиындар, діни рәсімдер мен қайырымдылық іс-шараларының орталығы ретінде қызмет етеді. Бұл жерлерге бару адамдарды әлеуметтік мәселелерді шешуге және мұқтаж жандарды қолдауға бағытталған қоғамдық жұмыстарға және ақпараттық-түсіндіру жұмыстарына қатысуға шабыттандыруы мүмкін. Бұл ұжымдық іс-әрекет қоғамдастық ішіндегі бірлік пен ынтымақтастық сезімін дамытады, өйткені адамдар ортақ мақсаттарға жету үшін бірігіп жұмыс істейді.

5. Рефлексия және Ойлау: Қасиетті жерлерге бару жеке адамдарға интроспекцияға, рефлексияға және рухани өсуге мүмкіндік береді. Бұл тыныш ойлау сәттері қоғамдық келісімнің маңызды құрамдас бөліктері болып табылатын ішкі тыныштық, жанашырлық және эмпатия сезімін оятуы мүмкін. Осы қасиеттерді өз бойында дамыта отырып, адамдар өз қауымдастықтарының дамуына оң үлес қосуға және басқалармен үйлесімді қарым-қатынас орнатуға жақсы жабдықталған.

6. Мәдени алмасу және өзара түсіністік: Қасиетті орындар көбінесе әлемнің түкпір-түкпірінен келушілерді қызықтыратын маңызды мәдени мұра нысандарын білдіреді. Осы сайттарға барған кезде әртүрлі мәдени ортадан шыққан адамдармен қарым-қатынас жасау мәдениет аралық түсіністікке, бағалауға және қабылдауға ықпал етуі мүмкін. Бір-бірінің мәдени дәстүрлерін зерттей және құрметтей отырып, адамдар өзара түсіністік көпірлерін құра алады және ортақ адамгершілікке негізделген байланыстар орната алады.

7. Қоғамдық іс-шараларды құру: Көптеген қасиетті орындар қоғамдық іс-шараларды, діни мерекелер мен фестивальдерді өткізуге арналған орталықтарға айналады. Бұл оқиғалар қоғамның әртүрлі топтарын біріктіруге, әлеуметтік байланыстарды нығайтуға және ортақ ынтымақтастық сезімін қалыптастыруға ықпал етуі мүмкін [11, 236].

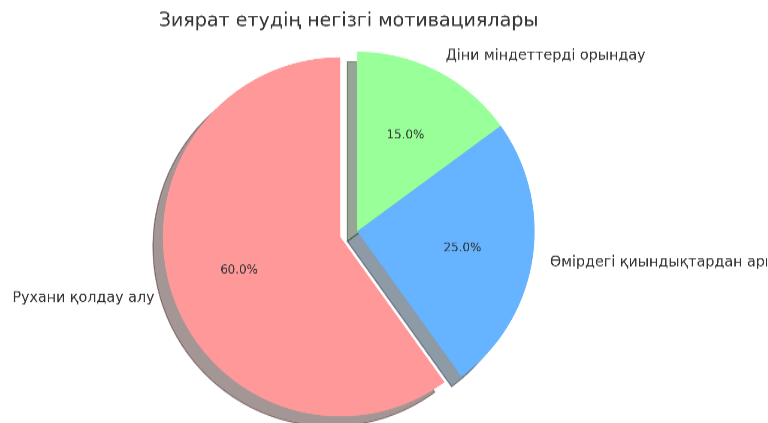
Қасиетті жерлерге бару ортақ рухани тәжірибені насихаттау, конфессияаралық диалогты ілгерілету, қоғамдастықтың қатысуын ынталандыру, рефлексия мен ойлауды жеңілдету, мәдени алмасу мен түсіністікке ықпал ету арқылы қоғамдық келісім мен ынтымақтастыққа ықпал ете алады. Бұл тәжірибелер біртұтас және инклюзивті қоғамның дамуына ықпал етеді, мұнда жеке адамдар айырмашылықтарына қарамастан бір-бірін құрметтейді және қолдайды.

Зерттеу объектісі ретінде Түркістан облысындағы негізгі қасиетті орындар таңдалды. Олардың қатарында Қожа Ахмет Ясауи кесенесі және Арыстанбаб кесенесі бар. Бұл орындар зиярат етушілер үшін аса маңызды болып табылады және зерттеу тақырыбына сәйкес келетін құнды мәліметтер жинауға мүмкіндік берді.

Зерттеу субъектілері ретінде қасиетті орындарға зиярат етушілер мен жергілікті діни қызметкерлер таңдалды. Зерттеу барысында әр түрлі жастағы және әлеуметтік топтардан шыққан зиярат етушілермен жұмыс жасалды. Жалпы, 100-ден астам адам зерттеуге қатысты, олардың ішінде 70 адам сауалнамаға жауап берді, 20 адаммен тереңдетілген интервью

жүргізілді, және қасиетті орындарда 10 адамға бақылау жүргізілді.

Зерттеу кезеңі 2024 жылдың наурыз айынан бастап 2024 жылдың маусым айына дейінгі уақыт аралығында өтті. Зерттеу барысында алынған мәліметтер кейін талданды және мақаланың негізгі бөлімдерінде көрсетілді.



Сауалнамаға қатысқан 70 адамның көпшілігі зиярат етудің негізгі мотивтері ретінде рухани қолдау алу (60%), өмірдегі қиындықтардан арылу (25%), және діни міндеттерді орындау (15%) деп көрсетті. Бұл көрсеткіштер адамдардың қасиетті орындарға зиярат етуін негізгі үш бағытқа бөлінеді деп анықтайды:

Рухани қолдау алу: Зерттеуге қатысқан адамдардың көпшілігі (60%) зиярат етуді рухани қолдау алу үшін маңызды деп санайды. Бұл көрсеткіш адамдардың рухани қажеттіліктерінің қаншалықты жоғары екенін көрсетеді. **Өмірдегі қиындықтардан арылу:** 25% зиярат етушілер өмірдегі қиындықтардан арылу үшін зиярат етеді. Бұл адамдардың қиындықтар мен стресстерден босану үшін рухани орындарды іздейтінін көрсетеді. **Діни міндеттерді орындау:** 15% респонденттер зиярат етуді діни міндеттерді орындау ретінде қабылдайды. Бұл көрсеткіш адамдардың діни сенімдерін орындаудағы маңыздылығын көрсетеді.

Интервью нәтижелері бойынша зиярат етушілердің көпшілігі қасиетті орындарға барғанда ерекше рухани сезімдерді бастан кешетінін айтты. Олардың ішінде:

Рухани әсер: Көптеген зиярат етушілер қасиетті орындарға барған кезде ерекше рухани күш алады және бұл олардың күнделікті өміріне оң әсер етеді.

Психологиялық қолдау: Зиярат етушілер қасиетті орындарда өздерін тыныштандыратын және психологиялық қолдау алатын ортада сезінеді.

Әлеуметтік байланыстар: Зиярат кезінде адамдар жаңа таныстармен және ескі достарымен кездесіп, әлеуметтік байланыстарын нығайтады.

Бақылау барысында қасиетті орындарға келушілердің іс-әрекеттері мен мінез-құлықтары талданды. Зиярат етушілердің көпшілігі қасиетті орындарға үлкен құрметпен қарап, діни рәсімдерді орындауда байсалдылық пен тиянақтылық танытты. Олардың арасында қасиетті орындарда намаз оқып, дұға жасап, діни рәсімдерді орындағандар да кездесті. Сонымен қатар келушілер арасында қасиетті орындардың тарихи және рухани маңыздылығын жоғары бағалап, бұл орындарда көп уақыт өткізетіндері байқалды.

Қорытынды

Зерттеу нәтижелері Түркістан облысындағы қасиетті орындарға зиярат етушілердің діни сенімдері мен мотивацияларын тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Зиярат етушілердің көпшілігі рухани қолдау алу, өмірдегі қиындықтардан арылу және діни міндеттерді орындау мақсатында қасиетті орындарға зиярат етеді. Интервью және бақылау нәтижелері бұл зияраттардың зиярат етушілердің рухани және психологиялық жағдайына оң әсер ететінін көрсетті. Қасиетті орындар зиярат етушілер үшін тек діни ғана емес, сонымен қатар әлеуметтік және психологиялық қолдау орталығы болып табылады.

Жалпы алғанда, бұл зерттеу Түркістан облысындағы қасиетті орындарға зиярат етушілердің діни сенімдері мен мотивацияларын терең түсінуге мүмкіндік берді. Зиярат етудің негізгі мотивтері ретінде рухани қолдау алу, өмірдегі қиындықтардан арылу және діни міндеттерді орындау анықталды. Интервью және бақылау нәтижелері зиярат етудің зиярат етушілердің рухани және психологиялық жағдайына оң әсер ететінін көрсетті. Бұл қасиетті орындардың діни және әлеуметтік маңыздылығын растайды және олардың аймақтың діни туризмін дамытудағы әлеуетін көрсетеді. Зерттеу нәтижелері Түркістан облысының қасиетті орындарының маңыздылығын көрсетуге және олардың зиярат етушілердің өміріндегі рөлін түсінуге көмектеседі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Байғұт М. Түркілер төрі Түркістан. Елдостың эсселері. . - Алматы: Ғылым, 2020. - 592 б.
2. Karakök T. TÜRK EDEBİYATINDA BİR MUTASAVVIF: AHMET YESEVİ VE YESEVİLİK M. FUAD KÖPRÜLÜ'YE GÖRE //Kesit Akademi Dergisi. – 2019. – №. 4. – б. 175-184.
3. Нұрбеков Ж. «Нұрын Шашқан Оңтүстік» таныстыру альбомы - Алматы: «Эффект» баспасы, 2003 – 288 б.
4. Садықбеков М. Түркістан – руханият бесігі. Лингво-өлкетану энциклопедиясы. Бірінші кітап. - Нұр-Сұлтан: Нұрнама, 2019 – 504 б.
5. Küçük M.A. Türkiye'nin turistik dini mekanlarına bir örnek: "Süryani dini merkezleri" // Adıyaman üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi. – Adıyaman: 2019, – Vol 12, Issue 33, – 477-520
6. Г. Айқынбаева, М. Рыскулова, Б. Байжұманова, А. Құнанбаева, А. Умирзакова, Г.Телегенова. «Психологиялық ұғымдардың қазақша-орысша, орысша-қазақша сөздігі»/Алматы: «Лантар Трейд» ЖШС, 2020.-367 б
7. С.Қ. Бердібаева. Тұлға психологиясы: Оқу құралы. . - 2-басылым. - Алматы: Өл-Фараби атындағы ҚазҰУ , 2016. - 154 б.
8. Keskinilinç Ş. «Eğil'in İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi»// Van, 2021. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
9. Feyza Betül Köse. Din ve Kutsal Mekanlar Psikolojisi. [Электронды ресурс]. – <http://www.siyerarastirmalari.com/din-ve-kutsal-mekanlar-psikolojisi.html> 02.06.2020
10. Нуртазина Н. Исламизация средневекового Казахстана и роль суфизма: учебное пособие, Алматы: Smart University Press, 2023 – 262 с.
11. Paksoy S. Al-Saifi Diy, Islam dünyasında inanç turizmin yeri ve önemi: Kudüs örneği. Assam-Uhad. Nisan 2019; 6(13). s. 22-30

REFERENCES

1. Baigut M. Turkiler Tori Turkistan. Eldostin Esseleri. [The Turks live in Turkestan. Essays by Eldos] Almati: Gylym, 2020.-592 b.
2. Karakök T. TÜRK EDEBİYATINDA BİR MUTASAVVIF: AHMET YESEVİ VE YESEVİLİK M. FUAD KÖPRÜLÜ'YE GÖRE [a sufi in turkish literature: ahmet yesevi and yesevilism m. according to fuad köprülü] //Kesit Akademi Dergisi. – 2019. – №. 4. – b. 175-184.
3. Nurbekov Zh. «Nurin Shashkan Ontustik» tanistitu albomi [Presentation album "Nuryn Shashkan South"] - Almati: «Effekt» baspasy, 2003 – 288 b.
4. Sadykbekov M. Turkistan – ruhaniyat besigi. Lingvo-olketanu ensiklopediyasy. [Turkestan is the cradle of spirituality. Linguo-Encyclopedia of local lore] Birinshi kitap. - Nur-Sultan: Nurnama, 2019 – 504 b.
5. Küçük M.A. Türkiye'nin turistik dini mekanlarına bir örnek: "Süryani dini merkezleri" [An example of Turkey's touristic religious buildings: "Syriac religious centers"] // Adıyaman üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi. – Adıyaman: 2019, – Vol 12, Issue 33, – 477-520
6. G. Aikynbaeva, M. Ryskulova, B. Baizhumanova, A. Qunanbaeva, A. Umirzakova, G. Telegenova. «Psihologiyalyk ugymdardin kazaksha-oryssha, oryssha-kazaksha sozdigi» ["Kazakh-Russian, Russian-Kazakh Dictionary of psychological concepts"]/Almati: «Lantar Trejd» ZHSHS, 2020.-367 b.
7. S.Q. Berdibaeva. Tulga psihologiyasy: Oku kuraly.[Psychology of personality: University] - 2-basylym. - Almaty: Al-Farabi atyndaғы ҚазҰУ, 2016. - 154 b.
8. Kesinkilinç Ş. «Eğil'in İnanç Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi»// Van, 2021. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
9. Feyza Betül Köse. Din ve Kutsal Mekanlar Psikolojisi.[Psychology of Religion and Sacred Places] [Electronic resource]. – URL: <http://www.siyerarastirmalari.com/din-ve-kutsal-mekanlar-psikolojisi.html> 02.06.2020
10. Nurtazina N. Islamizaciya srednevekovogo Kazahstana i rol' sufizma: uchebnoe posobie [Islamization of medieval Kazakhstan and the role of Sufism: a textbook], Almaty: Smart University Press, 2023 – 262 s.
11. Paksoy S. Al-Saifi Diy, Islam dünyasında inanç turizmin yeri ve önemi: Kudüs örneği. [The place and importance of faith tourism in the Islamic world: the case of Jerusalem.] Assam-Uhad. Nisan 2019; 6(13). s. 22-30.

У.К. Куванышбаева

Магистрант, Қожа Ахмет Ясауи атындағы
Халықаралық қазақ-түрік университеті,
(Қазақстан, Түркістан), E-mail:
umitkulk@inbox.ru

Ж.Е. Нурматов

PhD., доцент м.а., Қожа Ахмет Ясауи
атындағы Халықаралық қазақ-түрік
университеті, (Қазақстан, Түркістан), E-
mail: zhakhangir.nurmatov@ayu.edu.kz

15.05.24 ж. баспаға түсті.

22.05.24 ж. түзетулерімен түсті.

25.06.24 ж. басып шығаруға қабылданды.

U.K. KUVANISHBAEVA¹*, ZH.Y. NURMATOV¹

¹Khoja Ahmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: umitkulk@inbox.ru

**RELIGIOUS AND PSYCHOLOGICAL FOUNDATIONS OF PILGRIMAGE TO
SACRED SITES IN TURKISTAN REGION**

Abstract. *This article focuses on studying the religious and psychological foundations of pilgrimage to sacred sites in the Turkistan region. The article discusses the characteristics of sacred places and their impact on the psychological state of pilgrims. The research also covers the social and cultural aspects of religious tourism. The Turkistan region, rich in historically and religiously significant sites, contributes to the development of religious tourism and enhances the region's potential. The article analyzes the motives of religious travels, their influence on the mental state of pilgrims, and the long-term psychological effects of religious tourism on local communities and pilgrims. This research aims to understand modern trends in religious tourism, including its psychological and social aspects. Identifying the potential of religious tourism allows for a broader presentation of the region's cultural heritage.*

Keywords: *sacred sites, religious tourism, pilgrimage, psychological impact, social aspects*

У.К. КУВАНЫШБАЕВА^{1*}, Ж.Е. НУРМАТОВ¹

¹Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмета Ясави (Казахстан, Туркестан), E-mail: umitkulk@inbox.ru

РЕЛИГИОЗНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПАЛОМНИЧЕСТВА К СВЯТЫМ МЕСТАМ В ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. *Данная статья посвящена исследованию религиозно-психологических основ паломничества к святым местам в Туркестанской области. В статье рассматриваются особенности святых мест и их влияние на психологическое состояние паломников. Исследование также охватывает социальные и культурные аспекты религиозного туризма. Туркестанская область богата историческими и религиозно значимыми местами, что способствует развитию религиозного туризма и повышению потенциала региона. В статье анализируются мотивы религиозных путешествий, их влияние на психическое состояние паломников, а также долгосрочные психологические эффекты религиозного туризма на местные сообщества и паломников. Это исследование направлено на понимание современных тенденций религиозного туризма, его психологических и социальных аспектов. Определение потенциала религиозного туризма позволяет более широко представить культурное наследие региона.*

Ключевые слова: *святые места, религиозный туризм, паломничество, психологическое воздействие, социальные аспекты*

ГРНТИ 06.71.57

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.05>

УДК 338.48

А.О. АЗИЗОВА^{1}, А.С. БОХАНОВ¹, Б.М. АБИЕВ¹*

¹Международный университет туризма и гостеприимства,
(Казахстан, Туркестан), E-mail: a.azizova@iuth.edu.kz

***РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН***

Аннотация. Исследование посвящено анализу роли русского языка в развитии международного туризма в Республике Казахстан. Целью является оценка влияния русского языка на привлекательность Казахстана для иностранных туристов и его вклад в устойчивое развитие туризма в стране.

Русский язык, как мост между культурами, способствует улучшению сервиса, увеличению туристического потока и продолжительности пребывания гостей, что важно для продвижения Казахстана как туристического направления на международном уровне.

Исследование включает анализ литературы, опросы туристов и сотрудников туристического сектора, а также кейс-стади туристических объектов. Результаты показали значительное влияние русского языка на удовлетворенность и лояльность туристов, подтверждая его ключевую роль в развитии туристической отрасли в Казахстане.

Исследование подчеркивает важность интеграции русского языка в туристические услуги и предложения как стратегического ресурса для укрепления туристического потенциала Казахстана.

Рекомендации исследования могут быть использованы для разработки многоязычных информационных ресурсов, обучения персонала и продвижения Казахстана на русскоязычных рынках.

Ключевые слова: русский язык, международный туризм, Казахстан, культурный обмен, туристическая индустрия.

Введение

Постановка проблемы и актуальность темы

В эпоху глобализации и усиления культурного обмена между странами, языковые барьеры становятся значительным фактором, влияющим на выбор туристических направлений. Русский язык, имея статус одного из широко используемых и изучаемых

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Азизова А.О., Боханов А.С., Абиев Б.М.. Русский язык как фактор устойчивого развития международного туризма в Республике Казахстан // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 54–72. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.05>

***Cite us correctly:** Azizova A.O., Bohanov A.S., Abiev B.M. Russkij yazyk kak faktor ustojchivogo razvitiya mezhdunarodnogo turizma v Respublike Kazahstan [The Russian language as a factor of sustainable development of international tourism in the Republic of Kazakhstan] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No2(4). –B. 54–72. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.05>

языков в мире, играет ключевую роль в привлечении и адаптации международных туристов в Республике Казахстан. Эта страна, благодаря своему уникальному географическому положению и культурному наследию, становится всё более привлекательной для туристов со всего мира. В этом контексте, изучение русского языка как фактора, способствующего устойчивому развитию международного туризма, представляет собой актуальную и значимую задачу.

Цели и задачи исследования

Целью данного исследования является анализ роли русского языка в развитии международного туризма в Казахстане и оценка его влияния на устойчивое развитие этой сферы. Для достижения поставленной цели, были определены следующие задачи:

1. Изучить теоретические аспекты взаимосвязи языка и туризма на международном уровне.
2. Оценить специфику русского языка в контексте Казахстана и его значение для культурного и социального взаимодействия.
3. Проанализировать статистические данные и примеры успешных практик использования русского языка в туристической отрасли Казахстана.
4. Провести эмпирическое исследование для оценки влияния русского языка на выбор Казахстана как туристического направления.

Краткий обзор литературы по теме

Исследование основывается на анализе литературных источников, охватывающих темы лингвистического влияния на развитие туризма, роли языковых факторов в международном туризме, а также специфики русского языка в контексте мультикультурного общества Казахстана. Работы исследователей в этой области демонстрируют значимость языкового фактора для успешного развития туристической отрасли и подчёркивают необходимость глубокого изучения этой темы.

Важность языковых факторов в развитии международного туризма, а также специфика русского языка в контексте мультикультурного общества Казахстана, подчеркиваются во множестве научных работ.

1. Лингвистическое влияние на развитие туризма:

- В работе «Туроперейтинг и организация туризма» [1] анализируется, как лингвистическое обеспечение в межкультурных коммуникациях способствует развитию туризма. Авторы освещают примеры успешного взаимодействия туристов и представителей туристической индустрии благодаря грамотной лингвистической поддержке.

- Диссертационное исследование на тему «Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах» [2] фокусируется на анализе дискурса в сфере туризма и его влиянии на формирование восприятия страны у иностранных гостей.

2. Роль языковых факторов в международном туризме:

- Статья «Международный опыт развития туризма» [3] рассматривает, как языковые факторы влияют на привлекательность страны для иностранных туристов и подчеркивает необходимость развития многоязычных услуг в туристической отрасли.

- Исследование «Роль иностранных языков в развитии международного туризма» [4] обосновывает значимость знания иностранных языков среди работников туристической отрасли для обеспечения высокого уровня сервиса и привлечения туристов.

3. Специфика русского языка в контексте мультикультурного общества Казахстана:

- Статья «Русские и русский язык в Казахстане: итоги экспедиции РГО» [5] поднимает вопросы сохранения и функционирования русского языка в Казахстане, исследуя его роль в общественной и культурной жизни страны.

- В работе «Русский язык в Казахстане: пять актуальных вопросов и ответов» [6] обсуждаются текущие тенденции и вызовы, связанные с использованием русского языка в Казахстане.

Эти исследования демонстрируют комплексный подход к изучению роли языка в туризме и его влиянии на межкультурное взаимодействие, особенно в контексте мультикультурного общества Казахстана.

Методология исследования

Исследование базируется на комплексном подходе, включающем анализ научной литературы, статистических данных, проведение опросов и интервью с представителями туристической индустрии и международными туристами. Такой подход позволяет получить объективную оценку роли русского языка в развитии туризма в Казахстане и определить перспективы его дальнейшего влияния на устойчивое развитие этой сферы.

Теоретический обзор

Основные понятия и теории в области лингвистики, касающиеся языка и туризма

В лингвистике и социолингвистике активно исследуется взаимодействие языка и общества, в том числе в контексте международного туризма. В данной области существует ряд основных понятий и теорий, исследующих взаимосвязь языка и туристической деятельности. Эти концепции помогают понять, как язык влияет на туристический опыт, а также на развитие и продвижение туристических продуктов и услуг. Вот некоторые из ключевых понятий и теорий в этой области:

1. Языковой ландшафт (Linguistic Landscape)

Это концепция относится к видимому использованию языка и текстов в публичных пространствах, включая вывески, рекламные плакаты, меню в ресторанах и указатели. Языковой ландшафт [7] играет важную роль в создании восприятия и атмосферы туристического направления, а также может способствовать или препятствовать навигации и взаимодействию туристов с местной культурой.

2. Межкультурная коммуникация в туризме

Изучает, как туристы и представители туристической индустрии взаимодействуют на культурном и языковом уровнях. Важность эффективной межкультурной коммуникации заключается в способности преодолевать культурные и языковые барьеры, что способствует более глубокому пониманию и уважению между туристами и местным населением [3].

3. Языковая гостеприимность (Linguistic Hospitality)

Концепция, подчеркивающая важность доступности информации и услуг на языках, понятных туристам. Это включает обеспечение многоязычных туристических ресурсов, таких как карты, приложения, аудиогиды, и тренировку персонала владеть основными фразами на нескольких языках. Языковая гостеприимность улучшает опыт путешественников и может стимулировать повторные посещения [8].

4. Язык как средство маркетинга в туризме

Исследует, как язык используется в рекламе и продвижении туристических направлений и услуг. Эффективное использование языка в маркетинговых материалах может привлечь внимание туристов, создавая образы и ожидания относительно путешествия [9].

5. Лексика туризма

Специализированный словарный запас, связанный с туристической отраслью. Включает термины и выражения, относящиеся к размещению, питанию, транспорту, развлечениям и другим аспектам путешествий. Знание и использование этой лексики облегчает коммуникацию между туристами и представителями туристического бизнеса [10].

6. Туристический дискурс

Анализ текстов и коммуникаций, создаваемых в туристической сфере, включая рекламные проспекты, веб-сайты, отзывы туристов и туристические рассказы. Туристический дискурс формирует представления о туристических направлениях и влияет на выбор и ожидания путешественников [11].

7. Транскультурация в туризме

Транскультурация описывает процессы, в которых встречаются и взаимодействуют различные культуры, приводя к возникновению новых культурных форм. В контексте туризма это концепция важна для понимания, как туристы и местное население обмениваются культурными ценностями и практиками, влияя друг на друга. Это взаимодействие может быть особенно заметно в туристических регионах, где постоянно происходит культурный обмен между посетителями и местными жителями [12].

8. Языковое планирование в туризме

Языковое планирование в туризме относится к стратегическим решениям и мерам, направленным на продвижение определенных языков или языковых практик в туристической сфере. Это может включать разработку многоязычных информационных материалов, обучение персонала иностранным языкам или создание языковых программ, нацеленных на удовлетворение потребностей международных туристов [13].

9. Социолингвистика туризма

Изучает взаимосвязь между языком, обществом и культурой в контексте туризма. Социолингвистика туризма фокусируется на таких аспектах, как языковые барьеры между туристами и местным населением, использование диалектов и жаргона в туристической коммуникации, а также влияние туризма на языковое разнообразие и языковую политику в туристических регионах [14].

10. Критический дискурс-анализ в туризме

Критический дискурс-анализ в туризме применяется для исследования того, как язык используется для создания и поддержания власти, идентичности и идеологий в туристической индустрии [15]. Это может включать анализ рекламных текстов, отзывов туристов и медийных материалов для выявления скрытых предположений и стереотипов о культурах, местах и людях.

Эти теории и понятия служат фундаментом для понимания сложных взаимосвязей между языком и туризмом, а также для разработки эффективных стратегий в области туристического маркетинга, управления и развития. Они подчеркивают значимость языка как инструмента межкультурного общения и взаимопонимания, способствующего устойчивому развитию туристической отрасли.

Роль языка в развитии туризма на международном уровне

Язык играет центральную роль в развитии международного туризма, выступая не просто как средство коммуникации, но и как ключевой элемент культурного обмена и понимания. В контексте глобализации и возрастающего взаимодействия между культурами,

способность туристической индустрии предоставлять услуги и информацию на разных языках становится определяющим фактором её успеха и развития.

Доступность информации на языке, понятном туристам, непосредственно влияет на их способность ориентироваться в новой стране, понимать правила и нормы поведения, а также устанавливать контакты с местным населением. Многоязычные вывески, меню в ресторанах, инструкции и указатели в транспорте и туристических объектах снижают стресс и делают путешествие более комфортным и приятным [16].

Язык является носителем культуры. Знание языка или наличие информации на понятном языке позволяет туристам глубже понять культурные особенности, традиции и историю страны. Это в свою очередь способствует развитию уважения и интереса к изучению местного образа жизни, укреплению культурных связей и межкультурному обмену.

Исследования показывают, что туристы, которые чувствуют себя уверенно в общении и понимании информации во время путешествия, склонны испытывать более высокий уровень удовлетворенности от поездки. Это удовлетворение перерастает в повышенную лояльность: туристы с большей вероятностью рекомендуют направление друзьям и семье и вернутся туда сами. В этом контексте языковое разнообразие и доступность информации на нескольких языках становятся критически важными для повышения конкурентоспособности туристического направления.

В контексте использования русского языка в туристической индустрии можно отметить его особую роль в странах СНГ и некоторых других регионах с высоким уровнем русскоязычного населения или интересом к русской культуре. Предоставление туристических услуг и информации на русском языке в этих регионах не только удовлетворяет потребности значительной части туристического рынка, но и служит мостом для культурного обмена и понимания. Русский язык в данном контексте выступает как инструмент продвижения туризма на международном уровне, привлекая туристов, заинтересованных в исследовании русской культуры и истории, и тем самым способствуя развитию туристической отрасли в этих странах.

Таким образом, роль языка в развитии международного туризма не может быть недооценена. Эффективное использование языковых ресурсов и стратегий, направленных на удовлетворение языковых нужд международных туристов, является ключевым аспектом в создании успешного и устойчивого туристического направления.

Специфика русского языка в Казахстане и его влияние на культурное и социальное взаимодействие

Специфика русского языка в Казахстане и его влияние на культурное и социальное взаимодействие в стране заслуживает особого внимания из-за уникального многоязычного и мультикультурного контекста региона. Казахстан, страна с богатым историческим наследием и разнообразием культур, представляет собой уникальное пространство для изучения взаимодействия между различными языками и культурами, особенно в контексте русского и казахского языков [17].

Исторический контекст

Русский язык имеет длительную историю в Казахстане, начиная с периода Российской империи и продолжаясь в советскую эпоху, когда русский язык был языком межнационального общения и образования. Это оставило значительное наследие в

постсоветском периоде, где русский язык продолжает играть важную роль в образовании, науке, экономике и повседневной жизни многих казахстанцев.

Социолингвистическая динамика

Казахстан официально признает русский язык как язык межэтнического общения, что подчеркивает его статус и значимость в казахстанском обществе. В стране существует значительное русскоязычное население, и русский язык используется в качестве одного из основных средств коммуникации между представителями различных этнических групп. Это способствует социальному взаимодействию и культурному обмену, укрепляя мультикультурный характер казахстанского общества.

Влияние на культурное и социальное взаимодействие

1. Образование и наука: Русский язык остается важным в образовательной сфере, с множеством школ и вузов, ведущих обучение на русском. Это способствует распространению знаний и культурных ценностей между разными этническими группами, а также облегчает доступ к мировой науке и культуре.

2. Медиа и литература: Русскоязычные СМИ и литература играют значительную роль в формировании культурного пространства Казахстана. Через книги, журналы, телевидение и интернет на русском языке распространяются идеи, информация и культурные образы, влияющие на общественное сознание.

3. Межкультурное общение: Русский язык служит мостом между различными этническими и языковыми группами в Казахстане, облегчая общение и взаимопонимание. Это способствует сближению культур и укреплению социальной когезии в стране.

4. Туризм: для иностранных туристов, особенно из русскоязычных стран, наличие русского языка в Казахстане делает страну более доступной и привлекательной для посещения. Это упрощает навигацию, понимание культурных особенностей и общение с местным населением.

В целом, русский язык в Казахстане выступает как важный фактор культурного и социального взаимодействия, способствующий мультикультурному диалогу и обогащению казахстанского общества. Он играет ключевую роль в сохранении и развитии многоязычия и мультикультурности страны, что является важным аспектом ее идентичности и наследия.

Анализ ситуации в Казахстане

Статистические данные по туризму в Казахстане

Казахстан, благодаря своему уникальному природному и культурному наследию, привлекает туристов со всего мира, предлагая им величественные горы, бескрайние степи и богатую историю, которая переплетает в себе традиции множества народов. Устойчивый рост туристической отрасли, поддержанный развитием инфраструктуры и упрощением визового режима, а также использованием русского языка для облегчения коммуникации с иностранными гостями, свидетельствует о повышающемся интересе к стране как к туристическому направлению. В Казахстане, где 80-90% населения свободно владеют русским языком, русский выступает не просто как средство общения, но как мост между различными культурами, облегчающий понимание и уважение культурных и традиционных особенностей страны.

На основе предоставленных статистических данных по туризму в Казахстане за последние годы, мы можем проанализировать динамику и тенденции развития туристической отрасли в стране.

Таблица 1. Статистические данные по туризму в Казахстане

Год	Въездной туризм (тыс. чел.)	Внутренний туризм (тыс. чел.)	Обслужено в местах размещения (тыс. чел.)	Обслужено в санаторно-курортных организациях (тыс. чел.)	Посещение особо охраняемых природных территорий (тыс. чел.)
2018	4628	8607	6407	378	1822
2019	6266	8081	5269	313	1502
2020	3581	4786	3160	219	986
2021	5474	7347	4876	320	1552
2022	7335	9800	7335	380	2085

Динамика туризма

Данные свидетельствуют о значительных колебаниях в объемах въездного и внутреннего туризма на протяжении рассматриваемого периода. Снижение показателей в 2020 году можно объяснить глобальными ограничениями, связанными с пандемией COVID-19, которые серьезно затронули туристическую индустрию по всему миру. Однако уже в 2021 и 2022 годах наблюдается восстановление и даже превышение показателей 2018 года, что указывает на успешные меры по восстановлению туристического потока и развитию внутреннего туризма.

Внутренний туризм демонстрирует значительный рост, особенно в 2022 году, что может быть связано с улучшением инфраструктуры и повышением интереса населения к путешествиям внутри страны. Развитие внутреннего туризма способствует экономическому развитию регионов, созданию новых рабочих мест и увеличению доходов от туристической отрасли.

Посещение санаторно-курортных организаций и особо охраняемых природных территорий также показывает положительную тенденцию к росту. Это подчеркивает значимость этих направлений для развития туризма в Казахстане, а также важность сохранения природного наследия и развития экотуризма.

Особое внимание заслуживает активность въездного туризма, где значительную роль играет владение русским языком как фактор, облегчающий коммуникацию и взаимодействие иностранных гостей с местным населением и туристическим бизнесом.

Русский язык, наряду с казахским, является одним из ключевых языков общения в Казахстане, что делает его важным инструментом в туристической сфере. Владение русским языком сотрудниками отелей, ресторанов, туристических агентств и других сервисных предприятий способствует созданию комфортной и гостеприимной среды для иностранных туристов, особенно из стран СНГ.

Анализ статистических данных по туризму в Казахстане за последние три года демонстрирует значительные изменения в туристическом секторе страны, подчеркивая роль русского языка как ключевого фактора в устойчивом развитии международного туризма.

2021 год: Информация о статистических данных за этот год не была предоставлена в деталях, однако известно, что после снижения туристического потока в 2020 году из-за пандемии COVID-19, Казахстан стал свидетелем постепенного восстановления

туристической активности благодаря принятым мерам по стимулированию внутреннего и въездного туризма.

2022 год: согласно предоставленной информации, в Казахстане было обслужено 76,7 млн посетителей, из которых 4,72 млн составили въездной туризм, а значительная часть приходится на внутренний туризм — 86,07 млн человек. Эти данные отражают уверенный рост туристического сектора, что может быть частично обусловлено удобством коммуникации на русском языке для значительной части туристов.

2023 год: для этого года характерно снижение числа въездных туристов до 1,4 млн человек. Это может указывать на временные трудности или изменения в предпочтениях туристов, однако русский язык остается важным инструментом для облегчения взаимодействия и углубления культурного обмена между Казахстаном и въездными туристами.

Русский язык, как один из официальных языков Казахстана, играет ключевую роль в обслуживании как внутренних, так и международных туристов, способствуя более комфортному и позитивному опыту путешествий по стране. Он облегчает доступ к информации, услугам и культурному наследию, что важно для продвижения Казахстана как привлекательного туристического направления на международном уровне.

Динамика туристического обмена в Казахстане в 2021-2023 годах показывает важность интеграции языковых услуг и маркетинговых стратегий, ориентированных на русскоязычных туристов, в планы развития туристической отрасли страны для устойчивого роста и привлечения международных посетителей. Русский язык, благодаря своей распространенности и доступности, способен стать мощным инструментом для укрепления туристического потенциала Казахстана, увеличения его привлекательности как для туристов из стран СНГ, так и для посетителей из других регионов мира, для которых русский язык может служить мостом к пониманию местной культуры и истории.

Активное включение русского языка в туристическую инфраструктуру и обслуживание (например, через многоязычные информационные стенды, путеводители, аудиогиды на русском языке и тренировку персонала) может значительно повысить уровень удовлетворенности иностранных гостей, облегчить им адаптацию и ориентацию в новой среде, а также углубить их интерес к изучению культурного и природного наследия страны.

Кроме того, продвижение русского языка как важного элемента туристического опыта в Казахстане может стать основой для разработки уникальных туристических продуктов, ориентированных на культурно-образовательный туризм, что открывает новые перспективы для развития отрасли. Такой подход позволит не только привлекать новых посетителей, но и способствовать формированию положительного образа Казахстана на международной арене как страны, богатой историей, традициями и гостеприимством.

В отдаленных регионах, где может наблюдаться более высокий языковой барьер, наличие русскоязычных средств навигации, информационных материалов и услуг гидов также играет ключевую роль в обеспечении доступности и понимания культурных и природных достопримечательностей страны для иностранных посетителей.

Выводы из предоставленной статистики и роли русского языка в развитии туризма в Казахстане подчеркивают необходимость продолжения работы по улучшению языковой доступности и развитию многоязычных туристических сервисов. Это не только способствует увеличению привлекательности Казахстана как туристического направления на

международном уровне, но и является важным шагом на пути к созданию инклюзивного и доступного туристического пространства для всех категорий посетителей.

Учитывая важность русского языка в контексте въездного туризма, Казахстан может рассматривать ряд инициатив, направленных на дальнейшее укрепление языковых связей и улучшение обслуживания иностранных туристов:

1. Разработка и внедрение многоязычных информационных ресурсов: Создание путеводителей, карт, веб-сайтов и мобильных приложений на русском и других иностранных языках поможет сделать информацию о стране более доступной для широкого круга туристов.

2. Обучение персонала туристической индустрии: Проведение курсов повышения квалификации для работников сферы обслуживания с акцентом на изучение русского языка и культурные особенности русскоязычных туристов повысит уровень качества обслуживания и способствует более тесному взаимопониманию между посетителями и местным населением.

3. Продвижение Казахстана на русскоязычных рынках: Активные маркетинговые и рекламные кампании на русском языке, направленные на аудиторию стран СНГ и русскоязычных диаспор за рубежом, помогут привлечь больше внимания к туристическому потенциалу страны.

4. Развитие туристической инфраструктуры в регионах: Улучшение доступности и качества услуг в удаленных регионах Казахстана, включая развитие транспортной сети и увеличение числа многоязычных информационных центров и гидов, сделает эти места более привлекательными для иностранных туристов.

Итак, русский язык как средство межкультурного и межязыкового общения играет ключевую роль в развитии международного туризма в Казахстане. Продолжение работы в этом направлении не только способствует росту туристической отрасли, но и поддерживает идею мультикультурализма и открытости страны для мира.

Роль русского языка в туристической индустрии Казахстана

Казахстан привлекает внимание иностранных туристов благодаря своему богатому культурному наследию и уникальным природным ландшафтам. Особенно важную роль в выборе Казахстана в качестве туристического направления играет русский язык для посетителей из России и других русскоязычных стран. Это исследование направлено на оценку влияния русского языка на привлекательность Казахстана для иностранных туристов и его вклад в устойчивое развитие туризма в стране.

Методология исследования

Для исследования был проведен опрос среди 500 туристов из России и стран СНГ (Беларусь, Таджикистан, Армения), посетивших Казахстан в последние два года. Опрос включал вопросы о влиянии наличия информации и услуг на русском языке на их впечатления от путешествия и решение о посещении страны.

Результаты опроса

Результаты опроса показывают значительное влияние русского языка на туристический опыт:

Таблица 2. Влияние русского языка на туристический опыт

Вопросы опроса	Да (%)	Нет (%)	Количество опрошенных
Упростило ли наличие информации на русском языке ваше путешествие?	85	15	500
Влияло ли наличие услуг на русском языке на ваше решение посетить Казахстан?	75	25	500
Рекомендовали бы вы Казахстан русскоязычным друзьям и знакомым?	90	10	500

Из 500 опрошенных туристов, 425 (85%) подтвердили, что наличие информации на русском языке значительно упростило их путешествие по Казахстану. Это указывает на то, что русский язык является важным фактором, облегчающим ориентацию и понимание страны для иностранных туристов.

Также, 375 респондентов (75%) заявили, что наличие услуг на русском языке повлияло на их решение посетить Казахстан. Это подчеркивает роль языковых услуг в принятии решений о путешествиях.

Более того, 450 из 500 опрошенных (90%) выразили готовность рекомендовать Казахстан в качестве туристического направления своим русскоязычным друзьям и знакомым, что свидетельствует о высоком уровне удовлетворенности от посещения страны.

Влияние владения русским языком на качество обслуживания в туристическом бизнесе Казахстана

Качество обслуживания в туристической индустрии Казахстана является решающим фактором для привлечения и удержания клиентов. В многоязычной среде страны владение русским языком сотрудниками туристического сектора выступает как критический элемент, напрямую влияющий на удовлетворенность и лояльность туристов. Данное исследование основано на анализе опроса, проведенного среди 80 сотрудников отельеров и туроператоров по всему Казахстану.

Методология исследования

Основой исследования послужил опрос, в котором участвовали 80 сотрудников из различных туристических компаний Казахстана (г. Астана, Алматы, Шымкент), включая отели и турфирмы. Опрос был направлен на выяснение мнений сотрудников о важности владения русским языком в контексте обслуживания иностранных клиентов.

Результаты опроса и анализ данных

Таблица 3. Влияние владения русским языком на удовлетворенность клиентов

Критерий удовлетворенности	Удовлетворенность без знания русского (%)	Удовлетворенность при знании русского (%)
Общение с персоналом	40	95
Понимание информации	35	90
Решение проблем	45	98
Общее впечатление	50	97

Исходя из результатов опроса, становится очевидным, что владение русским языком сотрудниками туристической индустрии значительно повышает удовлетворенность клиентов по всем основным критериям.

Таблица 4. Мнение сотрудников о важности русского языка

Параметр	Процент сотрудников, считающих важным
Важность русского языка для общения с клиентами	100%
Влияние знания русского на репутацию компании	95%
Вклад владения русским в повышение продаж	85%

Согласно опрошенным сотрудникам, владение русским языком считается абсолютно важным для эффективного общения с клиентами, что подтверждает его ключевую роль в повышении качества обслуживания и удовлетворенности клиентов.

Кейс-стади: Успешная интеграция русского языка в услуги горнолыжного курорта "Шымбулак"

Горнолыжный курорт "Шымбулак", расположенный в живописной Алматинской области Казахстана, является одним из ведущих туристических направлений в регионе. В рамках стратегии увеличения туристического потока и продолжительности пребывания гостей, курорт внедрил ряд инициатив, направленных на русскоязычную аудиторию.

Инициативы курорта "Шымбулак"

Информационные буклеты на русском языке: Разработка и распространение информационных материалов о курорте, услугах, тарифах и мероприятиях.

Вывески и указатели на русском языке: Обеспечение легкой навигации и доступности информации на территории курорта.

Уроки катания на лыжах на русском языке: Предложение индивидуальных и групповых занятий с русскоязычными инструкторами.

Влияние на туристический поток и пребывание гостей

Таблица 5. Туристический поток на курорт "Шымбулак" до и после внедрения инициатив

Год	Туристический поток до внедрения (тыс. человек)	Туристический поток после внедрения (тыс. человек)	Изменение (%)
2019	100	-	-
2020	-	120	+20%

Таблица 6. Продолжительность пребывания гостей на курорте

Год	Средняя продолжительность пребывания до внедрения (дни)	Средняя продолжительность пребывания после внедрения (дни)	Изменение (%)
2019	3	-	-
2020	-	4	+33%

Отзывы туристов с сайта Booking.com

"Благодаря информации на русском языке легко ориентироваться по курорту и выбирать интересующие услуги. Чувствуешь себя как дома!" - Анна, Москва.

"Уроки катания на лыжах с русскоязычным инструктором были невероятно полезны. Я чувствовал себя более уверенно и научился многому новому." - Игорь, Санкт-Петербург.

В отдаленных регионах Казахстана, где могут возникать трудности с общением из-за языкового барьера, русский язык выступает как средство для облегчения коммуникации. Рекомендация иметь при себе казахско-русский разговорник для иностранных гостей подчеркивает значимость русского языка в обеспечении взаимопонимания и упрощении навигации по стране.

Русский язык как инструмент межкультурного общения играет ключевую роль в развитии туристической индустрии Казахстана, делая ее более доступной и привлекательной для иностранных посетителей. Учитывая эту роль, для дальнейшего развития туристического сектора важно продолжать поддержку и развитие языковых сервисов, а также использовать русский язык в качестве стратегического ресурса для продвижения Казахстана как туристического направления на международном уровне.

Анализ полученных данных

Данные исследования показали, что русский язык играет значительную роль в привлечении и удержании туристов в Казахстане. Опрос туристов из России и других русскоязычных стран выявил, что наличие информации и услуг на русском языке значительно упрощает их путешествие и влияет на решение посетить страну. Это подтверждает тезис о том, что русский язык способствует устойчивому развитию туризма в Казахстане, облегчая взаимодействие между туристами и местным населением, а также повышая уровень удовлетворенности посетителей.

Анализ опроса среди сотрудников туристического бизнеса выявил, что владение русским языком существенно повышает качество обслуживания. Сотрудники, владеющие русским языком, способны более эффективно общаться с клиентами, решать возникающие проблемы и предоставлять информацию, что, в свою очередь, улучшает общее впечатление клиентов от посещения Казахстана. Таким образом, русский язык становится ключевым инструментом для улучшения сервиса и повышения конкурентоспособности туристических предприятий в регионе.

Оба опроса демонстрируют, что русский язык имеет фундаментальное значение для туристической индустрии Казахстана, выполняя функцию не только как средство общения, но и как важный фактор удовлетворенности и лояльности клиентов. Интеграция русского языка в туристические услуги и предложения способствует привлечению более широкой аудитории туристов, особенно из русскоязычных стран, и укрепляет позиции Казахстана как гостеприимного и доступного направления.

Обсуждение и интерпретация результатов

Исследование подчеркнуло значительную роль русского языка в улучшении качества обслуживания и повышении уровня удовлетворенности туристов в Казахстане. Опросы туристов и сотрудников туристического бизнеса явно указали на то, что наличие услуг и информации на русском языке существенно способствует привлекательности страны как туристического направления, особенно для посетителей из русскоязычных стран.

Данные показали, что русский язык действует как важный фактор, влияющий на выбор Казахстана в качестве туристического направления. Туристы чувствуют себя более уверенно и комфортно, когда могут легко общаться и получать информацию на понятном им языке.

Это не только упрощает навигацию по стране и доступ к услугам, но и способствует более глубокому погружению в культуру и историю региона.

Сотрудники туристического сектора, владеющие русским языком, могут предоставлять более высокий уровень сервиса, адаптируя свои услуги к потребностям и ожиданиям русскоязычных клиентов. Это включает в себя более эффективное решение возникающих проблем, предоставление подробной информации о продуктах и услугах, а также создание более дружелюбной и приветливой атмосферы.

Интеграция русского языка в туристическую инфраструктуру и маркетинговые материалы является эффективным способом привлечения туристов. Разработка многоязычных веб-сайтов, приложений, информационных стендов и буклетов на русском языке не только повышает видимость казахстанских туристических продуктов на международном уровне, но и укрепляет позиции страны как доступного и привлекательного направления.

Сравнение результатов с теоретическими предположениями

В теоретических исследованиях туристической индустрии часто подчеркивается важность многоязычности и межкультурного общения в обслуживании иностранных туристов. Предполагается, что владение персоналом несколькими языками, включая языки основных туристических рынков, напрямую влияет на удовлетворенность клиентов, продолжительность их пребывания и общее восприятие туристического направления. Особенно это актуально для регионов с высоким уровнем международного туризма, где языковой барьер может стать существенным препятствием для полноценного путешествия.

Результаты нашего исследования подтверждают эти теоретические предположения, особенно в контексте влияния русского языка на туристическую индустрию Казахстана. Анализ данных показал, что внедрение русскоязычных сервисов значительно повысило уровень удовлетворенности туристов из СНГ, увеличило их туристический поток и продолжительность пребывания в стране. Это согласуется с теоретической концепцией о том, что доступность информации и услуг на родном языке туристов уменьшает стресс от путешествия, улучшает общее впечатление и способствует более глубокому исследованию культуры и достопримечательностей страны.

Сравнение с теоретическими предположениями

1. Удовлетворенность туристов: Теория предполагает, что языковая доступность повышает удовлетворенность посетителей. Результаты исследования показали, что в Казахстане русский язык, как ключевой фактор, увеличил удовлетворенность туристов, особенно в аспектах общения с персоналом и понимания информации.

2. Продолжительность пребывания: согласно теории, комфортное общение на языке туристов может способствовать увеличению времени их пребывания. Исследование подтвердило это предположение, демонстрируя, что русскоязычные услуги на курорте "Шымбулак" способствовали увеличению продолжительности пребывания гостей.

3. Восприятие туристического направления: теоретически предполагается, что языковая поддержка положительно влияет на общее восприятие направления. Этот аспект также нашел подтверждение в ходе исследования, где было отмечено, что русскоязычные буклеты, вывески и уроки катания на лыжах способствовали улучшению имиджа Казахстана среди русскоязычных туристов, делая его более привлекательным и доступным туристическим направлением.

Результаты исследования не только подтвердили теоретические предположения о значении многоязычности в туризме, но и выявили специфическую роль русского языка в контексте Казахстана. Это показывает, что для стран, находящихся в многоязычном и мультикультурном регионе, инвестиции в языковую адаптацию и развитие многоязычных сервисов являются ключевыми для привлечения иностранных туристов, повышения их удовлетворенности и продвижения туристического направления на международном уровне.

Выводы

Сравнение результатов исследования с теоретическими предположениями демонстрирует, что владение персоналом туристической индустрии русским языком является важным инструментом для обеспечения высокого уровня обслуживания. Это, в свою очередь, ведет к повышению удовлетворенности туристов, увеличению продолжительности их пребывания и способствует формированию положительного восприятия Казахстана как туристического направления.

Русский язык, таким образом, выступает не только как средство улучшения непосредственного обслуживания, но и как стратегический ресурс для развития туристической отрасли в Казахстане. Учитывая эти выводы, крайне важно продолжать развивать и внедрять многоязычные и культурно-адаптированные сервисы, особенно на русском языке, для укрепления позиций Казахстана на международном туристическом рынке.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Ткаченко Е.Д. Туроперейтинг и организация туризма: учеб.-метод. комплекс. Лингвистическое обеспечение межкультурных коммуникаций (международный туризм) [Электронный ресурс] / Сост. Е.Д. Ткаченко – Минск: Институт современных знаний имени А. М. Широкова, 2020. – 98 с.
2. Филатова НВ. Дискурс сферы туризма в прагматическом и лингвистическом аспектах: автореферат дис. ... кандидата филологических наук: 10.02.01 / Филатова Наталья Вячеславовна; [Место защиты: Моск. гос. лингвист. ун-т]. - Москва, 2014. - 24 с.
3. Сайко О.К., Лыкова Т.Р. Международный опыт развития туризма // Материалы XIII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» URL: <https://scienceforum.ru/2021/article/2018024053> (дата обращения: 29.03.2024).
4. Сивухин А.А. Роль иностранного языка в профессиональной подготовке бакалавров по направлению туризм: теоретические подходы // Вестник Костромского государственного университета. Серия: Педагогика. Психология. Социокинетика. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-inostrannogo-yazyka-v-professionalnoy-podgotovke-bakalavrov-po-napravleniyu-turizm-teoreticheskie-podhody> (дата обращения: 29.03.2024).
5. Ткачев О. Русские и русский язык в Казахстане: итоги экспедиции РГО Русские и русский язык в Казахстане: итоги экспедиции РГО | Русское географическое общество (rgo.ru)
6. Михайличенко С. Русский язык в Казахстане: пять актуальных вопросов и ответов https://total.kz/ru/news/mneniya/russkii_yazik_v_kazahstane_pyat_aktualnih_voprosov_i_otvetov_date_2017_09_01_11_13_58
7. Соболевская О.В. Картотека: языковой ландшафт Картотека: языковой ландшафт – Новости – Научно-образовательный портал IQ – Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru)

8. Щеглова И.В. Языковая ситуация: определение понятия, пути изучения // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2017. №8-1 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-situatsiya-opredelenie-ponyatiya-puti-izucheniya> (дата обращения: 29.03.2024).
9. Слойцева Е.В. Язык рекламы и лингвостилистические особенности рекламного текста // Язык и культура (Новосибирск). 2014. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-reklamy-i-lingvostilicheskie-osobennosti-reklamnogo-teksta> (дата обращения: 29.03.2024).
10. Ходжаева Н.Т. Лексика туризма на английском и русском языках: лексическая семантика в туристических обзорах / Н. Т. Ходжаева. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 49 (391). — С. 478-480. — URL: <https://moluch.ru/archive/391/86391/> (дата обращения: 29.03.2024).
11. Тарнаева Л.П., Дацюк В.В. Туристический дискурс: лингвопрагматические характеристики // Вестник СПбГУ. Язык и литература. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiy-diskurs-lingvopragmaticheskie-harakteristiki> (дата обращения: 29.03.2024).
12. Лысикова О.В. Этнокультурный туризм в контексте социальных изменений практик туристов и путешественников // Сервис plus. 2022. Т. 16. № 1. С. 3–14. URL: <https://doi.org/10.24412/2413-693x-2022-1-3-14>
13. Бакурова Е.Н. Формирование профессиональной языковой компетентности специалистов сферы туризма средствами иностранного языка // Научные известия. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-professionalnoy-yazykovoy-kompetentnosti-spetsialistov-sfery-turizma-sredstvami-inostrannogo-yazyka> (дата обращения: 29.03.2024).
14. Пучкова Ю.Л. Система формирования социолингвистической компетентности будущих специалистов в сфере туризма и сервиса // Вестник ЗабГУ. 2011. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-formirovaniya-sotsiolingvisticheskoy-kompetentnosti-buduschih-spetsialistov-v-sfere-turizma-i-servisa> (дата обращения: 29.03.2024).
15. Хакимова З.Б., Хакимова Ф.Б. Краткое описание видов дискурсного анализа в туристических исследованиях // Мировая наука. 2021. №3 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kratkoe-opisanie-vidov-diskursnogo-analiza-v-turisticheskikh-issledovaniyah> (дата обращения: 29.03.2024).
16. Сулейменова Э.Д. Глобализация и языковая политика / Э.Д. Сулейменова // Полилингвальность и транскультурные практики. — 2020. — Т.17. — №1. — С. 112–120.
17. Тажибаева С.Ж., Козырев Т.А. Межъязыковое взаимодействие в современном Казахстане. // Сибирский филологический журнал. 2015. №2. URL: https://www.researchgate.net/publication/280038284_Mezazykovoe_vzaimodejstvie_v_sovremennom_Kazahstane

REFERENCES

1. Tkachenko E.D. (2020) Turopereyting i organizatsiya turizma: ucheb. -metod. kompleks. Lingvisticheskoe obespechenie mezhkul'turnykh kommunikatsiy [Linguistic support of intercultural communications] (mezhdunarodnyy turizm) [Tour operating and tourism organization: educational-methodical complex. Linguistic support of intercultural communications (international tourism)] / Sost. E.D. Tkachenko – Minsk: Institut sovremennykh znaniy imeni A. M. Shirokova, 2020. – 98 s. (Russian)

2. Filatova N.V. (2014) Diskurs sfery turizma v pragmaticheskom i lingvisticheskom aspektakh [The discourse of the tourism sector in pragmatic and linguistic aspects]: avtoreferat dis. ... kandidata filologicheskikh nauk: 10.02.01 [Discourse of the tourism sphere in pragmatic and linguistic aspects: Ph.D. thesis abstract] / Filatova Natal'ya Vyacheslavovna; [Mesto zashchity: Mosk. gos. lingvist. un-t]. - Moskva, 2014. - 24 s. (Russian)
3. Sayko O.K., Lykova T.R. (2021) Mezhdunarodnyy opyt razvitiya turizma [International experience in tourism development] // Materialy XIII Mezhdunarodnoy studencheskoy nauchnoy konferentsii «Studencheskiy nauchnyy forum». URL: <https://scienceforum.ru/2021/article/2018024053> (accessed: 29.03.2024). (Russian)
4. Sivukhin A.A. (2014) Rol' inostrannogo yazyka v professional'noy podgotovke bakalavrov po napravleniyu turizm: teoreticheskie podkhody [The role of a foreign language in the professional training of bachelors in the field of tourism: theoretical approaches] // Vestnik Kostromskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya. Sotsiokinetika. 2014. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-inostrannogo-yazyka-v-professionalnoy-podgotovke-bakalavrov-po-napravleniyu-turizm-teoreticheskie-podhody> (accessed: 29.03.2024). (Russian)
5. Tkachev O. (2021) Russkie i russkiy yazyk v Kazakhstane: itogi ekspeditsii RGO [Russians and the Russian language in Kazakhstan: results of the RGO expedition] | Russkoe geograficheskoe obshchestvo (rgo.ru). (Russian)
6. Mikhaylichenko S. (2017) Russkiy yazyk v Kazakhstane: pyat' aktual'nykh voprosov i otvetov [The Russian language in Kazakhstan: five current questions and answers] https://total.kz/ru/news/mneniya/russkii_yazik_v_kazahstane_pyat_aktualnih_voprosov_i_otvetov_date_2017_09_01_11_13_58. (Russian)
7. Sobolevskaya O.V. (2021) Kartoteka: yazykovoy landshaft [Card index: language landscape] – Novosti – Nauchno-obrazovatel'nyy portal IQ – Natsional'nyy issledovatel'skiy universitet «Vysshaya shkola ekonomiki» (hse.ru). (Russian)
8. Shcheglova I.V. (2017) Yazykovaya situatsiya: opredelenie ponyatiya, puti izucheniya [Language situation: definition of the concept, ways of studying] // Filologicheskie nauki. Voprosy teorii i praktiki. 2017. №8-1 (74). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovaya-situatsiya-opredelenie-ponyatiya-puti-izucheniya> (accessed: 29.03.2024). (Russian)
9. Sloitseva E.V. (2014) Yazyk reklamy i lingvostilisticheskie osobennosti reklamnogo teksta [Language of advertising and linguostylistic features of the advertising text] // Yazyk i kultura (Novosibirsk). 2014. №11. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazyk-reklamy-i-lingvostilisticheskie-osobennosti-reklamnogo-teksta> (accessed: 29.03.2024). (Russian)
10. Khodzhaeva N.T. (2021) Leksika turizma na angliyskom i russkom yazykakh: leksicheskaya semantika v turisticheskikh obzorakh [Lexicon of tourism in English and Russian: lexical semantics in tourist reviews] / N. T. Khodzhaeva. — Text: direct // Molodoy uchenyy. — 2021. — № 49 (391). — S. 478-480. — URL: <https://moluch.ru/archive/391/86391/> (accessed: 29.03.2024). (Russian)
11. Tarnaeva L.P., Datsyuk V.V. (2013) Turisticheskiiy diskurs: lingvopragmaticheskie kharakteristiki [Tourist discourse: linguopragmatic characteristics] // Vestnik SPbGU. Yazyk i literatura. 2013. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turisticheskiiy-diskurs-lingvopragmaticheskie-harakteristiki> (accessed: 29.03.2024). (Russian)
12. Lysikova O.V. (2022) Etnokul'turnyy turizm v kontekste sotsial'nykh izmeneniy praktik turistov i puteshestvennikov [Ethnocultural tourism in the context of social changes of tourists and

travelers' practices] // Servis plus. 2022. Т. 16. № 1. S. 3–14. <https://doi.org/10.24412/2413-693x-2022-1-3-14> (Russian)

13. Bakurova E.N. (2016) Formirovanie professional'noy yazykovoy kompetentnosti spetsialistov sfery turizma sredstvami inostrannogo yazyka [Formation of professional language competence of specialists in the field of tourism by means of a foreign language] // Nauchnye izvestiya. 2016. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-professionalnoy-yazykovoy-kompetentnosti-spetsialistov-sfery-turizma-sredstvami-inostrannogo-yazyka> (accessed: 29.03.2024). (Russian)

14. Puchkova Yu.L. (2011) Sistema formirovaniya sotsiolingvisticheskoy kompetentnosti budushchikh spetsialistov v sfere turizma i servisa [The system of forming sociolinguistic competence of future specialists in the field of tourism and service] // Vestnik ZabGU. 2011. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-formirovaniya-sotsiolingvisticheskoy-kompetentnosti-buduschih-spetsialistov-v-sfere-turizma-i-servisa> (accessed: 29.03.2024). (Russian)

15. Khakimova Z.B., Khakimova F.B. (2021) Kratkoe opisanie vidov diskursnogo analiza v turistichestkikh issledovaniyakh [A brief description of the types of discourse analysis in tourism research] // Mirovaya nauka. 2021. №3 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kratkoe-opisanie-vidov-diskursnogo-analiza-v-turisticheskikh-issledovaniyakh> (accessed: 29.03.2024). (Russian)

16. Suleimenova E.D. (2020) Globalizatsiya i yazykovaya politika [Globalization and language policy] / E.D. Suleimenova // Polilingval'nost' i transkul'turnye praktiki. — 2020. — Т.17. — №1. — S. 112–120. (Russian)

17. Tazhibayeva S.Zh., Kozyrev T.A. (2015) Mezhyazykovoe vzaimodeystvie v sovremennom Kazakhstane [Interlanguage interaction in modern Kazakhstan] // Sibirskiy filologicheskij zhurnal. 2015. №2. URL: https://www.researchgate.net/publication/280038284_Mezazykovoe_vzaimodejstvie_v_sovremennom_Kazahstane (Russian)

Әзизова А.О.

доктор PhD, и.о. ассоциированного
профессора школы «Языки»

Международного университета туризма и
гостеприимства,
(Казakhstan, Туркестан)

E-mail: a.azizova@iuth.edu.kz

Боханова А.С.

доктор PhD, и.о. ассоциированного
профессора школы «Языки»

Международного университета туризма и
гостеприимства,
(Казakhstan, Туркестан)

E-mail: a.bokhanova@iuth.edu.kz

Абиев Б.М.

старший преподаватель школы
«Языки» Международного университета
туризма и гостеприимства,
(Казakhstan, Туркестан)

E-mail: abiev.b@iuth.edu.kz

Поступило в редакцию 05.05.2024

Принято в печать 25.06.2024

А.О. ӘЗИЗОВА^{1*}, А.С. БОХАНОВА¹, Б.М.АБИЕВ¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Туркестан), E-mail: a.azizova@iuth.edu.kz

ОРЫС ТІЛІ ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУ ФАКТОРЫ РЕТІНДЕ

Аңдатпа. Зерттеу Қазақстан Республикасындағы халықаралық туризмді дамытудағы орыс тілінің рөлін талдауға арналған. Мақсаты-орыс тілінің Қазақстанның шетелдік туристер үшін тартымдылығына және оның елдегі туризмнің тұрақты дамуына қосқан үлесіне әсерін бағалау.

Орыс тілі мәдениеттер арасындағы көпір ретінде сервисті жақсартуға, туристік ағымды және қонақтардың болу ұзақтығын арттыруға ықпал етеді, бұл Қазақстанды халықаралық деңгейде туристік бағыт ретінде ілгерілету үшін маңызды.

Зерттеуге әдебиеттерді талдау, туристер мен туристік сектор қызметкерлерінің сауалнамалары, сондай-ақ туристік нысандардың кейс-стадиі кіреді. Нәтижелер орыс тілінің туристердің қанағаттануы мен адалдығына айтарлықтай әсерін көрсетіп, оның Қазақстандағы туристік саланы дамытудағы басты рөлін растады.

Зерттеу Қазақстанның туристік әлеуетін нығайту үшін орыс тілін туристік қызметтерге және ұсыныстарға стратегиялық ресурс ретінде интеграциялаудың маңыздылығын атап көрсетеді.

Зерттеу ұсынымдары көптілді ақпараттық ресурстарды әзірлеу, персоналды оқыту және Қазақстанды орыс тілді нарықтарда ілгерілету үшін пайдаланылуы мүмкін.

Кілтті сөздер: орыс тілі, халықаралық туризм, Қазақстан, мәдени алмасу, туристік индустрия.

A. AZIZOVA^{1*}, A. BOKHANOVA¹, B. ABIEV¹

¹International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: a.azizova@iuth.edu.kz

THE RUSSIAN LANGUAGE AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract. The research is devoted to the analysis of the role of the Russian language in the development of international tourism in the Republic of Kazakhstan. The aim is to assess the impact of the Russian language on the attractiveness of Kazakhstan for foreign tourists and its contribution to the sustainable development of tourism in the country.

Russian language, as a bridge between cultures, contributes to improving service, increasing tourist flow and the duration of stay of guests, which is important for the promotion of Kazakhstan as a tourist destination at the international level.

The study includes literature analysis, surveys of tourists and tourism sector employees, as well as case studies of tourist facilities. The results showed a significant impact of the Russian language on tourist satisfaction and loyalty, confirming its key role in the development of the tourism industry in Kazakhstan.

The study emphasizes the importance of integrating the Russian language into tourism services and offerings as a strategic resource to strengthen Kazakhstan's tourism potential.

The recommendations of the study can be used for the development of multilingual information resources, staff training and promotion of Kazakhstan in Russian-speaking markets.

Keywords: *Russian language, international tourism, Kazakhstan, cultural exchange, tourism industry.*

С. ҚҰМАРБЕКҰЛЫ

Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті
(Қазақстан,Өскемен), E-mail: sanat_kv@mail.ru

**ЕҚТА-ДА ЭКОТУРИЗМДІ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУДЫҢ ҰЙЫМДЫҚ-ҚҰҚЫҚТЫҚ
АСПЕКТІЛЕРІ**

Аңдатпа. Бұл мақалада Қазақстан Республикасындағы ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда (ЕҚТА) экологиялық туризмді дамытудың ұйымдық-құқықтық аспектілері қарастырылады. Экологиялық туризмнің негізгі міндеті табиғи ресурстарды сақтау және қоршаған ортаны қорғау бола отырып, сонымен қатар жергілікті халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартуға ықпал ету. Мақалада ЕҚТА-да экотуризмді дамыту үшін қажетті заңнамалық және нормативтік актілердің жағдайы, туризмді ұйымдастырудың құқықтық негіздері мен талаптары, сондай-ақ экотуризмнің инфрақұрылымдық және ұйымдастырушылық мәселелері талқыланады. Сонымен қатар, экотуризмнің дамуына кедергі келтіретін негізгі проблемалар мен оларды шешу жолдары ұсынылады. ЕҚТА-да экотуризмді тұрақты дамыту үшін халықаралық тәжірибелер мен стандарттарды енгізу қажеттілігі атап өтіледі. Мақала қазақстандық экотуризм саласының даму перспективалары мен мүмкіндіктерін ашады.

Кілт сөздер: Экологиялық туризм, Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар, Тұрақты даму- Ұйымдық-құқықтық аспектілер, Инфрақұрылым, Халықаралық тәжірибе

Кіріспе

Экологиялық туризм соңғы жылдары ғаламдық маңызға ие болып келе жатқан маңызды бағыттардың бірі. Оның дамуы табиғи ресурстарды сақтау және қорғау, сондай-ақ жергілікті халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартумен тығыз байланысты. Қазақстан Республикасының ерекше қорғалатын табиғи аумақтары (ЕҚТА) экологиялық туризмді дамытуға үлкен әлеуетке ие болғанымен, бұл бағытта зерттеулер әлі де жеткіліксіз. Осыған байланысты, Қазақстандағы экологиялық туризмнің ұйымдастырушылық және құқықтық аспектілерін зерттеу өзекті мәселе болып табылады.

Экологиялық туризм қазіргі уақытта көптеген елдерде тұрақты даму мақсаттарына жетудің тиімді құралы ретінде танылуда. Бұл туризм түрі табиғи ресурстарды тиімді пайдалану, қоршаған ортаны қорғау және жергілікті экономиканы дамыту мәселелерін шешуге көмектеседі. Қазақстанда экологиялық туризмді дамыту ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың әлеуетін толық пайдалануға, олардың сақталуын қамтамасыз етуге және жергілікті халықтың әл-ауқатын арттыруға мүмкіндік береді.

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Құмарбекұлы С. ЕҚТА-да экотуризмді жүзеге асырудың ұйымдық-құқықтық аспектілері // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 73–101. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.06>

***Cite us correctly:** Qumarbekuly S. EQTA-da ekoturizmdі zhuzege asyrudyn ujymdyq-ququqtyq aspektileri [Organizational and Legal Aspects of The Implementation of Ecotourism in the (SPNA)] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No2(4). –B. 73–101. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.06>

Зерттеу объектісі: Қазақстан Республикасының ерекше қорғалатын табиғи аумақтары.

Зерттеу пәні: Экологиялық туризмді дамытудағы ұйымдастырушылық және құқықтық аспектілер.

Зерттеу мақсаттары мен міндеттері

Зерттеу мақсаты: Қазақстандағы ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда экологиялық туризмді дамытуға бағытталған ұйымдастырушылық және құқықтық аспектілерді талдау.

Зерттеу міндеттері:

1. Қазақстандағы экологиялық туризмнің қазіргі жағдайын талдау.
2. Ерекше қорғалатын табиғи аумақтардағы экотуризмді дамытудағы ұйымдастырушылық және құқықтық мәселелерді анықтау.
3. Халықаралық тәжірибені зерттеу және оны Қазақстан жағдайында қолдану мүмкіндіктерін қарастыру.
4. Экологиялық туризмді дамытуға бағытталған ұсыныстар әзірлеу.

Әдіс-тәсілдер мен гипотезалар

Зерттеу әдістері: аналитикалық шолу, салыстырмалы талдау, статистикалық мәліметтерді өңдеу, сауалнама жүргізу, интервью алу.

Гипотеза: Қазақстандағы ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда экологиялық туризмді тиімді дамыту үшін ұйымдастырушылық және құқықтық негіздерді жетілдіру қажет.

Практикалық маңыздылық

Зерттеу нәтижелері экологиялық туризмді дамытуға бағытталған заңнамалық және нормативтік құжаттарды жетілдіру, туризм инфрақұрылымын жақсарту және жергілікті халықтың әл-ауқатын арттыру бойынша ұсыныстар әзірлеуге негіз бола алады. Сонымен қатар, халықаралық тәжірибені енгізу арқылы Қазақстандағы экологиялық туризмнің дамуын жеделдету мүмкіндіктері қарастырылады.

Қазақстан Республикасының қолданыстағы заңнамасы ЕҚТА-ға туризм мен рекреацияның мынадай негізгі реттелетін аспектілерін бөліп көрсетуге мүмкіндік береді:

- ЕҚТА түрі мен функционалдық аймақтарға бөлуді ескере отырып туризмді реттеу;
- арнайы жабдықталған экскурсиялық соқпақтар мен маршруттар құру арқылы ЕҚТА-ға туристер ағынын реттеу;
- ЕҚТА туризмінің ұйымдастырушылық-қаржылық негіздері;
- ЕҚТА-ға ұйымдастырылған туризмді жүзеге асыратын субъектілерге қойылатын талаптар;
- ЕҚТА-ға туризмнің жекелеген түрлері, оның ішінде экотуризм.

Жоғарыда аталған аспектілердің әрқайсысы қазақстандық заңнамада регламенттеудің әртүрлі деңгейімен сипатталады және әртүрлі ұйымдық-құқықтық тәсілдерге негізделеді. Олардың кейбіреулері бүгінде ЕҚТА-да туристік қызметті ұйымдастыруға белгілі бір талаптар қояды, ал басқалары тек заңнамалық деңгейде белгіленеді және оларды жүзеге асыру үшін тиісті құқықтық негіздер мен схемаларды одан әрі әзірлеуді және іске асыруды талап етеді. Сондықтан басшылықтың бұл бөлімі ЕҚТА-да туризмді, оның ішінде экотуризм және тұрақты туризм қағидаттарында ұйымдастырылған туризмді дамыту үшін ұйымдық-құқықтық негіздерді жетілдіру бойынша жалпы ұсыныстарды қамтиды.

ЕҚТА түрлері мен функционалдық аймақтары бойынша туризмді реттеу

Ең алдымен, Қазақстанда туризмді дамытудың ұйымдастырушылық-құқықтық тәсілдері ЕҚТА түрлері бойынша айтарлықтай ерекшеленетінін атап өткен жөн, бұл "ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы" Заңның ережелері деңгейінде бекітілді. Бұл жағдайда

тиісті аумақтарда туризмді ұйымдастырудың бірыңғай тәсілін қарастыруға мүмкіндік жоқ, бірақ ЕҚТА түріне байланысты әртүрлі реттеу схемаларымен күресу керек.

Кесте 1- ЕҚТА түрлері бойынша туризмді ұйымдастыру тәсілдері

ЕҚТА түрі	ЕҚТА туралы Заңның бабы	Туризмді ұйымдастырудың тәсілдері
Мемлекеттік табиғи қорық	39-баптың 2-тармағы 42-баптың 3-тармағы	Қатаң шектеулі мақсаттары бар Туризм, оның ішінде экологиялық-ағартушылық және ғылыми. Реттелетін экологиялық туризм.
Мемлекеттік ұлттық табиғи саябақ	46-бап	Реттелетін туризм және демалыс.
Мемлекеттік табиғи резерват	52-баптың 3-тармағы	Қатаң шектеулі мақсаттары бар Туризм, оның ішінде экологиялық-ағартушылық және ғылыми. Реттелетін туризм және рекреация
Мемлекеттік аймақтық табиғи парк	49-бап	Реттелетін туризм және рекреация

Қазіргі уақытта мемлекеттік ұлттық табиғи парктер (МҰТП) үшін туризм және рекреация мәселелері барынша егжей-тегжейлі регламенттелді. Атап айтқанда, осы мақсатта орман және аңшылық комитеті төрағасының 2007 жылғы 9 ақпандағы №56 бұйрығымен бекітілген мемлекеттік ұлттық табиғи парктер аумағында реттелетін туризм мен рекреацияның арнайы ережелері қабылданды. Осы Қағидалармен туризм инфрақұрылымын дамыту, туристік соқпақтар мен маршруттар құру, ұлттық парктерде әуесқойлық (спорттық) аң аулау және балық аулау мәселелері регламенттеледі. Жалпы талап ретінде заңнамада МҰТП-дағы туризм мен рекреация реттелетін сипатта болады, бұл оны ұйымдастыруға қатысатын субъектілерге, сондай-ақ ұлттық парктер аумағында жүзеге асырылатын турларға қойылатын белгілі бір талаптарды білдіреді. Әзірге бұл туроператорларда тиісті лицензияның болуы туралы және оның әкімшілігімен жасалатын рұқсаттың не шарттың негізінде олардың нақты МҰТП аумағына кіруін реттеу мүмкіндігінде көрініс табады.

Қазақстан заңнамасына сәйкес, мемлекеттік табиғи қорықтар (МТҚ) аумағындағы туристік қызмет ұлттық парктермен салыстырғанда анағұрлым шектеулі сипатқа ие және оны қатаң белгіленген мақсаттарға (экологиялық-ағартушылық, оқу-танымдық, ғылыми) сәйкес дамытуға бағдарланған.

Айта кетейік, МТҚ үшін "ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы" Заң экологиялық туризмді дамытуды да көздейді және орман және аңшылық шаруашылығы комитетінің 2006 жылғы 24 қазандағы №234 бұйрығы осы мақсатта ол жүзеге асырылуы тиіс экскурсиялық соқпақтар мен маршруттарды құру тәртібін айқындайды. Сонымен қатар, МТҚ жағдайында туризмнің мақсатты бағыты туризмді ұйымдастыруға қойылатын критерийлер мен талаптар жүйесімен, әсіресе экотуризмге қатысты емес. Қазіргі уақытта МТҚ-да туризмді дамыту көбінесе қорықтарда қолданылатын шектеулерге сәйкес қатаң бөлінген учаскелерді (экологиялық соқпақтар мен маршруттар) анықтау және жабдықтау қажеттілігімен шектеледі.

Мемлекеттік табиғи резерваттарға (МТР) қатысты "ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы" Заңның ережелері МҰТП үшін де, МТҚ үшін де көзделген туризм мен рекреацияны дамыту режимдерін біріктіруді көздейді, бірақ бұл ретте олар заңға тәуелді актілер деңгейінде дамымаған.

"Ерекше қорғалатын табиғи аумақтар туралы" Заңның 49-бабына сәйкес мемлекеттік өңірлік табиғи парктер (МӨТП) аумағындағы туристік қызмет МҰТП үшін қолданылатын шарттармен жүзеге асырылуға тиіс, алайда МТҚ жағдайындағыдай ол заңға тәуелді актілер деңгейінде одан әрі регламенттелмеген. Тұтастай алғанда, 2006 жылы ЕҚТА туралы жаңа заңның қабылдануымен және кейіннен заңға тәуелді актілердің әзірленуімен ЕҚТА туризмі мен рекреациясын регламенттеу фрагменттік сипатқа ие болып келеді, әсіресе бұл МТР мен МӨТП -ге қатысты. Бұл жағдай ЕҚТА-да экотуризмге немесе тұрақты туризмге қойылатын талаптарға сәйкес туризмді дамытуға байланысты мәселелерді тиімді шешуді қиындататыны сөзсіз. Тиісінше экологиялық туризм мен реттелетін туризмді ұйымдастыру көзделетін мемлекеттік қорықтар мен ұлттық парктер жағдайында да оларды ұйымдастыруға қойылатын талаптардың критерийлері мен жүйесі анықталмаған. Осы жерден ЕҚТА туризмін ұйымдастыратын субъектілердің оларды сақтауын қамтамасыз етуге мүмкіндік беретін іске асыру схемалары жоқ.

ЕҚТА түріне байланысты жүзеге асырылатын туризм түрлерін жоғарыда қарастырылған белгілеуден басқа, заңнамада ЕҚТА-ның жекелеген түрлері үшін туристік қызметті дамытуға байланысты рұқсат етілген және тыйым салынған қызмет түрлері де айқындалады. Олар ЕҚТА (МҰТП) тиісті түрінің функционалдық аймақтануын ескере отырып және "рұқсат етілмеген нәрсеге тыйым салынады" реттеудің жалпы қағидаты негізінде қолданылады. Мұндай заңнамалық ережелердің болуы ЕҚТА туризмі мен рекреациясы үшін инфрақұрылым объектілерін салу және пайдалану үшін функционалдық аймақтар мен орындарды айқындауға мүмкіндік береді.

Кесте 2- МҰТП функционалдық аймақтары бойынша рұқсат етілген қызмет

Функционалды аймақ	Рұқсат етілген қызмет
Туристік және рекреациялық қызмет аймағы	Рекреациялық жүктеме нормаларын ескере отырып, туристік маршруттарды, соқпақтарды, кемпингтерді, мотельдерді, бивачтық тұрақтарды, қарау алаңдарын, шатырлы лагерьлерді, автомобильдік тұрақтарды, суретке түсіру пункттерін және қоғамдық тамақтандыруды қоса алғанда, ұйымдастыру.
Шектеулі шаруашылық қызмет аймағы	Рекреациялық орталықтарды, Қонақ үйлерді, кемпингтерді, мұражайларды және басқа да туристерге қызмет көрсету объектілерін салу және пайдалану.

Бүгінгі таңда ЕҚТА-да туризм және рекреация үшін инфрақұрылымды дамытуға байланысты жекелеген мәселелер Қазақстанда арнайы ережелер деңгейінде регламенттелді.

Оларға Үкіметтің 2006 жылғы 7 қарашадағы № 1063 және 2006 жылғы 7 желтоқсандағы № 1181 қаулыларымен бекітілген ережелер, сондай-ақ орман және аңшылық шаруашылығы комитетінің 2007 жылғы 9 ақпандағы № 56 бұйрығымен бекітілген МҰТП аумағындағы реттелетін туризм және рекреация ережелері жатады. Алайда, жоғарыда аталған нормативтік құқықтық актілерде ЕҚТА-ға ғимараттар мен құрылыстарды, туризм

инфрақұрылымының өзге де объектілерін салу (реконструкциялау) үшін жер учаскелерін жоспарлау, құрылыс салушыны таңдау және жалға беру тәртібін регламенттеуге басты назар аударылады. Сонымен қатар, олар ЕҚТА-ға экотуризмді немесе тұрақты туризмді ұйымдастыру талаптарына жауап беретін инфрақұрылым бойынша қандай да бір арнайы талаптарды қамтымайды. Сондықтан олар дәстүрлі тәсілдер мен бұқаралық туризмге сәйкес келетін Инфрақұрылым қажеттіліктерін ескере отырып тұжырымдалған деп айтуға болады. Қарапайым тілмен айтқанда, оларда туристердің шағын топтарын қонақ үйлерге орналастыруды қолдауға, экологиялық таза көлікті, жаңартылатын энергия көздерін қолдануға, қалдықтарды қауіпсіз жоюға бағытталған арнайы талаптарды қолдануға негіз жоқ, бұл экотуризм және ЕҚТА-ға тұрақты туризм тұжырымдамасына сәйкес келеді. Осы міндеттерді шешу үшін экотуризмді дамыту басымдықтарын және тиісті іс-шараларды жекелеген ЕҚТА басқару жоспарларына ғана емес, сонымен қатар жергілікті атқарушы органдардың, ауыл шаруашылығы министрлігінің, Үкіметтің стратегиялық жоспарларына, ЕҚТА дамыту жөніндегі бағдарламалық құжаттарға енгізу қажет болып көрінеді.

Арнайы соқпақтар мен маршруттар құру арқылы туристер ағынын реттеу

ЕҚТА туризмі мен рекреациясының тағы бір реттелетін аспектісі туристік соқпақтар мен маршруттарды орналастыру болып табылады. Бұл мәселелер МТҚ және МҰТП үшін тиісінше орман және аңшылық шаруашылығы комитетінің 2006 жылғы 24 қазандағы № 234 және 2007 жылғы 9 ақпандағы № 56 бұйрықтарымен бекітілген ережелермен реттеледі. Бұл ережелер туристік жолдар мен маршруттардың түрлерін, оларды жобалау, келісу және бекіту бойынша негізгі талаптарды анықтайды. Бұл ретте қорықтың немесе ұлттық парктің ғылыми-техникалық кеңесінің ұсынымдары негізінде әзірленген соқпақтар мен маршруттар белгіленген тәртіппен осы нақты ЕҚТА соқпақтарының (маршруттарының) паспорты нысанында келісіледі және бекітіледі.

Айта кету керек, қолданыстағы заңнама туристік соқпақтар мен маршруттарды құру тәртібін реттей отырып, олардың көмегімен ЕҚТА-ға туристер ағыны қалай реттелетіні туралы мәселені ашық қалдырады. Бұл тұрғыда соқпақтардың (маршруттардың) төлқұжаттары қызмет көрсетілетін туристер топтарындағы адамдардың ең көп санына, аптасына немесе айына қызмет көрсетілетін экскурсиялық топтардың лимиттеріне (рекреациялық жүктеме), соқпақтар мен маршруттарды маусымдық пайдалануға, мысалы, балапандарды инкубациялау кезінде құстарды тыныштандыру мақсатында шектеулер қарастырады.

Қарастырылып отырған ережелер бір жеке ЕҚТА ішінде туристік соқпақтар мен маршруттарды құру және жайластыру мәселелерін реттеуге бағытталған. Олар туристер ағындарын кеңірек негізде қайта бөлуді қамтамасыз ету жөніндегі міндеттерді шешуге мүмкіндік бермейді, мысалы, қолданыстағы қажеттіліктер мен туристердің нақты ағындары қолданыстағы жолдар мен маршруттар үшін белгіленген рекреациялық жүктеме нормаларынан асып кеткен жағдайда. Іс жүзінде бұл ЕҚТА аумағында қосымша маршруттар мен соқпақтарды жобалау және жайластыру, баламалы туристік өнімдерді, оның ішінде жақын маңдағы елді мекендерге, басқа ЕҚТА аумақтарына барумен байланысты өнімдерді ұсыну арқылы шешілуі мүмкін. Бұл тұрғыда жекелеген ЕҚТА деңгейінде туристік соқпақтар мен маршруттарды жобалау, жайластыру, келісу және бекіту жөніндегі қолданыстағы формальды талаптар жүйесі қосымша маршруттар мен соқпақтардың дамуын қолдау, баламалы туристік өнімдерді қалыптастыру үшін мүмкіндіктер беретін Үкімет деңгейінде не

туризм тұрғысынан неғұрлым тартымды жекелеген өңірлер қабылдаған неғұрлым жалпы ережелермен толықтырылуға тиіс.

ЕҚТА туризмінің ұйымдық-қаржылық негіздері

ЕҚТА-ға туризмді дамыту үшін ұйымдастырушылық-қаржылық негіздер тұрғысынан негізгі болып туризм және рекреация мақсатында ЕҚТА-ны пайдаланғаны үшін, сондай-ақ туристерге көрсетілетін ақылы қызметтер үшін ақы анықтау және алу мәселелері табылады. МҰТП, МТР және МТҚ сияқты ЕҚТА-ны туристік мақсатта пайдаланғаны үшін 0,1 айлық есептік көрсеткіш мөлшерінде ақы алынады. Жергілікті парктер жағдайында төлемақының мөлшерін облыстардың (Алматы және Астана қалалары) жергілікті өкілді органдары белгілейді. Бұл төлемдердің барлығы республикалық деңгейдегі ЕҚТА бойынша республикалық бюджетке, ал жергілікті саябақтар бойынша тиісті жергілікті бюджеттерге жұмсалады. Олар заңнамада белгіленген тәртіппен аудару арқылы не қолма-қол есеп айырысу үшін төленеді, бақылау-өткізу пункттерінде не өзге де арнайы жабдықталған орындарда Орнатылатын кассалық аппараттар арқылы ақшаны кіріске алу жолымен жүзеге асырылады.

Жеке және заңды тұлғаларға олар жүзеге асыратын туристік қызмет шеңберінде көрсетілетін ақылы қызметтерді көрсетуден түскен қаражат ЕҚТА-ның өз бетінше билік етуіне түсуі мүмкін. Ол үшін заңды тұлғалар болып табылатын ЕҚТА туристерге ақылы қызмет көрсетуден түсетін қаражат түсетін арнайы шоттар аша алады. Олардың көпшілігі үшін мұндай шот орман және аңшылық шаруашылығы комитетінің рұқсатымен ашылуы мүмкін, іс жүзінде бұл мәселе ақылы қызмет көрсетуден жоспарланған кіріс деңгейіне байланысты шешіледі.

ЕҚТА қызметтерін айқындау мен ақы алудың жалпы тәртібі Үкіметтің 2000 жылғы 10 мамырдағы № 693 және 2002 жылғы 21 тамыздағы № 933 қаулыларымен регламенттеледі. ЕҚТА ұсынатын және экотуризмге жататын қызметтердің қатарына мыналар жатады:

- экскурсияларды ұйымдастыру және өткізу;
- туристердің табиғат мұражайлары мен тірі бұрыштарына баруы;
- туристік соқпақтарды, бақылау алаңдарын, бивачные алаңдарын ұсыну;
- жолсеріктердің, экскурсоводтардың, гидтердің және аудармашылардың қызметтері;
- табиғи қорық қорының, табиғи және мәдени мұра объектілеріне барған және зерделеген кезде кино, бейне және фототүсірілім жүргізу;
- шатырлы лагерьлер тұрақтарын, туристердің турбазалар мен қонақ үйлерде тұруын ұйымдастыру;
- туристердің стационарлық демалыс орындарына іргелес жатқан рекреациялық аймақтарды санитарлық тазалау және абаттандыру;
- азық-түлік өнімдерін өндіру және сату, туристер үшін қоғамдық тамақтану пункттерін ұйымдастыру;
- туристерге көлік қызметтерін ұсыну;
- туристерге халықтық қолөнер бұйымдарын өндіру және сату.

ЕҚТА туристерге ақылы қызмет көрсетуден түскен қаражат осы аумақтарды сақтау және дамыту жөніндегі келесі іс шараларға бекітілген сметаларға сәйкес пайдаланылуы мүмкін:

- табиғи кешендерді сақтау және дамыту;
- жануарлар мен өсімдіктер әлемін қорғау;
- санитариялық кесуді және күтімді кесуді қоса алғанда, ормандарда қалпына келтіру

және қорғау іс-шараларын жүргізу;

- аумақтарды тазалау және абаттандыру;

-табиғи-қорық қоры объектілерін қорғауға, туристік, рекреациялық және шектеулі шаруашылық қызметке байланысты инфрақұрылымды дамыту;

- ЕҚТА-ның Табиғат қорғау қызметін қамтамасыз ету үшін штаттан тыс маусымдық қызметкерлердің, оның ішінде өрт сөндірушілердің, күзетшілердің, күтіп-баптау және санитариялық кесуді, орман-мәдени жұмыстарды жүзеге асыру жөніндегі қызметкерлердің, сондай-ақ шектеулі шаруашылық қызметті жүзеге асыратын қызметкерлердің қызметтеріне ақы төлеу;

-байланыс құралдарын, көлік пен жабдықтарды, өртке қарсы, орман қорғау және орман-мәдени мақсаттағы тетіктер мен материалдарды, қалпына келтіру жұмыстары үшін тұқымдар мен отырғызу материалдарын, жанар-жағармай материалдарын, байланыс құралдарын, киім-кешектерді, қару-жарақ пен арнайы қорғау құралдарын сатып алу;

- табиғат қорғау қызметіне байланысты ғимараттарды, құрылыстарды және өзге де объектілерді салу, реконструкциялау және жөндеу;

- ЕҚТА саласында ғылыми зерттеулер жүргізу;

- табиғат мұражайлары мен көрмелерін ұйымдастыру және мазмұны;

- рекреациялық аймақтарды дамыту және абаттандыру;

- жарнамалық қызметті жетілдіру;

- экологиялық насихат;

- жағымсыз экологиялық зардаптардың алдын алу және жою.

ЕҚТА туризмін ұйымдастыратын субъектілерге қойылатын талаптар

Қазақстандық заңнама ЕҚТА-ға туризмді ұйымдастыратын субъектілерге жеткілікті шектеулі талаптарды белгілейді, бұл ретте олар тек МҰТП-ға қатысты тікелей жазылады, ал анықтамалық норма ретінде МТР және МӨТП-ге да қолданылады. ЕҚТА-ның осы түрлерінде туризмді ұйымдастыру жөніндегі қызметті ЕҚТА-ның өзі де, мамандандырылған туроператор-ұйымдар да тікелей жүзеге асыра алады. Туризмді ЕҚТА-ның өздері тікелей ұйымдастырған жағдайда, мұны, әдетте, экологиялық білім және туризм бөлімдері жүзеге асырады. Үшінші тарап ұйымдарының туризм және спорт министрлігінің туризм индустриясы комитеті беретін туроператорлық қызметті жүзеге асыруға лицензиясы болуы керек.

Лицензиялау тәртібі мен туроператорларға қойылатын біліктілік талаптары Лицензиялау туралы Заңда және Үкіметтің 2007 жылғы 11 маусымдағы № 481 қаулысында белгіленеді. Жалпы біліктілік талаптары туроператордың болуын көздейді:

- құрылтай құжаттарында туристік қызметті жүзеге асыруға нұсқау-заңды тұлғалар үшін;

- кеңсеге арналған жеке немесе жалға алынған үй-жай;

-туристік білімі бар қызметкерлер, оның ішінде туризм нұсқаушысының қызметтерін көрсетуге лицензиясы бар гидтер (гид-аудармашылар), экскурсоводтар, туризм нұсқаушылары;

- Үкімет бекіткен үлгілік шартқа сәйкес әзірленген туристік қызмет көрсетуге арналған шарт;

- туроператорлық қызмет үшін-туристік өнімге кіретін жекелеген туристік қызметтерді ұсынатын тұлғалармен жеке немесе жалға алынған материалдық базаны және

(немесе) шарттарды;

- туристік маршруттар мен соқпақтар тізілімі;
- туристерге қызмет көрсету бағдарламалары;
- туристік жолдамалар мен туристердің жадынамалары.

Жалпы, лицензиялау мақсаттары үшін жоғарыда аталған біліктілік талаптары жеткілікті формальды сипатқа ие және тuroператор қызметі мен ол жүзеге асыратын турлардың ЕҚТА-ға экотуризм немесе тұрақты туризм қағидаттарына сәйкестігін белгілеуге мүмкіндік беретін қандай да бір арнайы ережелерді қамтымайды. Шын мәнінде, тuroператорлардың қызметін лицензиялау процедурасы бұл мәселені шешуге мүмкіндік бермейді деп айтуға болады. Осыған байланысты экотуризм мен тұрақты туризмді ілгерілетудің қазіргі заманғы халықаралық тәжірибесі негізінен ЕҚТА туризмін ұйымдастыратын субъектілер ерікті түрде декларациялайтын және орындайтын стандарттар жүйесі арқылы құрылатынын атап өткен жөн. Мұнда ерікті кодекстерге және экотуризм мен тұрақты туризмді ерікті сертификаттауға негізделген схемаларды бөліп көрсетуге болады. Осындай ерікті бастамалар шеңберінде бастапқы кезеңде ЕҚТА-ға экотуризм немесе тұрақты туризм бойынша белгілі бір критерийлер мен ерікті стандарттар жүйесі белгіленеді. Өзіне ерікті түрде қабылданатын стандарттарға сәйкестік мүдделі тұлғалардың өтініш беруі және олар бойынша тәуелсіз бағалаушылардың сәйкестікке тексеру жүргізуі арқылы, көбінесе берілген құжаттарды зерделеу және бағалаушының орнына барып тексеру негізінде белгіленеді. Ерікті кодекстер тиісті серіктестіктің немесе экотуризмді дамыту желісінің мүшесі болу үшін декларацияланатын ерікті стандарттарға сәйкестігін тексереді. Мысал ретінде қорғалатын табиғи аумақтардағы тұрақты туризмнің Еуропалық хартиясын көрсетуге болады. Өз қызметінде осы Декларацияның принциптері мен міндеттерін ұстанатын ұйымдар мүшелік желіге біріктірілген.

Ерікті сертификаттау ЕҚТА-да экотуризмді немесе тұрақты туризмді ұйымдастыратын субъектілердің, сондай-ақ олар насихаттайтын турлардың, туристерді орналастыруға және баруға арналған орындардың, мысалы, қонақ үйлердің, экологиялық жолдар мен маршруттардың, табиғат мұражайларының және т. б. сәйкестігін тексеруге мүмкіндік береді. 3-кестеде Австралия мен Америка Құрама Штаттарында дамыған туризм бойынша Эко-сертификаттау бағдарламалары туралы қысқаша ақпарат берілген.

Кесте 3- ЕҚТА-да экотуризм және тұрақты туризм бойынша ерікті схемалар

Негізі	Халықаралық тәжірибеден мысал	Реттеу құралы	Сәйкестік мониторингі
1	2	3	4
Ерікті мінез-құлық кодексі	ЕҚТА - дағы тұрақты туризмнің еуропалық хартиясының желісін EUROPARC Федерациясы үйлестіреді.	Еуропаның қорғалатын табиғи аумақтарының Хартияға сәйкестігі жөніндегі қызметі.	Бағалаушының орнына барып өтінішті қарау, бағалау комиссиясының нәтижелерін бекіту, әр 5 жыл сайын қайта тексеру.

3-Кестенің жалғасы

1	2	3	4
Ерікті сертификаттау	Иске асырылатын экосертификация бағдарламасы "Ecotourism Australia" Қауымдастығы.	Турларды, туристерді орналастыру және бару орындарын 3 деңгей бойынша сертификаттау: табиғи туризм; экотуризм; озық экотуризм.	Тәуелсіз бағалаушының өтінішін зерделеу негізінде сертификаттар беру, сертификатты кейіннен сол жерге барып тексеру арқылы растау.
	"National sanitation Foundation" ұйымы жүзеге асыратын тuroпeрaтopлapды экoсepтификациялау бағдарламасы, АҚШ.	Туроператорларды 5 деңгей бойынша Эко – сертификаттау – бірден бес жұлдызға дейін.	Бағалау комиссиясы берген өтінішті зерделеу негізінде сертификаттар беру, ең жоғары үш деңгей бойынша (3-5 жұлдыз) – құжаттарды сол жерге барып қарау үшін тәуелсіз аудиторды тарту.

ЕҚТА туралы қазақстандық заңнамада қолданылатын экотуризм және реттелетін туризм жөніндегі ережелерді ескере отырып, Қазақстанда сәйкестікті реттеу мен бағалаудың Ұлттық Ерікті схемаларын дамыту, сондай-ақ қазақстандық тuroпeрaтopлapды жоғарыда 3-кестеде көрсетілгендей туризм бойынша халықаралық сертификаттау бағдарламаларын пайдалануға ынталандыру маңызды болып көрінеді. Бұл ЕҚТА-ға туризмді ұйымдастыратын ЕҚТА мен тuroпeрaтopлapдың қызметіне экотуризм бойынша ерікті стандарттар жүйесін енгізуге мүмкіндік береді. Атап айтқанда, тuroпeрaтopлapда тиісті ұлттық не халықаралық сертификаттардың болуы оларға ЕҚТА-ға турларды жүзеге асыру үшін қол жеткізуді не басым қол жеткізуді беру үшін қосымша критерий ретінде қызмет ете алады.

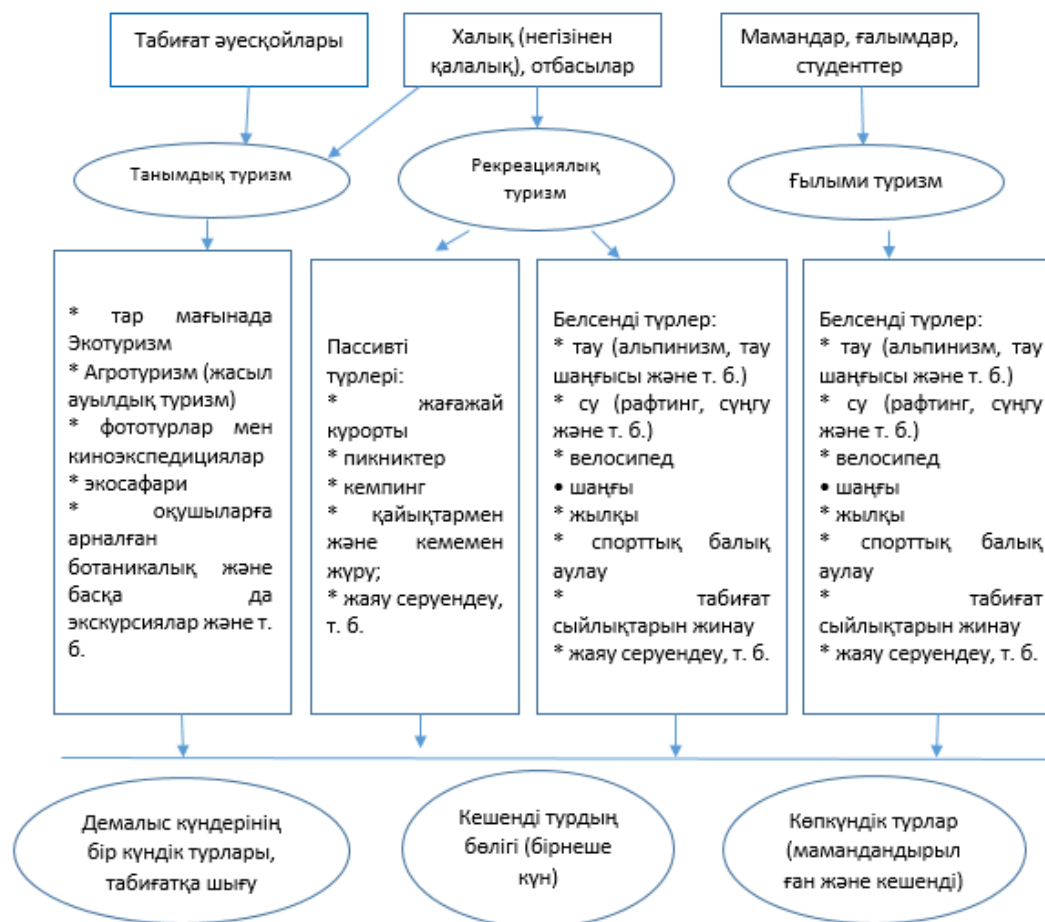
ЕҚТА туризмінің мүмкін түрлері

ЕҚТА турларын ұйымдастыру тұрғысынан экотуризмді тар және кең мағынада ажырату маңызды. Тар мағынада экологиялық туризм-бұл тек экологтар мен шынайы табиғат әуесқойларына бағытталған турлар, соның ішінде мамандандырылған ғылыми экспедициялар мен құстарды бақылайтын әуесқойларға арналған турлар (бердвотчинг), эндемикалық фауна түрлері және басқа да жабайы табиғат нысандары. Бұл туристердің көпшілігі бастапқыда экотуризм принциптерін біледі, оларды ұстануға міндеттенеді және бүкіл әлем бойынша табиғаттың таза бұрыштарына баруға мүдделі және көбінесе тұру және тасымалдау жағдайларына қарамастан. Осыған байланысты олар экотуризм принциптерін насихаттайтын мамандандырылған экотурлар мен тuroпeрaтopлapға бағытталған. Туристердің бұл санаты әлі де аз, бірақ турларға қатысушылар тарапынан табиғатқа экспоненциалды және жауапты қатынасты қалыптастыру тұрғысынан ерекше мәнге ие, яғни. елдегі экотуризмге "трендтер" ретінде. Бұл тұрғыда Қазақстан Халықаралық туризм

тұрғысынан да, онымен байланысты елеулі көлік шығындарына қарамастан, бірақ елде экологиялық бағдарланған туристік өнімдер болған жағдайда да айтарлықтай қызығушылық тудырады. Соңғысы келуге арналған орындардың, яғни бірегей табиғи объектілер мен ЕҚТА-ның болуын ғана емес, сонымен қатар туроператорлар тарапынан, оның ішінде халықаралық немесе ұлттық экотуризм сертификатынан өткен қызметтердің тиісті пакеттерін ұсынуды және қамтамасыз етуді де білдіреді.

Кең мағынада экотуризм бағыты туристік қызметтің жеткілікті үлкен спектрін қамтуы мүмкін-ұзақ мерзімді ғылыми экспедициялардан бастап демалыс күндері қала тұрғындарының табиғатта қысқа мерзімді демалысына дейін. Бұл жағдайда біз қазірдің өзінде экотуризмнің тәуелсіз түрлерімен емес, экотуризм принциптері негізінде ұйымдастырылған табиғи туризмнің түрлерімен (ғылыми, танымдық, шытырман оқиғалы, спорттық, ауылдық және т.б.) айналысамыз. Мұндай экотурлар үшін туризмді халықаралық және Ұлттық экосертификациялау жүйесі де қолданылуы мүмкін. Атап айтқанда, бұл үшін австралиялық табиғи туризм сертификатына ұқсас сертификаттар қолданылуы мүмкін, олар біртіндеп жоғары деңгейлі сертификаттарға ауысады.

ЕҚТА-ға баратын тиісті турларға бағытталған адамдардың санаттары олардың мақсатты бағытына байланысты айтарлықтай ерекшеленеді, мысалы, ғылыми, оқу-танымдық немесе рекреациялық. Ғылыми экотуризм (ғалымдардың экспедициялары, студенттердің далалық тәжірибелері және табиғатқа ғылыми мақсаттармен басқа да сапарлар) әрдайым туроператорлардың немесе турагенттердің қызметтерін пайдаланбайтын және қажет ететін мамандардың аз тобын қамтиды. Бұл жағдайда табиғатқа шығу көбінесе ғылыми ұйымдардың, жоғары және орта арнаулы оқу орындарының, мемлекеттік ұйымдардың тікелей қатысуымен, оның ішінде ЕҚТА әкімшіліктерімен уағдаластықтар негізінде ұйымдастырылады. Оқу-танымдық туризм (бердвотчинг, мектеп экскурсиялары, бейне және фотография мақсатында саяхаттар және т.б.) қазіргі уақытта табиғат әуесқойларының, далада табиғатты зерттейтін мектеп оқушыларының өте тар шеңберімен жүзеге асырылады, бірақ қазіргі урбанизация жағдайында даму үшін айтарлықтай әлеуетке ие. Ол туристік ұйымдар мен кәсіби экскурсоводтардың қызметтерін тарта отырып жүзеге асырылуы мүмкін, сондай-ақ ЕҚТА мен оқу орындары арасындағы тікелей шарттар негізінде ұйымдастырылуы мүмкін. Рекреациялық экотуризм табиғатта демалуды қамтиды және туристердің кең ауқымын қамтуы мүмкін табиғи туризмнің ең көп таралған түрі болып табылады. Оның нақты мысалдары ретінде альпинизм, су саяхаты, лагерьлерде демалу, пикниктер келтіруге болады. Рекреациялық туризм Туристік ұйымдардың немесе ЕҚТА қызметтерін тарта отырып, сондай-ақ туристердің табиғатқа дербес шығуы нысанында жүзеге асырылуы мүмкін. Әрі қарай, 1-суретте турлардың субъектілері мен түрлері бойынша табиғи туризмнің бағыттары мен түрлері схемалық түрде бейнеленген.



Сурет 1- Табиғи туризмнің субъектілері, бағыттары мен түрлері

Туризмнің табиғи ортаға және оның компоненттеріне теріс әсерін бағалау және азайту

ЕҚТА-дағы жаппай басқарылмайтын туризм қоршаған орта компоненттеріне жойқын әсер етеді және табиғи кешендердің деградациясына әкеліп соғады, бұл оларды уақыт өте келе туризм мен рекреация мақсатында жарамсыз етеді. Қазақстанда туризмнің табиғи ортаға әсер ету ауқымы барған сайын кеңейіп келеді, өйткені халықтың әл-ауқаты мен техникалық мүмкіндіктерінің өсуі еліміздің шалғай және қол жеткізу қиын аудандарын игеру бойынша үлкен мүмкіндіктер ашады. Жер үсті және су туризмінің "моторизациясы" ландшафттардың ластануы мен эстетикалық тартымдылығын төмендетуде үлкен рөл атқарды. Туристік инфрақұрылымның келбеті мен ауқымы өзгерді. Егер бұрын ормандарда, жағалауларда және тауларда шағын маусымдық баспаналар мен баспаналар құрылса, енді олар жыл бойы жұмыс істейтін қонақ үй кешендері мен демалыс базаларына жол береді. 4-5 жұлдызды жайлы қонақ үйлері бар қысқы курорттар мен тау шаңғысы базаларының желісі кеңеюде, олардың құрылысы тау беткейлерін бұзумен, жаңа жолдарды, жоғары вольтты желілерді, вагон көтергіштерін, паркингтерді кеңейтумен және төсеумен қатар жүреді. Көл ландшафттарын игеру көбінесе сорғылары мен антисептиктері бар кәріз құдықтарын салудан емес, бұталарды кесуден, моншалар мен бассейндер, айлақтар, гараждар мен қайық үйлерін салудан басталады. Туристік базалардың төгінділерімен (кәріз ағындары, жуу және құрамында хлор бар құралдар) кешенде бұл жағалау суларында тұратын барлық адамдар үшін өлім қаупін және демалушылар үшін эпидемиологиялық қауіпті объектіні тудырады. Туристердің моторлы қайықтар, гидроциклдер, қайықтар және скутерлер сияқты су көліктерінің түрлерін белсенді пайдалануына байланысты су экожүйелеріне әсері артып келеді. Олардың қозғалтқыштары бензин мен майдың қоспасында жұмыс істейді, олардың шығарындылары суда винтпен араласып, оттегісіз май-эмульсия қоспасын жасайды.

2004 жылы Шығыс Қазақстан облысының 23 су айдынына жүргізілген зерттеу көлдердің ешқайсысын Облыстың рекреациялық және туристік объектілерінің тізіміне енгізу үшін ұсынуға болмайтынын көрсетті. Бұл көлдерге арналған алқа құмды алқалар, тоғайлар мен су басқан шалғындар емес, Құрылыс және тұрмыстық қоқыстардың шексіз полигондары, қоралар, казармалар мен қирандылар болды. Сурет азық-түлік қалдықтары мен су қоймаларында жайылып жүрген малды, көлік жууды және от шұңқырларын жандандырады.

Ұйымдастырылмаған туризм мүмкіндіктерінің кеңеюіне, қала және ауыл тұрғындарының жеке көлікпен табиғатқа шығуына, оның ішінде қазақстандықтар арасында сәнді жол талғамайтын көліктер мен квадроциклдерге байланысты жағымсыз әсерлер артып келеді. Бұл табиғи аумақтарға, соның ішінде табиғаттың алыс бұрыштарына туристер ағынының едәуір кеңеюіне, олар қалдырған тұрмыстық қоқыстардың көлемінің ұлғаюына, барлық жерде ұйымдастырылмаған автотұрақтарға, су айдындарында автомобильдерді жууға әкеледі. Туризм мен рекреация нәтижесінде шамадан тыс антропогендік әсерге ұшыраған табиғи объектілердің мысалдары ретінде Щучье-Бурабай курорттық аймағын, Түрген шатқалын, Шарын каньонын келтіруге болады.

Экотуризмнің дамуы туризмнің қоршаған ортаға теріс әсерін бағалау қажеттілігін болжайды. Бұл тапсырманы орындау үшін әртүрлі құралдар мен әдістерді қолдануға болады. Атап айтқанда, табиғи кешендердің рекреациялық туризмнің әсеріне реакциясын табиғи ландшафттардың деградация дәрежесі бойынша бақылауға болады. Орталық Алтай үшін 2002 жылы 6 балдық дигрессия шкаласы ұсынылды, содан кейін жеңілдетілді, мұнда 0-кезең ретінде бұзылмаған анықтамалық бөлім қабылданды. Экологиялық соқпаққа қолданғанда деградация кезеңдері келесі құбылыстармен сипатталады:

– 1 кезең-соқпақ өсімдік жамылғысына байланысты іс жүзінде көрінбейді, жер үсті жамылғысы тірі, орман қоқысы және түр құрамы бұзылмаған, тән шөпті түрлердің толық жиынтығы, мол жасөспірім;

- 5 кезең-өсімдік жамылғысы жоқ тапталған жол, Жер бетінде өсіп кеткен тастар мен тамырлар, діндері зақымдалған және төменгі бұтақтары сынған ағаштар, өскіндер жоқ, автотұрақтарда - мүлдем нокаутқа ұшыраған жерлер.

Туризмнің теріс әсерін бағалаудың бұл тәсілі жекелеген туристік соқпақтар мен маршруттар бойынша рекреациялық жүктемелерді анықтауға және қажет болған жағдайда туристер ағынын басқа соқпақтар мен маршруттарға бағыттауға жақсы негіз бола алады.

Осы тәсілге сәйкес әсерлерді бағалау ЕҚТА немесе өзге де құзыретті табиғат қорғау ұйымдарының жауапты қызметкерлерінің туристік соқпақтар мен маршруттардың жай-күйіне мерзімді тексеру жүргізу арқылы жүзеге асырылуы мүмкін. Сонымен қатар, олар белгілі бір соқпақ немесе маршрут үшін белгіленген рекреациялық жүктеменің сақталуын бақылауды жүзеге асыруы керек.

Қоршаған ортаға және оның жекелеген компоненттеріне жағымсыз әсерлерді реттеудің тағы бір маңызды тәсілі оларды туристік саламен байланысты жекелеген қызмет түрлері бойынша бағалау болып табылады.

Кесте 4- Туризмнің әсер ету факторлары және мүмкін салдары

Қызмет түрлері	Әсер ету факторлары	Ықтимал салдары	Төмендету және алдын алу шаралары
1	2	3	4
<p>Туризм инфрақұрылымын салу және жайластыру:</p> <ul style="list-style-type: none"> - турбаз; - қоғамдық тамақтану пункттері; - туристерге қызмет көрсету бойынша өзге де объектілер; - жолдар; - байланыс. 	<ul style="list-style-type: none"> - табиғи кешеннің бір бөлігін, флора мен фаунаның өсетін жерлерін тікелей жою; - ландшафтты өзгерту; - топырақтың деградациясы; - туристер, автокөліктер ағынын ұлғайту; - құрылыс барысында ластану және алаңдаушылық. 	<ul style="list-style-type: none"> - табиғи туризм объектісі ретінде аумақты урбанизациялау және тартымдылығын жоғалту; - табиғи кешеннің бөлшектенуі; - іргелес табиғи учаскелердің деградациясы. 	<ul style="list-style-type: none"> - ҚОӘБ және табиғи аумақтардағы туристік инфрақұрылымның жобаланатын объектілеріне мемлекеттік экологиялық сараптама; - қолданыстағы елді мекендерде және табиғи кешендерден барынша қашықтықта объектілерді орналастыруды жобалау; - ЕҚТА-да туристердің шағын топтары үшін күрделі емес үлгідегі туристік инфрақұрылым объектілерін дамыту; - инфрақұрылымды салу кезінде экологиялық таза және ресурс үнемдейтін технологияларды пайдалану.
<p>Стационарлық көздермен ластану, соның ішінде:</p> <ul style="list-style-type: none"> - қазандықтар, - дизель генераторлары, - асханалар, - кәуаптар, - кір жуатын орындар, - моншалар, - туристерге коммуналдық-тұрмыстық қызмет көрсетудің өзге де объектілері. 	<ul style="list-style-type: none"> - атмосфераның, өсімдіктердің және топырақтың жану өнімдерімен ластануы; - су объектілері мен топырақтың беттік белсенді заттармен, токсиндермен, органикалық заттармен, антисептиктермен ластануы, су объектілерінің жылумен ластануы; - тұрмыстық қалдықтар көлемін ұлғайту және жердің ластануы; - Шу мен жарықтың ластануы; - жабайы жануарлардың тіршілік ету ортасы мен көбею орындарындағы мазасыздығы және басқа да зияны. 	<ul style="list-style-type: none"> - атмосфераның газдануы; - шаң; - табиғи аумақтарды қоқысқа тастау; - жағалау флорасына зиян келтіру; - эвтрофикациядан туындаған түрлердің қозғалысының өзгеруі; - су объектілерінің деградациясы-синантропты түрлерді, инфекцияларды тасымалдаушыларды тарту. 	<ul style="list-style-type: none"> - жаңартылатын энергия көздерін (күн, жел және т. б.), сондай-ақ жылумен жабдықтау үшін электр энергиясын пайдалану; - елді мекендерден туристік инфрақұрылым объектілеріне желілерді (жылу, электр, кәріз) жеткізу; - тұрмыстық қалдықтарды орталықтандырылған тұрақты шығару және кәдеге жарату; - био және құрғақ дәретханаларды орнату; - тиісті объектілердің энергия тиімділігін қамтамасыз етуге бағытталған іс-шараларды өткізу.

1	2	3	4
<p>Туристерді туризм объектілеріне тасымалдау</p>	<p>– жану өнімдерімен және маймен ластану; - раковиналар; - жолсыз жүру; - түнгі сапарлар; - Шу мен жарықтың ластануы; - қалдықтар көзі ретінде қызмет ететін туристердің үлкен көлемдегі өнімдері мен әртүрлі керек - жарақтарын тасымалдау; - бұл үшін жабдықталмаған орындардағы тұрақтар; - кемпингтер мен арнайы жабдықталған автотұрақтарды, тұрақты орналасу орындарын, қайықтар мен су көлігіне арналған тұрақтарды салу қажеттілігі</p>	<p>- автокөлік дөңгелектерінің, су көлігі бұрандаларының астындағы фаунаның жойылуы; - маршрутта және тұрақ орындарында доңғалақтардың астындағы топырақ пен өсімдік жамылғысының бұзылуы; - кемпингтер мен автотұрақтар, тұрақты орналасу, эллингтер мен су көлігі тұрақтарындағы табиғи кешендердің бір бөлігінің жоғалуы; - елді мекендерден шалғайдағы табиғи аумақтарды қоқысқа тастау; – жағалау сызығының деградациясы.</p>	<p>- Құнды табиғи кешендерден алыстағы автотұрақтарды, эллингтерді және су көлігі тұрақтарын жайластыру; - ЕҚТА-ға экологиялық таза көлікті пайдалану (ат, велосипед, электромобиль); - қоғамдық экологиялық таза көлікті пайдалануға ынталандыру; - жеке автокөлікпен жүруге маусымдық және уақытша тыйым салу; - су айдындарында жолсыз жүру, автомашиналарды жуу үшін бақылау және жауапкершілікке тарту; - қалдықтарды жинауды, әкетуді және кәдеге жаратуды ұйымдастыру.</p>
<p>Жабайы өсетін коллекциялар, гербарийлер өсімдіктер мен табиғаттың әртүрлі сыйлықтары.</p>	<p>- бивақтар мен лагерьлерді орналастыру сирек кездесетін және Құрып кету қаупі төнген түрлерді жинау; - жеке және кәсіптік мақсаттарда үлкен көлемді дайындау; - жергілікті жерлерде өнімді қайта өңдеу; – қазба жұмыстарын жүргізу.</p>	<p>- Өсімдіктерді жою және таптау; - биоәртүрліліктің төмендеуі; - топырақтың деградациясы және тұтастығының бұзылуы; - археологиялық және палеонтологиялық нысандардың жойылуы.</p>	<p>- жұмыстарды жүргізуге және олардың орындалу барысына құжаттаманы бақылау; - халықпен ақпараттық жұмыс; - ЕҚТА-ға бару қағидалары талаптарының сақталуын бақылау; - ЕҚТА-дан флора объектілерін әкетуді бақылау.</p>

1	2	3	4
<p>Табиғаттан "кәдесыйлар" сатып алу / алу.</p>	<p>Жануарлар денесінің бөліктерінен, тірі жануарлардан жасалған қауырсындарды, кәдесыйларды сатып алу.</p>	<p>- биоәртүрліліктің төмендеуі; - табиғи көрікті жерлердің бұзылуы; - браконьерлікті ынталандыру.</p>	<p>- халықпен және туристермен ақпараттық жұмыс; – жақын маңдағы елді мекендердің мектептерінде тақырыптық сабақтар өткізу.</p>
<p>Кемпингтер, пикниктер.</p>	<p>- лагерьлерді жайластыру; - Шу мен жарықтың ластануы; – өсімдіктерді таптау; - от жағу; - жер мен су объектілерін тұрмыстық заттармен ластау қалдықтармен; - жолсыз жүру; - көлікті осы үшін жабдықталған орындардан тыс орналастыру.</p>	<p>- эрозия және топырақтың тығыздалуы; - өсімдік жамылғысының бұзылуы; - орман өрттері; - табиғи аумақтарды қоқысқа тастау; - судың ластануы және эвтрофикация; - маршрутта және тұрақ орындарында доңғалақтардың астындағы топырақ пен өсімдік жамылғысының бұзылуы.</p>	<p>- кемпингтер мен пикниктерге арналған арнайы орындарды ұйымдастыру; - ЕҚТА-ға экологиялық таза көлікті пайдалану (ат, велосипед, электромобиль); - қоғамдық көлікті пайдалануға экономикалық ынталандыру; - жеке автокөлікпен жүруге маусымдық және уақытша тыйым салу; - су айдындарында жолсыз жүру, АВТО-шиналарды жуу үшін бақылау және жауапкершілікке тарту; – қалдықтарды жинау, шығару және кәдеге жарату.</p>
<p>Кең ауқымды акциялар өткізу (фестивальдар, регаттар, жүгірістер, слеттер және т.б.).</p>	<p>- Шу мен жарықтың ластануы; – өсімдіктерді таптау; - от жағу; - жер мен су объектілерінің тұрмыстық және өзге де қалдықтармен ластануы; - жолсыз жүру; - бұл үшін жабдықталған орындарды орналастыру.</p>	<p>- жануарлар әлемінің мазасыздығы; - эрозия және топырақтың тығыздалуы; - өсімдік жамылғысының бұзылуы; - орман өрттері; - табиғи аумақтарды қоқысқа тастау; - судың ластануы және эвтрофикация; - маршрутта және тұрақ орындарында доңғалақтардың астындағы топырақ пен өсімдік жамылғысының бұзылуы.</p>	<p>- іс-шараларды өткізу жоспары; - ұйымдастырушылармен және қатысушылармен ақпараттық жұмыс; - бүкіл маршрут бойынша және іс-шара бойы сүйемелдеу; - қоғамдық көлікті пайдалануға ынталандыру; - жеке автокөлікпен жүруге маусымдық және уақытша тыйым салу; - су айдындарында жолсыз жүру, автомашиналарды жуу үшін бақылау және жауапкершілікке тарту; – қалдықтарды жинау, шығару және кәдеге жарату.</p>

1	2	3	4
<p>Көтергіштер мен тау шаңғыларын төсеу Трассалар.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - физикалық қатысу; - Шу мен жарықтың ластануы; - өсімдік және топырақ жамылғысын алып тастау; - кедергілерді орнату; - ағаштарды кесу 	<ul style="list-style-type: none"> - түрлердің жаппай қозғалысы; - механикалық зақым; - эрозия және топырақтың тығыздалуы; - өсімдік жамылғысының бұзылуы; - таулардың бұрын зардап шекпеген учаскелеріне жаппай қол жеткізу 	<ul style="list-style-type: none"> - ҚОӘБ және жобаланатын тау шаңғысы трассаларының мемлекеттік экологиялық сараптамасы; - жылдың әртүрлі маусымдары үшін экологиялық сезімталдық деректерін ескере отырып жобалау; - беткейлерді бейіндеу бойынша жұмыстарды қауіпсіз жүргізуді қамтамасыз ету.
<p>Туристердің жаяу және серуендеулері.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - физикалық қатысу және шудың ластануы; - топырақ пен өсімдік жамылғысын таптау; - сирек кездесетін және жойылып бара жатқан түрлерді жинау және жою; - от жағу; - жер мен су объектілерінің тұрмыстық қалдықтармен ластануы. 	<ul style="list-style-type: none"> - өсімдік жамылғысының бұзылуы; - эрозия және топырақтың тығыздалуы; - жануарлардың мазасыздығы; - олардың мінез-құлқын өзгерту; - биоәртүрліліктің төмендеуі; - орман өрттері; - табиғи аумақтарды қоқысқа тастау. 	<ul style="list-style-type: none"> - арнайы соқпақтар мен маршруттарды жобалау және жайластыру, олар бойынша рекреациялық жүктеме нормаларын белгілеу; - ұйымдастырушылармен және туристермен ақпараттық жұмыс; - қоқысқа қатысты қатаң ережелер; - туристерді басқа маршруттар мен соқпақтарға бағыттау; - балама турларды ұсыну.

Осы нұсқаулық аясында туризммен байланысты барлық мүмкін қызмет түрлерін сипаттау мүмкін емес, сонымен қатар табиғи туризмнің ең зиянсыз танымдық түрлері шеңберіндегі іс-шаралар қоршаған ортаға белгілі бір әсер етуі мүмкін. Жоғарыда келтірілген 4-кестеде автор Қазақстандағы табиғи туризммен байланысты істердің қазіргі жай-күйі және қоршаған орта үшін олармен байланысты жағымсыз салдарлардың тәуекелдерін азайту қажеттілігі тұрғысынан неғұрлым маңызды болып ұсынылатын жекелеген қызмет түрлері ғана қарастырылады. Әрине, осы қызмет түрлері бойынша ұсынылған әсер ету факторлары мен ықтимал салдарлардың жалпы тізімі толық емес. Іс жүзінде оны ЕҚТА қызметкерлері, экологиялық сарапшылар, туристік және табиғатты қорғау ұйымдарының қызметкерлері аймақтың ерекшеліктеріне, жекелеген ЕҚТА-ға немесе нақты табиғи объектілерге байланысты туризмнің экологиялық әсерін бағалау мақсатында нақтылап, толықтыра алады.

Экотуризмнің өзіне тән ерекшелігі-оны дамыту шеңберінде туризмнің қоршаған ортаға теріс әсерін бақылау және басқару міндеті қойылады. Ол туризмді дамыту жөніндегі саясатты әзірлеуді, ЕҚТА-дағы туристік инфрақұрылым объектілерін жобалау мен дамытуды, туристік соқпақтар мен маршруттарды құруды, табиғи аумақтарға баратын турларды әзірлеуді, туристердің табиғатта болу кезеңінде олардың мінез-құлқы мен ағындарын реттеуді, т. б. қамтитын барлық деңгейлерде шешілуі тиіс. ұйымдардың кең

ауқымына бағдарланған. Бұл нұсқаулықта ЕҚТА деңгейіндегі жағымсыз экологиялық әсерлерді азайту және азайту шаралары толығырақ қарастырылған. Бұл деңгейде туризмді реттеу шектеулер мен тыйым салу шаралары арқылы да, халықты экологиялық ағарту және туристерді ақпараттандыру, ЕҚТА туризмін ұйымдастыратын субъектілерді реттеу, экономикалық ынталандыру шараларын қолдану арқылы да қатаң болуы мүмкін. Мемлекеттік табиғи-қорық қорын қорғау міндеттерін туризм мен рекреацияға жағдай жасаумен үйлестіруді қажет ететін мекемелер ретінде қорықтар мен ұлттық саябақтар үшін қатаң және жұмсақ реттеу әдістерінің үйлесімі жақсырақ екені анық.

Қатаң реттеу келесі шараларды қамтуы мүмкін:

- ЕҚТА-ға кіруге толық тыйым салу;
- аумақты функционалдық аймақтарға бөлу барысында анықталған ЕҚТА-ның белгілі бір аймақтары мен учаскелеріне кіруді шектеу (мысалы, табиғатты қорғау құндылығы жоғары саябақтың қорық ядросына кіруге тыйым салу);
- туристік соқпақтар мен маршруттар бойынша рұқсат етілген рекреациялық жүктемелерді белгілеу;
- ЕҚТА-ға жіберілетін туристер топтарының мөлшерін шектеу;
- болу уақытын шектеу, мысалы, ұя салу кезеңінде құстардың мекендейтін жерлеріне кіруге тыйым салу;
- барлық автотұрақтар толған кезде аумаққа кіруге тыйым салу, бір жерде тұрақ уақытын шектеу (транзиттік маршруттар үшін);
- белгілі бір қызмет түрлеріне, атап айтқанда, от жағуға, балық аулауға, аң аулауға, жабайы өсімдіктерді жинауға және т. б. тыйым салулар мен шектеулер.;
- белгілі бір техникалық құралдарды, жеке автокөлікті пайдалануға тыйым салу және шектеулер;
- автокөліктің аумаққа кіруін шектеу үшін жолдарды бөгеуді қоса алғанда, физикалық кедергілер салу, соқпақтар бойында кедергілер орнату.

Жұмсақ реттеу келесі әрекеттерді қамтуы мүмкін:

- аумақты абаттандыру (топырақ эрозиясын азайту үшін жолдарды төсеу, палубалар мен көпірлерді төсеу, тұрақтарды, дәретханаларды, қоқыс жинағыштарды жайластыру);
- ЕҚТА қызметкерлеріне, туроператорларға, жолсеріктерге, туристік қызметті ұйымдастыратын гидтерге және олар жүзеге асыратын турларға қойылатын талаптар жүйесін енгізу;
- жергілікті тұрғындармен және туристермен ақпараттық жұмыс, оның ішінде қажетті ақпараттық материалдарды әзірлеу және нұсқама жүргізу арқылы;
- туристік соқпақтар мен маршруттарды ақпараттық жайластыру;
- тиісті экономикалық құралдарды әзірлеу және енгізу, мысалы, келушілердің әртүрлі санаттары үшін (балалар, студенттер), маусымдар бойынша, ұйымдастырылған және ұйымдастырылмаған туризм бойынша және т.б. бір қызметке сараланған тарифтер, мысалы, ұйымдастырылмаған туризмді бақылауды күшейту мақсатында ұлттық және аймақтық саябақтар мінез-құлық ережелерімен арнайы кіру билеттерін шығара алады ЕҚТА-да және оларды сапардың соңына дейін сақтауды талап етеді. Егер ЕҚТА-дан шығу/шығу кезінде билет ұсынылмаса (бұл ұйымдастырылмаған туристер жағдайында болады), келу үшін "қайта" ақы алыңыз.

Жергілікті қауымдастықтарға негізделген экотуризмді ұйымдастыру

Қазақстанда ауылдық қоғамдастықтарға негізделген экотуризм тарихы негізінен қазақстандық үкіметтік емес ұйымдар (ҮЕҰ) ынтымақтастықта іске асырған халықаралық донорлық ұйымдардың бастамаларының арқасында 2000-шы жылдардан бастау алады.

2003 жылғы наурызда Қазақстандағы Еуразия – Орталық Азия қоры (ЕОАҚ), VSO (volunteer Service Overseas, – халықаралық волонтерлік қызмет), Алматы қаласындағы ЕҚЫҰ орталығы, Қазақстандағы Shell компаниялар тобы және Фридрих Эберт қоры арасындағы әріптестік арқылы Қазақстандағы алғашқы туристік бастама қаржыландырылды, оның мақсаты экотуризмді дамыту болды "шалғайдағы ауылдық қауымдастықтарда табыс табу, қоршаған ортаны сақтау және экологиялық білім беруді ілгерілету тәсілі ретінде". Бастама алыс қауымдастықтардың табыс табуы тұрғысынан экотуризмнің мүмкіндіктерін қарастырды.

2003 жылдан бастап ОАЕК, Жаһандық Экологиялық Қордың шағын гранттар бағдарламасы (ЖЭҚ ШГБ), Алматы қаласындағы ЕҚЫҰ Орталығы (қазіргі уақытта Астана қаласындағы ЕҚЫҰ орталығы болып өзгертілді), Қазақстандағы Shell компаниялар тобы, Қазақстандағы VSO, Exxon Mobil, ABN AMRO Қазақстан Банкі (қазіргі уақытта RBS (Қазақстан)), USAID, Еуропалық Одақ шалғай өңірлерге капитал түсімін ұйымдастыру, кедейлік проблемаларын шешу және қоршаған ортаны қорғау міндеттеріне жәрдемдесу мақсатында экотуризмді дамыту жөніндегі пилоттық жобаларды қаржыландырады.

Қазіргі уақытта Қазақстанда Ақмола, Алматы, Шығыс Қазақстан, Жамбыл, Солтүстік Қазақстан және Оңтүстік Қазақстан облыстарында 10-нан астам экосайт жұмыс істейді. Экосайт- бұл ЕОАҚ ұсынған термин және ауылдық қауымдастықтарға негізделген экотуризм дамитын және жобалар жүзеге асырылатын орынды білдіреді. Бұл эко-сайттардың көпшілігі ЕҚТА-да және оларға іргелес аумақтарда орналасқан. ЕҚТА - дан мыналарды атап өтуге болады: Ақсу-Жабағылы МТҚ, Алматы МТҚ, Қорғалжын МТҚ, Батыс Алтай МТҚ, "Көлсай көлдері" МҰТП, Катонқарағай МҰТП, Көкшетау МҰТП, Сайрам - Өгем МҰТП және т. б.



Сурет 2- ситуациялық жоспар-экосайттардың орналасу схемасы

Қазақстанда экотуризмді дамыту бойынша түрлі донорлардың бағдарламалық

бастамалары шеңберінде іске асырылған жобалар, жоғарыда айтылғандай, пилоттық болып табылды. Сонымен қатар, іске асырудың қысқа мерзімдеріне (орта есеппен 2-3 жыл) қарамастан, қазірдің өзінде нақты нәтижелер мен жетістіктер туралы айтуға болады, тіпті болашаққа болжам жасауға болады.

2005 жылдың көктеміне қарай бұл жобалар 1500-ден астам туристерді тартты, бұл алдыңғы нәтижелерден едәуір асып түсті. Жобалар 30 000 доллардан астам табыс әкелді, оның 80-85% жергілікті экотуризм провайдерлері тапқан. Ал 2009 жылы тек "Саты" экосайтында жергілікті халық 1000 - нан астам экотуристі қабылдады және шамамен 30 000 АҚШ долларын алды.

2004 жылы Алматы қаласында экотуризмнің ақпараттық - ресурстық орталығы ашылды және қазіргі уақытқа дейін жұмыс істейді (ЭАРО, қазақстандық туристік ұйымның жобасы (ҚТҰ), Еуразия – Орталық Азия Қоры қолдаған), ол экосайттардағы қонақ үйлердің жұмысына жәрдемдеседі. Бұл үйлер әртүрлі көздерден персоналды оқыту, интерьерді жақсарту және санитарлық-техникалық жағдай гранттары және т. б. түрінде көмек алды. үй иелері қонақтарға экотуризмді халықаралық түсінуге жақын бағдарлама ұсына алады. ЭАРО / ҚТҰ қонақ үйлерге арналған стандарттар әзірленді.

Рекреациялық жүктемені оңтайландыру және келушілер ағынын реттеу бойынша ұсыныстар

Катонқарағай МҰТП:

1. Маршруттарды, соқпақтарды, туристік көрікті жерлерді, инфрақұрылымдық объектілерді және т.б. көрсете отырып, саябақ аумағының егжей-тегжейлі және масштабталған картосхемасын, сондай-ақ серіктестер туралы ақпаратты (қонақ үйлер, пантотерапевттер, омарталар, қолөнершілер және т. б.) орналастыра отырып, кіру тобын орнату.

2. Қолданыстағы стандарттарға сәйкес Қонақ үйлерді жайластыру (ҚР СТ 2851-2016. Туристік-экскурсиялық қызмет көрсету. Қонақ үйлер. Жалпы талаптар). Баспаналар мен іргелес учаскелерді санитарлық тазалау.

3. Маршруттар мен соқпақтарды инфрақұрылымдық жарактандыру (көрсеткіштерді орнату, таңбалау, жырту, бивуактар мен қысқа мерзімді демалыс орындарын жабдықтау, аншлағтарды, биотуалеттерді, қоқысты бөлек жинауға арналған сыйымдылықтарды, бөлек қоқыс бақтарын, ақпараттық қалқандарды және т.б. орнату/жаңарту). Көрсеткіштер маршруттың басталу және аяқталу нүктелерінен қашықтық туралы ақпаратты және "орташа" туристің осы қашықтықты жүріп өтуі үшін қанша уақыт кететінін көрсетуі керек.

4. Ұлттық парктің ең көп баратын маршруттарында (танымал орындарында) этноэкспозициялар (этно-киіз үйлер), кәдесыйлар, жергілікті халықтың бірегей өнімдерін сататын дүкендер ұйымдастыру.

5. Ұлттық парктің туристік әлеуеті, "Катонқарағай" БР туралы бейнеролик түсіру және оны телеарналар мен әлеуметтік желілерде ілгерілету.

6. 3D турмаршруттарды құру.

7. Филиалдарда, орманшылықтарда және ұлттық саябақтың серіктестерінде ақпараттық қалқандардың дизайнын әзірлеу және орнату.

8. Заманауи беседкалар/жазғы шатырлардың маршруттары мен соқпақтары бойындағы демалыс орындарындағы жабдықтар.

9. Саябақ аумағындағы туристік топтарға Көліктік қызмет көрсету үшін жоғары өтімді

автомобильдер паркін жаңарту.

10. Туристік топтармен жұмыс істеу ережелері, этика және этикет, туристік құралдармен, жабдықтармен және жабдықтармен жұмыс, маршруттағы қауіпсіздік ережелері және т. б. бойынша туристермен бірге жүретін инспекторлардың курстық дайындығын ұйымдастыру.

11. Қонақ үй иелеріне арналған курстар (жабдықтар, қызметтер, баға белгілеу, әртүрлі елдерден келген қонақтардың менталитетін есепке алу, тамақ дайындау, анимациялық бағдарламаларды әзірлеу, қолөнер және кәдесыйлар жасау және т.б.).

12. ГАЖ форматында МҰТП тақырыптық карталар сериясын (туристік қызығушылық объектілері, флора, фауна, ландшафттар көрсетілген туристік маршруттар мен соқпақтар), сондай-ақ жол учаскелері, маршруттардың ерекшеліктері мен көрікті жерлері сипатталған маршруттық (дәліздік) карталарды жасау.

13. Көлдер суының сапасын талдау бойынша гидрохимиялық жұмыстарды жүргізу (батпақтану процесі байқалады, осы процестің динамикасына әсер ететін факторларды анықтау қажет). МҰТП су айдындарын тұрмыстық қоқыстардан механикалық тазалауды жүргізу.

14. Кейбір жерлерде (жолға ең үлкен механикалық әсер ету, топырақтың сезімталдығы) ағаш палубаларды салуға/ салуға болады. Белгілі бір жағдайларда бұл мүмкіндігі шектеулі адамдар үшін қол жетімділік мәселесін шешуге көмектеседі.

15. Ат турлары бағдарламасында туристерге атқа мінудің және Жылқымен жұмыс істеудің негізгі ережелерін үйрету, қауіпсіздік туралы нұсқаулық беру үшін уақыт қарастырылуы керек. Жылқыларға арналған левад құрылысы.

16. Жабдықтарды таңдау және кемпингтік жабдықтар бойынша атпен серуендеуге қатысушы туристерге арналған жадынама әзірлеу. (Серіктестер арқылы) атқа мінуге арналған арнайы жабдықты жалға алуды ұйымдастырыңыз.

17. Жалпы саябаққа келушілерді және маршруттардағы туристерді, атап айтқанда, есепке алу және жоспарлау, сондай-ақ саябақ ресурстарын оңтайландыру мақсатында электрондық тіркеуді кезең-кезеңмен енгізу мәселесін қарастыру).

18. "Сарымсақты" көрме экологиялық жолын әзірлеу және жайластыру.

19. "Белая Берель" маршрутындағы (Язевой көлінен жоғары) батпақты учаске бойынша соқпақтың бір бөлігін бөрене төсеу арқылы жайластыру және жырту.

Осал сулы- батпақты топырақтарда салынған "Ақ Берел" экологиялық соқпағының ең осал сызықтық учаскесінен басқа, Язевой көлі аймағындағы учаскеге көп көңіл бөлу қажет. Мұнда бірнеше туристік маршруттардың қосылуына және жергілікті тұрғындар мен қонақтар үшін рекреациялық аймақтың болуына байланысты аумақ антропогендік әсерді жоғарылатады. Бұл әсердің көздері мен сипатын анықтау үшін көлдің шөгуі және қалалық инфрақұрылым элементтерінің болуына байланысты ландшафтты қабылдау сапасының нашарлауы, біздің ойымызша, қосымша кешенді зерттеулер жүргізу қажет. Атап айтқанда,

1) көл суының сапасын талдау бойынша гидрохимиялық жұмыстарды жүргізу (батпақтану (эвтрофикация) процесі байқалады, осы процестің динамикасына әсер ететін факторларды анықтау қажет);

2) МҰТП су айдындарын тұрмыстық қоқыстардан механикалық тазартуды жүргізу;

3) шудың ластануын, топырақ субстраттарына, өсімдіктерге және т. б. жүктемені бағалау бойынша қосымша жұмыстар жүргізу, яғни алдын ала көтеруді жүргізу;

4) келтірілген зиянды азайту, сондай – ақ су айдындарының табиғи

қауымдастықтарын қалпына келтіру жөніндегі іс-шаралар (ең дұрысы-өзендер мен су айдындарын ластанудан, бітелуден және сарқылудан қорғау және оларды кешенді пайдалану жөніндегі шаралар кешені). Атап айтқанда, біздің ойымызша, су айдындарын экологиялық оңалту шаралары көрсетілген:

- жобалау-ізвестіру жұмыстарын жүзеге асыру (объектінің сипаттамасы: іргелес аумақтарды далалық зерттеу, картаға түсіру, есеп жасау; зертханалық зерттеулер: сынамаларды іріктеу және талдау; су айдындарын оңалтудың техникалық және биологиялық кезеңдері бойынша ұсынымдар);

- су қоймасының төсегін ластанған шөгінділерден тазарту;

- тоғандарды гидроизоляциялау жобасы, түбін нығайту;

- су айдындарын қоректендіретін дренажды және нөсерлі суларды жинақтау және тазарту;

- су жинау аумақтарын рекультивациялау.

Сайрам-Өгем МҰТП:

1. Түркістан қаласындағы саябақтың сапар-орталығын ұйымдастыру.

2. Маршруттардың тізбесін олардың қажеттілігін ескере отырып қайта қарау, мақсатты тұтынушы-туристерді анықтау.

3. Ұзақ маршруттардың логистикалық негіздемесі (демалуға арналған орындардың немесе оларды ұйымдастыру мүмкіндігінің, ауыз судың, түнеу орындарының және т.б. болуы).

4. Маршруттар мен соқпақтарды инфрақұрылымдық жарактандыру (көрсеткіштер мен маркерлерді жаңарту және орнату, бивуактар мен қысқа мерзімді демалыс орындарын жырту, жабдықтау, аншлагтарды, дәретханаларды, қоқыс жинағыштарды, ақпараттық қалқандарды және т.б. орнату/жаңарту).

5. Біліктілікті арттыру курстарын ұйымдастыру (туристік топпен жұмысты ұйымдастыру, экскурсиялық сүйемелдеу әдістемесі, заманауи кемпингтік құрал-жабдықтармен, навигация және байланыс жүйелерімен жұмыс, дәрігерге дейінгі Алғашқы көмек көрсету және т.б.).

6. Туристік карталардың электрондық нұсқаларын қоса алғанда, картографиялық материалмен қамтамасыз ету.

7. Қолданыстағы маршруттар бойынша "аудиогидтерді" әзірлеу.

8. Маршруттар мен соқпақтарда QR таңбалауды енгізу.

9. Туристерге арналған жадынамалар әзірлеу (жасын, денсаулық жағдайын, арнайы дағдылардың болуын қоса алғанда, маршруттан өту үшін жағдайлар; қауіпсіздік талаптары, негізгі пункттер және т.б. пайдалы ақпарат).

10. Сусiңген көліне бағыт бойынша Айғыр-Жыққан учаскесінде мал жаю шектелсiн.

11. Әр маршрут үшін 2 стандартты топқа есептегенде илемдеу жабдықтарын қамтамасыз ету.

12. №9 "Сарыайғыр өзенінің шатқалы" (немесе №10 "құс базары") бағыты бойынша "көрме экологиялық соқпағын" әзірлеу және жайластыру.

Сырдария - Түркістан мемлекеттік өңірлік табиғи паркі:

1. Сарқырамаларға баруды және шомылуды көздейтін маршруттарда судың сапасына мониторинг жүргізу және адамның терісінен химиялық элементтердің суға түсуі есебінен су-сілтілік теңгерімнің өзгеруін зертханалық бағалау қажет.

2. Бірнеше рет өткелді көздейтін маршруттарда су үстінен өту мүмкіндігін көздеу

(тастар, бөренелер, алынбалы көпірлер және т.б. бойынша).

3. Теректі кордонында туристердің тамақпен Тұттыбұлақ сарқырамасына өтуіне тыйым салу (маршруттың басында қалқанға ақпарат орналастыру).

4. Штатқа әр филиалда өкілдігі бар сертификатталған гидтерді/экскурсоводтарды енгізу мүмкіндігін қарастыру.

5. Шұқыршақ сарқырамасына қауіпсіз түсу/көтерілу пунктін (шлямбурлы ілмектердегі арқан немесе сым қоршаулар) жабдықтау ("Шұқыршық сарқырамасы" бағыты).

6. " Аяқ Сүңгі өзені – Аяқ Сүңгі шатқалы" бағыты бойынша (немесе "Шұқыршық сарқырамасы" бағыты бойынша) көрме экологиялық соқпағын әзірлеу және жайластыру.

7. Сырдария өзеніне іргелес саябақ аумағында келушілерді бақылау схемасын өзгерту (мүмкін инспекторлар штатын ұлғайту жолымен, айналып өту схемаларын, шлагбаум жүйелерін және т.б.), ЕҚТА аумағына бару және ақы төлеу тәртібі туралы ақпаратты орналастыру (өйткені бекітілген инспектор барлық келушілерді физикалық тұрғыдан есепке ала және бақылай алмайды).

Шарын МҰТП:

1. Ағынды тарату және маусымды ұзарту мақсатында жаңа маршруттарды, соның ішінде анимациялық турларды біріктіруді, сондай-ақ әзірлеуді қарастырыңыз.

2. "Қорымдар мен қорғандар" бағытына жету қиын (маршруттың басына барар жолда "шиптелген" аумақты айналып өту керек). Маршруттың ақпараттық мазмұны көптеген туристерді қызықтыру үшін жеткіліксіз.

3. "Үлкен" каньондағы бақылау алаңдарының жабдықтары.

4. Түсулерді жайластыру және қамтамасыз ету.

5. Қазіргі заманғы дәретханалардың санын көбейту (water closets).

6. Каньон түбіндегі экологиялық соқпақты орнату.

7. Беткейлерді жырту, қауіпті жерлерді қоршау, қажет болған жағдайда – қоршауларды ілу, көпірлерді ұйымдастыру және т.б.

8. Бағыттардағы көрсеткіштерді, ақпараттық қалқандарды жаңарту. асфальтталған жолдан шыққан сәттен бастап маршруттарды қадағалау.

9. "Кіші каньон" бағыты бойынша "көрме экологиялық соқпағын" әзірлеу және жайластыру.

"Көлсай көлдері" МҰТП:

1. МҰТП маршруттары мен соқпақтарына, сондай-ақ іргелес аумақтарға антропогендік әсерді дұрыс болжау үшін келушілердің жалпы санының тұрақты мониторингі.

2. Рұқсат етілген нормалар шегінде келушілер санын квоталаумен келушілерді электрондық тіркеу жүйесін енгізу. Сонымен қатар көршілес шатқалдарда (Саты, Құрмет, Талды) балама маршруттарды жабдықтау, жарнамалау және ілгерілету.

3. Бүгінгі таңда саябақ ұсынатын маршруттарды оңтайландыру (Қызылшық тауына (№5) маршруттың басталуы Талды шатқалының орнына Құрметы шатқалына көшірілсін. Рекреациялық қызмет аймағына кірмейтін "кішкентай Өрікті – Мажи көлі" (№6) бағыты тізбеден шығарылсын. Көршілес шатқалдардан Көлсай және Қайыңды шатқалдарына шығатын маршруттардың аралас нұсқаларын қарастыру.

4. Жаяу және атпен жүру маршруттарын және сәйкесінше соқпақтарды бөліңіз (атпен бару нұсқасы – Құрмет ауылы арқылы).

5. Саты ауылынан көлге дейінгі жолды жөндеңіз. Қайыңды (қазіргі уақытта оның

жағдайы туристерді жеткізу қауіпсіздігін қамтамасыз етпейді).

6. Саты ауылы - Саты асуы бағыты бойынша ағаш көпірлерді жөндеу.

7. Қарабұлақ және Құрмет ауылдарында жол жөндеуді және қонақ үйлердің пайда болуын ескере отырып, туристік маршруттар мен соқпақтар желісін дамытуды жоспарлау.

8. Келушілер ағынын уақтылы жоспарлау және реттеу үшін жергілікті қауымдастық үйлестірушілерімен тығыз жұмыс істеу.

Туристік ағындарды реттеу бойынша ұсыныстар

1) Маусымдық кезеңділікпен мониторингтік бақылаулар жүргізу ұсынылады.

Қорықтар мен ұлттық парктердің басым міндеті табиғи кешендерді сақтау, кез келген антропогендік жүктемелерді азайту болып табылады. Сондықтан ЕҚТА - ға бару рекреациялық мониторинг жүргізілуі тиіс арнайы жабдықталған маршруттармен – экотроптармен реттеледі.

Мониторингтік зерттеулердің түрлері:

-аумақтың биологиялық және ландшафттық әртүрлілігін оның танымдық-рекреациялық құндылығының негізі ретінде бақылау;

- аумақтың табиғи-рекреациялық әлеуетінің ажырамас бөлігін құрайтын мәдени-тарихи объектілердің мониторингі;

- туристік қызметтің белгілі бір бағыттарының (мысалы, жабайы жануарларды бақылау, үңгірлерге бару) жұмыс істеуінің негізі ретінде жекелеген табиғи ресурстарды (биологиялық, геологиялық және басқаларын) мониторингтеу.

Рекреанттардың әсеріне байланысты мониторингтік зерттеулер жүргізудің негізгі әдісі-негізгі учаскелердегі мерзімді бақылаулар. Бұл сынақ және/немесе бақылау алаңы, профиль, туристердің тұрағы, экскурсиялық маршрут және т.б. болуы мүмкін. сонымен қатар, бақылау маусымға кемінде үш рет жүргізілуі керек: пайдалану басталғанға дейін, жүктеменің ең жоғары мәндері кезінде және маусым аяқталғаннан кейін.

Негізгі учаскелердегі мониторинг бағдарламасына туристер мен демалушылардың осы аумақта болуының салдарын жанама түрде көрсететін табиғи кешеннің негізгі компоненттерінің жай-күйін бақылау жөніндегі іс-шаралар кешені кіруге тиіс. Мұндай әсердің мысалдарын келтірейік:

– топырақ-қарашірік: таптау (топырақтың тығыздалуы, оның ылғал өткізгіштігінің төмендеуі), эрозиялық процестердің дамуы (су ағынының концентрациясы, соқпақ учаскелерінің эрозиясы, промоиндердің пайда болуы, соқпақ төсемінің кеңеюі);

– су объектілері: судың ластануы (оның физикохимиялық қасиеттерінің өзгеруі, мөлдірлігінің төмендеуі, түбіндегі шөгінділердің сипаттамаларының өзгеруі (қоқыстың жиналуы, су қоймасының лайлануы және т. б.);

- өсімдіктер: флораның кедейленуі (түрлердің әртүрлілігі бойынша, әр түрдің үлгілерінің саны бойынша), арамшөптердің енуі, ағаштар мен бұталардың механикалық зақымдануы және т. б.;

– жануарлар әлемі: фаунаның кедейленуі (түрлердің әртүрлілігі бойынша, әр түрдің үлгілерінің саны бойынша), синантропты түрлердің пайда болуы.

Сонымен қатар, рекреациялық мониторингтің бірқатар нақты міндеттері бар:

– жалпы аумақты қадағалау-адам әсерінің тікелей іздерін анықтау мақсатында: қоқысқа тастау, рұқсат етілмеген от шұңқырларының пайда болуы, тастардағы, ағаш діндеріндегі, үңгір қабырғаларындағы жазулар және т.б.;

- ақпараттық (көрсеткіштер мен стендтер) және табиғатты қорғау абаттандыру

объектілерінің жай-күйін қадағалау (жолдың нығайтылған төсемі, ағаш палубалар, көпірлер, стационарлық от шұңқырлары және басқа да шағын сәулет нысандары).

Рекреациялық мониторингтің міндеті мұндай объектілердің мазмұнын немесе сапасын талдау емес, олардың жағдайын бағалау болып табылады.

2) өз бақылауларын жүргізуге және осы бөгде ұйымдарды пайдалануға қосымша туристерге сауалнама жүргізу қажет. Сауалнаманы екі рет жүргізген жөн: экскурсиялық маршрутқа барар алдында және одан кейін бірден, сол сұрақтармен, бірақ олардың тұжырымдамасында кейбір өзгерістермен. Бұл әдіс маршруттың жай-күйі туралы нақты ақпарат жинауға ғана емес, сонымен қатар келушілердің пікірлерін қолдана отырып, жаңа жоспарлау шешімдерін жасауға мүмкіндік береді.

Рекреациялық мониторинг нәтижелері негізінде туристік маусымның соңында осы аумақтың әкімшілігі әрбір бағыт бойынша жеке-жеке басқарушылық шешімдер қабылдайды. Олар жедел сипатта да, ұзақ мерзімді сипатта да болуы мүмкін.

3) *басқару шешімдері:*

- реттеу, яғни рұқсат етілген жүктемені төмендету, тұрақтандыру немесе арттыру; жыл бойы маусымдар немесе айлар бойынша жүктемені бөлуді түзету; рекреациялық маусымның мерзімдерін нақтылау;

- жаңа рекреациялық нысандарды салу немесе қолданыстағы нысандарды кеңейту жоспарларын түзету;

- рекреациялық объектілерді ақпараттық және табиғатты қорғау абаттандыру деңгейін арттыру қажеттілігін нақтылау;

- бұзушылықтардың алдын алу және/немесе жою, туристік-рекреациялық қызметтің жағымсыз салдарын жою, аумақтың санитарлық жағдайын жақсарту, табиғи ресурстарды молықтыру және т. б. жөніндегі іс-шараларды жоспарлау.;

- туристік-экскурсиялық қызмет бағдарламасына өзгерістер енгізу (маршрутты толық немесе ішінара өзгерту, Жаңа тексеру объектілерін қосу және / немесе олардың ерекше осалдығы себебінен бұрынғысын алып тастау және т. б.);

- жалпы осы аумаққа және атап айтқанда осы бағытқа баратын туристермен экологиялық тәрбие жұмысының әдістерін жетілдіру және рөлін арттыру.

Іс жүзінде типтік құрылымдар, әдетте, шығармашылық шешімдермен толықтырылады: тік стендтерде "шатырлар", сәндік жақтаулар, түпнұсқа контурлар және т. б. ұйымдастырылады.

Классикалық тірек тіректері өзгертіледі. Бұл қоршаулар, экотроптағы басқа құрылымдардың бүйір қабырғалары, үлкен тастар немесе ескі ағаштардың діңгектері немесе олардың жасанды материалдардан жасалған имитациясы болуы мүмкін. Шешімдер шексіз көп. Ең бастысы-тірек стендтік құрылымдардың жетекші функцияларын сақтау-тұрақтылық, ұзақ қызмет ету мерзімі, табиғи немесе мәдени ландшафттың үйлесімділігін бұзбайтын инфрақұрылымның жалпы стилі.

4) Ұлттық парктер аумағында туристік ағындарды басқарудың тиімді жүйесін енгізу: Келушілерді қабылдау, ақпараттық қызметтер, экскурсиялық-танымдық бағдарлама, келушілердің санын және олардың табиғаттағы мінез-құлқын бақылау, құқықтық тәртіпті қамтамасыз ету, қауіпсіздікті қамтамасыз ету, жолсерік-гидтердің қызметтерін ұсыну, аумақты табиғатты қорғау абаттандыру және т. б.;

Экологиялық факторлардан басқа, жүктеме нормаларын есептеу кезінде психологиялық критерийлер де маңызды (мысалы, автотұрақтар мен баспаналар арасындағы

қашықтықпен, топтардың маршрут бойынша жүру жиілігімен, қозғалыс кестесімен және т.б. анықталатын жекелеген топтар арасындағы байланыстың рұқсат етілген деңгейі). Бұл критерийлер маршруттарды әзірлеу кезінде ескерілуі керек.

5) рекреациялық аймақта және танымдық туризм аймағында объектілер мен жайластыру элементтерін аумақтық және жобалық жоспарлау кезінде, сондай-ақ аумақты перспективалық дамыту стратегиясын әзірлеу, туристік ұсынысты қалыптастыру, келушілерге қызмет көрсетуді ұйымдастыру және т.б. кезінде маркетинг элементтерін қолдану.;

6) аумақтың рекреациялық және инвестициялық тартымдылығын арттыру. Ұлттық парктердің, олардың табиғатты қорғау және рекреациялық мақсаттарының (брендинг механизмінің) танылуын қамтамасыз ететін тетікті әзірлеу;

7) қолданыстағы ресурстар мен мүмкіндіктерге барынша сүйене отырып, ұлттық саябақтар аумағында туризмді кезең-кезеңімен дамыту;

8) реттелетін туризм мен демалысты дамыту стратегиясын кадрлық қамтамасыз ету. Реттелетін туризм мен демалысты ұйымдастыруға жауапты ұлттық саябақтар персоналын даярлау және оқыту жүйесін әзірлеу. Бұл жүйеде ұлттық парк серіктестерінің аймақтық деңгейде (шенеуніктер, қоғам өкілдері және басқа да мүдделі тараптар) оқыту және біліктілікті арттыру бағдарламаларына қатысуын қамтамасыз ету өте пайдалы.

9) туризм саласындағы кәсіпкерлік бастамаларды жандандыру. Кіру және ішкі туроператинг шығу рейтингіне қарағанда үнемді болып қала береді. Нәтижесінде-қабылдауда жұмыс істейтін және жаңа туристік өнімдерді әзірлеу үшін тиісті кәсіби тәжірибесі мен қажетті қаржысы бар аймақтық және жергілікті туроператорлардың өте аз саны. Туроператорлар арасындағы әлсіз бәсекелестік олар көрсететін қызметтердің бағасы мен сапасына әсер етеді және туристік өнімдерді сату мен сатуды қиындатады.

Соқпақтар салынған экожүйелердің деградация қаупін азайту үшін соқпақ жүктемесін келесі жолдармен мөлшерлеу қажет:

- топтағы адамдар санының шектеулері (уақыт бірлігіне келу саны шектелген санға дейін (күніне, аптасына, айына);

- демалыс орындары мен аялдамалар, көпірлер, өткелдер, қоршаулар, баспалдақтар салу, неғұрлым берік материалмен төсеу, қоқыс жинағыштарды орнату және т. б. көмегімен Соқпақты, әсіресе сезімтал учаскелерде жайластыру.;

- соқпақтағы экскурсанттар мен туристердің мінез-құлқын реттеу (шуға тыйым салу, соқпақ кенепінен кету, кәдесыйлар жинау – өсімдіктер, жануарлар, тастар және т. б.);

- қауіпті кезеңдерде соқпаққа баруға тыйым салу (экожүйедегі жануарлар мазасыздыққа ерекше сезімтал, ауа-райына байланысты соқпақ кенептерінің жойылу қаупі бар және т.б.).

Жалпы, экожүйеге жүктемені реттеудің ең тиімді тәсілі туристік ағындарды тарату және туристік-экскурсиялық маршруттар мен экологиялық соқпақтардың логистикасын оңтайландыру болып қала береді.

Қорытынды

Экологиялық туризмнің Қазақстан Республикасының ерекше қорғалатын табиғи аумақтарында (ЕҚТА) дамытудың ұйымдық-құқықтық аспектілері бойынша жүргізілген зерттеу нәтижелері бірқатар маңызды қорытындыларға алып келді.

1. Экологиялық туризмнің мәні мен маңызы :

- Экологиялық туризм табиғи ресурстарды сақтау мен қорғауға, сонымен қатар

жергілікті халықтың әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсартуға ықпал етеді. Зерттеу барысында экотуризмнің қоршаған ортаға оң әсерін қамтамасыз ететін негізгі факторлар айқындалды.

2. Ұйымдық-құқықтық негіздер :

- Қазақстанда экотуризмді дамыту үшін қажетті заңнамалық және нормативтік актілердің жағдайы талданып, олардың жетілдіру қажеттілігі көрсетілді. Қолданыстағы заңнамалық актілердің туризмді реттеудегі ерекшеліктері мен кемшіліктері анықталды.

3. Инфрақұрылымдық мәселелер :

- ЕҚТА-да экотуризм инфрақұрылымын дамытудың қажеттілігі және оны іске асырудағы кедергілер талқыланды. Инфрақұрылымды жақсарту арқылы экотуризмді тиімді дамыту жолдары ұсынылды.

4. Халықаралық тәжірибе :

- Халықаралық стандарттар мен тәжірибелерді Қазақстанда қолдану мүмкіндіктері қарастырылды. Халықаралық тәжірибені енгізу арқылы экотуризмді дамытудың жаңа мүмкіндіктері анықталды.

Практикалық қолданылу

Зерттеу нәтижелері экотуризмді дамытуға бағытталған заңнамалық және нормативтік құжаттарды жетілдіру, туризм инфрақұрылымын жақсарту және жергілікті халықтың әл-ауқатын арттыру бойынша нақты ұсыныстарды әзірлеуге негіз бола алады. Бұл ұсыныстардың жүзеге асырылуы экотуризмді тұрақты дамытуға және қоршаған ортаны қорғауға үлкен үлес қосады.

Ғылыми білімнің өзгеруі

Бұл зерттеу экотуризм саласындағы ғылыми білімнің өзгеруіне өз үлесін қосады. Алынған нәтижелер экотуризмді дамытуға қатысты жаңа ғылыми тұжырымдар мен ұсыныстарды негіздейді. Зерттеудің қорытындылары экотуризмді дамытудағы ұйымдастырушылық және құқықтық аспектілердің маңыздылығын көрсетіп, болашақ зерттеулер үшін бағыт-бағдар береді. Зерттеу барысында қолданылған әдістер мен алынған нәтижелердің негізділігі дәлелденді. Жүргізілген аналитикалық шолу, салыстырмалы талдау, статистикалық мәліметтерді өңдеу және сауалнама нәтижелері экотуризмнің Қазақстандағы қазіргі жағдайы мен оны дамыту жолдарын кешенді түрде көрсетеді.

Бұл зерттеу экологиялық туризмнің Қазақстан Республикасында дамытудың маңызды бағыттарын анықтап, оны жүзеге асырудың нақты ұсыныстарын ұсынады. Алынған нәтижелер экотуризмді тұрақты дамыту үшін қолданыстағы заңнамаларды жетілдіру, инфрақұрылымды дамыту, жергілікті қауымдастықтарды тарту және экологиялық білім беру бағдарламаларын енгізу қажеттілігін көрсетеді. Бұл зерттеу экотуризм саласындағы ғылыми білімді тереңдетіп, болашақтағы зерттеулер мен практикалық шаралар үшін негіз болады.

Зерттеудің нәтижелері Қазақстандағы экотуризмнің дамуын жеделдетуге және оның тұрақты дамуына ықпал етуге мүмкіндік береді. ЕҚТА-дағы экотуризм инфрақұрылымын жақсарту, заңнамалық негіздерді жетілдіру және жергілікті тұрғындардың қатысуын арттыру арқылы экотуризмнің тиімділігі мен тұрақтылығы қамтамасыз етіледі.

BIBLIOGRAPHY

1. Weaver D. B. Ecotourism. - Missouri: Wiley, 2001. - 386 с.
2. Buckley R. Environmental impacts of ecotourism. – 2004. – С. xii+ 389 pp.
3. Higham J., Luck M. Marine wildlife and tourism management: insights from the natural

and social sciences. – 2007. – C. 388 pp.

4. Gössling S., Hall M. C. *Tourism and global environmental change.* – Taylor & Francis, 2006.
5. Fennell D. A., Dowling R. K. (ed.). *Ecotourism policy and planning.* – CABI, 2003.
6. Choi H. S. C., Sirakaya E. Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale // *Journal of travel research.* – 2005. – T. 43. – №. 4. – C. 380-394.
7. Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M. (ed.). *A companion to tourism.* – John Wiley & Sons, 2008.
8. Stronza A. et al. (ed.). *Ecotourism and conservation in the Americas.* – CABI Pub., 2008. – T. 7.
9. Wearing S., Neil J. *Ecotourism : impacts, potentials and possibilities?.* - Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2009. - 286 c.
10. Liu C., Li J., Pechacek P. Current trends of ecotourism in China's nature reserves: A review of the Chinese literature // *Tourism Management Perspectives.* – 2013. – T. 7. – C. 16-24.
11. Beaumont N. The third criterion of ecotourism: are ecotourists more concerned about sustainability than other tourists? // *Journal of Ecotourism.* – 2011. – T. 10. – №. 2. – C. 135-148.
12. Newsome D., Moore S. A., Dowling R. K. *Natural area tourism: Ecology, impacts and management* // *Natural Area Tourism.* – Channel view publications, 2012.
14. Honey M., Rome A. *Ecotourism and sustainable tourism certification* // *Draft report prepared for the ecotourism and sustainable tourism certification workshop, New Paltz, NY.* – 2000.

REFERENCES

1. Weaver D. B. *Ecotourism.* - Missouri: Wiley, 2001. - 386 c.
2. Buckley R. *Environmental impacts of ecotourism.* – 2004. – C. xii+ 389 pp.
3. Higham J., Luck M. *Marine wildlife and tourism management: insights from the natural and social sciences.* – 2007. – C. 388 pp.
4. Gössling S., Hall M. C. *Tourism and global environmental change.* – Taylor & Francis, 2006.
5. Fennell D. A., Dowling R. K. (ed.). *Ecotourism policy and planning.* – CABI, 2003.
6. Choi H. S. C., Sirakaya E. Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of sustainable tourism attitude scale // *Journal of travel research.* – 2005. – T. 43. – №. 4. – C. 380-394.
7. Lew A. A., Hall C. M., Williams A. M. (ed.). *A companion to tourism.* – John Wiley & Sons, 2008.
8. Stronza A. et al. (ed.). *Ecotourism and conservation in the Americas.* – CABI Pub., 2008. – T. 7.
9. Wearing S., Neil J. *Ecotourism : impacts, potentials and possibilities?.* - Amsterdam: Butterworth-Heinemann, 2009. - 286 c.
10. Liu C., Li J., Pechacek P. Current trends of ecotourism in China's nature reserves: A review of the Chinese literature // *Tourism Management Perspectives.* – 2013. – T. 7. – C. 16-24.
11. Beaumont N. The third criterion of ecotourism: are ecotourists more concerned about sustainability than other tourists? // *Journal of Ecotourism.* – 2011. – T. 10. – №. 2. – C. 135-148.
12. Newsome D., Moore S. A., Dowling R. K. *Natural area tourism: Ecology, impacts and management* // *Natural Area Tourism.* – Channel view publications, 2012.

14. Honey M., Rome A. Ecotourism and sustainable tourism certification //Draft report prepared for the ecotourism and sustainable tourism certification workshop, New Paltz, NY. – 2000.

Құмарбекұлы Санат

техника ғылымдарының магистрі, Экология және география кафедрасының сениор лекторы. Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті
sanat_kv@mail.ru

15.05.24 ж. баспаға түсті.
22.05.24 ж. түзетулерімен түсті.
25.06.24 ж. басып шығаруға қабылданды.

S. KUMARBEKULY

Sarsen Amanzholov University of East Kazakhstan
(Kazakhstan, Uskemen), E-mail: sanat_kv@mail.ru

ORGANIZATIONAL AND LEGAL ASPECTS OF IMPLEMENTING ECOTOURISM IN (SPNA)

***Abstract.** This article examines the organisational and legal aspects of the development of ecotourism in the specially protected natural areas (SPNA) of the Republic of Kazakhstan. The main objective of ecotourism is to conserve natural resources and protect the environment, while contributing to the improvement of the socio-economic conditions of the local population. The article discusses the state of legislative and regulatory acts necessary for the development of ecotourism in SPNA, the legal bases and requirements for the organisation of tourism, as well as infrastructural and organisational issues of ecotourism. It also identifies the main problems hindering the development of ecotourism and proposes solutions. The need to implement international experience and standards for the sustainable development of ecotourism in SPNA is emphasised. The article reveals the prospects and opportunities for the development of ecotourism in Kazakhstan.*

***Keywords:** Ecotourism, Specially Protected Natural Areas (SPNA), Sustainable development, Organizational and legal aspects, Infrastructure, International experience*

C. КУМАРБЕКУЛЫ

Восточно-Казахстанский университет имени Сарсена Аманжолова
(Казахстан, Усть-Каменогорск), E-mail: sanat_kv@mail.ru

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОТУРИЗМА НА (ООПТ)

***Аннотация.** В данной статье рассматриваются организационно-правовые аспекты развития экологического туризма в особо охраняемых природных территориях (ООПТ) Республики Казахстан. Основная цель экологического туризма заключается в сохранении природных ресурсов и защите окружающей среды, а также в улучшении социально-экономических условий местного населения. В статье обсуждаются состояние законодательных и нормативных актов, необходимых для развития экотуризма в ООПТ, правовые основы и требования к организации туризма, а также инфраструктурные и организационные вопросы экотуризма. Кроме того, предлагаются основные проблемы,*

препятствующие развитию экотуризма, и пути их решения. Подчеркивается необходимость внедрения международного опыта и стандартов для устойчивого развития экотуризма в ООПТ. Статья раскрывает перспективы и возможности развития казахстанского экотуризма.

Ключевые слова: *Экологический туризм, Особо охраняемые природные территории, Устойчивое развитие, Организационно-правовые аспекты, Инфраструктура
Международный опыт*

S.T. SAK

International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), e-mail: s.sak@iuth.edu.kz

**UTILIZING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ENGLISH LANGUAGE EDUCATION
FOR TOURISM STUDENTS**

Abstract. *This article delves into the intersection of artificial intelligence (AI) technology and English language teaching (ELT), exploring the evolving landscape of language education in the digital age. It examines the role of AI in facilitating language learning, presenting a comprehensive overview of AI technologies utilized in ELT. Drawing from a diverse array of scholarly sources and research findings, the study investigates the interplay between AI and English language education, highlighting the benefits and challenges posed by AI-assisted language learning tools. Through a library research approach and content analysis, the paper offers insights into the transformative potential of AI in reshaping language education paradigms. From personalized learning experiences to enhanced language proficiency, AI technologies are shown to revolutionize the teaching and learning of English, offering innovative solutions to longstanding challenges in language education. The findings underscore the importance of integrating AI into ELT practices while emphasizing the need for complementary approaches that leverage both AI and human expertise. Ultimately, the article contributes to a deeper understanding of the evolving dynamics between technology and language education, paving the way for future research and pedagogical innovations in the field.*

Key words: *Artificial intelligence (AI), technology-enhanced language learning, digital platforms, natural language processing (NLP), personalized learning, machine learning, language proficiency, adaptive learning systems*

Introduction

The industrial era has compelled everyone to swiftly adapt to rapid changes. Globalization and Industry 4.0 have spurred new creativity, opportunities, and challenges, particularly in technology. Consequently, technology plays a crucial role in disseminating information through text, images, and sound (Rahayu & Pujiyono, 2017). It was developed to simplify human tasks and activities, with Artificial Intelligence (AI) being one of the technologies undergoing intensive development.

Artificial Intelligence (AI) has garnered significant attention in the realm of computational creativity (Cheng & Day, 2014). Various AI technologies have been implemented to enable creativity in computers. According to Rahman (2009, p. 343), AI creates software that filters knowledge and performs autonomous functions like computation or student searches. AI develops

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Sak S.T. Utilizing Artificial Intelligence in English Language Education for Tourism Students // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 102–113. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.07>

***Cite us correctly:** Sak S.T. Utilizing Artificial Intelligence in English Language Education for Tourism Students // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 102–113. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.07>

"intelligent" devices that function and respond similarly to the human brain, including computer systems (online platforms) and computerized machines (robots) (Karsenti, 2019). Also known as Machine Intelligence (Mehrotra, 2019), AI involves endowing machines with human-like intelligence for task execution. Mehrotra (2019) further describes AI as a computer science field focusing on developing intelligent machines and applications, aiming to make machines think and behave like intelligent humans. The core of AI technology lies in intelligence (Wang, 2019). According to Whitby (2009), AI studies intelligent behavior in humans, animals, and machines, seeking ways to replicate these behaviors.

The term AI comprises "artificial" and "intelligence" (Ahmet, 2018). "Artificial" refers to something simulated but not entirely fake, while "intelligence" can replace genuine items due to better qualities in certain contexts. Intelligence is complex, encompassing reasoning, self-awareness, emotional awareness, planning, consciousness, and creativity.

Joshi (2019, p. 4) notes that AI aims not to create an all-problem-solving supercomputer but to build a machine capable of human-like actions. The goal of AI is to develop computer systems that exhibit human-like thought and behaviors traditionally associated with human intelligence (Campestrato, 2020). AI can perform tasks typically requiring human intelligence, such as speech understanding, language awareness, decision-making, and visual perception. There's a demand for AI to create expert systems and solve complex problems like recognition or natural language processing (Devi et al., 2020). In language education, AI can act as a tutor, providing tireless, individualized training, ample feedback, and scaffolding activities necessary for achieving fluency in a low-stakes environment, encouraging learners to take risks and make mistakes. AI promises to reduce the time needed to develop skills.

Kaur & Gill (2019) describe AI as a digital effort to achieve human-level intelligence through various machine computations. It encompasses advanced technologies that enable machines to sense, understand, act, and learn. AI, a branch of computer science, emphasizes thinking and acting like humans, aiding in solving complex problems more human-like (Sridhar, 2018). This involves adopting human intelligence traits and integrating them in a computer-friendly manner. AI can emulate human actions such as learning, planning, decision-making, and language comprehension.

The advancement of technology and digital platforms has also facilitated teaching and learning English, offering new ways to enhance language skills. The implication is that AI could potentially replace English teachers in the classroom (Shin, 2018). However, English education should not be supplanted by the Fourth Industrial Revolution; instead, AI should complement the English teaching and learning process. Combining language literacy with digital literacy enhances global competence.

Ribeiro (2020) argues that AI in English Language Teaching (ELT) is a practical tool for language teachers. English, being a globally common language with a systematic grammatical structure, poses substantial learning challenges for ESL/EFL students (Mehrotra, 2019). Thus, AI technologies like machine learning, intelligent search, and natural language processing can effectively promote reforms in English teaching and learning (Wang, 2019). This research aims to explore the role of AI and investigate its technologies in English Language Teaching (ELT).

Methodology

This study adopts a library research approach, which involves gathering data or scientific literature aimed at the research object or collecting bibliographic data. It's a critical and in-depth examination of relevant library materials, with researchers directly engaging with the text (Zed, 2004, p. 4). The analysis encompasses various reference books, journals, and prior research findings

to establish a theoretical foundation.

Data sources include books, journals, and relevant internet sites. Documentation serves as the primary data collection method, involving the search for knowledge in various forms such as documents, books, articles, newspapers, and online sources. The analysis evaluates concepts and theories drawn from available literature, particularly from articles published in scientific journals.

Once data is collected, content analysis techniques are employed to draw conclusions. Content analysis involves a thorough examination of written materials to provide descriptive explanations.

Findings

The Interplay between Artificial Intelligence and English Language Teaching

AI-assisted tools form a subset of computer-assisted language learning (CALL) in foreign language education. With advancements in natural language processing and big data technologies, AI offers significant enhancements in language education (Li, 2020). English language teaching (ELT) is pivotal for fostering students' international interaction capabilities (Mukhallafi, 2020). AI facilitates diverse improvements in foreign language education through its capability to process natural language and handle big data.

Teaching English with AI presents both challenges and creative opportunities (Zhu, 2017). AI technologies can democratize classrooms worldwide, accommodating diverse languages and addressing visual or auditory impairments (Marr, 2018). AI acts as a vital support system for both English language learners and educators (Gawate, 2019). It enhances English teaching by providing personalized content and fostering global competence through a combination of language and digital literacy.

Mukhallafi (2020) defines AI in English teaching as utilizing AI systems to enhance the organization, selection, and delivery of English content, diversifying instruction sources and streams based on learners' proficiency levels. Wang (2019) highlights the relationship between AI and English teaching:

AI transforms the English learning environment, providing immersive language learning experiences through intelligent integration and interpretation of multimedia content. This enhances language immersion and fosters interactive learning environments.

AI optimizes English teaching effectiveness by offering simulated dialogue platforms, improving vocabulary usage, oral and written proficiency, and cultural understanding.

AI enhances students' practical English skills, fostering their ability to navigate AI-based learning systems and solve problems effectively.

Gawate (2019) outlines the benefits of AI-based instructional programs in English language teaching:

Tailored instructional programs address learners' specific needs and expectations, offering qualitative learning materials across all language skills.

AI serves as a supplementary support system for both students and teachers, providing personalized assistance anytime, anywhere.

AI enables fast feedback systems, offering varied assessment methods to track student progress comprehensively.

AI transforms the teacher's role to that of a guide and facilitator, offering global connectivity and personalization in English teaching.

AI-based learning platforms promote personalized learning experiences, allowing students to learn at their own pace and focusing on individualized interests and needs.

In summary, AI-based instructional programs offer personalized, flexible, and globally accessible learning experiences, enhancing English language teaching effectiveness and promoting student engagement and success.

Artificial Intelligence Technology in English Language Learning

Artificial intelligence (AI) technology, considered among the world's most advanced information systems, delves into how robots can undertake tasks initially exclusive to humans (Han, 2019). With technological advancements, particularly in teaching and learning English, AI has garnered significant attention. Technology continually evolves, making tasks like English language education more accessible and efficient. One technology at the forefront of discussion in this regard is artificial intelligence.

Luo & Cheng (2020) highlight how AI-powered technologies drive the teaching of foreign languages, offering solutions to challenges such as limited teaching resources and monotonous assessment methods. Thornton (2007, p. 1) defines AI as broadly focused on problem-solving, incorporating dynamic problem-solving abilities akin to human cognition and behavior. The primary goal of AI is to create intelligent machines capable of reasoning and decision-making processes mirroring human cognition (Salvaris et al., 2018).

AI operates by integrating various data sets, repetitive processing, and intelligent algorithms, enabling software to learn autonomously from data patterns (Cobar, 2019). It encompasses a wide array of theories, methods, and technologies, including machine learning, neural networks, and cognitive computing. Language, being a complex means of communication, poses significant challenges in AI development due to its intricate nature (Nilsson, 2014).

Teaching and learning English have become more manageable with the proliferation of digital platforms. AI, particularly through its text processing capabilities, enhances language learning by offering increasingly accurate language processing (Yingsoon, 2021). Various AI technologies contribute to the effectiveness of English language education, providing tools and resources for both educators and learners.

Examples of AI technologies utilized in English language learning include:

Google Translate: A widely-used online translator offering translations across multiple languages, aiding in vocabulary acquisition, grammar checking, and pronunciation practice (Smallwood, 2015).

Text-to-Speech (TTS): Converts text into spoken language, facilitating pronunciation practice and language comprehension (Yudhistiro, 2016).

English ABLE: An assessment-based learning environment focusing on English grammar, assisting learners in mastering language components (Zapata-Rivera et al., 2007).

Orai: An application designed to improve public speaking skills, offering feedback and practice opportunities for English learners (Suryani et al., 2019).

ELSA (English Learning Speech Assistant): Utilizes AI and speech recognition to enhance English pronunciation, providing personalized feedback and learning paths (Eka, 2020).

Chatbots: AI-driven conversational systems used as learning mediums, particularly for English conversation practice (Afrianto et al., 2019).

Duolingo: A language learning application employing gamification to teach vocabulary, grammar, and language skills in a fun and interactive manner (Eka, 2020).

Neo: An English language learning system integrating AI and voice recognition to provide adaptive learning experiences tailored to individual users (Nexgen English Online Co.).

The benefits of AI tools in English language learning include their ability to evaluate

language skills comprehensively, their accessibility and scalability, their provision of pressure-free learning environments, and their capacity to accelerate learning (Nghì et al., 2019). Overall, AI technologies offer valuable resources and support for English language learners, enhancing their language acquisition journey.

In recent years, artificial intelligence (AI) has revolutionized various educational processes, including lesson planning. One innovative platform harnessing AI for this purpose is Twee, designed to assist educators in swiftly generating comprehensive lesson plans. This article provides an in-depth examination of Twee's functionalities, demonstrating its potential to enhance educational practices.

Upon logging into Twee, users encounter a user-friendly interface featuring three primary tabs. By selecting the "Tools" tab, educators can access a suite of tools tailored for teaching core language skills: listening, reading, writing, and speaking. These tools support the integration of diverse content types, including texts and videos.

To illustrate the platform's capabilities, consider the creation of a lesson on exam preparation for intermediate students. Initiating this process involves generating a text on "types of exam takers." After specifying the genre and proficiency level, the AI generates a substantial text appropriate for the target audience. Educators have the option to enhance this text further by creating multiple-choice titles, open-ended questions, true/false statements, and fill-in-the-gap activities. For instance, selecting specific words to exclude from the text can facilitate gap-fill exercises, which can be merged and manipulated for optimal engagement.

Additionally, Twee offers tools to create contextualized communicative exercises. By selecting advanced-level options, educators can generate realistic scenarios where students apply the target vocabulary in meaningful contexts.

Beyond text creation, Twee excels in generating lesson content from various multimedia sources. For example, educators can introduce lessons with intriguing facts or discussion questions. By inputting a topic such as "exams" and selecting the desired proficiency level, Twee produces relevant facts and discussion prompts. The platform's versatility is further exemplified through its ability to generate reading tasks, such as price lists, advertisements, and instructional texts, which enhance comprehension skills through practical application.

Another notable feature is Twee's capacity to produce divergent viewpoints for discussion activities. By generating agree/disagree exercises, students are exposed to a range of perspectives, fostering critical thinking. The platform's functionality extends to video content; educators can extract transcripts and generate comprehension questions from YouTube videos. This feature includes the provision of correct answers, streamlining the lesson planning process.

Vocabulary instruction is another area where Twee proves beneficial. By specifying a topic and part of speech, such as adjectives, educators receive a curated list of relevant vocabulary. This list can be utilized to create matching exercises, sentence construction tasks, and dialogues, all of which promote vocabulary acquisition in context.

Upon completing the lesson creation, Twee automatically saves the project, which can be organized into folders for individual students. This feature allows for personalized instruction and efficient management of educational materials.

In conclusion, Twee represents a significant advancement in AI-driven educational tools, offering a robust platform for lesson planning that is both time-efficient and pedagogically sound. Its diverse functionalities cater to various teaching and learning needs, making it a valuable resource for modern educators.

Artificial Intelligence (AI) has been progressively transforming numerous sectors, and education, particularly English as a Second Language (ESL) teaching, is no exception. The integration of AI in ESL education offers innovative solutions that enhance both teaching and learning experiences. This essay explores the multifaceted advantages of AI in ESL teaching, encompassing personalized learning, interactive and engaging content, efficient assessment methods, and teacher support.

1. Personalized Learning Experiences

One of the most significant benefits of AI in ESL teaching is the ability to provide personalized learning experiences. Traditional classrooms often struggle to address the diverse needs of all students, especially in a subject as complex as language learning. AI-driven platforms can analyze individual student data, including strengths, weaknesses, learning pace, and preferences, to tailor lessons accordingly.

For instance, adaptive learning systems can adjust the difficulty level of exercises based on the learner's performance. A student struggling with verb tenses might receive additional practice and explanatory content on that specific topic, while another student excelling in grammar but needing more vocabulary might be directed to relevant activities. This level of customization ensures that each student receives the support they need, promoting more effective and efficient learning.

2. Interactive and Engaging Content

AI technologies facilitate the creation of interactive and engaging content, which is crucial for maintaining student motivation and interest. Traditional ESL materials, such as textbooks and worksheets, often fail to capture the dynamic and interactive nature of real-life language use. AI-powered tools, however, can create immersive learning environments through the use of multimedia, simulations, and gamification.

For example, virtual reality (VR) and augmented reality (AR) technologies can simulate real-world scenarios where students practice language skills in context. These immersive experiences help learners develop practical communication skills and cultural competence. Similarly, AI can enhance gamified learning platforms, where students engage in language games that adapt to their skill levels and provide instant feedback, making learning both fun and educational.

3. Efficient and Accurate Assessment

Assessment is a critical component of ESL teaching, yet traditional assessment methods can be time-consuming and subjective. AI offers more efficient and accurate alternatives for evaluating student performance. Automated assessment tools can instantly grade assignments, quizzes, and even spoken language exercises, providing immediate feedback to students.

Natural Language Processing (NLP) technology enables AI systems to evaluate written and spoken language with high accuracy. These systems can analyze grammar, vocabulary, pronunciation, and even more nuanced aspects like fluency and coherence. For instance, AI-driven writing assistants can provide detailed feedback on essays, highlighting grammatical errors, suggesting vocabulary improvements, and offering stylistic advice. Similarly, AI-powered speech recognition software can assess pronunciation and fluency, helping learners improve their speaking skills through targeted practice.

4. Continuous Feedback and Progress Tracking

Continuous feedback and progress tracking are essential for effective language learning. AI tools provide real-time feedback, allowing students to understand their mistakes and correct them promptly. This immediate feedback loop helps reinforce learning and prevents the fossilization of

errors.

Moreover, AI can track student progress over time, identifying patterns and trends in their learning journey. This data-driven approach allows both teachers and students to monitor improvement, set goals, and make informed decisions about future learning strategies. Teachers can use this information to tailor their instruction, focusing on areas where students need the most support.

5. Enhancing Teacher Effectiveness

While AI offers numerous benefits directly to students, it also significantly enhances teacher effectiveness. AI can automate administrative tasks such as grading, attendance tracking, and lesson planning, freeing up teachers' time to focus on more impactful activities like personalized instruction and student engagement.

Furthermore, AI-powered tools can serve as valuable teaching aids. For example, intelligent tutoring systems can provide additional practice and support outside of classroom hours, ensuring that students have access to learning resources whenever they need them. Teachers can use AI-generated insights to better understand student needs, refine their teaching strategies, and create more effective lesson plans.

6. Bridging Language Barriers

AI can help bridge language barriers, making ESL education more accessible to a diverse range of learners. Translation tools, powered by advanced machine learning algorithms, can assist non-native speakers in understanding instructions, reading materials, and communicating with teachers and peers. These tools are particularly useful in multicultural classrooms where students may speak different native languages.

Moreover, AI can support learners with special needs by providing customized learning materials and accessibility features. For instance, speech-to-text and text-to-speech technologies can aid students with hearing or visual impairments, ensuring that all learners have equal opportunities to succeed.

7. Facilitating Autonomous Learning

AI empowers students to take control of their learning through autonomous learning platforms. These platforms offer a variety of resources, such as interactive exercises, language games, and multimedia content, allowing students to practice at their own pace and according to their interests. AI-driven language apps, such as Duolingo and Babbel, are prime examples of how technology can facilitate self-directed learning outside the traditional classroom setting.

Autonomous learning is particularly beneficial for adult learners who may have limited time due to work or family commitments. AI-powered apps can provide short, engaging lessons that fit into busy schedules, enabling continuous language practice and improvement.

Conclusion

The aim of artificial intelligence is to create robots capable of exhibiting intelligence comparable to, or even surpassing, that of humans. It encompasses a spectrum of capabilities, including natural language processing, perception, reasoning, manipulation of objects, knowledge acquisition, and learning. These advancements are expected to streamline various tasks, making them more efficient and reducing the time required for human involvement in decision-making and activities.

The evolution of digital platforms has significantly facilitated English language learning. With the proliferation of computer and mobile phone technologies, opportunities for learning are extended to a broader global audience, aided by the integration of artificial intelligence.

Personalized content plays a pivotal role in digital learning, with adaptive systems leveraging big data and AI to tailor learning experiences according to individual needs and schedules. This transformative shift in language education promises greater accessibility and efficiency in acquiring English proficiency across diverse learner demographics.

BIBLIOGRAPHY

1. Irawan Afrianto, Muhammad Fahmi Irfan, Sufa Atin Aplikasi Chatbot Speak English Media Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Android // *CompTIA: Jurnal Sistem Komputer*. - 2019. - №8. - p. 99-109. <https://doi.org/10.34010/komputika.v8i2.2273>
2. Christina Ahmet Artificial Intelligence: How Advance Machine Learning Will Shape the Future of Our World. - Shockwave Publishing via PublishDrive, 2018. - 143 p.
3. Oswald Campesato Artificial Intelligence, Machine Learning, and Deep Learning. - San Francisco: Mercury Learning and Information, 2020. - 300 p.
4. Shin-Ming Cheng, Min-Yuh Day Technologies and Applications of Artificial Intelligence // 19th International Conference. - Taipei, Taiwan: TAAI, 2014. - p. 21-23.
5. Cobar J. Artificial Intelligence: Data Analytics and Robot Learning in Practice and Theory. – Self Publisher, 2019.
6. Covili J. J. Going Google: Powerful tools for 21st century learning. – Corwin Press, 2016.
7. Devi K. G., Rath M., Linh N. T. D. (ed.). Artificial intelligence trends for data analytics using machine learning and deep learning approaches. – CRC Press, 2020.
8. Aplikasi ELSA Speak Ekspansi ke Indonesia, Fokus Tingkatkan Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris // Daily Social URL: <https://dailysocial.id/post/elsa-aplikasi-belajar-bicara-bahasa-inggris> (дата обращения: 20 February 2020).
9. Huang W., Hew K. F., Fryer L. K. Chatbots for language learning—Are they really useful? A systematic review of chatbot-supported language learning // *Journal of Computer Assisted Learning*. – 2022. – Т. 38. – №. 1. – p. 237-257.
10. Sandip P. Gawate Artificial Intelligence (Ai) Based Instructional Programs in Teaching- Learning of English Language // *Computer Science and Engineering*. - 2019. - №6. - С. 69-73.
11. Han B. Application of Artificial Intelligence in Autonomous English Learning Among College Students // *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. – 2019. – Т. 14. – №. 6. <https://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/10157>
12. Karistianis N. Artificial Intelligence (AI) chatbot as language learning medium: An inquiry // *Journal of Physics: Conference Series*. – IOP Publishing, 2019. – Т. 1387. – №. 1. – p. 012020. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1387/1/012020>
13. Joshi A. V., Joshi A. V. Emerging trends in machine learning // *Machine Learning and Artificial Intelligence*. – 2020. – p. 127-132.
14. Garcia Castro R. A. et al. Bibliometric review on teaching methods with artificial intelligence in education // *Online Journal of Communication and Media Technologies*. – 2024. – Т. 14. – №. 2. – p. e202419.
15. Ghafar Z. N. et al. The Role of Artificial Intelligence Technology on English Language Learning: A Literature Review // *Canadian Journal of Language and Literature Studies*. – 2023. – Т. 3. – №. 2. – p. 17-31.

16. Li R. et al. Using artificial intelligence in learning English as a foreign language: an examination of IELTS LIULISHUO as an online platform //Conference Proceedings. Innovation in Language Learning 2020. – 2020. <https://doi.org/10.32629/jher.v1i2.178>
17. Luo M., Cheng L. Exploration of interactive foreign language teaching mode based on artificial intelligence //2020 International Conference on Computer Vision, Image and Deep Learning (CVIDL). – IEEE, 2020. – C. 285-290. <https://doi.org/10.1109/CVIDL51233.2020.0084>
18. Marr B. How is AI used in education--Real world examples of today and a peek into the future //Forbes, Forbes Magazine. – 2018. – T. 25. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/07/25/how-is-ai-used-in-education-real-world-examples-of-today-and-a-peek-into-the-future/>
19. Mehrotra, D. D. Basics of Artificial Intelligence & Machine Learning. - Delhi: Notion Press., (2019). - 143 p.
20. Mukhallafi T. R. A. Using artificial intelligence for developing English language teaching/learning: an analytical study from university students' perspective //International Journal of English Linguistics. – 2020. – T. 10. – №. 6. – p. 40. <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n6p40>
21. Nghi T. T., Phuc T. H., Thang N. T. Applying AI chatbot for teaching a foreign language: An empirical research //International Journal of Scientific and Technology Research. – 2019. – T. 8. – №. 12. – p. 897-902.
22. Webber B. L., Nilsson N. J. (ed.). Readings in artificial intelligence. – Morgan Kaufmann, 2014.
23. Rahayu S., Pujiyono W. Artificial Intelligence-Based Learning Media: Tracking Method Using Multimedia in E-Learning. // JSTIE (Journal of Sarjana Teknik Informatika) . - 2017. - №5(1). - p. 136–145. <https://doi.org/10.12928/jstie.v5i1.10824>
24. Syed M. R. (ed.). Methods and Applications for Advancing Distance Education Technologies: International Issues and Solutions: International Issues and Solutions. – IGI Global, 2009.
25. Solaris M., Dean D., Tol W. H. Deep learning with azure //Building and Deploying Artificial Intelligence Solutions on Microsoft AI Platform, Apress. – 2018.

REFERENCES

1. Irawan Afrianto, Muhammad Fahmi Irfan, Sufa Atin Aplikasi Chatbot Speak English Media Pembelajaran Bahasa Inggris Berbasis Android [Development of an Android-Based English Language Learning Chatbot Application.] // CompTIA: Jurnal Sistem Komputer. - 2019. - №8. - C. 99-109. <https://doi.org/10.34010/komputika.v8i2.2273>
2. Christina Ahmet Artificial Intelligence: How Advance Machine Learning Will Shape the Future of Our World. - Shockwave Publishing via PublishDrive, 2018. - 143 c.
3. Oswald Campesato Artificial Intelligence, Machine Learning, and Deep Learning. - San Francisco: Mercury Learning and Information, 2020. - 300 p.
4. Shin-Ming Cheng, Min-Yuh Day Technologies and Applications of Artificial Intelligence // 19th International Conference. - Taipei, Taiwan: TAAI, 2014. - p. 21-23.
5. Cobar J. Artificial Intelligence: Data Analytics and Robot Learning in Practice and Theory. – Self Publisher, 2019.
6. Covili J. J. Going Google: Powerful tools for 21st century learning. – Corwin Press, 2016.

7. Devi K. G., Rath M., Linh N. T. D. (ed.). Artificial intelligence trends for data analytics using machine learning and deep learning approaches. – CRC Press, 2020.
8. Aplikasi ELSA Speak Ekspansi ke Indonesia, Fokus Tingkatkan Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris [Speak expands to Indonesia, focusing on improving English speaking skills] // Daily Social URL: <https://dailysocial.id/post/elsa-aplikasi-belajar-bicara-bahasa-inggris> (дата обращения: 20 February 2020).
9. Huang W., Hew K. F., Fryer L. K. Chatbots for language learning—Are they really useful? A systematic review of chatbot-supported language learning // *Journal of Computer Assisted Learning*. – 2022. – T. 38. – №. 1. – p. 237-257.
10. Sandip P. Gawate Artificial Intelligence (Ai) Based Instructional Programs in Teaching- Learning of English Language // *Computer Science and Engineering*. - 2019. - №6. - C. 69-73.
11. Han B. Application of Artificial Intelligence in Autonomous English Learning Among College Students // *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. – 2019. – T. 14. – №. 6. <https://online-journals.org/index.php/i-jet/article/view/10157>
12. Karistianis N. Artificial Intelligence (AI) chatbot as language learning medium: An inquiry // *Journal of Physics: Conference Series*. – IOP Publishing, 2019. – T. 1387. – №. 1. – p. 012020. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1387/1/012020>
13. Joshi A. V., Joshi A. V. Emerging trends in machine learning // *Machine Learning and Artificial Intelligence*. – 2020. – p. 127-132.
14. Garcia Castro R. A. et al. Bibliometric review on teaching methods with artificial intelligence in education // *Online Journal of Communication and Media Technologies*. – 2024. – T. 14. – №. 2. – C. e202419.
15. Ghafar Z. N. et al. The Role of Artificial Intelligence Technology on English Language Learning: A Literature Review // *Canadian Journal of Language and Literature Studies*. – 2023. – T. 3. – №. 2. – p. 17-31.
16. Li R. et al. Using artificial intelligence in learning English as a foreign language: an examination of IELTS LIULISHUO as an online platform // *Conference Proceedings. Innovation in Language Learning 2020*. – 2020. <https://doi.org/10.32629/jher.v1i2.178>
17. Luo M., Cheng L. Exploration of interactive foreign language teaching mode based on artificial intelligence // *2020 International Conference on Computer Vision, Image and Deep Learning (CVIDL)*. – IEEE, 2020. – C. 285-290. <https://doi.org/10.1109/CVIDL51233.2020.0084>
18. Marr B. How is AI used in education--Real world examples of today and a peek into the future // *Forbes, Forbes Magazine*. – 2018. – T. 25. <https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2018/07/25/how-is-ai-used-in-education-real-world-examples-of-today-and-a-peek-into-the-future/>
19. Mehrotra, D. D. *Basics of Artificial Intelligence & Machine Learning*. - Delhi: Notion Press., (2019). - 143 p.
20. Mukhallafi T. R. A. Using artificial intelligence for developing English language teaching/learning: an analytical study from university students' perspective // *International Journal of English Linguistics*. – 2020. – T. 10. – №. 6. – C. 40. <https://doi.org/10.5539/ijel.v10n6p40>
21. Nghi T. T., Phuc T. H., Thang N. T. Applying AI chatbot for teaching a foreign language: An empirical research // *International Journal of Scientific and Technology Research*. – 2019. – T. 8. – №. 12. – p. 897-902.

22. Webber B. L., Nilsson N. J. (ed.). Readings in artificial intelligence. – Morgan Kaufmann, 2014.
23. Rahayu S., Pujiyono W. Artificial Intelligence-Based Learning Media: Tracking Method Using Multimedia in E-Learning. // JSTIE (Journal of Sarjana Teknik Informatika) . - 2017. - №5(1). - p. 136–145. <https://doi.org/10.12928/jstie.v5i1.10824>
24. Syed M. R. (ed.). Methods and Applications for Advancing Distance Education Technologies: International Issues and Solutions: International Issues and Solutions. – IGI Global, 2009.
25. Solaris M., Dean D., Tol W. H. Deep learning with azure //Building and Deploying Artificial Intelligence Solutions on Microsoft AI Platform, Apress. – 2018.

S.T. Sak

Senior Lecturer at the International University
of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail:
s.sak@iuth.edu.kz

Received 25.04.2024
Received in revised form 03.05.2024
Accepted for publication 25.06.2024

С.Т. САҚ

Халықаралық туризм және қонақжайлылық университеті
(Қазақстан, Түркістан), e-mail: s.sak@iuth.edu.kz

ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ СТУДЕНТТЕРГЕ АРНАЛҒАН АҒЫЛШЫН ТІЛІНДЕ БІЛІМ БЕРУДЕГІ ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТІ ПАЙДАЛАНУ

Аңдатпа. Бұл мақала жасанды интеллект (AI) технологиясы мен ағылшын тілін оқытудың (ELT) қиылысында, цифрлық дәуірдегі тіл білімінің дамып келе жатқан ландшафтын зерттейді. Ол ELT тілінде қолданылатын AI технологияларына жан-жақты шолу жасай отырып, тіл үйренуді жеңілдетудегі AI рөлін қарастырады. Әртүрлі ғылыми дереккөздер мен зерттеу нәтижелеріне сүйене отырып, зерттеу AI мен ағылшын тілін оқытудың өзара әрекеттесуін зерттейді, AI көмегімен тіл үйрену құралдарының артықшылықтары мен қиындықтарын көрсетеді. Кітапхананы зерттеу тәсілі және мазмұнды талдау арқылы мақала тіл білімінің парадигмаларын қайта құрудағы AI-ның трансформациялық әлеуетіне түсінік береді. Жекелендірілген оқыту тәжірибесінен бастап тілді меңгеру деңгейін арттыруға дейін AI технологиялары ағылшын тілін оқыту мен үйренуде төңкеріс жасайтыны, тіл біліміндегі бұрыннан келе жатқан қиындықтарға инновациялық шешімдер ұсынатыны көрсетілген. Нәтижелер AI-ны ELT тәжірибесіне біріктірудің маңыздылығын көрсетеді, сонымен бірге AI мен адам тәжірибесін пайдаланатын қосымша тәсілдер қажеттілігін атап көрсетеді. Сайып келгенде, мақала технология мен тілдік білім беру арасындағы даму динамикасын тереңірек түсінуге септігін тигізіп, осы саладағы болашақ зерттеулер мен педагогикалық жаңалықтарға жол ашады.

Кілт сөздер: Жасанды интеллект (AI), технология арқылы жетілдірілген тіл үйрену, цифрлық платформалар, табиғи тілді өңдеу (NLP), дербестендірілген оқыту, машиналық оқыту, тілді меңгеру, бейімделген оқыту жүйелері

С.Т. САК

Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: s.sak@iuth.edu.kz

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ОБУЧЕНИИ АНГЛИЙСКОГО ЯЗЫКА ДЛЯ СТУДЕНТОВ ТУРИЗМА

***Аннотация.** В этой статье рассматривается пересечение технологии искусственного интеллекта (ИИ) и преподавания английского языка (ELT), исследуя развивающуюся среду языкового образования в эпоху цифровых технологий. В нем рассматривается роль искусственного интеллекта в облегчении изучения языка, представляя всесторонний обзор технологий искусственного интеллекта, используемых в ELT. Опираясь на разнообразные научные источники и результаты исследований, исследование исследует взаимодействие между искусственным интеллектом и образованием английского языка, подчеркивая преимущества и проблемы, связанные с инструментами изучения языка с помощью искусственного интеллекта. Благодаря библиотечному исследовательскому подходу и контент-анализу статья предлагает понимание преобразующего потенциала ИИ в изменении парадигм языкового образования. Технологии искусственного интеллекта, от персонализированного обучения до повышения уровня владения языком, произвели революцию в преподавании и изучении английского языка, предлагая инновационные решения давних проблем языкового образования. Результаты подчеркивают важность интеграции ИИ в практику ELT, одновременно подчеркивая необходимость дополнительных подходов, которые используют как ИИ, так и человеческий опыт. В конечном итоге статья способствует более глубокому пониманию развивающейся динамики между технологиями и языковым образованием, открывая путь для будущих исследований и педагогических инноваций в этой области.*

***Ключевые слова:** искусственный интеллект (ИИ), изучение языка с помощью технологий, цифровые платформы, обработка естественного языка (NLP), персонализированное обучение, машинное обучение, владение языком, системы адаптивного обучения.*

М.ГУРСОЙ¹, Б.СИЗДИКОВ²

Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан) E-mail. bagdaulet.sizdikov@ayu.edu.kz

**САРЫАҒАШ ЖӘНЕ КЕЛЕС АУДАНДАРЫНДАҒЫ АРХЕОЛОГИЯЛЫҚ НЫСАНДАР
ЖӘНЕ КИЕЛІ ЖЕРЛЕРДІ ТУРИСТІК МАРШУРТҚА АЙНАЛДЫРУДЫҢ
МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ**

Аңдатпа. Мақалада Сарыағаш және Келес аудандарындағы археологиялық және киелі орындар жайында мәлімет келтірілген. Бұлардың хронологиясына аса мән беріліп бұл аймақтың туризм потенциалының жоғары екендігіне назар аударылған. Сарыағаш аймағындағы курорттық орындарға келген қонақтардың саяхаттайтын орындары, соның ішінде өлке тарихымен таныстыратын мұражайлардың тапшы екендігі тілге тиек етілген. Аймақта археологиялық және киелі орындарды туристік маршрутқа айналдыру арқылы өңірде туризм саласын одан әрі дамытудың мүмкін екендігі айтылған. Ең бастысы өлке тарихы мен таныстыратын орындарды дамыту арқылы өскелең ұрпақты отансүйгіштікке баулуға болатындығы баяндалған.

Кілт сөздер: Сарыағаш, Келес, киелі орындар, археологиялық жәдігерлер, Өлкетану.

Кіріспе

Туризм саласының бағыттары айтарлықтай көп. Қазіргі дамыған заманда әлем елдері туризм саласын дамытуды және осы сала арқылы өздерінің экономикасына пайда әкелуге тырысады. Әр бір ел өздерінің орналасқан географиялық жағдайы мен қоршаған ортасының мүмкіндіктері шеңберінде туризм дестинацияларын тиімді пайдануға көңіл бөледі. Осылайша қысқы туризм, медицина туризмі, конгресс туризмі, діни туризм, спорт туризмі, ойын сауық туризмі, балалар туризмі, іскерлік туризмі, мәдени туризм және т.б. көптеген туризм бағыттары дамып туризм саласына айналған.

Түркістан облысына қарасты аймақтарда жоғарыда аталған туризм бағыттарынан бөлек археологиялық және киелі орындар бойынша да туризм саласын дамытуға болады. Мақалада осы салалардың туризм саласына айналдырудың маңыздылығына тоқталмақпыз.

Мақаланың мақсаты Сарыағаш және Келес аудандарындағы археологиялық және киелі жерлер жайында мағлұмат беру, олардаң туристік маршрутқа айналдырудың маңыздылығына тоқталу болып табылады.

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Гурсой М., Сиздиков Б. Сарыағаш және Келес аудандарындағы археологиялық нысандар және киелі жерлерді туристік маршрутқа айналдырудың маңыздылығы // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 114–124. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.08>

***Cite us correctly:** Gursoj M., Sizdikov B. Saryagash zhane Keles audandaryndagy arheologiyalyq nysandar zhane kieli zherlerdi turistik marshurtqa ajnaldyrudyn manyzdylygy [Archaeological sites in Saryagash and Keles districts and the importance of turning sacred places into tourist marshurts] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 114–124. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.08>

Материалдар мен әдістер

Мақаланың зерттеу тәсілі дәстүрлі әдіске негізделген. Мақаланы жазу барысында кітаптар мен мақалаларға шолу жасалып, тиісті мәліметтер легі жүйеленіп, аналитикалық тұрғыдан келтірілген.

Нәтижелер мен талқылау

Қазақстан Республикасының президенті Н.Ә.Назарбаев «Ұлы даланың жеті қыры» атты мақаласында «Уақыт пен кеңістіктің көкжиегі тоғысқан кезде ұлт тарихы басталады» [1] - деп атап көрсеткендей көне тарихымызды қайта жаңғырту мақсатында Түркістан облысының оңтүстік бөлігіндегі аймақта археологиялық қазба жұмыстарын жүргізу арқылы өткен тарихымызды қайта жандандыру мақсатында жұмыс жүргізсек деген алдымызда үлкен мақсат бар.

Сарыағаш Түркістан облысының оңтүстік бөлігіндегі әкімшілік аумақтық бөлік болып саналады. 1928 жылы Келес ауданы деп құрылған. 1939 жылдан Сарыағаш ауданы деп қайта құрылды [2, 563]. 2018 жылдың 5 маусымындағы президент жарлығымен Сарыағаш ауданынан Келес ауданы бөлініп шықты. Бұрынғы Сарыағаш ауданына қарасты Абай ауылы қазіргі таңда Келес ауданының орталығы болып бекітілді [3].

Дегенмен, біз бұл мақалада археологиялық нысандарды және киелі жерлерді бөліп жармастан «аймақтың археологиялық нысандары» және «аймақтың киелі жерлері» деген сияқты ұғымдармен қарастырамыз. Яғни «аймақтың» деген ұғым Сарыағаш пен Келес аудандарын бірге қамтитын ұғым ретінде қолданылады.

Ал енді, тақырыптың маңыздылығына келер болсақ, қазіргі таңда дамыған елдердің көпшілігі ішкі және сыртқы туризмнің дамуына аса көңіл бөледі. Туризм бір мемлекеттің байуына, сонымен қоса жергілікті халқтың әл-ауқатының жақсаруына зор ықпал етеді. Бірақ туризмді дамыту үшін көптеген жұмыстар атқарылуы тиіс. Айтар болсақ, біріншіден туристерге қарсы этика сақтау, сервис, сапалы қонақ үй және көңіл көтеретін орындар, шет елден келгендерді тарихымызбен таныстыратын нысандар мен мұражайлардың болуы шарт. Соңғысы өз кезегінде Қазақстандық жастардың тарихи санасын оятып, оларды Отансүйгіштікке тәрбиелейтіні сөзсіз. Яғни өскелен ұрпақ өткенін білмейінше болашаққа нық қадам жасай алмайды. Сондықтан да бұл тақырыптың осындай ғылыми ортада талқыға түсуінің өзі маңызды болып табылады.

Екіншіден аты аталған аудандарда жүргізілген археологиялық зерттеулер мен барлау жұмыстарының саны санаулы. Сол себепті. өлкетану музейлерін, экспозиция және тарихи көрмелер ұйымдастыру ісі ақсап тұр. Бұл өз кезегінде ауданның шипажайларына келген туристердің тарихи тұрғыдан біліктілігін арттыруға деген мүмкіндігін шектейді. Яғни, аймаққа келген қонақтардың тамақ ішетін асханадан басқа баратын орны жоқ десек те болады. Ал, Сарыағаш ауданы шипажайларымен танымал өлке болғандықтан жылына мыңдаған адам ауданға келіп демалып кетеді. Сондықтан аты аталмыш аудандарда қыдыратын тарихи жерлерді ашып, оларды туристік маршрутқа айналдыру кезек күттірмес мәселе. Бұл мақаланы жазудағы мақсатымыз, жоғарыда аталған мәселерді қозғау арқылы атқарылуы тиіс жұмыстарды көрсету және осы жұмыстар атқарылған жағдайда аудан халқына тигізер пайдасын көпшілікке паш ету болып табылады.

Мақалада алдымен аймақтың археологиялық нысандарына және киелі жерлеріне тоқталамыз. Осыдан кейін, аймақтағы археологиялық нысандар мен киелі жерлерін туристік маршрутқа айналдырудың маңыздылығы жайында сөз өрбітіп қорытынды жасауға тырысамыз.

Негізінен мақаламызда қарастырылып отырған аймақ археологиялық тұрғыдан өте аз зерттелген. Нәтижесінде, аймақтың палеолит, қола, ерте темір және орта ғасырлары сырларын археологиялық қазба жұмыстары арқылы ашу және көпшілікке мұражайлар арқылы көрсету болып табылады. Сондықтан, көне дәуір жәдігерлеріне қазба жұмыстарын жүргізбей анықтап беру мәселесі қиындық туғызып отыр. Дегенмен, бұл мәселеге аймақта жүргізілген барлау жұмыстары және көршілес жатқан Ташкент қаласындағы археологиялық деректер арқылы жауап беруге тырысамыз.

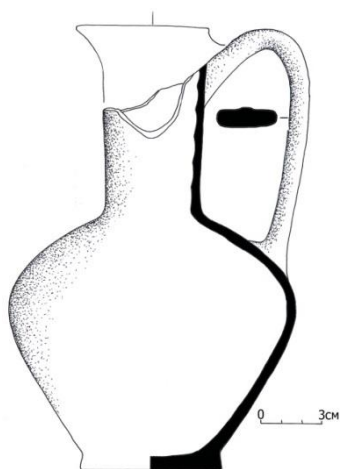
Алдымен ең ежелгі кезеңнен бастап айтар болсақ, қазіргі таңда біз зерттеп отырған аймақта палеолит дәуірінен бастап адамдардың қоныстанып өмір сүргендігі белгілі болып отыр. Себебі бұл кезеңдерді Ташкент облысы Бостандық ауданында табылған Оби-Рахмат атты палеолит дәуіріне жататын тұрақ дәлелдейді. Ғалымдар бұл тұрақтың жасын 50 000 жыл деп мерзімдеген. Сонымен қоса тұрақта табылған фаунаға қарап тұрақтың кезбе аңшылар тарапынан қолданылғандығын дәлелдеген [4, 7]. Демек, аты аталған тұрақтағы кезбе аңшылардың аң аулау маусымында оңтүстік өңірлерге, соның ішінде біз зерттеп отырған аймаққа да келіп ат басын тіреген болуы да әбден мүмкін.

Сонымен қоса археологиялық зерттеулер қола дәуірінде де осы аймақта адамдардың үздіксіз өмір сүріп өз мәдениеттерін қалыптастырғандығын дәлелдейді [5, 31].

Ал бергін келе, яғни б.з.б. II - б.з. V ғасырларында қаңлы мәдениеті дамып шарықтау шегіне жеткен. Аталмыш аймақта Қаңлы тайпаларына тиесілі қорымдар мен қоныс жайларды көптеп кездестіруге болады. Бұлардың қатарына Мыңтөбе, Қаратөбе т.б. жатады [6, 180]. Бұл ескерткіштер әлі күнге дейін толық зерттелмегендіктен аймақтың тарихы өз сырын ішіне бүгіп жатыр. Дегенменде Мыңтөбе қорымында 2017 жылы Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті Археология ғылыми – зерттеу институтының қызметкерлері зерттеу жұмысын жүргізіп құнды жәдігерлерді тапты. Тарқатып айтар болсақ шартты түрде №1-оба деп белгіленген үйіндіні қазбаға дейін лазерный тахеометрмен өлшегенде, диаметрінің 22,70 м, биіктігінің 4 м екендігі анықталды (1-сурет). Осыдан кейін обаны екі секторға бөлу үшін солтүстік шығыс – оңтүстік батыс бағыты бойынша ені 1 м жал қалдырылды. Жалдың оңтүстік бөлігі «А» жартысы, солтүстік бөлігі «Б» жартысы болып белгіленді. Қазба алдымен «Б» жартысында жүргізіле бастады. Қазба жұмыстары барысында 50 см тереңдіктен қатты кесек бөліктері анықталды. «Б» жартысында жүргізілген тазалау жұмыстары нәтижесінде қам кесек қаланған шеңбер тәріздес құрлыстың ізі анықталды. Осылайша шеңбер тәріздес құрлыстың жиегін бойлай тазалау жұмыстары жүргізілді. Нәтижесінде құрлыстың солтүстік батысқа қарай жалғасқан көлемі 3x4 м болып келетін қам кесектен қаланған бөлігі анықтала бастады. Қазба жұмыстары барысында, обаның орта нүктесінен шығысқа қарай 2,10 м, солтүстікке қарай 1,18 м қашықтықтан, обаның ең биік нүктесінен 0,25 м тереңде керамика сынықтары анықталды. Бұл керамика сынықтары 0,50 м тереңдікке дейін кездесіп отырды. Обаның ортасынан 0,50 м тереңде мойны ұзын, тұтқалы құмыра анықталды (2-сурет).



Сурет-3. Мыңтөбе қорымындағы сағанадан көрініс



Сурет-2. Сағанадан табылған құмыраның сызба

Ал, обаның орта нүктесінен 0,85 м тереңде көмір және күл қалдықтары анықталды. Сонымен қатар, обаның орта нүктесінен батысқа қарай 2,10 м, солтүстіке қарай 5,10 м қашықтықтан, 2,40 м тереңде керамика сынықтары анықталды. Тазалау жұмыстары 4 м дейін жалғысын тапты, нәтижесінде диаметрі шамамен 8 м болып келетін сағананың жартысы мен оңтүстік батысқа бағытталған дромосы толықтай аршылды. Осыдан кейін қазба жұмыстары «А» жартысына ойыстырылды. «А» жартысында да тазалау жұмыстары 4 м дейін жалғысын тапты, нәтижесінде сағананың екінші жартысы толықтай аршылды. №1 обада жүргізілген археологиялық қазба жұмыстары нәтижесінде диаметрі 8 м, жалпы биіктігі 1,95 м болып келетін екі камералы сағана анықталды. Камераға кіру үшін екі дромос жасалған. Оңтүстік батысқа бағытталған дромостың аузы кесек және лаймен шегенделіп жабылған. Көлемі 3x4

м. Ені 0,40-0,50 м шамасында. Сағананың төменгі бөлігіне лаймен 0,45 м биіктікте платформа дайындалған. Мұның диаметрі 8 м. Қатты тағыздықтан тұратын платформаның үстіне 1 м биіктігінде айналдыра қам кесек өрілген. Қам кесектің арасына 0,10 м қалыңдығында лай салынып отырған. Камералар 2,5x2 м көлемінде. Камераның ішіндегі бос топырақ платформаға дейін тазартылды, нәтижесінде камераның қабырғаларына ойылған нишалардан жекелеген адам сүйектері (қол, аяқ, саусақ) табылды. Б жартысындағы камерада ешқандай табылым тіркелмеді.

Қазақстан территориясындағы сағаналардың ең алғашқы үлгілері 1893, 1949, 1951 жылдары Бөріжар қорымынан табылды. Деректерге қарағанда олар жер бетіне қам кесекпен төрт бұрыш пішінде салынған. Кейбір жағдайларда сағананың ішкі камерасында адамның қаңқа сүйектері табылған. Тәуелсіздік алғаннан кейінгі жылдары Бөріжар қорымында К.Байпаков, Е.Смагулов және А.Ержигитова сынды ғалымдар қазба жұмыстарын жүргізіп көптеген сағаналарды анықтады. Бұлар сол кездегі тұрғындардың жерлеу дәстүрін жаңғыртуға мүмкіндік беретін маңызды табылымдардың легін құрайды. Түркістан облысындағы ең үлкен қорымдардың бірі болып табылатын бұл қорымнан қазіргі кезге дейін жалпы 80-ге жуық сағана аршылып зерттелді [12].

Ал, 1970 және 1972 жылдары А.Г.Максимова Қаратаудың оңтүстік беткейіндегі Шаға елді мекенінің маңында орналасқан Шаға қорымында қазба жұмыстарын жүргізіп нәтижесінде №67-68, №75-76, №108 обалардан қам кесек және пахсадан салынған тік төрт бұрышты сағана қабірлерді анықтады. Бұлар бұрыштарымен дүниенің төрт тарапына қаратылған. Көлемі 4x5 м шамасында. Сағаналарды тұрғызуға 50x20-25x9-10 см, 40x25-30x5-10 см көлеміндегі кесектер қолданылған. Кіреберіс дромосы арка тәрізді. Сағаналардың едені немесе сәкілерінің беті лаймен сыланған. Көп жағдайда сағананың ішкі кеңістігінде немесе дромоста адамның жекелеген сүйектері табылды. Археологтардың пікірінше бір сағанаға жерленген мәйіт толықтай еті сүйегінен ажырып қаңқаға айналғаннан кейін орнына жаңа жерлеулер жүзеге асырылған. Бұрынғы сүйектер сағананың бір бұрышына жиналып қойылған немесе ыдысқа салынып құпия орынға қайта жерленген. Дегенмен №68 сағанада үш дана иттің бас сүйегі және дромоста *in situ* сақталған адам қаңқасы анықталды. Жалпы шағада қазылған сағаналардан бір дана ортасы тесік соғды монетасы, саз ыдыс және темірден жасалған жебе ұшы алынған болатын. А.Г.Максимова табылған заттарға қарай бұл жерлеулерді VII-VIII ғасырларға мерзімдеген [13, 8].

2002 жылы Е.Смагулов жетекшілігімен Оңтүстік Қазақстан археологиялық экспедициясы Сидак қорымындағы алты обада қазба жұмыстарын жүргізді. Нәтижесінде пахсадан салынған төртбұрыш пішінді сағаналар аршылды. Қазба барысында кейбір сағаналардың еденінде және сәкісінде шашылып жатқан жекелеген сүйектер анықталды. Тек №4 сағанада ғана адам қаңқасы *in situ* жағдайында кездесті. Сонымен қатар қоладан жасалған айна, аластау ыдысы және күмістен жасалған айылбас алынды. Е.Смагулов, табылған олжаларды Жетіасар мәдениетінің табылымдарымен салыстыра келе III-IV ғасырларға мерзімдеді [14, 129-130].

Қаңлылар қазақ халқының қалыптасуына ұйытқы болған тайпалардың бірі десек қателеспейміз. Тарихи деректер қаңлылардың Талас өзені аңғарын, Қаратаудың етектерін, Ташкент жазирасын, Сырдария, Қуандария және Жаңадария аймақтарын мекендегендігін жазады. Географиялық орналасуы мен өмір сүрген аймақтары көшпелі және отырықшы мәдениеттердің тоғысқан тұсына сәйкес келеді. Сондықтан қаңлы тайпалары қалалармен обалы қорымдарды біздерге мұра ретінде қалдырған. Обаларда жүргізілген зерттеу

жұмыстары қайтыс болғандардың катакомба және сағана қабірлерге жерлегендігін көрсетті. Ғалымдардың пікіріне қарағанда катакомбалар б.з.б. 1 - б.з. IV ғасырларына дейінгі аралықта қолданылса, сағаналар IV-VIII ғасырлар аралығында қолданылған. Бұл екі қабір түрінде атқарылған жерлеу жоралғыларының өзіндік ерекшеліктері бар. Катакомба қабірлерде қайтыс болған адамдар жер қойнауына салынса, жерлеудің екінші түрі бойынша жер бетіне салынған құрылыстарға салынған. Сағана қабірлердің функциясына байланысты Е.Смагулов «қолда бар материалдар сағаналардың қайтыс болған адамның мүрдесін біржолата жерлеуге арналған орын еместігіне, сондай ақ мұнда сүйектердің тұрақты сақталмағынына қатысты гипотеза жасауға итермелейді.....» деген тұжырымын келтіреді. Дегенмен сағаналарды зерттеген кезде олардың жер бетіне салынған құрылыс екендігін, ішіне жерленгендердің о дүниелік тарту таралғыларымен бірге жерленгендігін, сол кездің өзінде байлыққа көз салып, қаңқаны орнынан қозғаған қарақшылардың болғандығын және сағаналар аршылған қорымдарда әзірге асуарилердің табылмағандығын да ескерген жөн [12, 140].

2017 жылы №3 обадан катакомбалық қабір анықталған болатын. Қазбаға дейін №3-ші обаның диаметрі 13 м, биіктігі 1,70 м еді. Қазба жұмысы барысында дәстүрлі зерттеу әдісі қолданылды. Бұл бойынша обаның ортасына шығыс – батыс бағытында ені 35 см-лік жал қалдырылып екі секторға бөлінді. Обаның оңтүстік бөлігі А жартысы, солтүстігі Б жартысы деп белгіленді. Бастапқы кезде қазба жұмысы Б жартысында жүргізілді. Терендік реперлік нүктеден 1,70 м-ге жеткенде оба кесігінен үйіндінің үстіңгі қабаты 0,5 м шыммен көмкерілгендігі, ал шымның астыңғы бөлігі жер бетіне дейін сұр топырақтан тұратындығы, оба құрылысына ешқандай тас қолданылмағандығы анықталды. Дегенмен қазіргі жер беті деңгейінен ешқандай қабір дағы анықталмады. Осыдан кейін қазба жұмысы «А» жартысына ойыстырылды. Обаның бұл бөлігінен де ешқандай қабір дағы мен тонау ізі байқалмады. Осыдан кейін «А» жартысына шығыс-батыс бағыты бойынша ұзындығы 8,20 м, ені 1 м траншея салынып төмен қарай 2,40 м дейін қазылды. Траншеяның батыс басынан реперлік нүктеден төмен қарай 0,37 м теренде, ені 0,87 м келетін бос топырақ байқалды. Бұл бос топырақ кесік бетінен қарағанда төмен қарай екі метрге дейін жалғасып асты қатты сазды топыраққа айналды. Осыдан кейін бірінші траншеяның 1,10 м солтүстігіне, ұзындығы 6 м, ені 1 м келетін екінші траншея салынды. Екінші траншея төмен қарай 2,40 м-ге дейін қазылды. Нәтижесінде жалдың кесінді бетінен дромостың ізі айқындалды. Сонымен қатар, қазба жұмыстары барысында катакомбалық қабірдің оңтүстік шетінде жатқан 1-ші және 2-ші қаңқаның бас жағына қойылған қызыл ангобты, ілмек тұтқалы кішкентай (құты) гаршок анықталды. Қазба жүргізілген алаңқай тазаланғаннан кейін катакомбалық қабірдің ерекшелігі айқындала түсті. Камера шығыс, батыс бағытында жасалған. Оған оңтүстіктен траншея түрінде дромос түйіскен. Дромостың еденге дейінгі терендігі 1,65 м. Камераның көлемі 1,70x2,60 м шамасында. Аузы арқа тәрізді болса керек. Ені 0,85 м, биіктігі 0,70 м. Камерадан бастары шығысқа қаратылған бес қаңқа аршылды. Бұл қаңқалар оңтүстіктен солтүстікке қарай шартты түрде 1, 2, 3, 4 және 5- қаңқа деп белгіленді.

1-Қаңқа. Катакомбаның аузына басы шығысқа қаратылып шалқасынан созылық қалыпта жатқызылған. Басы аздап оң жақ иығына қарай иілген. Бойы 1,60 м. Бас сүйегімен сол аяғы өте нашар сақталған. Оң қолы солтүстігіндегі 2-қаңқаның сол жағын бойлай созылып жатты. Бас жағына бір қызыл ангобты құты, екі ақ ангобты құмыра, бір қызыл ангобты табақ және осы табақтың ішіне бір тостақ, (моншак, кола түтікше, ине) қойылған.

2-Қаңқа. 1-ші қаңқаның оң жағына шалқасынан созылық қалыпта жатқызған. Басы шығысқа қаратылған. Сол қолы жамбасының астына, оң қолы жамбас сүйегінің үстіне

орналастырылған. Қаңқаның бойы 1,50 м. Бас жағына тостақ және сырты аздап отқа күйген зооморф тұтқалы құты орнатылған (3-сурет). Аяқ жағынан бір дана темір жебе ұшы табылды.

3-Қаңқа. Бұл қаңқа шалқасынан жатқызылған. Басы шығысқа қаратылған. Оң иығы жанына қарай аздап қисая тартылған. Қаңқаның аяғы «Х» тәрізді айқастырылған. Оң қолы жанына созылып, сол қолы жамбас сүйегінің астына орналасқан. Бойы 1,70 м. Сақталуы нашар. Қаңқаның жанынан шеңбер пішінді жіңішке ақ түсті бұйым мен қоса оң қол саусағының ұшынан бір моншақ табылды.

4-Қаңқа. Шалқасынан жатқызылған. Басы шығысқа қаратылған. Қолдары жақсы сақталмаған. Бойы 1,50 м. Сол қолының жанынан темір пышақ қалдықтары және сопақ тастан жасалған (түйме?) кездесті.

5-Қаңқа. Өте нашар сақталғандықтан ұзындығын және жату қалпын анықтау мүмкін болмады. Дегенмен орнында сақталған бас және басқада сүйектерге қарап басының шығысқа қаратылып сол жанына жартылай бүгілгендігін болжауға болады. Қаңқаның жанынан екі асық табылды.

Ғалымдар зооморф тұтқалы керамикалардың ең еретелерін б.з.б. 1 ғасырға жатқызған. Б.з.б. 1 мыңжылдықтың екінші жартысында Сырдарияның төменгі ағысында пайда болған, содан кейін Сырдарияның ортаңғы және жоғарғы ағыстарына тарала бастаған деген пікірлер бар. Л. М. Левина, Томпақасар қаласынан табылған зооморф тұтқалы керамиканы б.з.б. 1 мыңжылдықтың екінші жартысына мерзімдеген [15, 517-518]. Сондықтан №3 обаны б.з.б. 1 – б.з. 1 ғасырына жатқызуға болады.



Сурет-3. №3 обадан табылған саз ыдыстар

Жоғарыда келтірілген деректерден мынаны тұжырымдауға болады. №1 деп белгіленген обадан табылған сағана қабірді қазіргі кесенелердің алғашқы үлгісі ретінде қарастыруға болса керек. Олай болса қаңлы кезеңімен этнографиялық кезең арасында сабақтастық орнатуға мүмкіндік туындайды. Одан қала берсе жер бетіндегі мұндай ескерткіштерді ашық аспан астындағы мұражайға айналдыру арқылы өңірге туристерді тартуға болады. Ал, №3 обадан табылған материалдық заттар сол өңірде өлкетану музейін жасақтауға алғышарт бола алады. Осындай археологиялық зерттеулерді жүргізу арқылы Сарыағаш пен Келес өңірінің туризм әлеуеті одан әрі шарықтай түсетіндегі күмән туғызбайды.

Осы тұста орта ғасырлық төбелерді де айтпай кетуге болмас. Бұл жердегі орта ғасырлық төбелердің қатарына Аулиетөбе, Жүзімдік, Күлтөбе, Қаратөбе, Ақтөбе т.б. жатады.

Аты аталған төбелер барлау кезінде табылған керамикалар бойынша б.з. IV-XII ғасырлар аралығына мерзімделген [7, 218]. Болашақта бұл төбелерде зерттеу жұмыстары жүргізілген жағдайда қазақ тарихының көптеген ақтаңдақтарының жойылары сөзсіз.

Жоғарыда берілген мағлұматтар біз зерттеп отырған аймақтың сонау ежелгі кезден бастап адамдардың мекен еткен орындарының бірі екендігін көрсетіп қана қоймай, тарихи-археологиялық ескерткіштерге бай өлке екендігін де дәлелдейді. Осы ескерткіштердің бірқатары әр түрлі кезеңдерде зерттелсе де бұл әліде жеткіліксіз болып табылады.

Киелі жерлерге тоқталмас бұрын кие ұғымының нелермен астасып жатқандығын түсіндіре кетейік. Кие-бұл әр қазақтың өміріндегі салт-дәстүр, әдет-ғұрыппен қатар байланысқан тұрмыстық өмірімізбен қатар келе жатқан ұғым. Кие деген-табиғатта ағаш, тас, су, жан-жануарларда болуы мүмкін. Кие ұғымының қалыптасу мерзімін ертедегі адамдардың әлі де болса табиғаттың сырын шеше алмаған кезге дейін апарсақ болады. Ал кие мәнінің астарын тотемизм, фетишизм де қарастырса болады. Киелі орын – ол нақты географиялық нысан. Ол тау, жайылымдық, жер, көл, өзен, шатқал, асу, ежелгі қорым, төбе т.б. жерлер болуы мүмкін. Негізінен киелі орындарда түрлі ғұрыптық шаралар жасалады. Ашып айтар болсақ, қасиетті тау немесе ондаған жартас бетіне сурет салынған таңбалары бар нысандар ру-тайпалық иелік болуы да, тіпті байырғы уақыттан бері дәстүрлі түрде барша қауымның арғы-бергі аталары жерленген қорым немесе ол жыл сайын ас беріп, құрмет білдіретін орын болуы мүмкін. Киелі орындар туралы ұғым сол маңды қоныстай жайылған елдің таным-түсінігінде сол жердің қасиеті мен киелілігі танылып, көпшілікпен мойындалғаннан кейін ғана қалыптасқан [8, 14].

Қазақ халқы әрқашан «дала» ұғымын қадірлеп құрмет тұтқан. Еліміздің дархан даласы ерекше тарихи оқиғаларға толы. Оларды комплексті түрде зерттеу керек. Өйткені барлығы өсіп келе жатқан ұрпақ үшін өте қажетті дүниелер. Біз зерттеп отырған аймақ киелі жерлерге өте бай. Құркелес пен Келес өзендерінің бойларындағы кең даланың төсінде әулие адамдардың іздері қалған жерлер, бұрыннан бері аңыз әңгімелерде орын алып келеді [9].

«Туған жерге, оның мәдениеті мен салт-дәстүріне айрықша іңкәрлікпен атсалысу – шынайы патриотизмнің маңызды көріністерінің бірі. Бұл, кез келген халықты әншейін біріге салған қауым емес, шын мәніндегі ұлт ететін мәдени-генетикалық кодының негізі» деп [10], - Елбасы бұрынғыдай тарихи тәжірибе мен ұлттық дәстүрлерге немқұрайлы қарамау қажеттігін атап кетті.

Қазіргі таңда, осы мақсатқа сәйкес еліміздің барлық аймақтарынан 100 киелі орынды анықтау жұмыстары жүргізіліп келеді. Біз қарастырып отырған аймақта мұндай тарихи орындарды көптеп кездестіруге болады. Бұл орындар отаршылдық саясат ықпалымен ескерусіз қалды десек артық айтпаған болармыз. Бүгінде сондай киелі жерлерді қалпына келтіру жұмыстары қолға алынып отыр. Заманында қадірі дұрыс бағаланбаса да, тәуелсіздігімізді алғаннан кейін рухани құндылықтарды жаңғыртуға мүмкіндік туды. Сондықтан әулиелеріміздің, ақындарымыздың, батырларымыздың ел тарихындағы қасиет дарытқан жандар екендігін терең ұғынып, білуге жетелейтін мәдени-көпшілік шараларды көбейтуіміз қажет [9]. Ұлттық мәдениетіміздің озық үлгілерін іріктеп, әртүрлі жолмен - насихаттау қажеттігін міндеттеген Елбасы: «Әлемге қанат жайған жат идеологияларға біз ұлттық құндылықтарымыз арқылы ғана төтеп бере аламыз» [10] деп атап көрсетті. Осы ретте Келес ауданының аумағында «Ердәуіт баба», «Шәймерден ата», «Сексек ата», «Жабай ата», «Ыса ата», «Ет жемес ишан ата», «Кесек атар», «Бір шейіт» сынды әулиелер жатқан киелі орындар бар [9]. Бұл орындар біздің ұлттық құндылығымыз. Өскелең ұрпағымыздың

тәрбиешісі. Ұлтымыздың атын әлемге әйгілі ететін мәдени мөр таңбамыз және бой тұмарымыз болып табылады. Сондықтанда осындай орындарымызға көптеп көңіл бөлуіміз керек.

Қорытынды

Қорыта келе, қарастырылып отырған аймақта археологиялық нысандар мен киелі орындарының көп екендігін көруімізге болады. Бұл орындар әлі күнге дейін толық зерттеліп насихатталмай отыр. Жоғарыда да атап өткеніміздей аймақта қаңлы кезеңіне жататын қорымдар көптеп кездеседі. Ежелгі кезде адамдардың өмірден өткен туыстарын бет алды жерге жерлемегендігін ескерсек, сонда біз аймақтың қаншалықты киелі жер екендігін түсінеміз. Ең маңыздысы, зерттеу жұмыстары қолға алынып археологиялық нысандарда ашық аспан асты мұражайлар және киелі жерлерге экскурсиялар ұйымдастырылу қажет. Өйткені, Қазақстан Республикасы Ұлттық экономика министрлігі статистика комитеті жүргізген санағына жүгінсек Сарыағаш ауданына 2017 жылы келген туристердің саны 53911 адамды [11] құрайды екен. Бірақ, бұл жерде дем алушылардың барып сусынданатын «ұлттық құндылықтар бұлағы» кенжелеп тұр. Осы жағдай қолға алынса, яғни археологиялық немесе киелі жерлер туристік маршрутқа айналдырылса жастарымызды Отансүйгіштікке, салт-дәстүрімізді құрметтеуге баулып қана қоймай, аймақ халқының әлеуметтік жағдайының жақсаруына да оң әсер ететіндігі шүбәсіз болары анық.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Назарбаев Н. Ұлы даланың жеті қыры // Ана тілі газеті . - 2018. - 22-28 қараша . - Ст. №48 (1462)
2. Президент ОҚО-да жаңа екі аудан құру туралы қаулыға қол қойды // egemen.kz URL: <https://article/169962-prezident-oqo-da-dganha-eki-audan-quru-turaly-qaulygha-qol-qoydy> (дата обращения: 06. 06. 2018).
3. Деревянко А.П., Исламов У.И., Кривошапкин А.И., Колобова К.А., Фляс Д. Страницы истории древней культуры Узбекистана // Тошкент шахрининг 2200 йиллик юбилейига бағишланган Халқаро илмий конференция материаллары. . - Ташкент: «Фан» , 2009. - С. 7-16.
4. Баратов С.Р. К древнейшей истории населения Ташкентского оазиса и бассейна Сырдарьи // Тошкент шахрининг 2200 йиллик юбилейига бағишланган Халқаро илмий конференция материаллары. . - Ташкент: «Фан» , 2009. - С. 7-16.
5. Сиздиков Б., Гурсой М. Елбасы Н.Ә. Назарбаевтың «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» бағдарламасы аясында «Мыңтөбе қорымында» жүргізілген археологиялық зерттеулер // Жаңа формация кәсіптік білім берудің өзекті мәселелері атты VI дәстүрлі Халықаралық ғылыми-тәжірибелік конференцияның материалдары. . - Түркістан: Тұран, 2018
6. Мергенов Е.Т., Нургалиев Р.Н. Свод памятников истории и культуры и Казахстана. - Алма-Ата : Главная редакция Казахской советской энциклопедии, 1994. - 368 б.
7. Исаев О. Келес даласы // Ана тілі газеті . - 2017. - Қыркүйек 14. - м. 7
8. Назарбаев Н. Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру // Егемен Қазақстан газеті. - 2017. - 18 сәуір . - м. №11 (3197)
9. Байпаков К.М., Смагулов, Е.А., Ержигитова, А.А. Раннесредневековые некрополи Южного Казахстана. - Алматы: Баур, 2005. - 224 б.

10. Максимова А.Г. Отчет о работе Южно-Каратауского курганного отряда Отрарской археологической экспедиции 1969 г // А.Х.Марғұлан атындағы Археология институтының архив материалдары. . - 1969. - №Дело 1117. - б. 8-11.
11. Смагулов Е.А. Наземные склепы Борижарского могильника // А. Қазақстан археологиясының мәселелері. 3 – ші шығарылым. Ғылыми мақалалар жинағы. . - Алматы: Баур, 2011. - б. 584.
12. Левина Л.М. Исследования в Джетысарском урочище // Археологические открытия 1976 года. . - 1977. - №8. - б. 517-518.

REFERENCES

1. Nazarbaev N. Ūly dalanyñ jeti qyry [Seven facets of the Great Steppe] // Ana tılı gazetі . - 2018. - 22-28 qaraşa . - St. №48 (1462)
2. Prezident OQO-da jaña eki audan qūru turaly qaulyǵa qol qoidy [President signed decree on creation of two new districts in South Kazakhstan region] // egemen.kz URL: <https://article/169962-prezident-oqo-da-dganha-eki-audan-quru-turaly-qaulygha-qol-qoydy> (data obraşenia: 06. 06. 2018).
3. Derevānko A.P., İslamov U.İ., Krivoşapkin A.İ., Kolobova K.A., Flās D. Srtanisy istorii drevnei kŭltury Uzbekistana [Pages of the history of ancient culture of Uzbekistan] // Toşkent şahrining 2200 iillik iubileiiga baǵışlangan Halqaro ilmi konferensia materiallary. . - Taşkent: «Fan» , 2009. - S. 7-16.
4. Baratov S.R. K drevneişei istorii naselenia Taşkentskogo oazisa i basseina Syrdāri [To the ancient history of the population of the Tashkent oasis and the Syrdarya basin] // Toşkent şahrining 2200 iillik iubileiiga baǵışlangan Halqaro ilmi konferensia materiallary. . - Taşkent: «Fan» , 2009. - S. 7-16.
5. Sizdikov B., Gursoi M. Elbasy N.Ä.Nazarbaevtyñ «Bolaşaqqa baǵdar: ruhani jañǵyru» baǵdarlamasy aiasynda «Myñtöbe qorymynda» жүргизилген arheologialyq zertteuler [Archaeological research carried out in the "myntobe necropolis" within the framework of the Nazarbayev program "Bolashak bagdar: Ruhani zhangyru"]// Jaña formasia käsıptık bilim berudiñ özekti mäseleleri atty VI дәstürli Halyqaralyq ğylymi-täjribelik konferensianyñ materialdary. . - Türkıstan: Tūran, 2018
6. Mergenov E.T., Nurgaliev R.N. Svod pamätnikov istorii i kŭltury i Kazahstana.[A set of historical and cultural monuments and Kazakhstan.] - Alma-Ata : Glavnaia redaksia Kazahskoi sovetkoi ensiklopedii, 1994. - 368 b.
7. İsaev O. Keles dalasy [Keles steppe] // Ana tılı gazetі . - 2017. - Qyrküiek 14. - m. 7
8. Nazarbaev N. Bolaşaqqa baǵdar: ruhani jañǵyru [Looking to the future: modernization of public consciousness] // Egemen Qazaqstan gazetі. - 2017. - 18 säur . - m. №11 (3197)
9. Baipakov K.M., Smagulov, E.A., Erjigitova, A.A. Rannesrednevekovye nekropoli İujnogo Kazahstana.[Early Medieval necropolises of Southern Kazakhstan] - Almaty: Baur, 2005. - 224 b.
10. Maksimova A.G. Ochet o rabote İujno-Karatauskogo kurgannogo otrāda Otrarskoi arheologicheskoi ekspedisii 1969 g [Report on the work of the South Karatau kurgan detachment of the Otrar archaeological expedition in 1969] // A.H.Marǵūlan atyndaǵy Arheologia institutynyñ arhiv materialdary. . - 1969. - №Delo 1117. - S. 8-11.
11. Smagulov E.A. Nazemnye sklepy Borijarskogo mogilnika [Ground-based crypts of the Borizhar burial ground] // A. Qazaqstan arheologiasynyñ mäseleleri. 3 – şı şyǵarylym. Ğylymi maqalalar jinaǵy. . - Almaty: Baur, 2011. - S. 584.

12. Levina L.M. *Issledovaniya v Jetyasarskom urochişe* [Research in the Dzhetyasarsky tract] // *Arheologicheskie otkrytia 1976 goda. . - 1977. - №8. - b. 517-518.*

М.Гурсой

PhD, доктор, доцент. Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Археология ғылыми-зерттеу институты. Түркістан қ.
E-mail. muzaffer.gursoy@ayu.edu.kz
<https://orcid.org/0000-0003-1042-5697>

Б.Сиздиков

²PhD, доктор, доцент. Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Археология ғылыми-зерттеу институты. Түркістан қ.
E-mail. bagdaulet.sizdikov@ayu.edu.kz
<https://orcid.org/0000-0001-8115-5810>

15.05.24 ж. баспаға түсті.

22.05.24 ж. түзетулерімен түсті.

25.06.24 ж. басып шығаруға қабылданды.

M. GURSOY¹, B. SIZDIKOV²

Khoja Ahmed Yasawi international Kazakh-Turkish university
(Kazakhstan, Turkestan) E-mail. bagdaulet.sizdikov@ayu.edu.kz

ARCHAEOLOGICAL SITES IN SARYAGASH AND KELES DISTRICTS AND THE IMPORTANCE OF TURNING SACRED PLACES INTO TOURIST MARSHURTS

Abstract. The article provides information about archaeological and sacred sites in Saryagash and Keles districts. Special attention is paid to the chronology of these events and the high tourism potential of this region. It is noted that there is a shortage of places for visiting resorts in the Saryagash region, including museums that introduce the history of the region. It is noted that it is possible to further develop the tourism industry in the region by turning archaeological and sacred sites into tourist marshurts. The main thing is that through the development of the history of the region and the places of its presentation, it is possible to instill patriotism in the younger generation.

Keywords: Saryagash, Keles, sacred sites, archaeological artifacts, Local History.

М. ГУРСОЙ¹, Б. СИЗДИКОВ²

Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави
(Казakhstan, Туркестан) E-mail. bagdaulet.sizdikov@ayu.edu.kz

АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ОБЪЕКТЫ САРЯГАШСКОГО И КЕЛЕССКОГО РАЙОНОВ И ВАЖНОСТЬ ПРЕВРАЩЕНИЯ САКРАЛЬНЫХ МЕСТ В ТУРИСТИЧЕСКИЙ МАРШУРТ

Аннотация. В статье приводятся сведения об археологических и сакральных местах Сарыагашского и Келесского районов. Особое внимание уделялось хронологии этого региона. Отмечается, что посетителей курортных мест Сарыагашского региона не хватает, в том числе музеев, которые знакомят с историей края. Отмечается, что дальнейшее развитие сферы туризма в регионе возможно путем превращения археологических и сакральных мест в туристический маршрут. Главное, чтобы через развитие истории края и презентационных мест можно было приобщить подрастающее поколение к патриотизму.

Ключевые слова: Сарыагаш, Келес, сакральные места, археологические артефакты, Краеведение.

Қ. ҚАЛДЫБАЙ

Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: kainar.kaldybay@ayu.edu.kz

**ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ ЖӘНЕ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫ:
МЕНЕДЖМЕНТТІҢ ЕРЕКШЕЛІГІ**

Аңдатпа. Бұл мақалада кәсіпорынның ұйымдық құрылымы кімнің және қай деңгейде шешім қабылдайтынын, олардың орындалуын жүзеге асыратынын және бақылайтынын зерттеуге арналған. Мақалада ұйымдық құрылым әрбір бөлімшенің және әрбір жеке қызметкердің функциялары талқыланады. Кез-келген ұйым жұмысшылардың мінез-құлқының нормалары мен ережелерін анықтайтын нормалар мен жұмыс ережелерін белгілейтіндігін, рәсімдейтіндігін және стандарттайтындығын қарастырады. Экологиялық туризм қызметтерін ұсынатын кәсіпорынның жұмыс істеу нормалары мен ережелері неғұрлым нақты тұжырымдалса, соғұрлым болжамдылық, демек, нәтижесінде тұрақтылық болады. Ұйымдағы бөлімшелердің сапасы көбінесе персоналды іріктеу және орналастыру жүйесімен анықталады. Топтағы адамдардың мінез-құлқы жазылмаған заңдармен, яғни ұйымдық мәдениетпен анықталатындығы талданады. Ұйымдастыру мәдениеті жаңа қызметкерлерге ұйымда қандай бастамалар қабылданатынын және қайсысы қабылданбайтынын көрсетеді.

Кілт сөздер: эко-менеджер, экологиялық туризм, ұйым, мінез құлық, туризм индустриясы.

Кіріспе

Саяхаттың тиімділігі (мақсатқа жету) ғана емес, ең бастысы, экотуристердің қауіпсіздігі мен өмірі экологиялық туризм қызметін ұсынатын ұйымның жұмыс деңгейі мен тәсіліне байланысты. Экологиялық туризм қызметтерін ұсынудың негізгі ұйымдастырушы және басқарушы құрамдас бөлігі адам ресурстарын басқару жүйесі ретінде нақты реттелген персонал технологиялары болып табылады. Жүйелік тәсілге сәйкес персоналдың табысты жұмысы ұйымның миссиясымен және оның жұмыс істеу шарттарымен анықталады:

- туристік бағыттағы кәсіпорынды дамыту стратегиясы;
- ұйымдық құрылымы;
- ұйымда ресми түрде белгіленген нормалар жұмыс істеу ережелері;
- ұйымның иелігіндегі ресурстар және оларды салалық даму үрдістерімен және серпінімен ұштастыра отырып үнемі жаңарту;

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Қ. Қалдыбай. Экологиялық туризм және туризм индустриясы: менеджменттің ерекшелігі // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 125–137. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.09>

***Cite us correctly:** Q. Qaldybaj. Ekologiyalyq turizm zhane turizm industriyası: menedzhmenttin ereksheligi [Ecological Tourism and the Tourism Industry: The Specifics of Management] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No2(4). –Б. 125–137. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4.09>

- туристік кәсіпорынның ерекшелігіне сәйкес персоналға қойылатын талаптар,
-экологиялық туризм қызметтерін ұсынуға бағдарланған және соның негізінде - персоналды орналастыру және орналастыру жүйесін ұйымдастыру;
-бүкіл кәсіпорынның және оның әрбір қызметкерінің жұмысын ұйымдастырудағы экологиялық мәдениет.

Ұйымның даму стратегиясы оның мақсаттарын, даму міндеттерін және оларға қол жеткізу құралдарын анықтайды.

Кәсіпорынның ұйымдық құрылымы кімнің және қай деңгейде шешім қабылдайтынын, олардың орындалуын жүзеге асыратынын және бақылайтынын анықтайды. Бұл ретте ұйымдық құрылым әрбір бөлімшенің және әрбір жеке қызметкердің функцияларын айқындайды [1].

Кез-келген ұйым жұмысшылардың мінез-құлқының нормалары мен ережелерін анықтайтын нормалар мен жұмыс ережелерін белгілейді, рәсімдейді және стандарттайды. Экологиялық туризм қызметтерін ұсынатын кәсіпорынның жұмыс істеу нормалары мен ережелері неғұрлым нақты тұжырымдалса, соғұрлым болжамдылық, демек, нәтижесінде тұрақтылық болады.

Ұйымдағы бөлімшелердің сапасы көбінесе персоналды іріктеу және орналастыру жүйесімен анықталады. Топтағы адамдардың мінез-құлқы жазылмаған заңдармен, яғни ұйымдық мәдениетпен анықталады. Ұйымдастыру мәдениеті жаңа қызметкерлерге ұйымда қандай бастамалар қабылданатынын және қайсысы қабылданбайтынын көрсетеді. Ұйымдастырушылық мәдениет- бұл ұйымда қалай жетістікке жетуге болатындығын және жұмыстағы эмоционалдылықтың рұқсат етілген нормасы, осы ұйымның экомәдениетіне сәйкес келетін киімнің нақты стилі және т.б. қиындықтардан қалай аулақ болуға болатындығын көрсететін белгілі бір нұсқаулық. Ұйымдағы әрбір бөлімше бір жағынан ұйымдық экомәдениеттің тасымалдаушысы болып табылады, бірақ екінші жағынан, кез келген бөлімшедегі микроклимат өз мәдениетін — тек жеке бөлімшеге ғана тән жазылмаған нормалар мен ережелерді әзірлеумен байланысты болуы мүмкін.

Материалдар мен әдістер

Эко-кәсіпорын басшысы оның ерекшелігі мен нақты анықтайтын тиімді басқарудың маңызды және маңызды буыны болып табылады, дегенмен тиімді басшылар әрқашан бір уақытта көшбасшылар, экологиялық туризм энтузиастары бола бермейді. Бірақ бұл кез-келген туристік кәсіпорынның қызметін реттейтін стратегиялық бастамалардан ерекшеленетін экологиялық туризмге бағытталған кәсіпорынның күрделі стратегиясы мен жеке тактикалық маневрлерінің сипатын анықтайтын басшы. Мұның бәрі арнайы ұйымдастырушылық мәдениетті қалыптастырады — өндірісті ұйымдастыруда қалай жетістікке жетуге болатындығын және жұмыстағы эмоционалдылықтың рұқсат етілген нормасы, киімнің қандай стилі мәдениетке сәйкес келетіндігін және т.б. көрсететін белгілі бір "нұсқаулық". Сонымен қатар, ол өзінің мәдениетін дамытумен байланысты болуы мүмкін- тек осы бөлімге тән кейбір нормалар, ережелер мен қызметтік мінез-құлық [2].

Бұл зерттеу барысында бірнеше әдістер қолданылды, олардың әрқайсысы зерттеу тақырыбының әртүрлі аспектілерін түсінуге бағытталған. Контент анализ әдісі: зерттелетін тақырыптың мәтін мазмұнын саралауда және мақаланың идеясын тақырыпқа болып болмағанын анықтауда қолданылады.

Нәтижелер мен талқылау

Эко-басшы және эко-менеджер

Экотуристік кәсіпорынның ұйымдастырушылық мәдениеті өте ерекше, дәстүрлі емес, сондықтан күрделі және аралас. Экотуристік кәсіпорынның аттрактивтілігін арттыру үшін менеджмент және ұйымдық мәдениет экотуризм қызметтерін ұсынатын кез келген туристік кәсіпорынның мақсаты мен миссиясын орындауға барынша бағытталуы тиіс: "адам денсаулығы — табиғат денсаулығы — планета денсаулығы". Бөлменің бүкіл қоршаған ортасы мен декоры табиғатқа деген ынта-ықыласпен, оны тануға деген ұмтылысты тек ақпараттық көздер арқылы ғана емес, сонымен бірге саяхат арқылы да көрсетуі керек, бұл адам денсаулығына өте пайдалы. Байланыс аймағында жұмыс істейтін менеджерлердің сыртқы келбеті өте маңызды: фитнес, спорттық дене бітімі, спорттық киім және аяқ киім [3].

Мұның бәрі әлеуетті экотуристік менеджермен қарым-қатынас басталғанға дейін белгілі бір атмосфера мен көңіл-күй сыйлайды.

Менеджер- туристік кәсіпорынның нақты қызмет түрлері бойынша шешім қабылдауға өкілеттігі бар Эко-саяхатты ұйымдастырушы. Көбінесе менеджерлер ұйымдағы белгілі бір бөлімшелердің басшылары ретінде белгілі бір лауазымдарды атқарады және бұл олардың қызметтік мінез-құлқын анықтайды. Делдалдық қызметтегі менеджерлердің рөлі зор. Көбінесе менеджерлер іскерлік байланыстарды тереңдетуге, мәмілелер жасауға, дауларды шешуге, билікпен қарым-қатынасты көрсетуге арнайды, бұл менеджерден дипломатиялық қабілеттерді талап етеді. Өндірістік процестер күрделене түскен сайын персоналға қойылатын талаптар артады, қызметкерлердің технологиялық эрудициясын арттыру, олардың өмірінің адамгершілік жақтарын жетілдіру қажеттілігі артады. Бірақ негізгі жүктеме мен жауапкершілік клиенттермен тікелей жұмыс істейтін желілік менеджерге жүктеледі [4]. Менеджер ақылға, білімге, техникалық білімге, күшке, әдептілікке, жігерге, шешімділікке, адалдыққа, парасаттылыққа ие болуы керек. Экоменеджердің негізгі құзыреті- бұл өз кәсіпорнының қызмет бағытының ерекшелігін түсіну, ақпаратпен жұмыс істеудің ресми емес, керемет білімі мен қызығушылығы, сонымен бірге ойлау мәдениетін, қоршаған әлем туралы ғылыми білімнің тұтас жүйесін игеру, болмыс, өмір, мәдениет құндылықтарын бағдарлау мүмкіндігі.

Менеджер қауіпсіздікті ұйымдастырудың, оларды экоқызметті алу кезеңінде авариялардың, апаттардың, табиғи апаттардың ықтимал салдарларынан қорғаудың негізгі әдістерін меңгеруге, сондай-ақ қоғамдық және кәсіби қызмет барысында экожүйені сақтау және қорғау жөнінде шаралар қабылдауға міндетті. Экоөнімді ілгерілету және сату бойынша клиентпен тікелей байланыс қызметінің сипатын ескере отырып, менеджер қазақ тілінде жазбаша және ауызша сөйлеуді меңгеруге міндетті, кәсіби эко-бағдарланған риториканы, мамандандырылған мәтіндерді жасау әдістерін пайдалана алады, шет тілдерінің бірінде әлеуметтік өзара іс-қимылды жүзеге асыра алады[5].

Табысқа жетуді талап ететін менеджер үшін тәрбиелік қабілеттерге ие болу да қажет. Әр менеджердің көптеген мінез-құлық белгілерінің жиынтығынан тұратын өзіндік сипаты бар, олардың барлығы клиенттермен сауатты және тиімді қарым-қатынас жасауға ықпал етпейді. Әрбір менеджер — жеке тұлға, әрбір жеке тұлға рөлді орындау сипатына әсер етуі мүмкін, бірақ оның кәсіби мазмұнына емес. Экоменеджерлер, сондай-ақ жеке тұлға ретінде басқа кәсіптердің өкілдері осы рөлдердің өзіндік түсіндірмесін бере алады (кесте 2).

Кесте – 2 — Экологиялық туризм менеджерінің типологиясы

Менеджер түрі	Қызметке негізгі іс- әрекеттері	Кәсіби-тұлғалық сипаттамалары
Ұйымдастырушы	Эко-саяхатты кез-келген тәсілмен ұйымдастырады, оның процедуралығы мен нәтижелілігіне мән бермейді	Ол ойын ретінде қабылдай отырып, ұйымдастыру процесін жақсы көреді. Экотуристердің оң реакциясы және күшті эко - топ пен көшбасшының болуы қажет, оң нәтиже болуы мүмкін
Оратор (шешен)	Эко-өнімді сату туралы алаңдамай, өзінің шешендік өнеріне назар аударады	Ақпаратты ұсына алады, сату техникасының басқа аспектілерін артта қалдырып, өз шеберлігін үнемі жетілдіреді
Танк	Эко өнімді мәжбүрлі түрде сатып алудың барлық тәсілдерін мақсат етеді	Әдетте, табиғаты бойынша көшбасшы. Агрессияға бейім, кейде ашуланады. Сенімді аспект оң нәтиже бере алатындықтан, шектен өтпеу маңызды
Сыпайылық	Клиентпен байланыс уақытының негізгі бөлігі адаммен байланыс орнату және дамыту үшін қолданылады	Сыпайылық, эмпатия, қарым-қатынастың жұмсақтығы, кекілжінді айналып өтуге деген ұмтылыс. Жоғары кәсібилікпен, әдетте, оң нәтиже береді
Көшбасшы	Клиентпен қарым-қатынаста өте тез белсенді бастамаға түседі, оны тану, ситуациялық көшбасшы болу мүмкін емес	Сату техникасының аэробатикасы ретінде жасырын, танылмаған көшбасшы бола отырып, басқару қабілеті оң нәтиже береді
Тәрбиеші	Ол білім дәрежесін жоғары адамгершілік ретінде қарастырады, ол ілімге және тәрбиелік тонға айналмайды	Эгоцентристік ұмтылыстарсыз технологиялық эрудиция аясында жоғары адамгершілік, әдетте, оң нәтиже береді, бұл тәрбиелік қабілеттерге ие болу табысқа жетуді талап ететін менеджер үшін қажет
Адам	Менеджер машина емес, оған адамдық ештеңе жат емес	Көптеген мінез-құлық белгілерінің жиынтығынан тұратын қасиет, олардың барлығы басқару функцияларын орындауға ықпал етпейді, мұны түсіну және оң нәтижеге қол жеткізу үшін уақытында тоқтату маңызды
Жанкүйер (Фанат)	Экотурды сатып алудың сенімді аспектісі табиғаттың фанатикалық адалдығы мен сүйіспеншілігіне және экологиялық туризмнің барлық аспектілеріне негізделген	Табиғатқа, эко-саяхатқа деген сүйіспеншілігі клиентті бұл керемет екеніне сендіруге көмектеседі, оны алу керектігін дәлелдейді. Оң нәтиже береді

Потенциалды клиенттермен сәтті жұмыс істеу үшін әр менеджер тренинг ретінде психологиялық дайындықтан өтуі керек-психологиялық-педагогикалық іс-шаралар жиынтығы және олардың психикалық функцияларын, процестерін, күйлері мен жеке қасиеттерін қалыптастыруға бағытталған тиісті іс-шаралар мен кәсіби өмір жағдайлары, бұл барлық жүктемелердің жиынтығына сәтті төтеп беруге және кәсіби мақсаттарға жетуге көмектеседі (кесте 3).

Кесте - 3 – Экологиялық туризм менеджерінің профессиограммасы

Бөліктері	Көрсеткіштер
Кәсіптік білім беру	Оқыту нысаны, қабылдау шарттары, оқу ұзақтығы, алынатын біліктілік деңгейі, кәсіби өсу деңгейі
Кәсіби қызметтің сипаттамасы	Функциялар, басым қызмет түрлері, біліктілік талаптары, негізгі біліктіліктер
Психограмма	Кәсіби бағдарланған қажеттіліктер, әлеуметтік-мәдени қасиеттер
Кәсіби маңызды қасиеттер	Бағыттылығы, Құзыреттілік, кәсіби қабілеттер
Тағы қандай блоктарды қосуға болады деп ойлайсыз	Олардың көрсеткіштері

2.3 Экотуристер: адам және топ

Экологиялық туризмді белгілі бір тұтынушы үшін жұмыс істейтін туристік индустрияның ерекше секторы ретінде қарастыра отырып, экотуристің негізгі ерекшеліктерін атап өту қажет:

- табиғатты сүю және түсіну, табиғат құбылыстарына қызығушылық;
- орналасқан жері мен дестинациясы туралы қарапайым (Кіріспе) білімнің болуы;
- табиғи кешендерді сақтау үшін жауапкершілікті сезіну;
- қоршаған ортаның ерекше жағдайларына бейімделуге ұмтылу және қабілеттілік;
- қарапайым дене шынықтыру;
- эко-топ ішіндегі қарым-қатынас және эко-топтан тыс бейтаныс адамдармен байланыс орнату мүмкіндігі, қарым-қатынас мәдениеті;
- туристік жабдықтармен жұмыс істеу дағдысы мен дағдысы;
- экологиялық саяхатқа қатысу қауіпсіздігі ережелерін білу, түсіну және сақтау, регламент те, ішкі қажеттілік те;
- бұқаралық туризмнің пакеттік ұсыныстарына қызығушылық танытпайды (сурет 1, 2).



Сурет 1- Экологиялық туризм қызметтерін тұтынушы (экотурист)

Жалпы сипаттамаларға сүйене отырып, экологиялық туризм қызметтерін тұтынушының портретін жасауға болады (нақты түрі (бағыты)) [6].

Индивидуалистік экотуристерді көбінесе жалғыз саяхаттауды ұнататын саяхатшылар деп атайды, көбінесе саяхатын өздері ұйымдастыруды, яғни әуесқой туризммен айналысуды жөн көреді. Олар үшін ұйымдастырылған туризм, әдетте, туристік формальдылықты сақтау үшін немесе кеңес беру аспектісінде қажет. Егер экологиялық саяхатты ұйымдастыру үшін олар туристік агенттікке жүгінсе, онда қызмет оларға регламентке сәйкес ұсынылады[7].

Экотуристер тобының саяхатын ұйымдастыру әлдеқайда қиын.

Экотоп - бұл экологиялық саяхаттың нақты мақсаттарына жету үшін екі немесе одан да көп адамды біріктіру. Топ формальды (кездейсоқ) болуы мүмкін, экотур конфигурациясында қарастырылған және тек жалпы эко-саяхат өтінімімен біріктірілген.



Сурет 2- Экологиялық туризм қызметін сатып алу шешімін таңдауға әсер ету факторлары (экотурист болу);
0—I—II—III (ықпалдың өсу дәрежесі бойынша)

Бейресми топтарға экотуристер ерікті негізде, өз қалауы мен келісімі бойынша бірігеді. Осы типтегі топтарға олардың саяхатын ұйымдастырған кезде ерекше назар аудару керек. Топтың әрбір жеке мүшесінің жеке сипаттамаларын бағаламауға және асыра бағалауға болмайды, өйткені олар бүкіл топтың мінез-құлқына, үйлесімділігіне, тиімділігіне және оның жұмысының тиімділігіне айтарлықтай әсер етеді.

Адамдарды эко саяхат жасау үшін топтарға біріктірудің ең көп тараған себептері:

- жеке қарым-қатынастар (достық, туыстық қатынастар);
- жалпы кәсіби қызығушылық (бірлескен жұмыс);
- жалпы бос уақыт қызығушылығы;
- осы экологиялық туризм дестинацияларына жалпы қызығушылық;
- ортақ қызығушылықпен біріктірілген бейтаныс адамдармен қарым-қатынас шеңберін кеңейтуге ұмтылу;
- қауіпсіздікті қамтамасыз ету.

Эко-топтарға бірігудің кез-келген негізімен экотуристер алға қойған мақсатқа жетуде өздерін күшті, сенімді және қауіпсіз сезінеді. Бұл оның мүшелерінің өнімділігін арттыруы мүмкін: біреуіне қол жеткізу қиын, бірге қол жеткізу әлдеқайда оңай. Әдетте, бірігіп, экотуристер бір емес, бірден экогруппаның үйлесімді жұмысы үшін бірнеше шұғыл қажеттіліктерді қанағаттандырады [7]. Сонымен қатар, белгілі бір эко-топқа жату экологиялық сапар аяқталғаннан кейін оның мүшесіне қоғамда, ұжымда, туыстары мен таныстары арасында беделді жағдайды қамтамасыз ете алады. Сонымен қатар, кез-келген адамға тән өзін-өзі бағалау қажеттілігі де қанағаттандырылады[8].

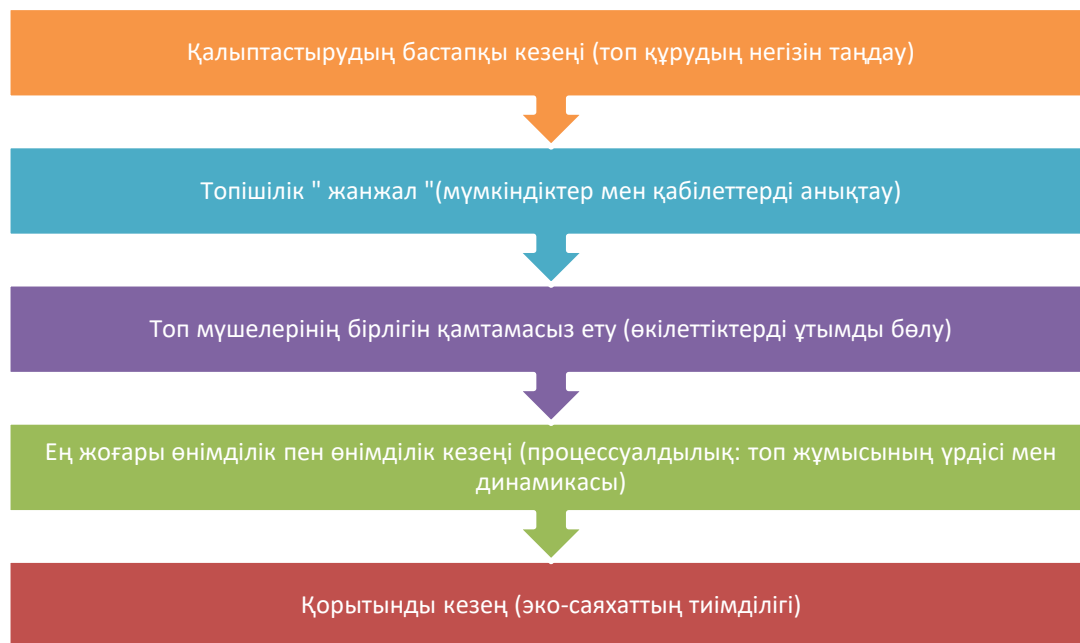
Кез-келген экотурдың бейресми экогруппаларын дамытуда жалпы заңдылықтар анықталуы мүмкін.

Қалыптасудың бастапқы кезеңі кейде құрылымға, экогруппаның әрбір мүшесінің мүмкіндіктеріне және ондағы мінез-құлықтың қай түріне ең қолайлы екеніне қатысты кейбір белгісіздікпен сипатталады. Бұл кезең экогруппаға кіретін адамдар олардың біртұтас ретінде әрекет ететін белгілі бір топтың ажырамас бөлігі екенін анық түсіне бастағанда аяқталады.

Топ ішіндегі "қақтығыс" - бұл топтың дамуының екінші кезеңі, топтардың түпкілікті қалыптасуы, олардың құрамын нақтылау. Осы уақытқа дейін басшылар өздерінің эко тобының мүшелерін, олардың физикалық мүмкіндіктерін, моральдық-еріктік қасиеттерін, психологиялық ерекшеліктерін жақсы біледі [9].

Бұл кезең топ мүшелері арасында жауапкершілікті бөлудің оңтайлы шешімін таңдаумен сипатталады. Бұл кезеңде топ біртұтас болып, топ мүшелері арасындағы қарым-қатынас "жылы" болады. Сонымен қатар, осы топтағы мінез-құлық пен міндеттерді бөлудің бейресми нормаларына қатысты айқындық пайда болады.

Осы кезең аяқталғаннан кейін топта бейресми көшбасшы анықталады (сурет 3).



Сурет 3- Экотопты дамытудың сатылы моделі

Ең жоғары өнімділік пен өнімділік сатысында экотоп толығымен жұмыс істейді, өйткені оның мүшелерінің барлық мүмкіндіктері мен энергиясы тиімді жұмысты қамтамасыз етуге және саяхат мақсатына жетуге тікелей бағытталған.

Белгілі бір экологиялық саяхат кезінде құрылған топтардың өмір сүруінің соңғы кезеңі осы сапардың мақсатына жету кезеңімен, нәтижені бағалаумен байланысты.

Экогруппаларды дамытудың қарастырылған кезеңдері экологиялық саяхатты ұйымдастырудың шындықтарында болатын процестердің жеңілдетілген моделі болып табылады. Экологиялық саяхат неғұрлым қиын болса, іс жүзінде топтың дамуының бір кезеңін екіншісінен ажырату қиынырақ болады (кейде бірнеше кезең бір уақытта өтеді). Жұмыс барысында топтың дамуының жоғары кезеңінен төмен кезеңіне ауысулар жиі байқалады. Сонымен, топтың жаңа мүшесі пайда болған кезде топтағы рөлдердің таралуын, қалыптасқан бейресми мінез-құлық нормаларын, көшбасшылықты және т.б. қайта қарауға болады (кесте 3).

Эко-саяхат кезінде эко-топтың тиімділігін анықтайтын негізгі факторлар:

- эко-топтың әрбір мүшесі негіздеп, саналы түрде жүзеге асыратын эко-саяхаттың мақсаты;
- әрбір жеке мүшенің және эко-топтың алдында тұрған мақсат;
- сыртқы қоңыраулар;
- топ мүшелерінің мүмкіндіктері;
- қойылған міндеттерді шешу үшін бір-бірінің топ мүшелерін үйлесімді толықтыру;
- топтың құрылымы (мәртебесі, мөлшері, құрамы, рөлдері, ресми көшбасшылығы, нормалары);
- процессуалдылық, үрдістер және эко-саяхат барысының динамикасы;
- экогруппаның біртұтас организм ретіндегі құзыреттілігі мен бірлігі дәрежесі.

Экологиялық топтың экологиялық саяхатқа қатысу мақсатына жетудегі тиімділік оның мүшелерінің мүмкіндіктеріне байланысты, соның ішінде:

- біліктілік деңгейіне, кәсіби дағдыларға негізделген және қабілеттерге негізделген мүмкіндіктер немесе ұмтылыстар;
- жеке сипаттамалары: стоицизм, қарсылық, мақсатқа жетуге деген ерік;
- жеке сипаттамалары: моральдық-этикалық қасиеттері.

Кесте 3- Эко-топ жетекшісінің (басшысының) жұмысында қолданылатын әдістер және олардың нәтижеге әсері

Анықтаушы фактор	Әсер ету саласы	+	-
Көшбасшының міндеттерге негізделген жұмысы	Заңнамалық актілермен шектеу	Жылдамдық. Ресурстарды қажет етпейді	Ықпал ету саласының шегін шектеу
Болжалды мүмкіндіктерге негізделген көшбасшы жұмысы	Болжалды мүмкіндіктерді шектеу	Жылдамдық. Ресурстарды қажет етпейді	Ықпал ету саласының шегін шектеу
Кәсіби мүмкіндіктерге (біліктілікке) негізделген эко-топ мүшелерінің мүмкіндіктері	Эко-саяхат регламентімен және кәсіби мүмкіндіктермен (біліктілікпен) шектеу	Қаржылық инвестицияларды қажет етпейді	Уақытша ресурс қажет
Жеке және моральдық-этикалық қасиеттер	Шектелмеген	Қарым-қатынас дағдылары, тәуелсіздік, дербестік	Билікке деген сүйіспеншілік пен өзімшілдік

Эко-топтың жұмысының әсері, бір жағынан, оның әрбір мүшесінің мүмкіндіктері

ретінде кәсіби қабілеттердің қарапайым қосындысымен анықталмайды. Екінші жағынан, экогруппаның тиімділігі көбінесе әркімнің қабілеттерімен анықталады оған кіретін экотуристердің ішінен. Топ мүшелерінің жеке моральдық-этикалық қасиеттері де оның тиімділігіне тікелей байланысты. Қарым-қатынас, ситуациялық бейімделу қабілеті, бірақ сонымен бірге көзқарастар мен пайымдаулардағы Тәуелсіздік пен тәуелсіздік, әрине, эко-топ жұмысының тиімділігі мен тиімділігін арттырады [10].

Экологиялық саяхатқа қатысушы экотуристер тобының оң функционалдығы:

- қабылданған шешімдердің ұтымдылығы (ұжымдық ақыл);
- экогруппа мүшелері арасындағы міндеттерді олардың мүмкіндіктеріне қарай бөлу (қызығушылық, ұмтылыс, кәсіби дағдылар) ;
- өзін, жеке басын көрсете білу, бірақ қиын немесе стресстік жағдайлар туындаған кезде ғана олар командаға органикалық түрде қосылады;
- демалу уақыты мен кезеңінің оңтайлы ауысуы және өз міндеттерін орындау;
- барлық экогруппаның және оның әрбір қатысушысының қауіпсіздігін қамтамасыз ету;
- бейресми көшбасшының болуы-нақты процессуалдылық.

Қандай жағдайда келесі жеке сипаттамалары бар адамдар эко-топтың мүшелері бола алмайды: билікке деген сүйіспеншілік, өзімшілдік, басқа экотуристердің фонында табысты және мәртебелі көрінуге деген ұмтылыс.

Топтың мөлшері басқа факторлармен бірге оның жұмысының тиімділігін анықтайды. 5-7 адамнан тұратын эко-топтар ең тиімді деп саналады. Топтағы эко-туристердің мұндай саны іс жүргізу міндеттерін шешу үшін, әрқайсысының шоғырландырылған шешім әзірлеу мүмкіндігі үшін жеткілікті.

Экогруппаның құрамы, әдетте, әртүрлі білімді, дағдыларды, дағдыларды және жеке қасиеттерді қажет ететін процессуалдылықпен алдын-ала анықталады. Сондықтан құрамы жағынан гетерогенді экогруппалар (жынысы, жасы, кәсібі) құрамы жағынан салыстырмалы түрде біртекті экогруппаларға қарағанда тиімдірек жұмыс істейді деп саналады (кесте. 4).

Экотурдың "фотосуреті". Бұл тұжырымдама экологиялық туризм қызметтерін ұсынатын кәсіпорынның ұйымына экотурды ұйымдастыру мен өткізудің негізгі процестік кезеңдерін көрсететін есептік-бағалау құжаты ретінде енгізіледі.

Кесте 4 - Экотуристер (эко-топ және жеке адамдар (саяхатшылар))

Экотурист, жеке түрде	Экотурист, топ мүшесі ретінде
Жалғыз саяхаттау	Экотопта саяхаттау
Туристік агенттікке тек консультациялық, мүмкін визалық қолдау үшін жүгіну	Турды қалыптастыру туралы туристік агенттікке жүгінеді
Саяхатты өз бетінше жоспарлайды және ұйымдастырады	Саяхат кезінде топтық турдың шарттарына ұйымдық бағынады
Бәрін өз бетімен білуді жөн көреді	Каталогқа, нұсқаулыққа, тізілімге, топтың тәжірибелі мүшелерінің білімі мен дағдыларына бағытталған
Негізгі мақсат - өзіңізді жаңа жағдайда қайта елестету (жаңа жерде болудың "физикасы" емес)	Негізгі мақсат-орындарды өзгерту, жаңа "географияны" білу
Пакеттік турларды ұнатпайды	Пакеттік турларды ұнатпайды
Табиғатты жақсы көреді түсінеді және бағалайды	Табиғатты жақсы көреді түсінеді және бағалайды

Бұл менеджер, экотурды ұйымдастырушы жүргізетін сипаттамалық бөлік және қысқаша және жинақталған (кестелік) түрде жүргізілген жұмыстың негізгі ұстанымдары көрсетілген, барлық қолданылатын құралдарды нақтылай отырып, нақты реквизиттер, экотурдың уақыты мен уақыты көрсетілген құжат. Экогруппаның әр мүшесінің міндеттері ұсынылған. Нәтижелер мақсатқа жету (немесе жетпеу) ретінде қысқаша сипатталған.

Жұмыстың соңғы кезеңі — аналитикалық, басшылық жүргізеді және сындарлы. Оған нәтижелерді талдау және бағалау, жоспарлы және параметрлік көрсеткіштердің арақатынасы кіреді, бұл жұмыс уақытының барлық шығындарының қажет және ұтымды екендігін, тіпті эко-қызмет көрсету регламентінен шамалы ауытқулардың себептерін егжей-тегжейлі талдауға және ұсынылатын эко-қызметтің сапасын жақсарту үшін қандай шаралар қабылдау керектігін анықтауға мүмкіндік береді[11].

Қауіпсіздік шараларының көрсеткіштерін, әсіресе стандартты емес жағдайлар туындаған жағдайда, бөлек талқылау міндетті және қажетті шарт болып табылады.

Экотурдың "фотосуреттерін" талдау нәтижелері бойынша осы турға түзетулер енгізіледі, сондай-ақ бүкіл өнім желісінің параметрленуі қайта қаралады (кесте. 5).

Кесте 5- Экотурдың "фотосуреті"

Кезең / эко-топтар елі / қатысушылар саны	Ақпан / Испания
Экологиялық саяхат бағыты	Мадрид қ. - Мәскеу қ. - Хатанга кенті - "Борнео" мұз базасы (Солтүстік полюстен 120 км) - солтүстік полюс-кері жүріс
Міндеттерді бөлу	1. Байланысқа шығу 2. Алғашқы көмек көрсету 3. Тамақтануды ұйымдастыру 4. БАҚ-пен жұмыс 5. Басшыны таңдау
Бастапқы нүкте орнында дайындық	1. Екі апта тұрақты шаңғы өткелдері 2. Күнделікті жаттығу залы 3. Орыс-Испандық оқыту
Көліктік қамтамасыз ету	Тұрақты рейстер → Ан-26 арнайы рейс → Ми-8 тікұшағы
Басшының (көшбасшының) міндеттері	1. Бастапқы нүктеде тұрақты болу 2. Испанияның эко-тобымен және Премьер-Министрімен күнделікті тікелей байланысты қамтамасыз ету 3. "Дабыл түймесі" 4. Шұғыл шешімдер қабылдау 5. Хатанга ауылының басшылығымен байланыс
Нәтижесі	1. Эко-турдың мақсатына қол жеткізілді 2. Марапаттарды тапсыру: Мадридтегі Король алаңында Испания королінің ерлігі үшін медальдары 3. БАҚ-та ұсыну 4. Білім беру бағдарламаларын әзірлеу және әртүрлі деңгейдегі оқыту процестерінде іске асыру

Қорытынды

Зерттеу нәтижесі кәсіпорынның ұйымдық құрылымы кімнің және қай деңгейде шешім қабылдайтынын, олардың орындалуын жүзеге асыратынын және бақылайтынын тереңірек түсінуге мүмкіндік береді. Мақалада ұйымдық құрылым әрбір бөлімшенің және әрбір жеке қызметкердің функциялары талқыланып, ұйым жұмысшыларының мінез-құлық нормалары мен ережелерін анықтайтын нормалар мен жұмыс ережелерін белгілейтіндігін, қарастырылды. Экологиялық туризм қызметтерін ұсынатын кәсіпорынның жұмыс істеу нормалары мен ережелері неғұрлым нақты тұжырымдалса, соғұрлым болжамдылық, демек, нәтижесінде тұрақтылық орнайды деген қорытындыға мақала авторлары келді. Ұйымдағы бөлімшелердің сапасы көбінесе персоналды іріктеу және орналастыру жүйесімен анықталатындығы түсіндіріліп, топтағы адамдардың мінез-құлқы жазылмаған заңдармен, яғни ұйымдық мәдениетпен анықталатындығы талданды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Эйтингон А.И. Экологический туризм. – М.: РИБ “Турист”, 2001. – 40 с.
2. Колбовский Е. Ю. Экологический туризм и экология туризма. – М.: «Академия», 2011.- 256 с.
3. А.Г. Поршнева, З.П. Румянцевой, Н.А. Саломатина. Управление организацией: Учебник/Под ред. . - 2-е изд. - М: ИНФРА-М, 1998. - 647 с.
4. Чудновский А.Д., Жукова М А. Менеджмент туризма. - М: Финансы и статистика, 2002. - 576 с.
5. Виханский О.С, Наумов А.И. Менеджмент. Человек, стратегия, организация, процесс: Учебник для экономических специальностей вузов. - М: Изд-во МГУ, 1995. - 526 с.
6. Tubekova D. O., Mustafayeva B. U., Izatullayeva B. S. The Development of Ecological and Ethnographic Tourism in Kazakhstan as one of the Directions of Cultural and Educational Tourism // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No1(1). –Б. 99–113. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-1.08>
7. Adongo C. A., Tale F., Adam I. Tourists' values and empathic attitude towards sustainable development in tourism //Ecological Economics. – 2018. – Т. 150. – С. 251-263.
8. Lindberg K., Hawkins D. E. (ed.). Ecotourism: a guide for planners and managers. – 1993. – С. 175pp.
9. Williams P. W. Ecotourism management challenges, prepared for the Travel Review Conference, Washington, DC, February 3, 1991. – 1991.
10. Beeton S. Ecotourism: A practical guide for rural communities. – Landlinks press, 1998.
11. Halpenny E. A. Ecotourism-related organizations //The encyclopedia of ecotourism. – Wallingford UK: CABI Publishing, 2001. – С. 479-496.

REFERENCES

1. Eitingon A.İ. Ekologicheski turizm.[Ecological tourism.] – М.: РИБ “Turist”, 2001. – 40 с.
2. Kolbovski E. İu. Ekologicheski turizm i ekologia turizma. [Ecological tourism and ecology of tourism.] – М.: «Akademia», 2011.- 256 s.
3. A.G. Porşneva, Z.P. Rumänsevoi, N.A. Salomatina. Upravlenie organizasiei [Organization management]: Uchebnik/Pod red. . - 2-e izd. - M: İNFRA-M, 1998. - 647 s.
4. Chudnovski A.D., Jukova M A. Menejment turizma.[Tourism management.] - M: Finansy i statistika, 2002. - 576 s.

5. Vihanski O.S, Naumov A.İ. Menejment. Chelovek, strategija, organizasia, prosses: Uchebnik dlä ekonomicheskikh spesiälnoſtei vuzov.[Management. Man, strategy, organization, process: Textbook for economic specialties of universities.] - M: İzd-vo MGU, 1995. - 526 s.
6. Tubekova D. O., Mustafayeva B. U., Izatullayeva B. S. The Development of Ecological and Ethnographic Tourism in Kazakhstan as one of the Directions of Cultural and Educational Tourism // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No1(1). –Б. 99–113. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-1.08>
7. Adongo C. A., Tale F., Adam I. Tourists' values and empathic attitude towards sustainable development in tourism //Ecological Economics. – 2018. – Т. 150. – С. 251-263.
8. Lindberg K., Hawkins D. E. (ed.). Ecotourism: a guide for planners and managers. – 1993. – С. 175pp.
9. Williams P. W. Ecotourism management challenges, prepared for the Travel Review Conference, Washington, DC, February 3, 1991. – 1991.
10. Beeton S. Ecotourism: A practical guide for rural communities. – Landlinks press, 1998.
11. Halpenny E. A. Ecotourism-related organizations //The encyclopedia of ecotourism. – Wallingford UK: CABI Publishing, 2001. – С. 479-496.

Қ. Қалдыбай

PhD., доцент, Қожа Ахмет Яссауи Атындағы
Халықаралық қазақ-түрік Университеті
(Қазақстан, Түркістан)
E-mail: kainar.kaldybay@ayu.edu.kz

15.05.24 ж. баспаға түсті.
22.05.24 ж. түзетулерімен түсті.
25.06.24 ж. басып шығаруға қабылданды.

K. KALDYBAY

Khoja Ahmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: kainar.kaldybay@ayu.edu.kz

**ECOLOGICAL TOURISM AND THE TOURISM INDUSTRY:
THE SPECIFICS OF MANAGEMENT**

Abstract. This article focuses on studying the organizational structure of an enterprise and examining who makes decisions, implements and controls their implementation, and at what level. The article explores the organizational structure of each department and the functions of each individual employee. Any organization shall establish, formalize and standardize norms and work rules that determine norms and rules of behavior of employees. The more precisely the rules and regulations of the enterprise providing ecotourism services are formulated, the more predictability and, consequently, stability there will be. The quality of departments in the organization is often determined by the personnel selection and placement system. It is analyzed that the behavior of people in the group is determined by unwritten laws, that is, organizational culture. Organizational culture tells new employees which initiatives are accepted and which are not accepted in the organization.

Keywords: eco-manager, eco-tourism, organization, behavior, tourism industry.

К. КАЛДЫБАЙ

Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави
(Казахстан, Туркестан), E-mail: kainar.kaldybay@ayu.edu.kz

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ И ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА: СПЕЦИФИКА МЕНЕДЖМЕНТА

Аннотация. В данной статье основное внимание уделяется изучению организационной структуры предприятия и рассмотрению того, кто и на каком уровне принимает решения, реализует и контролирует их реализацию. В статье исследуется организационная структура каждого отдела и функции каждого отдельного сотрудника. Любая организация обязана устанавливать, формализовать и стандартизировать нормы и правила работы, определяющие нормы и правила поведения сотрудников. Чем точнее сформулированы правила и положения предприятия, оказывающего услуги экотуризма, тем больше будет предсказуемости и, следовательно, стабильности. Качество подразделений в организации зачастую определяется системой подбора и расстановки кадров. Анализируется, что поведение людей в группе определяется неписаными законами, то есть организационной культурой. Организационная культура сообщает новым сотрудникам, какие инициативы принимаются, а какие нет в организации.

Ключевые слова: эко-менеджер, экотуризм, организация, поведение, туристическая индустрия.

«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 қабылдасамаса, 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. МҒТАР (мемлекетаралық ғылыми-техникалық ақпараттың рубрикаторы);

1. DOI – МҒТАР-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.

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. **МРНТИ** (Межгосударственный рубрикатор научной технической информации);
2. **DOI** – после МРНТИ 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 подрисовочные 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 мәртелігі. 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 редакционных процессов, в случае манипуляции с цитированием, плагиатом.

МАЗМҰНЫ

ТУРИЗМ

ALPIN GULSEN M. SOLAK I. <i>HEALTH TOURISM TAX INCENTIVES IN TURKEY IN 2024</i>	6-17
FAIZULLA K. YESHMURAT G. NURALY S. <i>EFFECTIVE WAYS OF TEACHING SPEAKING IN ENGLISH TO THE STUDENTS OF TOURISM SPECIALTY</i>	18-29
АБДИБАЕВА К.Д. НАХИПБЕКОВА С.А. ҚОЖАХМЕТ А.С. ҚҰДАЙБЕРГЕН Б.А. <i>ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНДАҒЫ МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІНДЕ (IT) АҚПАРАТТЫҚ ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ ҚОЛДАНУ МҮМКІНДІГІН ТАЛДАУ</i>	30-42
КУВАНЫШБАЕВА У.К. НУРМАТОВ Ж.Е. <i>ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ ҚАСИЕТТІ ОРЫНДАРДЫ ЗИЯРАТ ЕТУДІҢ ДІНИ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ НЕГІЗДЕРІ</i>	43-53
АЗИЗОВА А.О. БОХАНОВ А.С. АБИЕВ Б.М. <i>РУССКИЙ ЯЗЫК КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН</i>	54-72
ҚҰМАРБЕКҰЛЫ С. <i>ЕҚТА-ДА ЭКОТУРИЗМДІ ЖҮЗЕГЕ АСЫРУДЫҢ ҰЙЫМДЫҚ-ҚҰҚЫҚТЫҚ АСПЕКТІЛЕРІ</i>	73-101
SAK S.T. <i>UTILIZING ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN ENGLISH LANGUAGE EDUCATION FOR TOURISM STUDENTS</i>	102-113
М.ГУРСОЙ Б.СИЗДИКОВ <i>САРЫАҒАШ ЖӘНЕ КЕЛЕС АУДАНДАРЫНДАҒЫ АРХЕОЛОГИЯЛЫҚ НЫСАНДАР ЖӘНЕ КИЕЛІ ЖЕРЛЕРДІ ТУРИСТІК МАРШУРТҚА АЙНАЛДЫРУДЫҢ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ</i>	114-124
Қ. ҚАЛДЫБАЙ <i>ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ ЖӘНЕ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫ: МЕНЕДЖМЕНТТІҢ ЕРЕКШЕЛІГІ</i>	125-137
Авторларға арналған ережелер Правила для авторов Rules for authors	138-144
Жарияланым этикасы Публикационная этика Publication ethics	145-151

**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 29.06.2024 ж. қол қойылды. Пішіні 60X84/8. Қағазы офсеттік.

Шартты баспа табағы 9,6. Таралымы 25 дана. Тапсырыс 1©

Баспахана мекен-жайы:

161200, Түркістан қаласы, Рабиға Сұлтан Бегім көшесі, 14А