

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

Халықаралық туризм және
меймандостық университетінің
ХАБАРШЫСЫ

ВЕСТНИК
Международного университета
туризма и гостеприимства

№3 (5) 2024 шілде-тамыз-қыркүйек

BULLETIN

OF THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY

Тақырыптық бағыты

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

ҒЫЛЫМИ РЕДАКТОР

Экономика ғылымдарының кандидаты, профессор.
БАТЫРОВА НАЗГҮЛ ТҰРСЫНХАНҚЫЗЫ

Индекстеледі/ Индексируется/ Scanned indexes:



ҚҰРЫЛТАЙШЫ

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ

Журнал Қазақстан Республикасының Ақпарат және Қоғамдық даму министрлігі, Ақпарат комитетіне тіркеліп 19 маусым 2023 жылы №KZ33VPY00070924 куәлігі берілген. Шығу жиілігі: жылына 4 рет.

Басылым тілі: қазақша, орысша, ағылшынша.

Таралу аумағы: Қазақстан Республикасы, алыс және жақын шетел.

Журнал 2024 жылдың сәуір айынан бастап Франция еліндегі ISSN орталығында тіркелген.

ISSN 3007-083X (Print), ISSN 3007-0848 (Online).

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

Жауапты хатшы

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - ҒЗО редакторы (*Қазақстан*)

Редакция алқасының мүшелері

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

Абдрасилов Тұрғанбай Қурманбаевич - PhD, қауым. профессор (*Қазақстан*)

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

Қарғабаева Сауле Төлеуовна - 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*)

Алимулова 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 Назыгуль 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.ғ.к., ассоц. профессор (*Казахстан*)

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

Асан Досмаханбет Сейдінбекұлы - 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 Nazygul - 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*)

ТҮПІЗМ

IRSTI 06.71.57

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.01>

UDC 338.48;

E. TURK¹✉, Y. ARI¹, A. SHOKPAROV²

¹*Alanya Alaaddin Keykubat University*

(Turkey, Antalya), E-mail: yakup.ari@alanya.edu.tr

²*International University of Tourism and Hospitality*

(Kazakhstan, Turkistan)

THE ROLE OF HEALTH TOURISM TRAVEL AGENCIES IN HEALTH TOURISM

Abstract. *In today's world, health tourism is rapidly gaining popularity. Patients travel internationally to access various healthcare services and treatments, such as medical procedures, cosmetic surgery, dental care, thermal tourism, and spa-wellness services. One of the critical factors contributing to a successful experience in the challenging and complex journey of health tourism is the role played by health tourism travel agencies. These agencies facilitate patients' access to international healthcare services, guide patients, organize their travel, and offer personalized solutions to meet their needs. In addition to coordinating logistics, travel agencies help ensure a seamless healthcare experience by addressing cultural and language barriers and improving communication between patients and healthcare providers. This study aims to define the roles and responsibilities of health tourism travel agencies, emphasizing their growing importance in the global healthcare landscape.*

Keywords: *Health Tourism, Medical Travel, Travel Agency, Cosmetic Surgery, Spa-Wellness*

Introduction:

Patients around the world travel internationally to access various health services and treatment options. This trend has given rise to the growth of medical tourism, where patients seek medical treatments, surgeries, and wellness services in countries outside their home region. Health tourism agencies play a pivotal role in facilitating these journeys by acting as the first gateway to accessing medical care abroad. These agencies not only guide patients through the process but also tailor solutions to meet their specific needs, contributing to the overall success of the health tourism experience (Kılınç & Koçarslan, 2022). By considering factors such as cultural tours, proximity to their residence, and recommendations from trusted individuals, health tourism agencies help patients make informed decisions about their medical treatments (Boyacı, 2021). In doing so, they contribute significantly to the growth and development of health tourism by simplifying the access to healthcare services in different regions (Özdemir, 2021).

The benefits of health tourism extend beyond planned medical needs, as it also caters to emergency or unplanned health issues. Health tourists, as they are called, may find themselves at a

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: E. Turk, Y. Ari, A. Shokparov. The Role of Health Tourism Travel Agencies in Health Tourism // Bulletin of the International university of Tourism a Hospitality. –2024. – No3(5). –Б. 6–14. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.01>

*Cite us correctly: E. Turk, Y. Ari, A. Shokparov. The Role of Health Tourism Travel Agencies in Health Tourism // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 6–14. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.01>

disadvantage when it comes to understanding and navigating the complexities of the medical tourism industry. Therefore, the medical tourism industry bears the responsibility of providing better guidance to these patients (Snyder et al., 2011). The movement of health tourists across international borders and the mobility of healthcare providers form the two key aspects of international healthcare mobility (Snyder et al., 2011). Health tourism has been praised for promoting patient choice in medical facilities, providing access to treatment alternatives not available locally, accelerating access to healthcare, and fostering global competition in the health sector (Turner, 2007).

Here are some of the key advantages of health tourism:

1. **Access to a Wider Range of Medical Services:** Medical tourism provides patients with access to treatments and procedures that may be limited or unavailable in their local communities. This enhances patient choice and allows individuals to receive higher-quality or specialized healthcare services.
2. **Accelerated Care:** In some countries, long waiting periods for certain medical treatments can be a significant issue. Medical tourism offers patients the opportunity to receive faster medical care, which can be crucial in cases of urgent medical conditions or life-threatening illnesses.
3. **Global Competition:** Medical tourism increases global competition in the healthcare industry. Hospitals and clinics, driven by the desire to attract international patients, improve the quality of services offered, thus raising overall healthcare standards.
4. **Lower Costs:** Medical tourism is often associated with lower healthcare costs in certain countries, allowing patients to access the same or even superior quality of care at more affordable rates (Turner, 2007).

Additionally, wellness tourism is gaining momentum alongside medical tourism. Patients not only seek treatments for illnesses but also aim to maintain and improve their overall well-being through wellness services such as thermal baths, spa treatments, and wellness resorts. Wellness tourism focuses on enhancing physical and mental health, and health tourism agencies facilitate this process by organizing tailored services for patients, making their experience as seamless and beneficial as possible.

With the rise of digital healthcare solutions, health tourism is also being transformed by telemedicine. This allows patients to consult with healthcare providers virtually before embarking on their medical journeys, streamlining the process and improving patient satisfaction. Such advancements further emphasize the importance of health tourism agencies in coordinating and managing both the logistical and medical aspects of healthcare travel.

Health Tourism

In recent years, health tourism has been the fastest-growing sector within the overall tourism industry. As more people travel internationally for medical treatments, the importance of health tourism continues to increase (Tengilimoğlu, 2021). Health tourism refers to individuals traveling to different countries for medical care. This sector has gained popularity due to factors such as travel convenience, medical technological advancements, and contemporary approaches in healthcare services (Polo Peña et al., 2023). More broadly, health tourism refers to the travel undertaken by individuals, also known as "health tourists," who wish to maintain their health physically, mentally, and socially, or those who seek to restore lost health through medical services outside their home country for at least 24 hours (Türk & Uymaz, 2023).

Health Tourism Travel Agencies

Health tourism travel agencies are private sector organizations that offer various healthcare services to their clients and handle the organization and coordination of these services. These agencies typically leverage their expertise in the health tourism sector to provide comprehensive health tourism service packages. These packages may include air and ground transportation, travel visas, hotel accommodations, assistance from a local company representative in the destination country, the transfer of medical records to treating doctors, and negotiation of prices for the medical procedures that health tourists decide to purchase (Turner, n.d.).

Health Tourism Travel Agencies and Their Services

Health tourism agencies provide a range of services to facilitate the international accessibility of health services for patients seeking treatments or wellness services abroad. These agencies work to improve the overall experience of health tourism by managing travel logistics and addressing the specific medical needs of patients (Polo Peña et al., 2023; Poongodi, 2020). The most common services offered include:

- **Medical Treatment and Surgeries:** Health tourism agencies assist clients by guiding them through the selection of medical facilities and specialized doctors for treatments and surgeries. These agencies help patients choose the right health centers that best meet their medical needs.
- **Aesthetic Surgery and Beauty Tourism:** Cosmetic and beauty tourism is one of the primary services provided by health tourism agencies. These services connect clients to facilities that offer plastic surgery, dermatological procedures, and hair transplants, acting as a bridge between the patient and the service provider.
- **Dental Tourism:** Dental treatments are a significant part of medical tourism. Agencies help clients find the right dental clinics, provide logistical support, and manage the journey for those seeking dental care abroad.
- **Thermal Tourism:** Agencies specializing in thermal tourism connect customers to facilities that offer the healing benefits of thermal waters. They provide support to clients who seek to take advantage of these wellness offerings for relaxation and healing purposes.
- **Wellness and Spa:** Health tourism agencies also advise clients on wellness and spa services, offering access to facilities that provide various wellness treatments aimed at improving mental and physical health.

In addition to these services, health tourism agencies play a crucial role in ensuring access to quality healthcare services and post-treatment care. They are key players in facilitating and promoting access to these specialized services, addressing the unique needs of medical tourists and making the entire process more streamlined.

By offering tailored medical and wellness tourism packages, travel agencies improve patient care, assist in travel coordination, and support patients throughout their medical journeys. Additionally, agencies contribute to the development of health tourism by ensuring that patients receive high-quality care and individualized treatments, thus promoting the growth of the sector on a global scale. They often work in collaboration with local tourism operators to ensure that the patient's experience is holistic, combining healthcare services with leisure and cultural experiences.

The Role and Responsibilities of Health Tourism Travel Agencies

Health tourism is a vast market with an economic size exceeding 200 billion dollars globally, with numerous stakeholders involved. In this industry, the businesses that integrate health and tourism sectors and provide sectoral logistics are health tourism intermediary organizations, such as travel agencies (Aladağ Bayrak et al., n.d.).

The marketing strategies targeting health tourists typically focus on elements like costs, quality of care, and medical qualifications, which are communicated through customized websites and social media platforms. Health tourism travel agencies are often the first point of contact for potential medical tourists, providing crucial information and guidance.

These agencies offer a comprehensive range of services to ensure that patients have a safe and comfortable experience while accessing international healthcare services. From organizing travel logistics, such as flights and accommodations, to coordinating medical treatments, health tourism agencies play an integral role in supporting the journey of health tourists and ensuring a positive experience. They also ensure the seamless integration of travel with medical care, catering to the unique needs of each client, which may include post-treatment care and wellness services.

Adding more, these agencies are increasingly responsible for ensuring that their clients' experiences are culturally appropriate and personalized, often providing language assistance and local guidance to ensure smooth interactions with healthcare providers in foreign countries. Their role extends beyond logistics to include offering peace of mind, reliability, and safety, thus building trust in international healthcare systems.

By facilitating access to high-quality medical care and travel, health tourism agencies are key players in promoting and developing the global health tourism sector.

Health Tourism Travel Agencies Services

These agencies offer services to individuals seeking treatment or wellness services during travel, aiming to facilitate access to international healthcare, organize travel procedures, and improve the overall health tourism experience. They provide a range of options related to healthcare services, travel arrangements, and accommodation to meet the specific needs of patients (Polo Peña et al., 2023; Poongodi. P, 2020). Some of the most common services offered include:

Medical Treatment and Surgical Procedures:

Health tourism agencies guide clients in selecting appropriate medical facilities and expert doctors, helping them make informed decisions about the treatments they need. These services are designed to ensure that patients receive quality care that aligns with their medical requirements.

Aesthetic Surgery and Beauty Tourism:

Agencies facilitate services for aesthetic surgeries, including plastic surgery, dermatological treatments, and hair transplantation. Acting as intermediaries between healthcare providers and patients, they ensure that clients have access to the best options available.

Dental Treatment:

Dental tourism, where patients travel for dental care, is a major sector in health tourism. Agencies recommend dental specialists and organize logistics such as travel and accommodation, allowing patients to focus on their treatment.

Thermal Tourism:

Health tourism agencies connect clients with thermal facilities where they can benefit from the therapeutic effects of thermal waters. These services are particularly valuable for individuals seeking natural remedies for various health conditions.

Wellness and Spa Services:

For clients looking for relaxation and rejuvenation, agencies offer guidance on wellness and spa services. They recommend top-tier facilities where individuals can access treatments like massages, saunas, and holistic therapies designed to enhance well-being.

Health tourism agencies play a pivotal role in bridging the gap between medical tourists and service providers. Beyond facilitating medical care, they ensure that the entire travel process is

smooth and comfortable. Many agencies also offer post-treatment care, assisting patients with recovery plans and follow-ups with medical professionals. Additionally, cultural sensitivity and language assistance are crucial components of their service, helping to overcome potential communication barriers and ensuring that clients feel secure and understood throughout their healthcare journey.

As health tourism continues to grow, these agencies have become vital players in the global healthcare landscape, contributing to both the patient experience and the development of international health services.

Results

Unlike seasonal tourism sectors, health tourism is a year-round industry that stands out for its significant contribution to the economy. Health tourists are individuals who travel to other countries to receive medical services that may be difficult to access in their own countries, whether to maintain their health, treat an existing illness, or achieve physical and mental well-being through aesthetic procedures. Health tourism travel agencies play a key role in the decision-making process of these health tourists regarding destinations, as well as during and after treatment. These agencies facilitate the integration of the tourism and healthcare sectors. One of their main responsibilities is to manage the transfer of necessary documents and information between healthcare and tourism establishments, continuing this service until the tourists return home.

There is a need for further research to explore the specific role and impact of health tourism travel agencies within the context of health tourism (Özdemir, 2021).

Health tourism is a rapidly growing global industry that attracts millions of people annually due to various reasons such as the increasing cost of healthcare in developed countries, long waiting times for medical procedures, and the search for high-quality and specialized treatments available in certain regions. Countries such as Turkey, India, Thailand, and Hungary have become key players in this industry, offering a wide range of services from dental care to complex surgeries and wellness treatments at a fraction of the cost compared to countries like the US or the UK.

Key Factors Driving Health Tourism:

1. **Cost-Effectiveness:** One of the primary motivations for health tourists is the cost savings they can achieve. In countries like the United States, healthcare expenses can be exorbitant, especially for uninsured or underinsured patients. Health tourism provides an alternative where patients can receive similar or even superior treatments at a lower price.
2. **Quality of Care:** Many countries that are popular for health tourism have developed world-class medical facilities and attract highly trained medical professionals. For instance, countries like South Korea and Germany are known for their advanced medical technology and high standards of care, while Turkey has a growing reputation in cosmetic surgery and medical aesthetics.
3. **Accessibility and Shorter Waiting Times:** In some countries, patients face long waiting times for certain medical procedures, especially those that are not considered emergencies. Health tourism offers a solution by allowing patients to bypass these delays and receive timely treatment.
4. **Legal and Ethical Considerations:** While health tourism offers significant benefits, it also raises ethical and legal concerns. Some worry about the quality control of procedures in certain countries, the risks of medical malpractice, and the follow-up care required after a patient returns home. There is also concern that the industry may contribute to the commodification of healthcare.

5. Cultural and Tourism Appeal: Many health tourists also take advantage of the opportunity to combine medical treatment with leisure travel. Countries like Turkey and Thailand are not only known for their healthcare services but also for their rich history, cultural experiences, and natural beauty, making them attractive destinations for tourists seeking both wellness and adventure.

The Role of Health Tourism Agencies:

Health tourism travel agencies have become increasingly important intermediaries in this process. Their role includes providing detailed information about healthcare options, assisting with visa procedures, arranging transportation, accommodation, and medical appointments, and ensuring the smooth coordination between the healthcare provider and the tourist. They also ensure that health tourists are fully informed about potential risks, legal responsibilities, and post-treatment care options.

As health tourism continues to grow, the role of these agencies is likely to expand. They may also face challenges such as maintaining transparency and trust, navigating the legal complexities of cross-border healthcare, and ensuring that tourists' expectations match the quality of care they receive. To better understand and enhance the effectiveness of these agencies, further research is necessary. This research could focus on improving their operational strategies, assessing customer satisfaction, and exploring new opportunities for innovation in the health tourism sector.

Conclusion

Health tourism represents a dynamic and evolving sector that provides significant economic benefits and enhances the accessibility of medical services for individuals seeking care beyond their borders. Unlike traditional seasonal tourism, health tourism operates year-round, catering to a diverse range of patients motivated by cost, quality, and timely access to healthcare. The integration of the tourism and healthcare sectors is crucial, with health tourism travel agencies playing a pivotal role in facilitating this process.

These agencies not only guide health tourists in their decision-making but also manage essential logistical operations, ensuring a seamless experience from initial inquiries to post-treatment follow-ups. As the demand for health tourism continues to rise, there is a pressing need for more in-depth research to better understand the specific roles and impacts of these travel agencies within the health tourism landscape. This research will help identify best practices, enhance service delivery, and address ethical considerations associated with cross-border healthcare.

Furthermore, as healthcare markets become increasingly competitive, health tourism destinations must focus on maintaining high standards of care and patient safety while also promoting their unique cultural and tourism offerings. Balancing these aspects will be key to sustaining growth and attracting a steady stream of health tourists. In conclusion, the health tourism industry presents both opportunities and challenges, and a collaborative approach among stakeholders—government bodies, healthcare providers, and travel agencies—will be essential for its continued success and evolution.

BIBLIOGRAPHY

1. ALADAĞ Bayrak Ö., Dalkıran G. B. Sağlık Turizminde Aracı Kurumların WEB Sitelerine Yönelik Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği //Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS). – 2020. – T. 6.

2. Boyacı İ. TÜRKİYE SAĞLIK SİSTEMİNİN DÖNÜŞÜMÜ (2003-13): SAĞLIK HİZMET BÖLGELERİ PLANLAMASI VE ŞEHİR HASTANELERİ //İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. – 2021. – T. 20. – №. 40. – C. 358-376.
3. Kılınç H., Koçarslan H. SAĞLIK TURİZMİNDE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN BÖLGESEL GÜVEN VE SEYAHAT NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: YABANCI HASTALAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA //Journal of Academic Perspective on Social Studies. – 2022. – №. 1. – C. 43-65.
4. Lin H. C. Assessment of the partnership quality between travel agencies and health care organizations on the international medical tourism market in Taiwan //Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. – 2014. – T. 15. – №. 4. – C. 356-381.
5. Özdemir A. TÜRKİYE’DE SAĞLIK İŞGÜCÜ KAMU İSTİHDAMI //Journal of Healthcare Management and Leadership. – 2021. – №. 1. – C. 59-69.
6. Polo Peña A. I., Andrews H., Morales Fernández V. Can online travel agencies contribute to the recovery of the tourism activity after a health crisis? //Journal of Humanities and Applied Social Sciences. – 2023. – T. 5. – №. 4. – C. 271-292.
7. Snyder J., Dharamsi S., Crooks V. A. Fly-By medical care: Conceptualizing the global and local social responsibilities of medical tourists and physician voluntourists //Globalization and health. – 2011. – T. 7. – C. 1-14.
8. Tengilimoğlu D. Sağlık turizmi ve devlet teşvikleri //Journal of Life Economics. – 2021. – T. 8. – №. 1. – C. 1-10.
9. Turner L. Medical tourism: Family medicine and international health-related travel //Canadian Family Physician. – 2007. – T. 53. – №. 10. – C. 1639-1641.
10. Turner L. Medical tourism: Family medicine and international health-related travel //Canadian Family Physician. – 2007. – T. 53. – №. 10. – C. 1639-1641.
11. Çavuşoğlu A. U. Sağlık turizmi aracı kuruluşu hizmet standartları hakkında düşünce ve öneriler //Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Dergisi. – 2018. – T. 1. – №. 2. – C. 1-5.

REFERENCES

1. ALADAG Bayrak O., Dalkiran G. B. Sağlık Turizminde Aracı Kurumların WEB Sitelerine Yönelik Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği [An Evaluation of the Websites of Intermediary Institutions in Health Tourism: The Case of Turkey] //Balkan & Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS). – 2020. – T. 6.
2. Boyacı I. TÜRKİYE SAĞLIK SİSTEMİNİN DÖNÜŞÜMÜ (2003-13): SAĞLIK HİZMET BÖLGELERİ PLANLAMASI VE ŞEHİR HASTANELERİ [TRANSFORMATION OF THE TURKISH HEALTH SYSTEM (2003-13): PLANNING OF HEALTH SERVICE ZONES AND CITY HOSPITALS] //İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. – 2021. – T. 20. – №. 40. – S. 358-376.
3. Kılınç H., Koçarslan H. SAĞLIK TURİZMİNDE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMANIN BÖLGESEL GÜVEN VE SEYAHAT NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: YABANCI HASTALAR ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA [The Effect of Electronic Word-of-Mouth Marketing on Regional Trust and Travel Intention in Health Tourism: An Investigation on Foreign Patients] //Journal of Academic Perspective on Social Studies. – 2022. – №. 1. – S. 43-65.
4. Lin H. C. Assessment of the partnership quality between travel agencies and health care organizations on the international medical tourism market in Taiwan //Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism. – 2014. – T. 15. – №. 4. – S. 356-381.

5. Ozdemir A. TURKIYE'DE SAGLIK ISGUCU KAMU ISTIHDAMI [HEALTH WORKFORCE PUBLIC EMPLOYMENT IN TURKEY] //Journal of Healthcare Management and Leadership. – 2021. – №. 1. – S. 59-69.
6. Polo Peña A. I., Andrews H., Morales Fernández V. Can online travel agencies contribute to the recovery of the tourism activity after a health crisis? //Journal of Humanities and Applied Social Sciences. – 2023. – T. 5. – №. 4. – C. 271-292.
7. Snyder J., Dharamsi S., Crooks V. A. Fly-By medical care: Conceptualizing the global and local social responsibilities of medical tourists and physician voluntourists //Globalization and health. – 2011. – T. 7. – C. 1-14.
8. Tengilimoglu D. Saglik turizmi ve devlet tesvikleri [Medical tourism and government incentives]//Journal of Life Economics. – 2021. – T. 8. – №. 1. – S. 1-10.
9. Turner L. Medical tourism: Family medicine and international health-related travel //Canadian Family Physician. – 2007. – T. 53. – №. 10. – C. 1639-1641.
10. Turner L. Medical tourism: Family medicine and international health-related travel //Canadian Family Physician. – 2007. – T. 53. – №. 10. – C. 1639-1641.
11. Cavusoglu A. U. Saglik turizmi araci kurulusu hizmet standartlari hakkında dusunce ve oneriler [Thoughts and suggestions about health tourism intermediary organization service standards] //Saglikta Kalite ve Akreditasyon Dergisi. – 2018. – T. 1. – №. 2. – S. 1-5.

EMRAH TURK

PhD, Alanya Alaaddin Keykubat University,
(Turkey, Antalya), E-mail: turkparamedic@gmail.com

YAKUP ARI

Assoc.prof. Alanya Alaaddin Keykubat
University, (Turkey, Antalya)
E-mail: yakup.ari@alanya.edu.tr

A. SHOKPAROV

Candidate of Pedagogical Sciences
International university of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkistan)
E-mail: shokparov.alibek@iuth.edu.kz

Received 07.08.2024

Accepted for publication 30.09.2024

Э. ТҮРК¹, Я. АРИ¹, А. ШОКПАРОВ²

¹Алания Алааддин Кейкубат университеті

(Түркия, Анталья), E-mail: yakup.ari@alanya.edu.tr

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан)

ТУРИСТІК АГЕНТТІКТЕРДІҢ САУЫҚТЫРУ ТУРИЗМІНДЕГІ РӨЛІ

Аңдатпа. Қазіргі әлемде сауықтыру туризмі тез танымал болып келеді. Пациенттер медициналық процедуралар, косметикалық хирургия, стоматологиялық көмек, термиялық туризм және спа-сауықтыру қызметтері сияқты әртүрлі медициналық қызметтер мен процедураларға қол жеткізу үшін бүкіл әлем бойынша саяхаттайды. Сауықтыру туризмінің күрделі жолынан сәтті өтуге ықпал ететін маңызды факторлардың бірі-сауықтыру туризмі бойынша туристік агенттіктердің рөлі. Бұл агенттіктер пациенттерге халықаралық медициналық қызметтерге қол жеткізуді жеңілдетеді, пациенттермен бірге жүреді, олардың сапарларын ұйымдастырады және олардың қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін жеке шешімдер ұсынады. Логистиканы

үйлестіруден басқа, туристік агенттіктер мәдени және тілдік кедергілерді жою және пациенттер мен денсаулық сақтау мамандары арасындағы байланысты жақсарту арқылы үздіксіз қызмет көрсетуге көмектеседі. Бұл зерттеудің мақсаты-сауықтыру туризмімен айналысатын туристік агенттіктердің рөлдері мен міндеттерін анықтау, олардың әлемдік денсаулық сақтаудағы өсіп келе жатқан маңыздылығын атап өту.

Кілт сөздер: сауықтыру туризмі, медициналық саяхат, туристік агенттік, косметикалық хирургия, Spa-Wellness

Э. ТЮРК¹, Я. АРИ¹, А. ШОКПАРОВ²

¹ Университет Алааддина Кейкубата в Алании

(Турция, Анталья), E-mail: yakup.ari@alanya.edu.tr

²Международный университет туризма и гостеприимства

(Казахстан, Туркестан)

РОЛЬ ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНТСТВ В СФЕРЕ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

Аннотация. В современном мире оздоровительный туризм стремительно набирает популярность. Пациенты путешествуют по всему миру, чтобы получить доступ к различным медицинским услугам и процедурам, таким как медицинские процедуры, косметическая хирургия, стоматологическая помощь, термальный туризм и спа-оздоровительные услуги. Одним из важнейших факторов, способствующих успешному прохождению сложного пути оздоровительного туризма, является роль туристических агентств по оздоровительному туризму. Эти агентства облегчают пациентам доступ к международным медицинским услугам, сопровождают пациентов, организуют их поездки и предлагают индивидуальные решения для удовлетворения их потребностей. Помимо координации логистики, туристические агентства помогают обеспечить бесперебойное обслуживание, устраняя культурные и языковые барьеры и улучшая коммуникацию между пациентами и медицинскими работниками. Цель этого исследования - определить роли и обязанности туристических агентств, занимающихся оздоровительным туризмом, подчеркивая их растущую значимость в мировом здравоохранении.

Ключевые слова: Оздоровительный туризм, Медицинское путешествие, Туристическое агентство, Косметическая хирургия, Spa-Wellness

М. АБДИКАРИМОВА¹✉, Т. ИМАНГУЛОВА¹, А. ГУБАРЕНКО¹, А. ПЕСТОВА¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Түркістан, Қазақстан), E-mail: madina.abdikarimova@iuth.edu.kz

**ТУРИСТІК КАДРЛАРДЫ ДАЯРЛАУ БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖОҒАРЫ
ОҚУ ОРЫНДАРЫНЫҢ БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАЛАРЫНЫҢ АЙРЫҚША
ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Аңдатпа. Қазақстандағы туристік индустрия даму үшін жоғары әлеуетті көрсетеді, әсіресе ішкі туризмді дамыту және халықаралық туристер тарапынан қызығушылықты күшейту жағдайында. Туристік кадрларды сапалы даярлау саланы табысты дамытудың негізгі факторы болып табылады, ал жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламалары осы салада жұмыс істей алатын мамандарды даярлауда маңызды рөл атқарады. Бұл мақалада туристік кадрларды даярлау бойынша Қазақстанның жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларының айрықша ерекшеліктері, олардың нарық талаптарына және халықаралық стандарттарға сәйкестігі қарастырылады.

Кілт сөздер: туризм, туристік сала, туристік кадрлар, білім беру бағдарламалары, кадрларды даярлау

Кіріспе

Соңғы жылдары туризм Қазақстан экономикасының маңызды секторларының біріне айналуға, бұл осы саладағы кадрларды сапалы даярлау міндетін жетекші орындардың біріне қояды. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасында білім беру стандарттары мен оқу бағдарламаларын жақсарту қажеттігін аттап өтті.

Қазіргі уақытта туризм саласында кадрлар даярлау республиканың 49 жоғары және / немесе жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру ұйымдарында (бұдан әрі – ЖЖОКБҰ) жүзеге асырылады.

ЖЖОКБҰ-да білім алушылар контингенті 12000 адамды құрайды. Студенттердің практикалық дағдыларын қалыптастыру үшін «Kazakh Tourism» ҰК» АҚ, Қазақстандық Туристік қауымдастық, қазақстандық қонақ үйлер мен мейрамханалар қауымдастығы сияқты туристік ұйымдар оқыту мәселелері бойынша ғана емес, сонымен қатар туризм және қонақжайлылық саласындағы болашақ мамандардың кәсіби практикасы бойынша серіктестерімен консорциумдар құрып, белсенді жұмыс істейді.

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Абдикаримова М., Имангулова Т., Губаренко А., Пестова А. Туристік кадрларды даярлау бойынша қазақстанның жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларының айрықша ерекшеліктері // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –№3(5). –Б. 15–27. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.02>

*Cite us correctly: Abdikarimova M., İmangulova T., Gubarenko A., Pestova A. Turistik kadrlardy daıarlaw boıynsha qazaqstannyñ joğary oqu oryndarynyñ bılım beru bağdarlamalarynyñ airyqşa erekşelikteri // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –№3(5). –Б. 15–27. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.02>

Туристiк сала үшiн кадрлар даярлауды жүзеге асыратын барлық ЖЖОКБҰ жұмыс берушiлермен, туристiк нарық, мейрамхана және қонақ үй бизнесi субъектiлерiмен бейiндi пәндер практикаға бағытталған оқытуды, туризм және қонақжайлылық индустриясы кәсiпорындарында оқу-практикалық сабақтарды енгiзу бойынша бiрлескен жұмысты ұйымдастырады.

Ұлттық статистика бюросының деректерiне сәйкес 2021 жылы 2 мыңнан астам студент техникалық және кәсiптiк орта бiлiм беру ЖЖОКБҰ «Туризм» және «Мейрамхана iсi және мейманхана бизнесi» мамандықтары бойынша бiлiм алған [1].

Әдебиетке шолу

Қазақстандық жоғары оқу орындарында туризм саласындағы бiлiм беру бағдарламалары бағдарламалардың мазмұнына қойылатын ең төменгi талаптарды қамтитын мемлекеттiк бiлiм беру стандарты негiзiнде құрылады. Дегенмен, әрбiр бiлiм беру бағдарламасының өзiндiк ерекшелiктерi бар. Қазақстандық бағдарламалар туризмнiң ұлттық ерекшелiктерiне, оның iшiнде халықаралық және iшкi туризмдi дамытуға бағытталған.

Туризм бойынша шетелдiк бiлiм беру бағдарламалары пәнаралық тәсiлмен ерекшеленедi және басқару, маркетинг, экономика, тұрақты даму, сондай-ақ цифрлық технологиялар сияқты пәндердi қамтиды. Бағдарламалар туристiк нарықтың талаптарына белсендi түрде бейiмделген, бұл бiрқатар зерттеулерде атап өтiлген.

Зерттеуде Дж. Морган және Дж. Хеммингстiң «International Tourism Education: the Shaping of a Global Workforce» АҚШ пен Ұлыбританияда туристiк кадрларды даярлау бағдарламаларының дамуын талданған. Авторлар шетелдiк бағдарламалардың басты ерекшелiгi түлектердiң жаһандық бәсекеге қабiлеттiлiгiне баса назар аудару екенiн атап көрсетедi. Мұндай бағдарламалардың студенттерi халықаралық туристiк ортада еркiн сезiнудi үйренедi, бұл оларды iрi халықаралық туристiк компаниялар үшiн тартымды етедi. Мәдениетаралық коммуникация және жаһандық туризмдi басқару сияқты аспектiлерге ерекше назар аударылады [2].

С. Уокер өзiнiң «Tourism and Hospitality Education: New Challenges and Innovations» атты зерттеуiнде Австралия мен Жаңа Зеландияның бiлiм беру бағдарламаларын қарастырады. Ол бұл елдердiң оқу бағдарламалары оқу жоспарларында басты орын алатын экологиялық және тұрақты туризмге бағытталғанын атап өттi. Студенттер табиғи ресурстарды басқару, экологиялық жауапкершiлiк және туристiк бағыттарды тұрақты дамыту дағдыларын үйренедi. Уокердiң пiкiрiнше, бұл аспектiлер туристiк индустрияның болашақ дамуында үлкен рөл атқарады [3].

Цифрлық технологиялардың дамуымен туристiк индустрия өзгеруде және бiлiм беру бағдарламалары жаңа қиындықтарға сәйкес келуi керек. Соңғы жылдары туризмде цифрлық технологияларды қолдануға бағытталған бағдарламалар шетелде айтарлықтай тарала бастады.

«Digitalization in Tourism Education: the role of Technology in Shaping Future Professionals» жұмысында авторлар Оңтүстiк Корея мен Жапонияның туристiк жоғары оқу орындарының бiлiм беру бағдарламаларына цифрлық технологияларды енгiзудi зерттейдi. Брондау, үлкен деректердi талдау және жасанды интеллекттi қолдану үшiн цифрлық платформаларды пайдалануға баса назар аударылады. Х. Ким мен А. Сунг осындай бағдарламалар бойынша оқыған студенттер туристiк бизнестi басқарудың инновациялық жүйелерiмен жұмыс iстеудiң бiрегей дағдыларын алатынын атап көрсетедi [4].

Б. Уилкинстiң «Tourism Education and Technology: a new paradigm in Teaching»

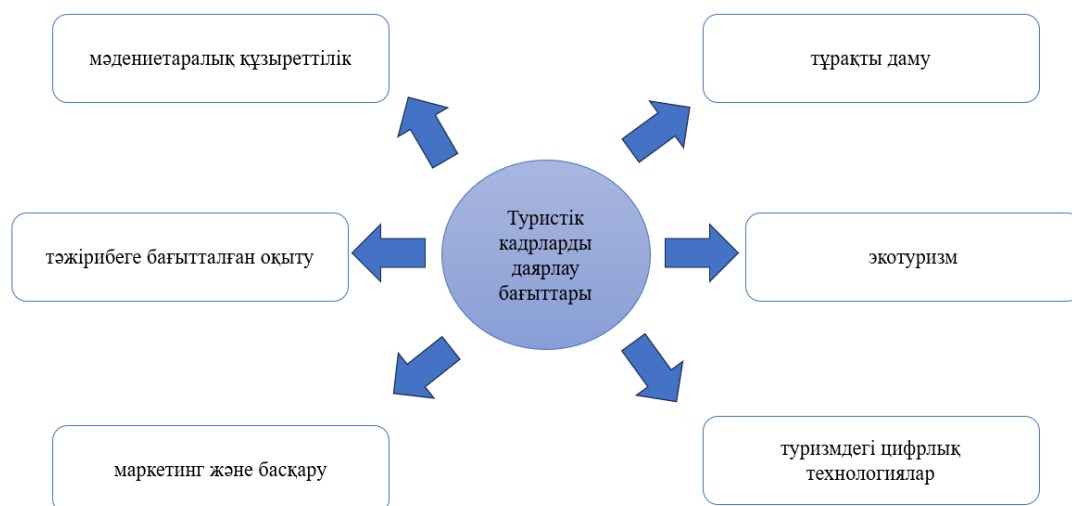
зерттеуі Еуропа мен Солтүстік Американың білім беру бағдарламаларындағы технологияның рөлін ашады. Уилкинс студенттерге туристік жағдайларды модельдеуге және цифрлық ортада басқару шешімдерін қабылдауға мүмкіндік беретін виртуалды шындық пен модельдеу технологияларын біріктіру маңызды тренд екенін атап өтті. Бұл түлектерге сандық ортада сыни ойлау мен басқару дағдыларын дамытуға көмектеседі [5].

Тұрақты даму тақырыбы әлемдегі туризм бойынша білім беру бағдарламаларының маңызды элементіне айналууда. Көптеген университеттер туристік жобаларға экологиялық таза және тұрақты шешімдерді енгізе алатын мамандарды даярлауға баса назар аударады.

«Sustainability in Global Tourism Education: a Comparative Study» жұмысында авторлар АҚШ, Ұлыбритания және Нидерланды университеттеріндегі тұрақты туризм бағдарламаларына салыстырмалы талдау жүргізеді. Олар шетелдік бағдарламалар тұрақты дамуды ескере отырып, экологиялық білім беруге және студенттерді туристік нысандарды басқаруға үйретуге көп көңіл бөлетінін анықтайды. М. Фаррелл мен С. Кэмерон тұрақтылық болашақтың білім беру бағдарламаларындағы негізгі тақырыптардың бірі болады деп сендіреді [6].

Дж. Миллер «Environmental Tourism Education: Practice and Principles» мақаласында Канада университеттеріндегі тұрақты туризм бағдарламаларын талдайды. Ол канадалық университеттерде теориялық білімді практикалық қолдануға баса назар аударылатынын атап өтті. Студенттер ұлттық саябақтар мен туристік компанияларда міндетті тағылымдамадан өтеді, онда олар тұрақты туризм тұрғысынан табиғи ресурстарды басқаруды үйренеді [7].

Шетелдік авторлардың зерттеулері туризм бойынша білім беру бағдарламаларының жаһандық бағыт, тұрақты даму және цифрландыру сияқты аспектілерінің маңыздылығын атап көрсетеді. Сондай-ақ, оқу орындарының бағдарламалары инновациялық тәсілдерді белсенді интеграциялайды, бұл оларды туристік кадрларды даярлаудың әлемдік нарығында бәсекеге қабілетті етеді. Қазақстандық жоғары оқу орындары түлектердің жаһандық деңгейде бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін өздерінің білім беру бағдарламаларын әзірлеу кезінде осы үрдістерді ескеруі маңызды.



1- сурет – Туристiк кадрларды даярлау бағыттары.

Ескерту - автормен құрастырылған

Бұл суретте шетелдік жоғары оқу орындарында ерекшеленетін және жаһандық деңгейде туристік индустрияның заманауи қажеттіліктерін көрсететін дайындықтың негізгі бағыттары көрсетілген. Онда оқытудың алты негізгі бағыты анықталған: мәдениетаралық

құзыреттілік, тұрақты даму, экотуризм, туризмдегі цифрлық технологиялар, маркетинг және менеджмент, тәжірибеге бағытталған оқыту.

Суррей университетіндегі (Ұлыбритания) «Msc in International Tourism Management» сияқты шетелдік бағдарламалар жаһандық туризм мен мәдениетаралық өзара әрекеттесуге баса назар аударады. Студенттер халықаралық туристік ағындарды басқаруды және мәдени айырмашылықтарды түсінуді үйренеді. Қазақстандық бағдарламалардан айырмашылығы, халықаралық тәжірибеге және жаһандық бәсекеге қабілеттілікке көп көңіл бөлінеді [8].

Тұрақты даму Австралиядағы «Queensland» университеті сияқты көптеген шетелдік университеттердің бағдарламаларында басты тақырып болып табылады. Университет экотуризм және табиғи ресурстарды тұрақты басқару бойынша мамандандырылған курстар ұсынады. Қазақстанда экотуризмге деген үлкен қызығушылыққа қарамастан, мұндай курстар білім беру бағдарламаларына енді ғана енгізіле бастады [9].

Шетелдік бағдарламалар туризмді цифрландыруға және инновациялық технологияларға баса назар аударады. Griffith University (Австралия) сияқты жоғары оқу орындарының бағдарламалары туристік ағындарды басқарудың және деректерді талдаудың заманауи цифрлық құралдарын зерттеуді қамтиды. Қазақстанда ұқсас модульдер енді ғана интеграциялана бастады, дегенмен бұл қадамның қажеттілігі мойындалды [10].

Білім беру мекемелері теориялық оқытуды практикалық қызметпен байланыстыруға тырысады. Міндетті тағылымдамалар, саланың нақты міндеттеріне негізделген жобалар және компаниялармен ынтымақтастық студенттерге нарықтық жағдайларға жақсы бейімделуге көмектеседі. Мысалы, Австралиядағы «Griffith University» университетінің бакалаврға арналған «Туризм менеджменті» бағдарламасы студенттерге кәсіби дағдыларын дамытуға көмектесетін міндетті тағылымдамаларды қамтиды. Бағдарлама туристік индустрияның әртүрлі секторларында, соның ішінде тұрақты туризмде, қонақ үй бизнесінде және іс-шараларды басқаруда жұмыс істей алатын менеджерлерді дайындауға бағытталған.

Университеттер студенттерге сала мамандарымен өзара әрекеттесуге мүмкіндік беретін туристік бизнеспен бірлесе отырып бірлескен білім беру бағдарламаларын әзірлейді.

Қазіргі заманғы туризм индустриясы үнемі өзгеріп отырады, бұл өзекті білімі мен практикалық дағдылары бар мамандарды даярлауды талап етеді. Дайындықтың жоғары деңгейіне жетудің негізгі тәсілдерінің бірі туристік бизнес өкілдерінің қатысуымен бірлескен білім беру бағдарламаларын әзірлеу болып табылады. Бұл бағдарламалар студенттерге туризмдегі жұмыс ерекшеліктерін жақсы түсінуге және табысты жұмысқа орналасуға мүмкіндік бере отырып, оқытуды саланың нақты қажеттіліктеріне бейімдеуге мүмкіндік береді.

Бизнеспен бірлесіп әзірленген бағдарламалар білім беру ұйымдарына еңбек нарығындағы үрдістерді бақылауға және оқу жоспарларын жаңартуға көмектеседі. Мысалы, туроператорлардың, қонақүйлердің және авиакомпаниялардың өкілдері нақты жұмыс ортасында сұранысқа ие дағдыларды қамтитын курстардың дамуына үлес қоса алады. Бұл түлектердің теориялық тұрғыдан дайындалып қана қоймай, іс жүзінде бағдарлануын қамтамасыз етеді.

Бизнеспен ынтымақтастық сонымен қатар тәжірибеге бағытталған оқытуды жақсартуға ықпал етеді. Компаниялар студенттерге тағылымдамадан өтуді ұйымдастыра алады, нақты тәжірибеден кейстер ұсына алады және шеберлік сабақтарын өткізуге табысты менеджерлерді шақыра алады. Мысалы, Ұлыбританияда «Surrey University» сияқты университеттер қонақүйлермен және туристік компаниялармен серіктестік құрып,

студенттерге нақты жағдайда тағылымдамадан өтуді ұсынады, бұл оларды университетті бітіргенге дейін кәсіби ортаға бейімделуге көмектеседі .

Туристік саладан мамандарды оқытуға тарту тәжірибе мен білімнің сапалы берілуіне ықпал етеді. Мұндай сарапшылар соңғы тенденциялармен, инновациялармен және табысты бизнес тәжірибелерімен бөлісе алады. Сондай-ақ, Қазақстанда пәндерді оқытуға және дипломық (жоба) жұмыстарына басшылық жасауға қонақүй менеджерлері мен туроператорларды тарту жоспарлануда. Бұл мамандарды даярлау сапасын едәуір арттыра алады. Осы мақсатта 2024 жылы дипломдық (жоба) жұмыстарына жетекшілерді тағайындау бойынша біліктілік талаптарына өзгерістер де енгізілді [11].

Мысал келтіретін болсақ, Les Roches International School of Hotel Management (Швейцария) Hilton және Marriott сияқты жетекші халықаралық қонақ үй желілерімен белсенді жұмыс істейді, бұл студенттерге әлемнің жетекші қонақүйлерінде тәжірибе жинауға бірегей мүмкіндік береді. Бұл олардың мансаптық перспективаларын нығайтады және еңбек нарығында бәсекеге қабілеттілігін арттырады.

Griffith University (Австралия) студенттерге теориялық білім алуға ғана емес, сонымен қатар туризмді ұйымдастыру мен басқаруда практикалық дағдыларды алуға көмектесетін туристік агенттіктермен және авиакомпаниялармен бірлескен бағдарламаларды ұсынады.

Қазіргі кезде Қазақстанның көшбасшы ЖОО-да білім беру бағдарламаларына жоғарыда айтылған негізгі бағыттырады белсенді енгізу барысында. Осы бағытта зерттеу жұмыстарын жүргізе отырып автор Туризм бойынша білім беру бағдарламаларына сараптама жүргізу барысында туристік кадрларды даярлау бойынша Қазақстанның жоғары оқу орындарының білім беру бағдарламаларының ерекшеліктері анықталды (2-сурет).



2-сурет – Қазақстан Республикасы жоғарғы оқу орындарының білім беру бағдарламаларының негізгі ерекшеліктері

Ескерту- автормен құрастырылған

Осылайша, 2-суретте қазақстандық білім беру секторы жағдайында білім беру бағдарламаларының бірегейлігін көрсететін Қазақстан Республикасының білім беру бағдарламаларының сегіз ерекшелігі көрсетілген. Айта кету керек, бағдарламалардың

барлық элементтері үнемі өзара әрекеттеседі және бір-біріне белсенді әсер етеді.

Жоғарғы оқу орындарының Қазақстан Республикасының дестинациялары (өңірлері) бойынша бөлу – бірінші кезекте туристік өңірлердің маңыздылығы мен орны туристік дестинация ретінде туризм объектілерін бөлу ерекшелігімен анықталатындығымен және өңірдің білім беру бағдарламаларының қалыптасуына әсер ететіндігімен байланысты. Мысалы, Алматы қаласы мен Алматы облысының жоғары оқу орындарында спорттық туризм, құзға шығу, альпинизм және туристік көпсайыс, Нұр-сұлтан қаласы және Ақмола, Солтүстік Қазақстан облыстарында іскерлік, емдеу-сауықтыру, шытырман оқиғалы туризм бағыты бойынша мамандар даярланады, Қазақстанның оңтүстігі – бұл киелі орындардың шоғырлануы және агрокультуралардың қоймасы, осы өңірде мамандар даярлау агротуризмді, этнографиялық, қажылық және діни туризмді дамытуға бағытталған.

Қазақстан Республикасының өңірлеріне байланысты еңбек нарығына сұраныс – нақты дестинация жағдайында белгілі бір бағытты дамыту үшін қажетті кадрлар санын анықтайды, яғни еңбек нарығы болашақ мамандарға сұранысты қалыптастырады, сондай-ақ білім беру бағдарламасының мазмұнын қалыптастыруға белсенді әсер етеді.

Еңбек нарығының сұранысының қалыптасуына аймақтың туристік әлеуеті, яғни белгілі бір аймақта орналасқан халықтың бизнестің саяхатқа, ойын-сауыққа және демалуға үнемі қажеттілігін қанағаттандыру қабілеті үлкен әсер етеді. Өңірдің туристік әлеуетін дамытуға әсер ететін факторларды авторлар зерттеу қызметі барысында анықтады және олар мыналарды қамтиды: көрікті жерлермен таныстыру, бұқаралық іс-шараларды өткізудің жиілігі, көрікті жерлердің танымалдылық (танылу) дәрежесі, көлік инфрақұрылымының даму деңгейі, аумақтың абаттандырылу дәрежесі, қоғамдық тамақтану желісінің даму деңгейі, қауіпсіздік деңгейі, өңірдің әлеуметтік-экономикалық даму деңгейі және басқалар [12].

Оқу пәндерінің әртүрлілігі – университет қызметінің бағытына, оның ерекшелігі мен миссиясына, сондай-ақ туристік дестинацияларды аймақтық бөлу ерекшеліктеріне байланысты қалыптасады. Тар бағыттағы пәндер белгілі бір траектория шеңберінде әзірленеді және белгілі бір өңір мамандарының кәсіби қызметі үшін қажетті ерекше құзыреттерді қалыптастыруға бағытталған. Бұл туристік кадрларды даярлаудағы пәндердің әртүрлілігі және қажетті біліктілік деңгейін береді.

Халықаралық ынтымақтастық – халықаралық санаттағы мамандарды даярлаудағы негізгі факторлардың бірі, өйткені туристік білім берудің ерекшелігі осы мамандықтағы «саяхатшылықта» жатыр. Шетелдік жоғары оқу орындарымен, ұйымдармен, туристік нарық субъектілерімен ынтымақтастық бірнеше тәсілдермен жүзеге асырылады: академиялық ұтқырлық дуальді білім беру, қосдипломды білім беру, студенттер мен ПОҚ үшін халықаралық курстар мен семинарларды ұйымдастыру және т.б.

Осылайша, осы ұстанымды анықтау Қазақстан Республикасының ББ өзіндік ерекшеліктерін ескере отырып, туристік білім беруді дамыту және мамандардың дайындық сапасын арттыру үшін практикалық басшылық жасауға мүмкіндік береді. Қазақстанда туристік бағдарлаудың білім беру бағдарламаларының орасан зор спектрі бар екеніне қарамастан, осы уақытқа дейін тәжірибеге бағдарланған білім беруде, туристік сала кәсіпқойларының жеке санаттарын, мысалы, экскурсоводтарды, гидтерді, ойын-сауық бағдарламаларының аниматорларын кәсіптік даярлауда, туристік көрсетілетін қызметтердің қазіргі заманғы нарығының қажеттіліктерін ескере отырып, оларға қойылатын кәсіптік талаптарды айқындауда жүйелі тәсіл қажеттілігі байқалады.

Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында білім беру қызметтері нарығында келесі позицияларға ерекше көңіл бөлінеді:

- Білім берудің практикалық-бағдарлануы, оның ЖОО-да оқу уақытында кәсіби ортада қолданылатын кәсіби құзыреттерді алуға бағытталуы.

- Білім берудің құзыреттілігі-бағыттылығы, кәсіби салада сапалы білім, білік және дағды алуға бағытталуы.

- Білім берудің нұсқалылығы мен плюрализмі, оқыту траекториясын, таңдау бойынша пәндерді, оқытушыларды, оқыту тілі мен нысанын таңдауға еркіндік беру.

Қазақстанның жоғары оқу орындарының туристік кадрларды даярлау жөніндегі білім беру бағдарламаларының ерекшелігін сапалы түсіну үшін 1-кестеде көрсетілген SWOT талдау жүргізу қажет [13].

1-кесте – Қазақстан Республикасының жоғары оқу орындарының туристік кадрларды даярлайтын білім беру бағдарламаларының SWOT талдауы

Күшті жақтары	Әлсіз жақтары
Күшті жақтары МЖМБС; Кәсіби стандарттар; ББ сапасын бақылау; ББ бірыңғай тізілімі; ББ әзірлеуге жұмыс берушілерді тарту; ББ әзірлеу кезіндегі ЖОО бостандығы	Туристік білім беру жүйелерінің бытыраңқылығы; Туристік нарық субъектілерінің оқу процесіне қатысқысы келмеуі; ББ тексеруге сараланған тәсілдің болмауы (ЖОО бағыты бойынша); ПОҚ кадрларының жетіспеушілігі; Халықаралық стандарттарға сәйкес келмеуі
Мүмкіндіктер	Қауіптер
Ұлттық және халықаралық сертификаттау; Ішкі және келу туризмін дамытудағы басымдық; Жоғары білікті ПОҚ даярлау; Тәжірибе алмасу үшін алаңдарды ұйымдастыру; Туристік нарық субъектілерін тарту Туризмнің жаңа бағыттарын дамыту-ББ-да траекториялар құру	Теория мен практика арасындағы алшақтық; Жаһандану және глокализации процестері; Халықаралық туризм нарығының тұрақсыздығы;

Қазақстанның туристік білім берудің жүйесін әлем мойындауда деген қорытынды жасауға болады, бірақ оған әсер ететін көптеген «тұтқалар» қажет. Бұл, ең алдымен, туризм секторына қатысты, яғни туристік нарық субъектісінің тартылуы, олардың білікті кадрлар даярлауға мүдделілігі және табысты дамудың кепілі болады. Жұмыс жасап жатқан оқу орындарында бұрын әзірленген оқу жоспарларын жаңарту, сондай-ақ оларды халықаралық стандарттарға сәйкес түзету, пайдаланылатын техникалық материалдардың сапасын арттыру, туризм саласында халықаралық тәжірибесі мен білімі бар оқытушылар мен профессорларды даярлау және тарту талап етіледі. ББ әзірлеу туризм секторының нақты қажеттіліктеріне сәйкес келуі және практикалық жұмысқа бағдарлануы тиіс. Осының салдарынан бейінді жоғары оқу орындарының кадрлары анағұрлым сұранысқа ие болады.

Алайда, халықаралық тәжірибелерді, әсіресе мәдениетаралық құзыреттілік пен

цифрландыру саласында одан әрі енгізу қажеттілігі бар. Шетелдік бағдарламалармен салыстыру көрсеткендей, қазақстандық ЖОО-лар жаһандық деңгейде кадрлардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін өздерінің білім беру бағдарламаларына әлемдік трендтерді белсенді түрде енгізуі қажет.

Қазіргі таңда, Халықаралық туризм және меймандостық университеті «Туризм» және «Мейраhana ісі және мейманhana бизнесі» бағыттарына сәйкес келесі білім беру бағдарламалары бойынша мамандарды әзірлеуде:

6B11101 - Туризм және қонақжайлылық индустриясын ұйымдастыру;

6B11102 - Халықаралық ішкі туризм;

6B11103 – Экскурсиялық қызметтер мен жеке турларды ұйымдастыру;

6B11104 – Қонақ үй және мейрамhana бизнесі;

6B11105 – Туристік дестинациялар менеджменті;

6B11106 - Спорттық туризм;

6B11108 - Ұйымдастырылған туризмді басқару және экскурсиялық-анимациялық қызмет;

6B11109 - Ивент-менеджмент;

6B111012 – Tourism Guide Service [14].

Ағымағы 2024 жылы барлық білім беру бағдарламалары жаңартылып, жоғарыда айтылған халықаралық стандарттарға сәйкес пәндер енгізілді, атап айтатын болсақ: Генеративті жасанды интеллект және оны туризмде қолдану; Тұрақты туризм; Инновациялық менеджмент негіздері; Инновацияларды басқару; Экологиялық маршруттарды қалыптастыру және ұйымдастыру және тағы басқалары.

Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасында туристік саланың кадрларын даярлау жүйесін жетілдіру шеңберінде келесі шаралар іске асыру жоспарланған. Бұл шаралардың оң жақтары мен сындарын қарастырып кетейік.

1) халықаралық сарапшыларды тарта отырып, туризм бойынша білім беретін оқу бағдарламаларын қалыптастыру бойынша әдіснамалық ұсынымдар әзірлеу;

Бұл білім беру бағдарламаларының сапасын арттырудың маңызды қадамы. Туризм - жаһандық сала және оқытуда халықаралық тәжірибенің болуы бағдарламаларды заманауи талаптарға неғұрлым тиімді бейімдеуге мүмкіндік береді. Халықаралық сарапшыларды тарту озық тәжірибелер мен технологияларды енгізуге ықпал етеді, бұл бәсекеге қабілетті мамандарды даярлау үшін өте маңызды.

Алайда, бұл тұжырымдамада осы бастамаларды іске асырудың мерзімдері, ресурстары немесе нақты тетіктері көрсетілмеген. Мысалы, халықаралық сарапшылардың нақты қалай таңдалатыны және олар қандай ұсыныстар жасайтыны белгісіз. Бұл шараларды жүзеге асырудың егжей-тегжейлі жоспарлары, сондай-ақ олардың тиімділігін бақылау және бағалау жүйелері болуы маңызды.

2) туристік сала үшін кадрлар даярлау жөніндегі білім беру бағдарламаларында ағылшын тіліндегі пәндер үлесін ұлғайту;

Туристік индустрия халықаралық болып табылады және ағылшын тілін білу түлектерге жаһандық еңбек нарығына қол жеткізуге мүмкіндік береді. Ағылшын тілінде оқыту тілдік дағдыларды дамытып қана қоймайды, сонымен қатар студенттерге халықаралық стандарттар мен үздік тәжірибелерді алуға мүмкіндік береді. Алайда, оқытушыларды оқытуды қоса алғанда, ағылшын тілінде оқытудың жоғары сапасын қамтамасыз ету қажет.

Ағылшын тіліндегі курстардың үлесін арттыру оң үрдіс болғанымен, бұл ұсынысты жүзеге асыруда белгілі бір қиындықтарға тап болуы мүмкін. Ең алдымен, бұл шет тілінде оқытудың сапасы және оқытушылар құрамын даярлау. Оқытушылардың сапалы білім алу үшін ағылшын тілін жеткілікті деңгейде меңгергеніне және студенттердің қажетті тілдік дағдыларға ие екеніне көз жеткізу маңызды.

3) бизнес өкілдерін және мүдделі тараптарды білім беру бағдарламалары мен оқу-әдістемелік материалдарды әзірлеуге тарту;

Бизнес өкілдерін оқу бағдарламаларын әзірлеуге тарту – бұл білім беруді тәжірибеге бағытталған және нарықта сұранысқа ие етуге көмектесетін негізгі шешімдердің бірі. Бұл түлектерді өзекті білім мен дағдылармен қамтамасыз ете отырып, индустрияның қажеттіліктерін білім беру бағдарламаларының мазмұнымен үндестіруге мүмкіндік береді.

4) бизнес өкілдерін, оның ішінде қонақ үйлердің менеджерлерін, туроператорларды, «Болашақ» бағдарламасының түлектерін пәндерді оқытуға және дипломық (жоба) жұмыстарына басшылық жасауға тарту;

Бұл ұсыныс өте құнды, өйткені халықаралық тәжірибесі бар «Болашақ» бағдарламасының практиктері мен түлектері нақты өмірден өзекті білімдерімен және мысалдарымен бөлісе алады. Мұндай ынтымақтастық студенттерге теориялық білімді ғана емес, сонымен қатар практикалық ұсыныстарды да алуға мүмкіндік береді.

5) оқыту бағдарламаларына қысқа мерзімді курстарды енгізу (Coursera, Academy.tourisonline.kz).

Coursera платформасынан онлайн курстарды оқыту бағдарламаларына енгізу және Academy.tourisonline.kz икемді және қашықтықтан оқытудың заманауи тенденцияларына сәйкес келеді. Бұл курстар студенттерге қосымша білім мен дағдыларды жеделдетілген форматта игеруге, сондай-ақ оқыту мен туристік практикадағы жаңа тәсілдермен танысуға көмектеседі. Бұл курстар негізгі білім беру бағдарламаларын ауыстырудың орнына толықтыруы маңызды.

Қысқа мерзімді онлайн курстарды енгізу тиімді болуы мүмкін, бірақ мұндай курстарға баса назар аудару қаупі бар академиялық ортадағы пәндерді тереңірек зерттеуді ауыстыру. Оқытудың үстірт тәсілін болдырмау үшін, әсіресе негізгі кәсіби пәндер бойынша дәстүрлі және онлайн оқыту арасындағы тепе-теңдікті сақтау маңызды.

Туристік саланың кадрларды даярлау жүйесін жетілдіру бойынша ұсынылған шаралар білім беру сапасын және оның халықаралық стандарттарға сәйкестігін арттыру үшін ойластырылған және өзекті қадамдар жиынтығын білдіреді. Алайда, бұл шараларды сәтті жүзеге асыру үшін нақты стратегиялар мен іс-қимыл жоспарларын, сондай-ақ олардың орындалуын бақылау тетіктерін әзірлеу қажет. Бизнес пен халықаралық сарапшыларды тарту бағдарламалардың мазмұнын айтарлықтай жақсартуға қабілетті, бірақ бұл оқытушылар мен студенттердің кадрлық әлеуетін дамытуға кешенді көзқарас пен ұзақ мерзімді инвестицияларды қажет етеді.

Талдау негізінде Қазақстанның жоғары оқу орындарында білім беру бағдарламаларын жақсарту үшін келесі ұсыныстарды ұсынуға болады:

- Халықаралық сарапшыларды тарта отырып, білім беру бағдарламаларын әзірлеу және табысты шетелдік тәжірибелерді бейімдеу мамандарды даярлау деңгейін арттыруға көмектеседі. Әлемдік жетекші университеттердің бағдарламаларына ұқсас тұрақты даму және цифрлық технологиялар бойынша модульдерді енгізу студенттердің білімі мен іскерлігінің өзектілігін қамтамасыз етеді.

- Туристтік компаниялармен бірлесіп міндетті тағылымдамалар мен жобаларды енгізу студенттерге қажетті практикалық дағдыларды алуға көмектеседі. Бұл олардың кәсіби құзыреттерін нығайтып қана қоймай, оларды еңбек нарығында бәсекеге қабілетті етеді.

- Туризмді цифрландыруға бағытталған бағдарламаларды дамыту маңызды. Бұған цифрлық маркетинг, үлкен деректерді пайдалану және цифрлық трансформацияның басқа аспектілері бойынша курстар кіруі мүмкін.

Қорытынды

Қазақстанның жоғары оқу орындарының туристік кадрларды даярлау жөніндегі білім беру бағдарламаларының ұлттық туризмге және мәдени аспектілерге баса назар аудару сияқты өзіндік ерекшеліктері бар. Алайда, халықаралық тәжірибелерді, әсіресе мәдениетаралық құзыреттілік пен цифрландыру саласында одан әрі енгізу қажеттілігі бар. Шетелдік бағдарламалармен салыстыру көрсеткендей, қазақстандық ЖОО-лар жаһандық деңгейде кадрлардың бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін өздерінің білім беру бағдарламаларына әлемдік трендтерді белсенді түрде енгізуі қажет.

Туристтік бизнеспен бірлескен білім беру бағдарламалары кадрларды даярлау сапасын арттыруда маңызды рөл атқарады. Олар студенттерге теориялық білім мен практикалық дағдылар арасындағы тепе-теңдікті сақтай отырып, саланың талаптарына жақсы бейімделуге көмектеседі. Мұндай бағдарламалар тез өзгеретін туристік салада жұмыс істеуге дайын жоғары білікті мамандарды қалыптастыру үшін тиімді жағдайлар жасайды.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P23000000262>
2. Fforde C. et al. Heritage, Reconciliation and Peacebuilding in Australia and New Zealand //Rethinking Heritage in Precarious Times. – Routledge, 2023. – С. 233-260.
3. Walker N. K. G., Chen Y. Social innovation in tourism: Unleashing the time-money constraint //Journal of the knowledge economy. – 2019. – Т. 10. – №. 4. – С. 1700-1719.
4. Shi J., Zhang J., Cai L. A. Active learning for an introductory tourism course—a case study //Journal of Teaching in Travel & Tourism. – 2021. – Т. 21. – №. 1. – С. 1-18.
5. Wilkins C., Gobby B., Keddie A. The neo-performative teacher: School reform, entrepreneurialism and the pursuit of educational equity //British Journal of Educational Studies. – 2021. – Т. 69. – №. 1. – С. 27-45.
6. Cameron R., Farivar F., Coffey J. International graduates host country employment intentions and outcomes: Evidence from two Australian universities //Journal of Higher Education Policy and Management. – 2019. – Т. 41. – №. 5. – С. 550-568.
7. Cervený L. K., Miller A. B. Public lands, protected areas and tourism: Management challenges and information needs //A research agenda for sustainable tourism. – Edward Elgar Publishing, 2019. – С. 159-186.
8. Официальный сайт университета University of Surrey "BSc in International Tourism Management" – URL: <https://www.surrey.ac.uk/>
9. Официальный сайт университета University of Queensland "Bachelor of International Tourism and Hotel Management". <https://study.uq.edu.au/study-options/programs/bachelors-arts-tourism-hospitality-and-event-management-2474>
10. Официальный сайт университета Griffith University "Bachelor of Tourism Management". <https://www.griffith.edu.au/study?location=intl&level=ugrd>

11. Жоғары және (немесе) жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру ұйымдарының білім беру қызметіне қойылатын біліктілік талаптарын және оларға сәйкестікті растайтын құжаттардың тізбесін бекіту туралы Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрінің 2024 жылғы 5 қаңтардағы № 4 бұйрығы URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2400033892/history>

12. Tulbayeva A., Abdikarimova M., Ganitaev M., Imangulova T., Pestova A. Optimization problems distribution of investments for the implementation strategy of domestic tourism in Kazakhstan // *Espacios*. – 2017. – Vol.38. – Iss.47. – Number of article – 37

13. Абдикаримова М.Н. Туристік кадрларды даярлауды жетілдірудің ұйымдастырушылық-педагогикалық шарттары: Дис. ...PhD. – Алматы, 2020. – 147.

14. АБДИКАРИМОВА М. и др. РОЛЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ПО ТУРИЗМУ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИИ РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН // *Bulletin of the International University of Tourism And Hospitality*. – 2023. – №. I (1). – С. 64-74.

REFERENCES

Qazaqstan Respublikasynyñ turistik salasyn damytudyñ 2023 – 2029 jyldarğa arналған tūjyrymdamasy [Concept for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029] URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262>

2. Fforde C. et al. Heritage, Reconciliation and Peacebuilding in Australia and New Zealand // *Rethinking Heritage in Precarious Times*. – Routledge, 2023. – S. 233-260.

3. Walker N. K. G., Chen Y. Social innovation in tourism: Unleashing the time-money constraint // *Journal of the knowledge economy*. – 2019. – T. 10. – №. 4. – S. 1700-1719.

4. Shi J., Zhang J., Cai L. A. Active learning for an introductory tourism course—a case study // *Journal of Teaching in Travel & Tourism*. – 2021. – T. 21. – №. 1. – S. 1-18.

5. Wilkins C., Gobby B., Keddie A. The neo-performative teacher: School reform, entrepreneurialism and the pursuit of educational equity // *British Journal of Educational Studies*. – 2021. – T. 69. – №. 1. – S. 27-45.

6 Cameron R., Farivar F., Coffey J. International graduates host country employment intentions and outcomes: Evidence from two Australian universities // *Journal of Higher Education Policy and Management*. – 2019. – T. 41. – №. 5. – S. 550-568.

7. Cervený L. K., Miller A. B. Public lands, protected areas and tourism: Management challenges and information needs // *A research agenda for sustainable tourism*. – Edward Elgar Publishing, 2019. – S. 159-186.

8. Ofisiälnyi sait universiteta University of Surrey "BSc in International Tourism Management" – URL: <https://www.surrey.ac.uk/>

9. Ofisiälnyi sait universiteta University of Queensland "Bachelor of International Tourism and Hotel Management". <https://study.uq.edu.au/study-options/programs/bachelors-arts-tourism-hospitality-and-event-management-2474>

10. Ofisiälnyi sait universiteta Griffith University "Bachelor of Tourism Management". <https://www.griffith.edu.au/study?location=intl&level=ugrd>

11. Жоғары және (немесе) жоғары оқу орнынан кейінгі білім беру ұйымдарының білім беру қызметіне қойылатын біліктілік талаптарын және оларға сәйкестікті растайтын құжаттардың тізбесін бекіту туралы Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрінің 2024 жылғы 5 қаңтардағы № 4 бұйрығы [Order of the minister of Science and higher education of the Republic of Kazakhstan dated January 5, 2024 No. 4 on approval of qualification requirements for educational activities of

organizations of higher and (or) postgraduate education and the list of documents confirming compliance with them] URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2400033892/history>

12. Tulbayeva A., Abdikarimova M., Ganitaev M., Imangulova T., Pestova A. Optimization problems distribution of investments for the implementation strategy of domestic tourism in Kazakhstan // *Espacios*. – 2017. – Vol.38. – Iss.47. – Number of article – 37

13. Abdikarimova M.N. Turistik kadrlardy daiarlaudy jetildirudiñ üiymdastyruşylyq-pedagogikalyq şarttary [Organizational and pedagogical conditions for improving the training of tourist personnel]: Dis. ... PhD. – Almaty, 2020. – 147.

14. ABDIKARIMOVA M. i dr. RÖL OBRAZOVATELNYH PROGRAMM PO TURİZMU V RAZVITIİ TURİSTSKİH DESTİNASIİ RESPUBLİKİ KAZAHSTAN [The role of educational programs on tourism in the development of tourist destinations in the Republic of Kazakhstan] // *Bulletin of the International University of Tourism And Hospitality*. – 2023. – №. I (1). – S. 64-74.

М. Н. АБДИКАРИМОВА

PhD, и.о. ассоциированный профессор
Международный университет туризма и
гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail:
madina.abdikarimova@iuth.edu.kz

Т. В. ИМАНГУЛОВА

Кандидат педагогических наук, и.о.
профессора
Международный университет туризма и
гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail:
t.imangulova@iuth.edu.kz

А. В. ГУБАРЕНКО

PhD, и.о. ассоциированный профессор
Международный университет туризма и
гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail:
a.gubarenko@iuth.edu.kz

А. А. ПЕСТОВА

PhD, и.о. ассоциированный профессор
Международный университет туризма и
гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail:
a.pestova@iuth.edu.kz

03.09.2024 ж. баспаға түсті

30.09.2024 ж. басып шығаруға қабылданды

M. ABDIKARIMOVA¹, T. IMANGULOVA¹, A. GUBARENKO¹, A. PESTOVA¹

¹International university of international tourism and hospitality

(Turkestan, Kazakhstan), E-mail: madina.abdikaromova@iuth.edu.kz

**DISTINCTIVE FEATURES OF EDUCATIONAL PROGRAMS OF HIGHER
EDUCATIONAL INSTITUTIONS OF KAZAKHSTAN FOR THE TRAINING OF
TOURIST PERSONNEL**

Abstract. *The tourist industry in Kazakhstan demonstrates a high potential for growth, especially in the conditions of the development of domestic tourism and increasing interest in international tourists. High-quality training of tourist personnel is a key factor in the successful development of the industry, and educational programs of universities play an important role in the formation of professionals and work in this sphere. In this article, the specific features of educational programs of Kazakhstan for training tourist personnel, their compliance with market and international standards are considered.*

Key words: *tourism, tourism industry, tourism personnel, educational programs, personnel*

М. АБДИКАРИМОВА¹, Т. ИМАНГУЛОВА¹, А. ГУБАРЕНКО¹, А. ПЕСТОВА¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства

(Туркестан, Казахстан), E-mail: madina.abdikaromova@iuth.edu.kz

ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ ВУЗОВ КАЗАХСТАНА ПО ПОДГОТОВКЕ ТУРИСТСКИХ КАДРОВ

Аннотация. Туристская индустрия в Казахстане демонстрирует высокий потенциал для роста, особенно в условиях развития внутреннего туризма и усиления интереса со стороны международных туристов. Качественная подготовка туристских кадров является ключевым фактором успешного развития отрасли, а образовательные программы вузов играют важную роль в формировании профессионалов, способных работать в этой сфере. В данной статье рассматриваются отличительные особенности образовательных программ вузов Казахстана по подготовке туристских кадров, их соответствие требованиям рынка и международным стандартам.

Ключевые слова: туризм, туристская отрасль, туристские кадры, образовательные программы, подготовка кадров

ZH. AKIMOV

*Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: akimov404@mail.ru*

SOCIO-ECONOMIC IMPORTANCE OF THE TOURISM INDUSTRY IN KAZAKHSTAN AND ITS DEVELOPMENT STRATEGIES

Abstract. *This article explores the development of tourism in Kazakhstan and its socio-economic importance. The aim of the study is to analyze the impact of the tourism industry on Kazakhstan's economy, its historical stages of development, and the current state of tourism. The research identifies the benefits tourism brings to the population and the national economy, as well as its role in promoting social and intercultural connections. Methodological approaches used include data collection, comparative analysis, and interpretation. As a result, recommendations for improving the tourism industry in Kazakhstan and suggestions for its future development are provided. This study contributes to a deeper understanding of the key factors necessary for advancing tourism in the country.*

Keywords: *Tourism industry, Socio-economic development, Cultural heritage, Hospitality sector, Historical tourism*

Introduction

Currently, the tourism industry is one of the most important and dynamically developing sectors of the global economy. According to the data of the World Tourism Organization, tourism covers a significant part of the world production and service market, which proves its socio-economic importance. In this regard, the development of the tourism industry of Kazakhstan is considered as one of the important strategic tasks.

The rationale for choosing a research topic is the importance of determining the current state of tourism in Kazakhstan and its impact on social and economic development. Because this industry has become an important tool contributing to the preservation of the cultural heritage of the country, improving the welfare of the people and strengthening interregional relations. In addition, the lack of sufficient research on this topic in the country, as well as the appearance of new tourism objects, increases the urgency of the problem. The object of research is the tourism industry in Kazakhstan, and the subject is its impact on social and economic development. The purpose of the study is to analyze the current state of the tourism industry in the country and make specific recommendations for its improvement. Tasks include identifying key aspects of tourism, comparing and analyzing data, and developing practical recommendations.

The results of this study can have valuable practical significance in the development of tourism development strategy of Kazakhstan.

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Zh. Akimov. Socio-Economic Importance of the Tourism Industry in Kazakhstan and its Development Strategies // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 28–45. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.03>

*Cite us correctly: Zh. Akimov. Socio-Economic Importance of the Tourism Industry in Kazakhstan and its Development Strategies // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 28–45. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.03>

Materials and methods

The following methods and materials were used to ensure the scientific reliability of the research. First, in the course of data collection and analysis, specific statistical data related to the development of the tourism industry in Kazakhstan and its socio-economic impact were taken as a basis. These data were obtained from the official data sources of the Republic of Kazakhstan and the statistical database of the World Tourism Organization.

Methodological approaches used in the research include comparative analysis, data collection and their interpretation. By means of a comparative analysis, the development indicators of tourism in different regions of Kazakhstan were studied, and interregional differences were determined. Data analysis was carried out using Excel software, and results were presented numerically and graphically.

According to the experimental research protocols, the main factors influencing the development of the tourism sector of Kazakhstan were determined. The study areas included various tourist facilities, national parks and historical and cultural monuments of the country. The current state of tourism facilities in each region and their impact on visitors were determined through special observations.

Qualitative and quantitative analysis methods were used as a methodology for evaluating the results. Qualitative analysis was aimed at evaluating the tourist potential of tourism facilities, while quantitative analysis was conducted on the basis of statistical data. Currently, there are various forms of human activity, which are aimed at creating a general situation and learning about the world. The improvement of people's living conditions increases the human need to discover a new world, including the desire to travel. Travel is tourism. Tourism is not only about displacement, it has many economic and social aspects. In the last ten years, tourism has become a strong independent industry. According to the World Tourism Organization, tourism provides 10 percent of the world's production and service market turnover. 6% of the world gross domestic product, 7% of world investment, every 16th job, 11% of world consumer spending, 5% of all tax revenue come to the tourism sphere. These numbers show the direct impact of the tourism industry on the economy.

In the history of mankind, travel appeared with the purpose of developing trade, conquering and developing new lands, and searching for resources.

Travel is the movement of people in space regardless of the purpose of movement. Tourism is a type of travel.

According to the definition given in the law on tourist services in the Republic of Kazakhstan: "Tourism is an overnight trip of individuals for a period of twenty-four hours to one year, or less than twenty-four hours, but not related to paid services in the country (place) of temporary stay."

Tourism (from the French word *tourisme*, *tour*- walk, trip) is a relatively young phenomenon that spread to the masses only after the Second World War, and on the other hand, travel is a phenomenon known from ancient times. The history of tourism is divided into four periods:

- 1) XIX century. to - elite tourism, creation of special enterprises producing tourist products.
- 2) 19th century - the First World War - turbulent changes in the development of transport, the opening of the first travel agencies.
- 3) the period between the two world wars - the development of mass tourism.
- 4) after the Second World War - the current period - mass tourism, the creation of the tourism industry as an interdisciplinary complex that produces goods and services for tourism.

The first stage is defined as the historical prerequisite of tourism. In ancient times, the main reason for travel was trade, education, pilgrimage, and healing. In ancient Greece, sports trips arose because people from all over the world gathered for the Olympic Games. The Phoenicians traveled across the Mediterranean to present-day Syria and Lebanon.

In the Middle Ages, travel took on a religious character. Religious faith leads people to visit holy places: Muslims - to Mecca, Christians - to Jerusalem and Rome. Churches were places of reception for travelers [1].

The Renaissance and the Age of Enlightenment weakened the religious motive and strengthened the personal and educational development of travel. For example, Englishmen used to start their trips in London, then go to France (stopping in Paris for a few days), and then to Italy. The return routes passed through Switzerland, Germany, and the Netherlands.

19th century until the middle of the 19th century, trips had no purpose, but only a condition for carrying out an individual activity (trade, pilgrimage).

The second stage is characterized by dramatic changes in the development of transport. The invention of the steam locomotive was distinguished by the reliability and speed of movement and the reduction of travel costs. As a result, the number of travelers has increased. Due to this, enterprises (hotels) that wait for temporary visitors have appeared. 19th century in the meantime, the leisure industry has expanded its scope. First of all, travel agencies were opened that were committed to organizing tourist trips and selling them to customers. A classic example of this is the group tour organized by the Englishman Thomas Cook in 1941. In the complex of services there was a twenty-mile journey by railway, tea and bread on the train, and an orchestra. Thomas Cook opened the first travel agency (first in Leicester, then in London). Following this example, in 1854, K. Riesel opened the first German travel agency in Berlin. 19th century in the second half, tourist offices were opened in many countries. Since 1862, the first catalogs for tourist trips have been published [2].

The First World War, the Great Depression of the 1930s and the Second World War had a negative impact on the development of tourism. Despite this, during these wars, tourism (the third period) gave birth to the majority, and its prosperity came in the post-war decade.

After the Second World War, tourism became a real mass (fourth period). It has become a necessity for the people of developed countries. A tourism industry with its own institution, product, production cycle, organization and management method were created. This period is characterized by an increase in the number of travelers, tourist enterprises and the volume of production, the construction of accommodation facilities, a sharp increase in tourist infrastructure objects. Modern tourism is characterized by large-scale international exchange.

Tourism with such a long history has not yet received a single definition. Russian scientist V. G. As Saprunov said, there is still almost no common agreed-upon point of view defining the concept and understanding of tourism.

The definition of tourism can be grouped into three groups. The first group includes definitions that describe tourism as a form of recreation, spending free time, traveling and strengthening human health, as well as the use of a service field that combines the improvement of culture and education (restoration of a person's physiological, intellectual and emotional strength).

The second group of definitions of tourism, which considers it as a type of population migration, is characterized by the act of movement, travel, conquering space as a tool of tourism statistics.

The third group of definitions describes tourism as a complex socio-economic phenomenon, shows the unity of its various properties and relations, reveals its inner meaning.

In statistics, tourism is considered as a form of population migration, not related to change of address or job. At the beginning of tourism, the movement and temporary stay of people in a place other than their permanent residence. But in the process of historical development, the content and meaning of this concept changed and additions were made. According to the definition adopted by the United Nations in 1954, tourism is an active recreation related to visiting places outside of a permanent place, which affects the strengthening of health and fitness of the human body. A broad description of this concept was given by the Academy of Tourism in Monte Carlo: tourism is a general concept that is not related to the paid work of people who come from their place of residence for the purpose of treatment, to satisfy their cognitive interest in their free time, or for professional-business purposes.

In 1993, the UN Statistical Commission adopted a definition approved by the World Tourism Organization (WTO). According to it, tourism includes activities of people who travel for a period not exceeding one year, for recreation, business and other purposes, in places outside the residential area [3].

According to this definition, the main characteristics of tourism are as follows:

- going outside the residential environment;
- temporary nature of movement;
- purpose of the trip;

Going beyond the residential environment is an important characteristic of tourism. The place of residence of a certain individual includes the address where he lives and a certain district he frequents.

According to the WTO proposal, the habitat parameter is characterized by two indicators: the frequency of visits to the object and its distance. Places frequented by people, even if they are far away, belong to the element of residential environment. For example, people living near the border work in a neighboring country, they are not classified as tourists.

The second indicator is the distance. Address - places located far away from the place, regardless of the frequency of visits to it, belong to the residential area.

The purpose of the trip is an important characteristic that accurately determines the type of services that belong to tourism. The criterion that separates tourism from other types of travel is that it should not be the goal of performing a paid service at the destination. The purpose of the trip is its reason. Human behavior is always causal. The tourist reason determines the needs of the person.

2. Development of tourism of the Republic of Kazakhstan

2.1. Tourism in Kazakhstan

Medeu ice rink

Due to their location along the Great Silk Road, cities and nature reserves in Kazakhstan have long been objects of travel and tourism. The first tourist organizations in Kazakhstan appeared in the 20s and 30s of the 20th centuries. In 1929, he organized the first tourist excursion in Almaty. He was given a G.I. Beloglazov and F.L. 17 school teachers led by Savin participated. The trek started from the vicinity of Almaty and ended at Yesik lake (62 km). In 1930, the regional branch of the Society of Proletarian Tourism and Excursions started working near the Museum of Local History of Almaty. Its first chairman was V.G. Gorbunov was elected. This year, a group of Almaty city telegraph and postal workers (16 people) (led by F. L. Savin) went to Medeu - Kokzhailau - to the coast of the Big Almaty Lake [4]. V. Zimin, A. Bergrin, D. Litvinov, H. Rakhimov, G.

Beloglazov, etc. are involved in this type of tourism. contributed a lot. In January 1931, the first skiers' expedition was organized from Almaty with the initiative of Zimin. 8 riders of the National Cavalry Regiment joined the 8 skiers who received the "Work and Defense" relay. They left Almaty and passed the baton to the Kyrgyz team through the Kordai pass through Uzynagash. Zhetysay in Almaty that year the first branch of the All-Union Proletarian Tourism and Excursion Voluntary Society with 10 members was organized near the museum.

A small house for tourists was built in Kuysgensai (Gorelnik) gorge in the Alatau valley with the initiative of amateur tourists. In 1936, the roof of the first 50-person "Gorelnik" tourist center in the republic was erected here. In 1938, the first Kazakh tourist rally was held in the Kokzhailau gorge (near Almaty). About 200 tourists took part in it. From the beginning of 1943, the All-Union School of Instructors for training mountain riflemen of the Soviet Army was located in the "Gorelnik" camp. After the war, "Gorelnik" became a training base for skiers and climbers. In 1952, the Tourist and Excursion Board (TEU) [5] was established in Kazakhstan for the purpose of active recreation of people. In 1961, the Republican Young Tourist Station was opened in Almaty. In 1960, the Republican Department for Tourism was organized under the Council of Trade Unions of the Kazakh Republic. In 1962, the Tourist and Excursion Board was reorganized into the Tourism Council. In 1965, the republican and 5 regional (Almaty, Karaganda, East Kazakhstan, Ural, Shymkent) tourist councils and excursion bureaus were opened in Kazakhstan.

Sharyn gorge

- 1950-60 years Mountain tourism, alpinism (climbing to the top), sports tourism began to develop in higher educational institutions of Almaty. As a result, a group of tourist instructors was formed. During these years, S. Kuderin, U. Usenov, N. Dubitsky, V.G. Homullo, et al. specialists made a great contribution to the development of tourism among pupils and students.

- In 1958, Zimin was awarded the title of Master of Sports of the USSR in tourism for the first time.

- in 1970, influenced the further development of tourism.

- In 1971-75, the material base of tourism was strengthened in Kazakhstan, travel-tourist organizations increased, new tourist bases and hotels were commissioned.

- In 1978, the resp. of excursion and tourism in Kazakhstan. council and 14 regional councils, 17 tourist bases and hotels, 26 travel and excursion bureaus and 3 bureaus serving foreign tourists, Almaty, Ural, Shymkent Tourist car bases were established in cities. The number of places in tourist centers and hotels has reached 7 thousand.

- In 1988, there were some changes in the structure of tourism. New tourist excursion associations were created. In these years, the development of tourism of Kazakhstan N.I. Samoilenko, S. Abdenbaev, T. Zhezdybaev, A. Chukreev, O. Mazbaev, S.R. Erdauletov, etc. made a great contribution. Since 1991, the tourism industry has moved to a new stage of development in Kazakhstan, which gained independence. In 1993, Kazakhstan became a member of the World Tourism Organization. This year, a national program for the development of the tourism industry was adopted [6].

- In 1997, the concept of revitalization of the historical centers of the Great Silk Road of the Republic of Kazakhstan, the development of the continuity of the cultural heritage of the Turkic-speaking countries, and the general tourism development strategy were created. On June 13, 2001, the Law "On Tourist Activities in the Republic of Kazakhstan" was adopted. It contains the primary measures for the development of the tourism industry in the republic, licensing of tourist activities, etc. issues have been formulated. The natural, historical, geopolitical location of Kazakhstan allows

rational use of tourist facilities, and also requires development as one of the main branches of the economy.

- In 2002, 430 tourist organizations, firms and various bureaus worked in the republic. 6,000 people, including 1,500 professional tour guides (guides), provide their services. Tourist companies of Kazakhstan have relations with about 80 countries of the world. 25 companies of Almaty city and 5 regional centers export to India, Turkey, United Arab Emirates, Pakistan, Republic of Korea, Greece, Poland, etc. launched charter flights to countries.

All types of tourism in Kazakhstan (educational, entertainment, ethnic, environmental, health, children's, sports, hunting, fishing, horse riding), etc. is conducted according to for this, more than 700 travel routes have been established on the territory of Kazakhstan. They are served by 372 hotels of different categories with a total capacity of 33,000 beds in Kazakhstan. For example, in the city of Almaty guests can enjoy "Alatau", "Kazakhstan", "Dostyk", "Esik", "Otyrar", "Astana", "Ankara", "Hyatt Regency Almaty", "Intourist", etc. hotels provide service. There are 30 travel agencies and 25 hotels in Astana. The largest of them are: "Okan - Intercontinental Astana"; "Komform - Hotel Astana", "Tourist", "Esil", "Silk Road", "Altyn Dala", etc.

Tourism specialists at the Academy of Tourism and Sports, Kazakh University of International Relations and World Languages, Almaty State University, Kazakh National University, "Turan" University, etc. are prepared in higher educational institutions [7].

2.2. Tourist objects

Tourist resources in Kazakhstan include natural-climatic, historical, socio-cultural, health facilities, which include tourist service facilities, as well as other facilities that can satisfy the spiritual needs of tourists, help to restore and refresh their efforts. They are cultural, educational, environmental, sports, social, religious, etc. divided into types of tourism.

Tourist facilities in Kazakhstan are divided into several groups:

- natural and recreational
- historical and archaeological
- do penance

Altynemel mountain ranges

Natural and recreational facilities include Kokshetau, Burabay, Bayanaul, Ereymentau in the North Kazakhstan region, Zaisan, Markakol in the East Kazakhstan region, Kazakh Altai, West, North Tien-Shan in South Kazakhstan, Altynemel mountains, Zhetysu basin, Ustirt in West Kazakhstan, Mugalzhar, Caspian depression, Zhayik region, Karkaraly, Kyzylarai, Bektauata, Ulytau, etc. in Central Kazakhstan. natural objects. At the same time, national parks and nature reserves in Almaty region are of great importance in the development of tourism. They include Ile-Alatau National Park, gorges between Turgen-Shamalgan rivers, Turgen, Esik, Talgar, Almaty, Kaskeleng, Shamalgan settlements. Development of tourism in Altynemel, Kokshetau, Burabay national parks is supported and developed by the state. Preconditions for the development of scientific and ecological tourism have been created in 9 state reserves on the territory of Kazakhstan [8].

Karkarali National Park

Historical and archaeological monuments have a special place in tourist and excursion trips. Any forms of archaeological monuments take an important place in tourist-excursion activities. Among them are Sakh mounds in Zhetysu, Talkhiz town, Otyrar in South Kazakhstan, Sayram, Sarayshik in West Kazakhstan, etc. instead of ancient cities, there is a lot of interest for tourists. Mounds and tombs are of great importance among the objects of archaeological and historical

monuments that have survived until now. Bronze Age monuments include petroglyphs on rocks. Among them are famous and unique temples: Eshkiolmes temple in Tambalyyaz of Anyrakay mountain, Eshkiolmes temple on Koksuy river, as well as rock paintings in Sholak, Kindiktas, Bayanzhurek mountains. The Saka mounds from the 6th-3rd centuries BC, the burial chamber in the Besshatyr burial ground and the "Golden Man" dressed in Saka army uniform, the "Saka Queen" discovered in 2001-2002 in the Bergiel (Berel) mound of the Katonkaragay district of East Kazakhstan region belong to the archeological tourist objects. Medieval Turkestan, cities of Otyrar, Turbay, Kulan, Merke, Talkhiz, Zharkent, etc. settlements are modern tourist facilities [9].

Kozha Ahmet Yasawi mausoleum in Turkestan city

Turkestan is the first capital of the Kazakh Khanate. The mausoleum of Khoja Akhmet Iasawi was built there, Tauke, Taukel, Jangir, Esim, Abylay, Kazybek bi, who founded the Kazakh state, were buried in and around the mausoleum.

Otyrar, Sarayshik, Sayram, etc. in Kazakhstan. Ancient medieval cities are attractive objects for tourists.

Arystan bab mausoleum

Mausoleum of Aisha Bibi

2.3 Tourism projects

National tourism projects

The development of these tourism products implies the need to develop various tourism projects, including projects of national importance. National tourism projects include large projects initiated by the Government of the Republic of Kazakhstan.

National tourism projects currently being developed are the Burabay resort area in the Astana cluster, the South Kaskelen ski resort in the Almaty cluster, Buktyrma - Katonkaragai in the East Kazakhstan cluster, and Kendirli in the West Kazakhstan cluster.

Burabay resort area is the development of high-quality resorts with several lakes, facilities for leisure, receptions and meetings, health events, spa, sports competitions, golf, horse riding and other types of activities. This project envisages the development of five zones with a total of 5020 beds, 11 hotels (including Rixos Hotel) with 4552 residences.

Other facilities include conference and event facilities, health and spa facilities, outdoor and indoor facilities, sports facilities, a golf course, an equestrian center, a lakeside marina, and a yurt[10].

The total cost of the project is estimated at approximately 1624 million US dollars, which will be invested in stages from 2014 to 2030. The project of the "Burabay" resort area is described in the systematic plan for the development of the Burabay resort area of the Akmola region.

Kaskeleng South is the development and development of a large international ski resort for various activities and winter and summer vacations. This project envisages the development of tourist infrastructure, which includes 3 areas of hotels, apartments, townhouses and chalets with a total capacity of 28,600 beds. There are also 148 kilometers of ski tracks, 27 ski lifts and 4985 parking spaces for 31,600 skiers.

The total cost of the project is about 3.18 billion. Denominated in USD, it will be invested in stages over the next 20 years. The "Kaskeleng South" project is described in the systematic plan for the development of the ski area of Almaty.

Kok Zhailau is the development and development of a year-round mountain ski resort in accordance with international standards. This project envisages the creation of an international ski resort near the city of Almaty, including passenger wing roads and engineering networks to the

main objects of the resort. International class hotels, chalets, golf courses, etc. as part of private investment. construction of commercial property objects is planned. The "Blue Zhailau" project is described in the system plan for the development of the mountain-ski area in the city of Almaty.

Buktyrma - Katonkaragay:

"Peschanka" resort - development of a resort destination with high-quality services for recreation on the shores of the Buktyrma reservoir. This project envisages the development of 9 hotels, villas, cottages and townhouses with a total capacity of 8,476 beds, as well as several areas with a marina for yachts, a water park and sports facilities.

The total cost of the project is about 365 mln. US dollars (excluding transport infrastructure and utilities), including the amount of investments until 2020 is 274 million. USD (for 2152 beds and mixed parking areas, roads and landscaping). The "Peschanka" project is described in the master plan of the cluster program of tourism development of East Kazakhstan region.

"Chingistai" resort is the development of a mountain resort for winter and summer recreation and various types of activities on the territory of "Katonkaragai" MTP. This project envisages the construction of 5 hotels, villas, cottages and hunting lodges with a total capacity of 3266 beds, as well as the construction of other related facilities for skiing, sports and tourist services. The total cost of the project is about 159 mln. Estimated in US dollars (excluding ski facilities, transport infrastructure and utilities), including the amount of investments until 2020 is 106 million. USD (for 1364 beds and mixed parking areas, roads and landscape design).

The "Chingishtai" project is described in the master plan of the cluster program of tourism development in the East Kazakhstan region.

These two resorts offer cruises on the Irtysh River, Altai tours, and more. together with tourism products and the common airport in Bolshoi Naryn were integrated into one system.

Kendirli is the development of a new destination that includes beach vacations as well as various activities. The project includes 22 hotels with a total capacity of 60,000 beds (of which 40,000 are for tourists and 20,000 for employees and their families) and 16,400 residences and urban retail centers serving visitors, indoor and outdoor. plans to develop facilities for sky sports competitions, 3 golf courses, a marina for yachts and various community facilities for local residents. The total cost of the project is about 3.3 billion. Estimated in US dollars, including 1.96 billion investments until 2020. USD (for 36,382 beds). The "Kendirli" project is described in the systematic plan for the development of the Kendirli tourist area.

EXPO - 2017

EXPO specialized international exhibition is a major international event that is a symbol of industrialization and an open platform for showing technical and technological achievements. Holding EXPO-2017 contributes to the significant progress of the Republic of Kazakhstan and its capital at the international level. However, a comparative analysis of the experience of the countries organizing the said exhibition shows that the business success of the said event often depends on the domestic market [11].

Taking into account that there are about 5,000 hotel rooms with below-average occupancy rates in the city of Astana, the introduction of new hotel rooms will be further determined according to the development of the project.

Efforts related to the organization of EXPO-2017 are not enough to create a tourist infrastructure, make changes and solve the main tasks related to increasing the competitiveness of the tourism product of Kazakhstan: simplifying the terms of entry to the country, creating a tourist transport infrastructure, the ability to provide attractive prices and management of the destination,

etc. should be directed.

In addition to the above four tourism projects identified in the systematic plans and master plan, the projected development of the planned tourism products implies the need to develop other tourism projects of national importance.

This applies to the cities of Astana and Almaty, the South Kazakhstan cluster, which in turn means that systematic plans should be developed for all three regions.

Other tourism projects

In addition to national projects, there are several groups of projects whose list is regularly updated [12].

The first group is large tourism projects initiated by large private developers, containing a significant tourist product, or integrated real estate construction projects. The cost of such projects exceeds 100 million US dollars. The proposed role of the authorized body on tourism for such projects is to coordinate the master plan of the development of these projects in accordance with this Concept and strategies for the development of relevant clusters, to coordinate with the plans for the development of tourism and transport infrastructure, and to provide support in solving administrative problems. The role of the national company when there is an appropriate request from the project initiators is to consider the possibility of investing in the project.

In any case, such projects will be considered within the framework of the Republican industrialization map. Today, such projects include the master plan for the development of the Warrior Gorge in the Almaty region, the construction of an international racetrack in the city of Almaty, etc. can be attributed.

The second group is large resort areas of regional importance. Promotion of the concepts of these resorts, including the development of appropriate master plans, should be carried out at the initiative of regional akimats with the support of social-business corporations. The role of the authorized body on tourism in such projects is to select projects according to the approved methodology of project evaluation in order to determine the most priority regional projects, to provide methodological assistance to akimats in the development of master plans, as well as to promote the receipt of budget funds for the development of the infrastructure of the mentioned resort areas. Such examples include Kok Zhailau resort area, Bayanaul, Karkaraly, Balkash suburbs, etc. can be attributed.

The third group is individual projects for the construction of hotels, large and medium-sized tourist facilities. If these projects are implemented within the framework of national projects, the national tourism development company will be responsible for their selection and development. For the rest of the projects, this role should be carried out by regional akimats with the appropriate methodological support of the authorized body on tourism.

The fourth group - SME projects on the development of arrivals and domestic tourism and individual tourism products. These projects are a special priority in the concept. Within each cluster and national project, a list of cubes for the creation of such projects will be presented, as well as methodological assistance will be provided for any reasonable initiatives by small and medium-sized businesses.

The national tourism development company will be responsible for the development of SMEs under national projects, and the appropriate regional tourism departments under the regional akimats, taking into account the proposals developed in the framework of regional plans.

In order to ensure the development of all regions, it is necessary to create a tourist map for the cluster development of tourism of the Republic of Kazakhstan, which includes the main tourist

resources, national tourist clusters, infrastructure development plans.[13].

Shymbulak mountain

There are many objects of penance (religious) tourism in the territory of the republic. They include the holy city of Turkestan in the Turkic world, Khoja Ahmet Iasawi mausoleum, Abab-Arab mosque, Gauhar-ana cemetery, Ali-Khoja grave, etc. belongs to. People come to these holy places to pray to God. In addition, the Company a. near (Otyrar district) Arystan bab mausoleum, Ibrahim-ata grave, Karashash mother mausoleum, Ismail-ata mausoleum is located in Turaba district. In Zhambyl region - mausoleum of Aisha Bibi and Karakhan mausoleum, in Kyzylorda region - Artyk, Aitman mausoleums, near Lake Balkash - Tektau ata, Auez baksy, etc. there are holy places. The signs of respect for the heroes and commanders of the Kazakh people's struggle for freedom were displayed in memorials and monuments. These include the monuments of Rayymbek and Karasai batyr (Almaty region), Otegen batyr in Kordai (Zhambyl region), Eset batyr in Aktobe, Agyntai and Karasai monuments in North Kazakhstan, Astana Monuments of Karakerey Kabanbai, etc. belongs to. The plain of Ordabasy and Anyrakay estuary, the place where the three hundred heads meet in Ulytau, the mausoleums of Joshi and Alasha Khan as historical places, the independence monument in Almaty, the three dance monuments in Astana are included in the category of sacred places. Among the valuable cultural monuments of Kazakh history: Kozy Korpesh - Bayan Sulu, Enlik-Kebeke mausoleums, Sh. Ualikhanov, K. Munaytpasuly memorials, Sultan Beybarys, Kurmangazy and D. Nurpeyisova, Abai, Abylaikhan, Aliya and Manshuk, A. Imanov, I. Zhansugirov, S. Seifullin, M. Auezov, etc. There are many memorials.

Several tourist bases are located in the most beautiful places of the republic. They include the "Shymbulak" ski base in Ile Alatau, "Bayanaul" on the shores of Lake Zhasybai in Pavlodar region, "Karkaraly" mountain forest in Karaganda region, "Cape Altai" near the Buktyrma dam in East Kazakhstan region, "Ural" near Zhaiyk river in Ural city, forest in Kostanay region. "Ontustyk" in the Badam plain of the South Kazakhstan region, "Zolotoy bor" in the Kokshetau mountain region. There are enough zoological and botanical reserves of well-known tourist importance in Kazakhstan. They include Almaty nature reserve (complex), Ile delta (zoological), Tarbagatai (zoological), Zhaltyrkol (zoological), Ulytau (zoological), Betpakdala (zoological), Karakiya-Karakol (zoological), Zerendy (zoological) nature reserves, Sharyn canyon (landscape) - paleontological) and "Foreign grove" on the Sharyn river (botanical), Kumys kylkandy forest (botanical), Zhamanshik mountain (geomorphological), Aigaikum, Anshikum (geomorphological), Walnut grove (botanical), Burkurtau hill and Tuma springs (hydrological), etc. [1].

3. Present and future of tourism of the Republic of Kazakhstan

3.1 Tourist clusters

In the era of high international competition, tourism demand is undergoing rapid changes. In this regard, in order to create a more effective system of tourist "experience" for domestic and foreign visitors, it is necessary to develop new principles and approaches to the formation and promotion of the tourist product of the Republic of Kazakhstan by all tourist enterprises. Despite the uniqueness and quality of the tourist product, the lack of highly developed infrastructure (transport infrastructure, telecommunications, communication channels, household services, etc.) reduces the level of satisfaction with travel, as a result of which the number of tourist arrivals decreases and the level of competitiveness of the territory in the domestic and world tourism markets. It should be taken into account that it leads to a decrease.

In this regard, it is necessary to develop new ways of organizing tourism at different territorial levels (country, region, district, city). One such method is the cluster approach. Currently, the task

of forming clusters in order to increase the competitiveness of the relevant administrative-territorial structure for domestic tourism is becoming more urgent. A tourist cluster is a concentration of interconnected enterprises and organizations engaged in the creation, production, promotion and sale of tourist products, as well as activities related to the tourism industry and recreational services, within a limited area.

The purpose of creating a tourist cluster is to increase the competitiveness of the territory in the tourist market due to the synergistic effect, including: increasing the efficiency of the enterprises and organizations included in the cluster; stimulating innovation and developing new tourist destinations. The creation of a tourist cluster actually determines the status of the territory and affects the formation of a positive image of the region, which generally creates highly integrated tourist offers and competitive tourist products. Kazakhstan has the possibility to create five tourism clusters: Astana, Almaty, East Kazakhstan, South Kazakhstan and West Kazakhstan.

Astana cluster is a cluster that includes Astana city, Akmola region, southwestern part of North Kazakhstan region, western part of Pavlodar region and northeastern part of Karaganda region. The city of Astana will be the center of the cluster, where the following main tourist attractions are located:

Korgalzhyn State Nature Reserve, part of the territory of North Kazakhstan steppes and lakes called Saryarka, protected by UNESCO); "Burabay" MUTP; "Kokshetau" MUTP; "Buiratau" MUTP; Karaganda city; Karkarali MUTP; Bayanaul MUTP. In the future, the cluster may be supplemented with new places of tourist interest included in the preliminary list of UNESCO: burials of the Begazy-Dandibai culture belonging to the megalithic era, with new places of tourist interest, such as the bright stone mound of the Tasmola culture, as well as objects included in the "Silk Road" serial transnational nomination (Bozok town). It will be the center of nomadic culture and steppe diversity with the suburbs of Astana and the resort region of Burabay. The main tourism products developed in this cluster are: MICE-tourism, cultural tourism, tours, holidays in mountains and lakes, short-term holidays. Almaty cluster is a cluster that includes Almaty city and part of Almaty region. The city of Almaty will be the center of the cluster and the following main tourist attractions have been identified: Tamgaly archaeological landscape with petroglyphs (UNESCO site). "Altynemel" MTP included in the preliminary list of UNESCO. Sharyn gorge. Kapshagai reservoir. Ski areas near Almaty with Ile-Alatau MTP included in the preliminary list of UNESCO. "New Ile" tourist center. In the future, the cluster will include other parts of Almaty region, as well as new places of tourist interest included in the preliminary list of UNESCO - Lake Balkash, Zhetysay Alatau mountain ranges with Eshkiolmes petroglyphs, Issykkol mounds and objects included in the serial transnational nomination "Silk Road" (Talgat town, it may suggest new places, such as Boraldai mounds). Almaty will be the center of international ski tourism and business tourism and is characterized as a cluster of "Entertainment in the city and in the mountains". The main tourism products offered by this cluster are MICE-tourism, cultural tourism and tours, holidays in mountains and lakes and short-term holidays. The East Kazakhstan cluster includes the northern and eastern parts of the East Kazakhstan region. The city of Ust-Kamenogorsk will be the center of the cluster, where 6 important tourist attractions have been identified: "Buktarma" water reservoir; Irtysh River - Lake Zaisan; Katonkaragay MTP; Lake Markakol and Kalzhyr gorge; Ridder - Anatau and Ivanov mountains; Semey city. In the future, this cluster may expand to include the rest of East Kazakhstan, including Alakol State Nature Reserve, Berel State Historical and Cultural Reserve.

East Kazakhstan cluster will be described as a "wonderful world of nature" and will be a center for the development of ecological tourism.

The main tourism products developed in this cluster include active and interesting adventure tourism, recreation in mountains and lakes. South Kazakhstan is a cluster that includes the central and eastern parts of Kyzylorda region, the southern part of South Kazakhstan region, and the southwestern part of Zhambyl region. The city of Shymkent will be the center of the cluster, the following places of tourist interest are proposed: the city of Turkestan with the mausoleum of Khoja Ahmet Yassau (UNESCO object); archaeological objects of the medieval town of Otyrar and the settlement valley included in the preliminary list of UNESCO; Sauran archaeological complex; Karatau State Nature Reserve with Paleolithic parts and geomorphology and Arpaozen petroglyphs included in the preliminary list of UNESCO; Aksu-Zhabagily State Nature Reserve included in the preliminary list of UNESCO; Sayram-Ogem State National Park; Baikonur spaceport; Kyzylorda city; Saryagash city; Taraz city. In the future, the cluster will include the remaining parts of the three regions, as well as new tourist attractions such as Merke, a sacred place for Turks included in the UNESCO list, Barsakelmes State Nature Reserve, as well as objects included in the "Silk Road" serial transnational nomination (Zhety Asar Valley, Syganak Town). may offer places. The South Kazakhstan cluster will be described as the "heart of the Great Silk Road". Cultural tourism and tours are the main tourism products developed in this cluster. West Kazakhstan is a cluster that includes the entire Mangistau region and a part of the West Kazakhstan region. The city of Aktau is the center of the mentioned cluster, where the following places of tourist interest are located: Beket ata, Shopan ata and Karaman-Ata underground mosques and Omar and Tur mausoleums; Cemeteries on the Mangistau Peninsula. Sherkala mountain. Karakiya-Karakol nature protection zone. Plateau State Nature Reserve. "Bokei Ordasy" monument complex. "Kendirli" resort. The West Kazakhstan cluster will be described as "Caspian Riviera". The main tourism products developed in this cluster include beach tourism, cultural tourism and tours. Within the framework of the implementation of the "Western Europe - Western China" international transport corridor, it is planned to create a modern tourist infrastructure for the accommodation, recreation and necessary services of tourists with the unique facilities of the regions and appropriate conditions at the western and eastern "border gates" of the republic. Other parts of Kazakhstan. For the regions that are not part of the cluster, as well as at the district level, it is necessary to identify promising tourist products for the development of domestic tourism. In this case, it is appropriate to develop and implement small projects for the development of relevant infrastructure. One of the most attractive tourism products for all regions of Kazakhstan is ecological tourism, which is one of the main types of tourism. Taking into account the established direction of the country's transition to the principles of "green" economy, it is worth showing agritourism not only as an incentive for alternative employment of the rural population, but also as an example in providing financial support to the economy of regions and in the development of ecologically "clean" agricultural production. Agrotourism is a powerful tool to help attract local people to the process of environmental protection, where careful consideration of nature is economically viable. The creation of hotel chains contributes to the preservation of culture, including the development of handicrafts in rural areas, the organization of folklore holidays and festivals. Since there are great prospects for the development of rural tourism in all regions of Kazakhstan, local executive bodies for tourism should modernize the existing ones, and if necessary, create new transport infrastructure, define state support mechanisms for the formation and development of SMEs engaged in tourism in the region. It is necessary to ensure the development of methodological tools, advisory assistance to

entrepreneurs opening hotels, informational support at local and regional levels, and definition of effective tools for hotel promotion. In order to guarantee the high quality of the offered services, it is necessary to solve the problem of developing a unified classification of rural holiday homes, to define the dimensions of this classification and to allocate unified standards for rural hotels. [14].

There is a great future for the development of tourism in the border regions of Kazakhstan. It is appropriate to deepen international cooperation, create and develop joint tourist destinations, including one-two-day excursions for citizens of neighboring states, and hold cultural festivals. In general, local executive bodies should strengthen interaction with the central authorized bodies in the field of tourism, revise and develop regional master plans for tourism development for the short-term and long-term perspective, working tourist organizations, infrastructure objects with locations by type, entertainment and it is necessary to regularly update the database containing the list of other objects. It is necessary to strengthen the work with entrepreneurs in the field of tourism, as well as in the field of related activities, to define the mechanisms that promote the efficient operation of state support tools in the local area. Identifying the training of tourism personnel as one of the priorities in the region, making close contact with educational institutions that train tourism personnel. Also, one of the priority areas of activity for all regions is the development of social tourism, which provides opportunities to meet the needs of a certain category of the population, including elderly citizens and people with disabilities, for tourist services within the country. In partnership with the private sector and industry associations, it is necessary to introduce mechanisms for promoting intensive tourism and encouraging employees with vouchers for domestic vacations. Measures for the development of social tourism include providing and receiving economic incentives and tourist attractions for social tourism organizers, creating, renovating and using social tourism facilities. his cat

3.2. Measures for further development of the tourism industry

In the field of specially protected natural areas and forestry, a) priority tourism projects for long-term use in the areas of the National Forest Reserve and state forest reserve, taking into account the maximum preservation of the natural reserve of the republic, the protection of natural resources and genetic resources in cooperation with the local population (hereinafter - priority tourism projects) to develop tourist attractiveness criteria (hereinafter - criteria); b) planning tourism development in the plots of the state forest fund with tourism potential by developing a master plan for the development of the infrastructure of such areas (hereinafter referred to as the master plan) based on the afforestation project in accordance with the standards; c) planning the development of tourism in the EKT areas in the EKT infrastructure development master plan (hereinafter - the master plan); d) coordinate master plans with the authorized body on tourism, which can make recommendations on the amendment of the master plan related to tourism development, at the same time, design balneological projects for the health of the population and objects for the implementation of ecological tourism for implementation on the plots of the State Forest Reserve and the State Forest Fund; e) Management of the development of tourism projects in the areas of the National Park and State Forest Fund can be carried out by establishing and/or creating a specialized organization, which ensures the following functions: to ensure investment flows from the public and private sectors for the development of certain land plots for tourism purposes at various levels search and attraction of investors; selection of priority tourism projects in accordance with the criteria and master plans, as well as implementation of accompanying permit and consent procedures; in the case of a positive environmental assessment of the proposed project, to make proposals for the allocation and transfer of land plots to investors to the Directorate of

EKTA and local executive bodies for the implementation of priority tourism projects; monitoring of investors' implementation of projects in accordance with infrastructure master plans and environmental requirements; development of other alternative mechanisms of management of tourism projects and interaction of the state and private investors in the development and management of tourism infrastructure. e) for the implementation of tourism projects, in the case of sustainable use and management of the plots of the State Forest Reserve and the State Forest Fund, it is necessary to ensure the following measures: for damage to the natural environment by the users of the State Forest Reserve and the State Forest Fund (illegal logging, pollution of water bodies, damage to the natural layer of the earth, etc.) .b.) increasing responsibility; to increase the territory of forest areas, to consider the mechanisms of encouraging nature users during the restoration of the objects of the nature reserve fund. In the field of land relations, for the maximum use of land potential by investors, the allocation of land plots for the construction of hotels and other tourist infrastructure in the EKTA, wetlands, state forest fund public lands, guaranteeing the security of investments by the state, and ensuring investors' access to financial resources for appropriate investments are as follows can be provided with alternative mechanisms: a) creation of legal means for investors to purchase plots of land for private ownership for the purpose of development of tourism projects, with the exception of EKTA and forest reserve land; b) improvement of the existing institution of long-term use of EKTA sites and forest resources for the purpose of development of tourism projects through the following possible measures, including improvement of the requirements of the contract for long-term paid use of land/forest use for the implementation of tourist and recreational activities (hereinafter - the contract): increase the longest period of long-term paid land use/forest use; to seek extension for the period automatically specified in the contract; to limit the right of the authorized body to unilaterally terminate the contract, and at the same time to make compensation payments in the amount that logically justifies the investor's contributions in the event that there are no violations on the part of the investor and the contract is violated at the initiative of the state; In the absence of specific violations of the terms of the contract by the investor, the extension of the notice period (on the refusal to extend the contract) for a longer period (from 5 to 10 years), this notice should include the justification for the refusal and be agreed with the relevant government bodies, including those who initially participated in the permission to use the land plot. must; in case of continuing the implementation of the project, consider the possibility of transferring the rights and obligations of forest use for the purposes of the tourist project to third parties; c) in addition, it is recommended to give investors an option to use/purchase a land plot as an alternative measure during the transfer of land plots for use or ownership. d) to allow the construction of seasonal buildings and light architectural objects (cafeterias on the coast) on land plots with water lanes without using heavy construction materials [15].

It is recommended to implement the following measures related to ATA in the field of Special Tourist Zones (STOs): a) Creation of certain special zones under a special legal regime, which are used for the implementation of tourism projects in EKTA, forest reserves and other territories, can be ensured by the following measures: or defining it as a type of special economic zone with its own concept; implementation of tourism projects, including obtaining permission to attract foreign labor, allotment of land for construction of tourist infrastructure, etc. determination of the special regime of ATA in cases involving a simplified preferential procedure; land development, construction, etc. to simplify and speed up the process of passing through permit procedures and obtaining relevant permits from state bodies; Effective management of ATA and provision of a service mechanism for investors on the basis of the "single window" principle. In the field of social

tourism, by involving the State, employers and employees in the mechanism of partial subsidies, the introduction of tourist certificates as documents that encourage social tourism can be ensured by the following measures: , forecasting and planning of tourism in the destination) to optimize the regulation of its legal status as a strict reporting document; b) determining the requirements for the appropriate form and type of tourist certificate and the principles of its use. In the field of taxation, consider the possibility of applying additional measures of tax promotion in the field of tourism, including in the field of social tourism. In the field of migration control and simplification of visa procedures, it is recommended to implement the following measures: a) to remove or continue to simplify the visa procedure for citizens of economically stable countries that provide a flow of tourists to the country; b) simplification of the process of registration and registration of foreign citizens, including creation of a list of countries for the simplified procedure of registration and registration of foreign citizens, submission of an application for online registration and implementation of electronic registration; c) to extend the period of compulsory registration of foreign citizens up to one month, to remove their mandatory re-registration when the place of registration changes. In the field of border control, a) development of the "Border control" state service standard and its approval by the Government of the Republic of Kazakhstan; b) to study the issue of regularizing the passage of tourists on international routes through the State border crossing points, which are opened according to the established order for the purpose of developing ecological tourism in the territories along the border, as well as through the territory of neighboring states. In the field of aviation space, consider the possibility of implementing measures aimed at creating competitive conditions for the development of the domestic air transportation market, including the further development of subsidy programs for domestic flights, in the Civil Aviation Development Strategy. In the field of tourist services, ensuring the quality control of the provision of tourist services, including hotel services, by the authorized body in the field of tourism by carrying out the following possible measures: a) to employees of the tourism industry providing direct tourist services in the field of inbound and domestic tourism (guides, employees of travel agencies, translators in the tourism industry) development of mandatory qualification requirements/standards; b) development of a control and monitoring mechanism for the proper provision of tourist services in the field of inbound and domestic tourism; In the field of real estate law, the introduction of a procedure for regulating the holiday club system, which allows ownership or long-term paid use of a share in tourist real estate with the possibility of subsequent rental, which is understandable for investors, can be ensured by the following measures: a) ensuring the financial availability of accommodation in tourist facilities for vacationers and creation of a "time-share" institution as a limited type of general share ownership, which gives the right to long-term or lifetime use of a share of tourist real estate for the purpose of a limited share ownership or long-term lease of a share of tourist objects; b) determining the organizational and legal structure and system of management of holiday clubs, taking into account the peculiarities and differences of "time-share", participation in this gives the right to long-term and lifetime use and ownership of a share of a tourist real estate object; c) within the framework of "time-share", the scope of rights and restrictions of participants, the conditions of model contracts (determining the terms of purchase and subsequent rental of one's own share), as well as from third-party claims for the share of the tourist real estate object on unfulfilled obligations by the management structures of the relevant holiday clubs determination of rights protection guarantees; d) defining the concepts of "tourist object", "tourist real estate", "tourist equipment" and other related concepts.

Conclusion

This study aims to determine the current state of development of tourism in Kazakhstan and its socio-economic importance. As a result of the conducted analysis, it was proved that the tourism industry plays an important role in improving the economy of the country and the well-being of the people. The contribution of tourism in strengthening interregional relations, preservation and development of cultural heritage has also been shown to be very important.

The results of the research identify the main factors for the development of the tourism industry in Kazakhstan and show the shortcomings and opportunities in the field. This study aims to increase the contribution of tourism to socio-economic development by offering specific recommendations for improving the country's tourism industry from a practical point of view. In this regard, it was determined that measures aimed at effective use of tourism potential of Kazakhstan and improvement of tourism infrastructure are needed.

In conclusion, it was found that the development of the tourism industry not only has a positive effect on the economy of Kazakhstan, but also improves the well-being of the people and contributes to the preservation and development of cultural and historical heritage. Based on the obtained results, it is expected that the proposed practical measures will contribute to the future development of the tourism industry and increase its contribution to the sustainable development of the country.

BIBLIOGRAPHY

1. Pavlov, P. M., & Ivanov, D. K. Туризм в условиях глобальных изменений // Вестник экономической безопасности. – 2019. – № 3(31). – С. 54-65.
2. Aliyeva, S. R., & Tuleuov, B. N. Стратегии развития туристической индустрии Казахстана в 2020-х годах // Евразийский журнал бизнеса и экономики. – 2020. – № 4. – С. 123-134.
3. Syzdykova, M. A. Экономическое воздействие международного туризма на экономику Казахстана // Вестник международных исследований. – 2018. – № 2. – С. 87-99.
4. Kim, H. G., & Jung, M. S. Analysis of socio-economic impacts of tourism development in Kazakhstan // International Journal of Economic Studies. – 2018. – Vol. 12. – P. 24-35.
5. Henderson, J. Kazakhstan's tourism sector: Challenges and opportunities // Journal of Destination Marketing & Management. – 2019. – Vol. 11. – P. 121-130.
6. World Tourism Organization (UNWTO) Global report on tourism competitiveness // Madrid, 2018. – URL: <https://www.unwto.org>.
7. Ivanov, K., & Petrov, A. Инновации в туризме: Казахский опыт // Вестник международного туризма. – 2021. – № 5. – С. 45-56.
8. Omarova, S. Challenges of sustainable tourism in Central Asia // Tourism Management Perspectives. – 2020. – Vol. 36. – P. 1-8.
9. Nurmagambetov, S. Developing eco-tourism in Kazakhstan: A comprehensive review // Environmental Impact Assessment Review. – 2021. – Vol. 47. – P. 32-45.
10. Kazakhstan Statistics Bureau. Kazakhstan tourism statistics 2018-2023 // URL: <https://www.stat.gov.kz>. (Өтініш берілген күн: 01.10.2023).
11. Smith, R., & Robinson, J. Tourism and economic growth in Central Asia: A review of current trends // Central Asian Review. – 2019. – Vol. 29. – P. 77-89.
12. Bekturova, A., & Sultanov, T. Туристический потенциал Казахстана в контексте международных тенденций // Вестник Евразийского союза. – 2019. – № 10. – С. 34-45.

13. Jones, L. H. Sustainable tourism development in Kazakhstan: Policies and prospects // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2020. – Vol. 28. – P. 654-669.
14. Sadykov, M. Туризм и экономическое развитие в Казахстане: Влияние международных туристов // *Вестник экономики и туризма*. – 2021. – № 7. – С. 98-112.
15. Tleuberdinova, Z. R. Экономическая значимость культурного туризма в Казахстане // *Международный журнал туризма*. – 2022. – № 6. – С. 65-74.

REFERENCES

1. Pavlov P. M., Ivanov D. K. (2019) Turizm v usloviyah global'nyh izmenenij [Tourism under global changes] // *Vestnik ekonomicheskoy bezopasnosti*. 3(31), pp. 54-65. (In Russian)
2. Aliyeva S. R., Tuleuov B. N. (2020) Strategii razvitiya turisticheckoj industrii Kazahstana v 2020-h godah [Development strategies of Kazakhstan's tourism industry in the 2020s] // *Evrazijskij zhurnal biznesa i ekonomiki*. 4, pp. 123-134. (In Russian)
3. Syzdykova M. A. (2018) Ekonomicheskoe vozdejstvie mezhdunarodnogo turizma na ekonomiku Kazahstana [Economic impact of international tourism on Kazakhstan's economy] // *Vestnik mezhdunarodnyh issledovanij*. 2, pp. 87-99. (In Russian)
4. Kim H. G., Jung M. S. (2018) Analysis of socio-economic impacts of tourism development in Kazakhstan // *International Journal of Economic Studies*. 12, pp. 24-35. (In English)
5. Henderson J. (2019) Kazakhstan's tourism sector: Challenges and opportunities // *Journal of Destination Marketing & Management*. 11, pp. 121-130. (In English)
6. World Tourism Organization (UNWTO) (2018) Global report on tourism competitiveness // Madrid. URL: <https://www.unwto.org> (In English)
7. Ivanov K., Petrov A. (2021) Innovacii v turizme: Kazahskij opyt [Innovations in tourism: Kazakh experience] // *Vestnik mezhdunarodnogo turizma*. 5, pp. 45-56. (In Russian)
8. Omarova S. (2020) Challenges of sustainable tourism in Central Asia // *Tourism Management Perspectives*. 36, pp. 1-8. (In English)
9. Nurmagambetov S. (2021) Developing eco-tourism in Kazakhstan: A comprehensive review // *Environmental Impact Assessment Review*. 47, pp. 32-45. (In English)
10. Kazakhstan Statistics Bureau. (2023) Kazakhstan tourism statistics 2018-2023 // URL: <https://www.stat.gov.kz> (In Kazakh)
11. Smith R., Robinson J. (2019) Tourism and economic growth in Central Asia: A review of current trends // *Central Asian Review*. 29, pp. 77-89. (In English)
12. Bekturova A., Sultanov T. (2019) Turisticheckij potencial Kazahstana v kontekste mezhdunarodnyh tendencij [Kazakhstan's tourism potential in the context of international trends] // *Vestnik Evrazijskogo sojuza*. 10, pp. 34-45. (In Russian)
13. Jones L. H. (2020) Sustainable tourism development in Kazakhstan: Policies and prospects // *Journal of Sustainable Tourism*. 28, pp. 654-669. (In English)
14. Sadykov M. (2021) Turizm i ekonomicheskoe razvitie v Kazahstane: Vlijanie mezhdunarodnyh turistov [Tourism and economic development in Kazakhstan: The impact of international tourists] // *Vestnik ekonomiki i turizma*. 7, pp. 98-112. (In Russian)
15. Tleuberdinova Z. R. (2022) Ekonomicheskaja znachimost' kul'turnogo turizma v Kazahstane [The economic significance of cultural tourism in Kazakhstan] // *Mezhdunarodnyj zhurnal turizma*. 6, pp. 65-74. (In Russian)

ZH. AKIMOV

Phd, Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-
Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), e-mail: akimov404@mail.ru

Received 11.09.2024

Accepted for publication 30.09.2024

Ж. ӘКІМОВ

*Қожа Ахмет Ясауи атындағы халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: akimov404@mail.ru*

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК- ЭКОНОМИКАЛЫҚ МАҢЫЗДЫЛЫҒЫ ЖӘНЕ ОНЫ ДАМУҒА СТРАТЕГИЯЛАРЫ

Аңдатпа. Бұл мақалада Қазақстандағы туризмнің дамуы мен оның әлеуметтік-экономикалық маңыздылығы қарастырылады. Мақсаты – туризм индустриясының Қазақстан экономикасына тигізетін әсерін, дамуының тарихи кезеңдерін және қазіргі жағдайын талдау. Зерттеуде туризмнің халыққа және ұлттық экономикаға әкелетін пайдасы анықталып, оның әлеуметтік және мәдениетаралық байланыстарды дамытудағы рөлі қарастырылады. Мақалада қолданылған әдіснамалық тәсілдерге деректерді жинау, салыстыру және талдау жатады. Нәтижесінде, Қазақстанның туризм саласын дамытуға қажетті факторлар мен оның болашағы туралы ұсыныстар берілген. Бұл зерттеу туризм саласын жақсарту бойынша нақты ұсыныстар жасау арқылы Қазақстанның туризм индустриясының дамуына ықпал етуге арналған.

Кілт сөздер: туризм индустриясы, әлеуметтік-экономикалық даму, мәдени мұра, қонақжайлылық саласы, тарихи туризм

Ж. АКИМОВ

*Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмета Яссави
(Казахстан, Туркестан), E-mail: akimov404@mail.ru*

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ В КАЗАХСТАНЕ И СТРАТЕГИИ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Аннотация. В статье рассматривается развитие туризма в Казахстане и его социально-экономическое значение. Цель исследования – проанализировать влияние туристической индустрии на экономику Казахстана, исторические этапы развития туризма и современное состояние. В работе определены преимущества туризма для населения и национальной экономики, а также его роль в развитии социальных и межкультурных связей. Применены методы сбора данных, сравнительного анализа и интерпретации. В результате исследования предложены рекомендации по улучшению туристической отрасли в Казахстане и рассмотрены перспективы её дальнейшего развития. Исследование вносит вклад в понимание ключевых факторов, необходимых для развития туризма в стране.

Ключевые слова: индустрия туризма, социально-экономическое развитие, культурное наследие, гостиничный бизнес, исторический туризм

Д. АСАН^{1✉}, Н. БАТЫРОВА¹

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

ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНІҢ НЕГІЗДЕРІ

Аңдатпа. Қазіргі кезеңде туризм әлемнің көптеген елдерінде өмірдің экономикалық және мәдени салаларын дамытудың басым бағыттарының біріне айналды. Осы бағытта іс-әрекеттер Қазақстанда белсенді түрде жүріп жатыр, мұны стратегиялық және бағдарламалық-мақсатты жоспарлау құжаттарында көрсетілген негізгі даму факторларын анықтауды қарастырады. Зерттеу мақсаты: Туризмдегі туристік дестинация ретінде жылжыту үшін негізгі туризм субъектілерінің белсенді қатысуымен туристік дестинацияны дамыту үрдісін басқару бойынша әдістемелік тәсілдер мен практикалық ұсыныстарды әзірлеу. Туристік дестинацияны басқару негізі халықтың әлауқаты мен өмір сүру сапасының жоғары деңгейіне жету үшін өңірдің туристік өнімін нарыққа шығару және бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету. Сонымен қатар туристік дестинацияны дамытуды басқару үрдісінде туындайтын ұйымдық-экономикалық қатынастар және аймақтардағы туристік-рекреациялық әлеуетін іске асыру және туристік өнімді жылжыту тетіктері болып табылады. Мақалада туристік дестинацияларды басқару жүйесін бағалау тетіктері қарастырылады.

Кілт сөздер: туризм, дестинация, туристік дестинация, туристік дестинация менеджменті, дестинацияны басқару, бәсекеге қабілеттілік, тұрақты туризм, туристік дестинациядағы маркетинг.

Кіріспе

Туризм - әртүрлі ішкі байланыстары мен басқа жүйелермен сыртқы байланыстары бар күрделі жүйелік нысан. Сондықтан бұл тарауда ол қазіргі заманғы жалпы жүйелер теориясы тұрғысынан қарастырылады. Жүйенің жалпы анықтамасына сүйене отырып, туризм жүйені күрделі, ішінара өзін-өзі басқаратын әлеуметтік-экономикалық жүйе ретінде сипаттауға болады. Белгілі бір тарихи, географиялық, этникалық, рухани, саяси және экономикалық шекараларға ие бола отырып, ол табиғи, мәдени-тарихи, инфрақұрылымдық, ұйымдастырушылық және техникалық құрамдастардың жиынтығы, нарыққа қатысушылар және өндіруші аумақтық қауымдастықтар және туристердің тұтынуы үшін жеңілдіктерді сату [1, 79 б].

Осылайша, туризм жүйесін туристердің көптеген қажеттіліктерін қанағаттандыру үшін тауарларды өндіруге тікелей немесе жанама түрде қатысатын және әлеуметтік,

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Д. Асан, Н. Батырова. Туристік дестинацияларды басқару жүйесінің негіздері // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 46–56. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.04>

*Cite us correctly: D. Asan, N. Batyrova. Turistik destinasiyalardy basqaru jüiesınıñ negızderi [Fundamentals of the tourist destination management system] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 46–56. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.04>

экономикалық және саяси қатынастардың эволюциясына сәйкес келетін элементтер мен қызметтердің жиынтығы ретінде анықтауға болады. үнемі дамып, күрделене түсуде.

Туризм басқалармен қатар «халық дипломатиясының» ықпалды құралы болады және коммуникативті мәдениетті қалыптастыру мен дамытудың маңызды факторы болып қалыптасады [2, 18 б].

Зерттеудің әдіснамалық және теориялық негізі ретінде басқару теориясы, туризм экономикасы, туристік аймақтың дамуы мен туристік дестинацияны басқару, отандық және шетелдік ғалымдар мен практиктердің еңбектері алынды. Зерттеудің қойылған мақсаттары мен міндеттеріне қолданылатын туристік дестинацияны басқарудың ұйымдық-экономикалық тетіктерін қалыптастыру болып табылады. Зерттеу пәні туристік дестинацияны басқару қалыптастыру үрдісінде туындайтын ұйымдық-экономикалық қатынастар және туристік әлеуетін іске асыру, сонымен қатар туристік өнімді жылжыту әдістері қолданылды.

Дестинацияны басқаруды жеке адамдар топта бірлесіп жұмыс істей отырып, алға қойылған әлеуметтік-экономикалық мақсаттарды тиімді жүзеге асыратын бірегей туристік өнімді жасауға қатысатын факторларды құру, бағыттау және реттеу процесі ретінде анықтауға болады. Бұл өздерінің және басқалардың жұмысы арқылы тағайындалған жерлерді басқарудың негізгі функцияларын орындайтын барлық деңгейдегі басқарушы персонал тобы. Сондықтан туристік дестинацияларды басқару пайда табуды көздейтін кез келген басқа ұйымның басшылығы сияқты принциптерді, саясаттарды және талаптарды ұстануы керек.

Дестинацияны басқару, ең алдымен, оның бәсекеге қабілеттілігі мен тұрақтылығы үшін қажет. Бәсекелестік артықшылықты дестинация менеджментінің туристік ұсыныстың туынды және табиғи элементтерін дамыту және толық біріктіру қабілеті ретінде анықтауға болады. Туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігі – бұл туристік тұтынуды ұлғайту, туристерді кең ауқымда тарту және оларға ұмытылмас тәжірибе ұсына отырып, пайда әкелу және болашақ ұрпаққа пайда әкелу мүмкіндігі.

Коронавирусқа байланысты жағдай біздің демалыстар мен шетелге саяхат жасау жоспарларына түзетулер енгізді. Осылайша, мамандар мүмкіндікті жіберіп алмауға және жан-жақты ішкі туризмге мән беруге кеңес береді. Өйткені, Қазақстан бұл жағынан алуан түрлі! Оның үстіне соңғы уақытта елімізде көптеген жаңа демалыс орындары мен туристік бағыттар пайда болды. Қазақстан өзінің кең аумағын, халықтың аз тығыздығын және көптеген табиғи саябақтарды ескере отырып, жалғыз саяхат үшін бірегей орын болып табылады.

Материалдар мен әдістер.

Мақалада статистикалық мәліметтермен қоса оқу құралы және мақалалардағы ақпараттар пайдаланылды. Сонымен қатар әдіснамалық негізін жүйелік тәсіл, талдау және синтез, салыстыру әдіс, ситуациялық, логикалық, құрылымдық талдау, мазмұндық талдау үлгілері негізге алынған.

Нәтижелер мен Талқылау

«Дестинация» латын тілінен («destino») шыққан және мекенжай, тағайындалған орын немесе орын деп аударылады. Әртүрлі авторлардың қолданыстағы анықтамаларына сәйкес, «туристік бағыт» - бұл белгілі бір шекаралары бар, туристік әлеуеті бар географиялық аумақ (оның ішінде: туристік өнімдер, мысалы, қолдау қызметтері мен көрікті жерлер, сондай-ақ туристік ресурстар) деп тұжырымдауға болады. Туристік дестинация - туристік ресурстық әлеуеті бар, туристік ағындарды тұрақты тартатын бәсекеге қабілетті тұтынушылық

құндылықты білдіретін басқарылатын әлеуметтік-экономикалық аумақтық жүйе.

Туристік бағыт бойынша белгілі бір аймақтың тартымдылығы мәселесіне келгенде туристік дестинацияны орналастыру, жылжыту және басқару, әрине, басты міндеттердің бірі болып табылады. Дүниежүзілік тәжірибеде әртүрлі деңгейдегі дестинацияларды басқару ұйымдары туристік дестинацияның дамуын басқаруда шешуші рөл атқарады, оны іске асыру барлық туристік субъектілердің күш-жігерін жинақтаған жағдайда мүмкін болады.

Американдық жазушы Д.Пирс (1989) «туристік дестинация» түсінігін туристерге бару нәтижесінде тәжірибе, эмоция, түрлі әсер қалдыратын орын деп түсіндіреді [3, б. 158]. Туристік дестинацияға қатысты өмірлік цикл тұжырымдамасының алғашқы теориялық жалпылауын ағылшын ғалымы Р.Батлер ұсынды. Бұл тұжырымдама туризмнің даму заңдылықтарын зерттеудің ең танымал теориялық негізі болды. Туристік өнімді дайындау кезінде ескерілетін маңызды сәттердің бірі туристік ағындардың дестинацияның даму кезеңіне сәйкестігі болып табылады. Туристік дестинациялардың жағдайын сипаттайтын туризм дамуының жиі қолданылатын көрсеткіштері: туристер санының өсуі; дестинацияда түнейтін туристердің үлесі; бәсекелес бағыттардың санының өзгеруі; туристердің орташа шығындары; ұқсас туристік қызметтер нарығындағы баратын жердің үлесі; үгіт-насихаттың қарқындылығы мен әдісі (жарнамалық шығындар, халықаралық туристік көрмелерге қатысу); туризмнен туындаған баға инфляциясы және т.б. [4, 88 б].

Дестинацияны басқару бір-бірін біріктіретін және толықтыратын бірқатар әрекеттерді немесе функцияларды қамтиды. Олар негізгі басқару функцияларына қатысты болуы мүмкін немесе туристік мақсатты басқарудың операциялық деңгейінде жүзеге асырылатын бірқатар іс-шараларды жоспарлауға, ұйымдастыруға, адам ресурстарына, бағыттауға, бақылауға және тұрақты бақылауға қатысты болуы мүмкін.

Қазіргі тұжырымдамалар дестинацияны екі өлшемде көрсетеді:

1. Келуші көзқарасы бойынша – «адамдар демалыс орны ретінде таңдайтын аймақ және олардың қызметінің әсерінің нәтижесі». Баратын жер туралы дәстүрлі түсініктің шекарасы кеңейіп, «орын» ұғымы «территориямен» ауыстырылып, оның әсер ету контекстінде қарастырылатын балама орындар мен іс-әрекеттерді таңдау компоненті қосылып жатқаны анық. Алайда, концепцияның типтік элементтері: аумақ (қала, шөл, теңіз жағалауы және т.б.);

2. «Менеджмент» түсінігін енгізу арқылы баратын жерді түсінуді одан әрі кеңейту бар, бұл сұранысты басқару (қолжетімділік, сапаны бақылау, имидж) және әсер/әсерді басқару (туризмнің мақсаттарын белгілеу) дегенді білдіреді. дамыту, аймақтың әсері мен өнімділігін талдау, жоспарлау және аймақтарға бөлу).

Қазіргі уақытта аймақта туристік секторды тиімді дамыту тек инновациялық даму жолында ғана мүмкін болатыны анық, бұл инвестициялық менеджмент пен инновациялық тетікті енгізуде көрініс табады [5, 81 б].

Осылайша, туристік дестинацияға деген көзқарастардың классификациясы әртүрлі авторлардың туристік дестинация теориялары мен концепцияларының басым аспектілеріне, принциптеріне негізделген, зерттеудің төрт бағыты бойынша ұсынылады: экономикалық, географиялық бағдарлы; маркетингті басқаруға бағытталған; тұтынушыға бағытталған және әлеуметтік-мәдени.

Туризмнің негізгі элементі ретінде туристік дестинацияның тұрақты дамуының қажетті шарты туристер мен жергілікті қоғамдастық арасындағы дестинацияның әлеуметтік, мәдени және экологиялық жүйесін бұзбайтын, жергілікті тұрғындар мен туристерге бір-бірін алуына

мүмкіндік беретін өзара әрекеттестік болып табылады.

Әрбір дестинацияның өзіндік ерекшеліктері бар, бірақ бәрібір туристік дестинация жалпы, маңызды сипаттамаларын анықтауға болады:

1. Дестинация келесі құрамдас бөліктердің жиынтығы болып табылады: көрікті жерлер, туристік қызметтер мен инфрақұрылым, қолжетімділік, адам ресурстары, имидж және баға;

2. Дестинацияның мәдени құндылығы бар: келушілер оны тартымды және саяхатқа кеткен уақыт пен ақшаға тұрарлық деп санауы керек. Осылайша, «біркелкі туристік ландшафттың» дамуын болдырмау үшін жақсы дизайн және басқару арқылы баратын жер жағдайларының әдеттегі «үй» жағдайларынан айырмашылығын сақтау маңызды. Осыған байланысты туристік өнім мен туристік тәжірибенің «бірлескен жасаушысы» ретінде қарастырып, оған туристік қызметті тұтынушы да, өндіруші де болу мүмкіндігін берген жөн;

3. Туристік өнім ретінде дестинация өндіру мен тұтыну үрдісінің ажырамас бөлігі. Туристік өнім тікелей өндірілген жерде тұтынылады және туристер оны сезіну үшін баратын жерде физикалық түрде болуы керек;

4. Дестинацияның қызметтері мен ыңғайлылығын тек туристер ғана емес, басқа адамдар да пайдаланады: жергілікті тұрғындар мен дестинацияның қызметкерлері;

5. Дестинацияның әртүрлі элементтерінің бірін-бірі толықтыруы, туристік қызметтің қаптамасы, туристік өнімнің күрделілігі;

6. Туристік бағыт болып саналатын аумақта дестинацияны басқаруға және жылжытуға жауапты тиісті ұйымдық құрылымы (мемлекеттік, мемлекеттік немесе мемлекеттік-жекеменшік) болуы керек.

Туризм экономикасында маркетингтік тәсілдің бөлігі ретінде қалалық дестинацияларды бағалау үшін пайдалануға болады, ол қалалық дестинацияны негізгі және қосалқы элементтерді қамтитын «демалыс өнімі» ретінде қарастырады.

1-кесте - Туристік дестинацияның элементтері

Негізгі элементтер		Қосымша элементтер
Іс-әрекет орны	Демалыс мүмкіндіктері	
- Мәдени ресурстар; - Концерт залдары; - Кинотеатрлар; - Көрме орындары; - Мұражайлар мен көркем галереялар; - Театрлар; - Ашық және жабық спорт ресурстары; - Ойын-сауық ресурстары; - Фестивальдар; - Түнгі клубтардағы ерекше оқиғалар.	- Физикалық сипаттамалары; - Ежелгі ескерткіштер; - Шіркеу ғимараттары. - Тарихи аймақтардың орналасуы; - Қызықты сәулет (ғимараттар); - Саябақтар мен жасыл аймақтар; - Су, өзендер, каналдар; - Әлеуметтік-мәдени сипаттамалар; - Фольклор достық тілі; - Жандылық және қоршаған орта атмосферасы; - Жергілікті дәстүрлер және ұлттық киімдер;	- Қонақ үйлер мен мейрамханалар; - Базарлар; - Сауда орталықтары; - Қосымша элементтер; - Көлік қолжетімділігі және тұрақ шарттары; - Туристерге арналған ақпарат: ақпараттық орталықтар, белгілер, нұсқаулықтар, карталар, брошюралар.

Кестеден көріп отырғанымыз қаланың ішкі туризм жүйесінің әртүрлі элементтерінің өзара байланысты екенін көрсетеді, ол қаланы «өнім» (туристерге арналған қызметтер жиынтығы) ретінде қабылдаудың негізін қалайды.

Туристік дестинацияны басқарудың негізгі міндеттерін атап көрсетуге болады:

1. Нормативтік құқықтық базаны қамтамасыз ету;
2. Ұйымдастыру жүйесінде әртүрлі топтардың бірлескен және кешенді қызметін қамтамасыз ету;
3. Стратегиялық бәсекеге қабілеттілікті қамтамасыз ету және ұйым мен дестинацияның құндылығын арттыру.

Нормативтік деңгей ұйымның мақсаты мен заңдылығы туралы іргелі шешімдерге, сондай-ақ оларды жүзеге асырудың жаһандық тәсілдеріне қатысты. Стратегиялық деңгей ұйымның бәсекеге қабілеттілігін қамтамасыз ету үшін қажет, ал операциялық деңгей қысқа мерзімді мақсаттарды, оларды жүзеге асыру шараларын және құралдарын анықтайтын қысқа мерзімді операциялық жоспарлауды қамтиды.

Барлық деңгейдегі туризмді жоспарлау туризмнің табысты дамуын жүзеге асыру үшін өте маңызды, өйткені ол болашаққа бағдарланған үздіксіз және динамикалық процесс. Дестинацияны басқаруды жоспарлау әртүрлі ұйымдар мен үкіметтің, жеке сектордың, жұртшылықтың, туристік қауымдастықтың және басқалардың арасындағы ынтымақтастық қажеттілігін қамтиды, осылайша олар жоспарлау процесіне кіреді. Дестинацияны басқару белгілі бір саладағы дамуды жобалау, қалыптастыру және бағыттау үшін әртүрлі қатысушылардың саналы және жоспарланған әрекеттерін қамтитын кешенді тәсілді талап етеді.

Дестинацияны басқарудың негізгі функциялары жоспарлау, ұйымдастыру және бақылау болып табылады, ал сәйкес адам ресурстарын табу және көшбасшылық функциясы жалпы деңгейде емес, жеке субъектілер деңгейінде жүзеге асырылады. Дегенмен, барлық деңгейдегі қызметкерлерді оқыту мен оқытуды ынталандыру тағайындалған аймақтың басқару органының маңызды міндеттерінің бірі болып табылады.

Қазіргі кезеңде туристік дестинацияны қалыптастыру принциптеріне келесі критерийлер кіреді:

1 Бірегейлік және әртүрлілік (қазіргі туристерді тарту және олардың мүдделерін қанағаттандыру үшін дестинация шегінде бірегей нысандар мен әртүрлі ұсыныстарды жасау маңызды);

2 Инфрақұрылым (жайлылықтың жоғары деңгейі, ыңғайлылық және қолжетімділік);

3 Экологиялық тұрақтылық. Заманауи технологиялар қоршаған ортаға зиян тигізбейтін объектілерді құруға мүмкіндік береді, ал жаңартылатын энергия көздерін пайдалану ресурсты көп қажет етеді;

4 Маркетингтік құрамдас бөлікте де, кеңістіктерді орналастыруда да интерактивтілік және цифрландыру;

5 Мәдени контекст (қазіргі туристерді тек ойын-сауық пен жайлылық ғана емес, сонымен қатар саяхаттың мәдени құрамдас бөлігі де қызықтырады). Сондай-ақ жергілікті дәстүрлерді ескеру және туристік нысандарды құруға жергілікті тұрғындарды тарту маңызды;

6. Стратегиялық жоспарлау – ұзақ мерзімді перспективаға көп факторлы ықпалды жүйені құру. Аймақтағы экономикалық өсуді ынталандыратын, жергілікті тұрғындарды жаңа жұмыс орындарымен қамтамасыз ететін сұранысқа ие және тұрақты туризм инфрақұрылымын құру үшін туристердің де, жергілікті тұрғындардың да қажеттіліктері мен үміттерін ескеру, трендтер мен бәсекелестік ортаны талдау маңызды. мүмкіндіктері мен шағын кәсіпкерлікті дамыту.

7. Халықаралық ынтымақтастықты дамыту (жағдайларда қалыптастыру сонымен қатар әртүрлі елдерден келген туристерді қызықтыратын туристік бағыттардың объектілерін дамытуға бағытталған).

Нәтижесінде шағын тарихи қалалардың аумақтарын қалпына келтіруге туристік бағыттардың ықпалы маңызды, өйткені ол олардың тарихи мұрасын сақтау және жан-жақты жаңғырту ресурсы бола алады. Қаламен интеграцияланған және өзара әрекеттесетін туристік нысандарды дамыту азаматтардың өміріне және тарихи мұраны сақтауға көп деңгейлі үлес қосады.

Туризмнің маңызды элементтеріне (қолайлылық, жағдай, туристердің қажеттіліктері үшін қызмет көрсету) туристік бағыт жатады [6, 14 б].

Дестинация – туристің қажеттіліктерін қанағаттандыратын, оның көлікке, тұруға, тамаққа, ойын-сауыққа және т.б. сұранысын қанағаттандыратын және оның саяхатының мақсатына айналған қызметтердің белгілі бір кешенін ұсынатын аумақ. Демек, баратын жер осындай болу үшін қызметтердің, көрікті жерлер мен ақпараттық жүйелердің белгілі бір жиынтығына ие болуы керек.

Дестинацияның белгілі бір даму циклі бар:

- белсенді даму – туристер санының артуы, инвестиция мен туризмнен түсетін табыстың өсуі;

- қанықтыру және тұрақтандыру – жұмыс орындарының көбеюі, сәулеттік келбетінің, экологиялық жағдайдың, әлеуметтік-мәдени ортаның өзгеруі, жаңа тұрғындардың пайда болуы;

- құлдырау – туристер санының азаюы; жұмыссыздықтың өсуі, ірі туристік орталықтардың мақсатын өзгерту; туризмнің табыстылығының төмендеуі. 1 - суретте туристік дестинацияның циклдік дамуының негізгі кезеңдері көрсетілген.



1-сурет - Туристік дестинацияның даму циклі

Туристік дестинацияның бірнеше түрі бар. Біріншісіне көбінесе елеулі туристік әлеуеті

бар, яғни бай мәдени-тарихи ресурстарға және дамыған туристік инфрақұрылымға ие астаналар жатады. Екінші түрі екі кіші типтен қалыптасады: жергілікті әдет-ғұрыптар мен мәдениетті мақсатты дамыту орталықтары және туристік кәсіпорындардың дамыған желісі және әртүрлі тарихи-мәдени әлеуеті бар турларды ұйымдастыру орталықтары. Үшінші түрі туристік мақсатта арнайы салынған орталықтардан тұрады (тақырыптық саябақтар, туристік қалалар, курорттар және т.б.).

Қазіргі туризм индустриясы туристік дестинация туризм жүйесінің негізгі элементіне айналатындай етіп ұйымдастырылған. Қазақстанда және әлемде бәсекелес туристік бағыттардың саны артып келеді, бұл нарық қатысушыларын қатал бәсекелестікке итермелеп, туризмді басқару тиімділігін арттыру шараларын қабылдауға итермелейді. Жалпы Қазақстанның өңірлері үшін туризмнің бәсекеге қабілеттілігінің жеткіліксіз деңгейі мәселесі өзекті болып қала береді. Кіру, ішкі және әлеуметтік туризмнің аймақтық нарығы дамымаған күйінде қалып отыр.

Қазақстандағы туристік бағыттарды бағалау негізінде көрсеткіштердің белгілі бір жиынтығын ескере отырып, туризмнің қандай түрлерінің даму перспективасы бар және қандай туристік өнімдер мен қызметтердің жоғары тартымды экономикалық тиімді болатынын анық түсінуге болады [7, 3 б].

Қазіргі туризм индустриясы туристік дестинация туризм жүйесінің негізгі элементіне айналатындай етіп ұйымдастырылған. Қазақстанда және әлемде бәсекелес туристік бағыттардың саны артып келеді, бұл нарық қатысушыларын қатал бәсекелестікке итермелеп, туризмді басқарудың тиімділігін арттыру шараларын қабылдауға итермелейді. Жалпы Қазақстанның өңірлері үшін туризмнің бәсекеге қабілеттілігінің жеткіліксіз деңгейі мәселесі өзекті болып қала береді. Кіру, ішкі және әлеуметтік туризмнің аймақтық нарығы дамымаған күйінде қалып отыр. Кез келген дәрежедегі туристік бағыттардың табысты дамуының негізгі шарты олардың ішкі және сыртқы экологиялық факторлармен елеулі түрде анықталуын ескере отырып, әлемдік тенденцияларды ұстану, қызмет көрсетудің оң тәжірибесін және сындарлы ұлттық-мемлекеттік саясатты негізді қабылдау болып табылады. Тұжырымдаманың элементтерін төмендегідей қарастыруға болады:

- туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігін басқару жүйесінің құрамын және оның элементтері арасындағы байланыстарды көрсететін туристік бағыттың бәсекеге қабілеттілігін басқару моделі;
- туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігін басқарудың тиімді жүйесін қалыптастырудың негізгі тұжырымдамалық тәсілдері.

Туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігін басқаруды қалыптастырудың негізі басқару қызметінің өзара байланысты функционалдық блоктарын (білім беру, ғылыми зерттеулер мен тәжірибелер, экономикалық және құқықтық қамтамасыз ету, дестинация маркетингі) біртұтас тәуелсіз экономикалық өндірістік процеске біріктіру моделі болып табылады. басқару шешімдері арқылы баратын жердің бәсекелестік артықшылықтарын жасайды.

Нәтижелер

Туристі дестинацияларды басқаруда келесідегі түйіндемелерін негіздеуге болады. Олар:

1. Туристік дестинацияны басқару жүйесін бағалаудың жаңа тәсілдері әзірленді, олар мыналардан тұрады: аймақтағы негізгі туризм субъектілерін анықтау; туризм жөніндегі атқарушы органның мақсаттары мен міндеттері рекреациялық аймақтар туризм

субъектілерімен серіктестік және өзара әрекеттесуі;

2. Бәсекеге қабілетті өңірлік туристік-сауықтыру кешенін қолдау және дамыту және ішкі және халықаралық туристік нарықтарда туристік өнімін ілгерілету үшін дестинацияның салыстырмалы артықшылықтарын оның бәсекеге қабілеттілігіне айналдыруға назар аудару қажет екендігі дәлелденді;

3. Туристік дестинация ретіндегі салыстырмалы артықшылықтары оның бәсекелестік артықшылықтарына айналуы керек, бұл тек субъективті фактор болып табылады және дестинацияның дамуын басқару жүйесіне толығымен тәуелді. Салыстырмалы артықшылықтарды бәсекеге қабілеттіге айналдыру үшін бағдарлама-мақсатты әдістеменің бар әзірлемелерін ескере отырып, аймақтарда туристерге біртұтас қызмет көрсету жөніндегі қызметті бір адам үйлестіре алатын жаһандық коммерциялық емес құрылымды құру қажет;

4. Қазіргі заманғы туристерді тарту және олардың мүдделерін қанағаттандыру үшін дестинация шегінде бірегей нысандар мен әртүрлі ұсыныстарды жасау маңызды;

5. Аймақта туристік дестинацияны басқару арқылы экономикалық өсуді ынталандыратын, жергілікті тұрғындарды жаңа жұмыс орындарымен қамтамасыз ететін сұранысқа ие және тұрақты туризм инфрақұрылымын құру үшін туристердің де, жергілікті тұрғындардың да қажеттіліктері мен үміттерін ескеру, трендтер мен бәсекелестік ортаны талдау маңызды;

Туристік мақсатты басқарудың мақсаты тұрақты туризмді дамыту қағидаттарына сәйкес келуі тиіс бәсекеге қабілетті туристік өнімді құру арқылы келушілердің қажеттіліктерін қанағаттандыру болып табылады. Осы себепті дестинацияны басқаруды межелі орын алдына қойған мақсаттарға жету үшін қажетті нақты әрекеттерді басқару үшін қолданылатын пікірлердің, тәжірибелердің, тәсілдер мен әдістердің жиынтығы ретінде түсіну керек. Бұған туризмнің барлық негізгі мүдделі тараптары арасындағы тығыз байланыс арқылы қол жеткізуге болады. Жеке және мемлекеттік сектор арасындағы қарым-қатынас белгілі бір бағыттағы туризмнің тұрақты дамуына ықпал ететіндей дұрыс жолға қойылуы, сақталуы және біртіндеп дамуы керек.

Қорытынды

Қазіргі кезеңде туристік дестинация туралы көзқарастарда мақсатты екі өлшемде көрсететіні анықталды:

- дестинацияға келушінің көзқарасы бойынша - адамдар демалыс орны ретінде таңдайтын аумақ және олардың қызметінің әсерінің нәтижесі ретінде;
- менеджер-әзірлеуші позициясынан - туристік сұранысты қалай басқару керек және оның баратын жерге әсері.

Дестинацияға заманауи көзқарастың тағы бір басым ерекшелігі, орындар дүние жүзіндегі адамдарды байланыстыратын, олардың тәжірибесін контекстке түсіретін өндіріс және тұтыну процестері арқылы мағына береді. Туристік бағытқа және оның дамуына қатысты бұл мақалада әр түрлі тараптар мен мүдделі тараптарды тартуды көздейтін біртұтас көзқарасты білдіреді.

Туристік дестинацияларды басқару ұйымдарының тәжірибелерінің талдау негізінде мемлекет пен бизнестің өзара әрекеттестігіне сүйене отырып, олардың құрылуы мен жұмысының қиындықтары анықталады: құқықтық жағдайы және қолданыстағы ұйымдық-құқықтық нысандарының кемшіліктері; қаржыландыру; ұйымның әлеуетті серіктестерінің бәсекелестігі және мүдделерінің сәйкес келмеуі.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Писаревский Е. Л. и др. Основы туризма: учебник //Москва: Федеральное агентство по туризму. – 2015. – 384 с.
2. АСАН Д. С. ТУРИЗМ ЭКОНОМИКАСЫН ДАМЫТУДЫ ЖЕТІЛДІРУ ЖОЛДАРЫ //Bulletin of the International University of Tourism And Hospitality. – 2023. – №. I (1). – С. 17-30.
3. Газгиреева Л. Х., Бурняшева Л. А., Гончарова Е. Н. Анализ нормативно-правовой базы системы управления продвижением туристской дестинации республики Крым //Университетские чтения–2018. – 2018. – С. 155-160.
4. О.С. Шимова. Устойчивый туризм : учеб.-метод. пособие.– Минск : РИПО, 2014. – 158 с.
5. МАХАНБЕТОВА Ұ., ДЖУНУСОВА Д., ТУРКЕЕВА Э. ҚАЗАҚСТАН АЙМАҚТАРЫНДА ТУРИЗМДІ ДАМЫТУДЫҢ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ТЕТІГІ //Bulletin of the International University of Tourism And Hospitality. – 2023. – №. II (2). – С. 80-88.
6. Комарова М. Е., Королева И. С., Жиленко В. Ю. Развитие информационно-коммуникационных технологий в сфере туризма посредством создания базы данных //Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2017. – №. 2 (12). – С. 9-18.
7. Смыкова М. Р., Плохих Р. В., Устенова О. Ж. Привлекательность туристских дестинаций Казахстана для иностранных туристов //География и водные ресурсы. – 2018. – №. 2. – С. 16-23.

REFERENCES

1. Pisarevskij E. L. i dr. Osnovy turizma: uchebnik [The basics of tourism: a textbook] //Moskva: Federalnoe agentstvo po turizmu. – 2015. – 384 s.
2. ASAN D. S. TURIZM EKONOMIKASYN DAMYTUDY ZhETILDIRU ZhOLDARY [WAYS TO IMPROVE THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM ECONOMY] //Bulletin of the International University of Tourism And Hospitality. – 2023. – №. I (1). – S. 17-30.
3. Gazgireeva L. H., Burnyasheva L. A., Goncharova E. N. Analiz normativno-pravovoj bazy sistemy upravleniya prodvizheniem turistskoj destinacii respubliky Krym [Analysis of the regulatory framework of the management system for the promotion of a tourist destination in the Republic of Crimea] //Universitetskie chteniya–2018. – 2018. – S. 155-160.
4. O.S. Shimova. Ustojchivyy turizm : ucheb.-metod. posobie.[Sustainable tourism: studies.-the method. stipend.]- Minsk: RIPO, 2014. – 158 s.
5. MAHANBETOVA Ұ., DZhUNUSOVA D., TURKEEVA E. QAZAQSTAN AJMAQTARYNDA TURIZMDI DAMYTUDYN INNOVACIYLYQ TETIGI [INNOVATIVE MECHANISM FOR THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE REGIONS OF KAZAKHSTAN] //Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2023. – №. II (2). – S. 80-88.
6. Komarova M. E., Koroleva I. S., Zhilenko V. Yu. Razvitie informacionno-kommunikacionnyh tehnologij v sfere turizma posredstvom sozdaniya bazy dannyh [Development of information and communication technologies in the field of tourism through the creation of a database] //Nauchnyj rezultat. Tehnologii biznesa i servisa. – 2017. – №. 2 (12). – S. 9-18.
7. Smykova M. R., Plohih R. V., Ustenova O. Zh. Privlekatelnost turistkih destinacij Kazahstana dlya inostrannyh turistov [Привлекательность туристских дестинаций Казахстана для иностранных туристов]//Geografiya i vodnye resursy. – 2018. – №. 2. – S. 16-23.

Д. АСАН

Экономика ғылымдарының кандидаты,
қауымдастырылған профессор
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті,
(Қазақстан, Түркістан),
E-mail: asan.dosmahanbet@iuth.edu.kz

Н. БАТЫРОВА¹

Экономика ғылымдарының кандидаты,
профессор
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті,
(Қазақстан, Түркістан),
E-mail: Batyrova.nazgul@iuth.edu.kz

11.09.2024 ж. баспаға түсті

27.09.2024 ж. басып шығаруға қабылданды

D. ASAN¹, N. BATYROVA¹

*International University of Tourism and hospitality,
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: asan.dosmahanbet@iuth.edu.kz*

FUNDAMENTALS OF THE TOURIST DESTINATION MANAGEMENT SYSTEM

Abstract. *In the present period, tourism has become one of the priority areas of development of economic and cultural spheres of life in many countries of the world. Actions in this direction are actively taking place in Kazakhstan, considering the identification of the main development factors specified in the strategic and programmatic planning documents. The purpose of the study: to develop methodological approaches and practical recommendations for managing the process of developing tourist destinations with the active participation of the main tourism entities in order to promote them as a tourist destination in tourism. The basis of management of the tourist destination is to bring the tourist product of the region to the market and ensure its competitiveness in order to achieve a high level of well-being and quality of life. At the same time, the organizational and economic relations arising in the process of managing the development of the tourist destination are the mechanisms for realizing the tourist and recreational potential in the regions and promoting the tourist product. The article deals with the evaluation mechanisms of the management system of tourist destinations.*

Keywords: *tourism, destination, tourist destination, tourist destination management, destination management, competitiveness, sustainable tourism, tourist destination marketing*

Д. АСАН¹, Н. БАТЫРОВА¹

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

ОСНОВЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТУРИСТСКИМИ ДЕСТИНАЦИЯМИ

Аннотация. *В современный период туризм стал одним из приоритетных направлений развития экономической и культурной сфер жизни во многих странах мира. Действия в этом направлении активно осуществляются в Казахстане с учетом выявления основных факторов развития, указанных в документах стратегического и программного планирования. Цель исследования: разработать методические подходы и практические рекомендации по управлению процессом развития туристских дестинаций при активном участии основных субъектов туризма в целях продвижения их как туристской дестинации в туризме. Основой управления туристской дестинацией является вывод туристского*

продукта региона на рынок и обеспечение его конкурентоспособности для достижения высокого уровня благосостояния и качества жизни. При этом организационно-экономические отношения, возникающие в процессе управления развитием туристской дестинации, являются механизмами реализации туристско-рекреационного потенциала регионов и продвижения туристского продукта. В статье рассматриваются механизмы оценки системы управления туристскими дестинациями.

Ключевые слова: туризм, дестинация, туристская дестинация, менеджмент туристской дестинации, управление дестинациями, конкурентоспособность, устойчивый туризм, маркетинг туристских дестинаций

IRSTI 06.71.57

UDC 338.48;

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.05>

Q. BIMENOV¹✉, N. TOXANBAYEVA²

¹*M. O. Auezov South Kazakhstan State University*

(Kazakhstan Shymkent), E-mail: kairat_bimenov@mail.ru

²*Kazakh National University Named after Al-Farabi*

(Kazakhstan, Almaty), E-mail: n.toksanbaeva@mail.ru

DEVELOPING INTERCULTURAL COMPETENCE IN TOURISM STUDENTS ALONGSIDE LANGUAGE LEARNING

Abstract. *This paper explores the development of intercultural competence in tourism students alongside language learning, emphasizing its critical role in preparing students for the global tourism industry. Drawing from Byram's framework of intercultural communicative competence and Deardorff's assessment models, the study highlights the integration of language and culture in educational settings. It also analyzes the contributions of intercultural education programs, showing how they enhance students' cultural sensitivity and communication skills. The findings demonstrate the necessity of fostering intercultural awareness and competence to improve students' professional adaptability in diverse cultural environments.*

Keywords: *intercultural competence, tourism education, language learning, intercultural communication, cultural sensitivity, global tourism.*

Introduction

In the globalized world of tourism, intercultural competence is increasingly recognized as a vital skill for professionals interacting in multicultural settings [2, p. 45]. This competence, defined as the ability to communicate effectively and appropriately across cultures, plays a pivotal role in ensuring that tourism professionals can meet the diverse needs of international clients [10, p. 123]. The tourism industry inherently involves the interaction of people from different cultural backgrounds, whether in hospitality, travel services, or guiding roles. As a result, intercultural competence enables these professionals to offer personalized, respectful services that foster positive cultural exchanges and create memorable experiences for travelers [4, p. 78].

The Importance of Intercultural Competence in Tourism

Tourism, by nature, is one of the most globally connected industries. The interaction between individuals from different cultures is inevitable, making intercultural competence essential for those working in the sector. Successful tourism professionals are those who can navigate the complexities of cultural differences, helping create environments where all tourists feel welcomed and respected, regardless of their cultural background.

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: О. Bimenov, N, Toxanbayeva. Developing Intercultural Competence in Tourism Students alongside Language Learning // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 57–65. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.05>

*Cite us correctly: O. Bimenov, N, Toxanbayeva. Developing Intercultural Competence in Tourism Students alongside Language Learning // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –B. 57–65. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.05>

Intercultural competence goes beyond mere tolerance of differences; it requires an active understanding and appreciation of different cultural values, practices, and communication styles. This is particularly significant for professionals in frontline roles, such as hotel staff, tour guides, and travel agents, who need to respond sensitively to the expectations and preferences of international tourists [12, p. 49]. For example, understanding a client's cultural background can influence everything from addressing them appropriately, respecting their dietary restrictions, or even adjusting itineraries to reflect cultural values such as time orientation or religious practices [13, p. 218].

Moreover, as the tourism sector continues to grow, destinations are hosting more diverse groups of travelers than ever before. This growing diversity requires tourism professionals to continuously adapt and expand their intercultural competence to effectively engage with tourists from regions they may not have previously encountered. These interactions go beyond just knowing facts about a tourist's country of origin; they require a deeper understanding of behaviors and communication styles that stem from culture. As various studies in tourism education have shown, intercultural competence can significantly impact customer satisfaction, with tourists reporting higher levels of satisfaction when they feel culturally understood and respected [5, p. 7].

Intercultural Competence and its Role in Crisis Management

Another critical dimension of intercultural competence in tourism is its role in conflict resolution and crisis management. Given the high-pressure and fast-paced nature of tourism work, misunderstandings between staff and tourists can arise due to cultural differences in expectations or communication styles. Research shows that tourism professionals who possess high levels of intercultural competence are better equipped to de-escalate conflicts, often resolving issues before they escalate into larger problems [14, p. 305]. For example, in cultures that prioritize indirect communication, tourists may not express dissatisfaction overtly. A culturally competent staff member can recognize subtle cues of discontent and address concerns proactively, creating a smoother customer experience.

This skill becomes even more important during global crises, such as the COVID-19 pandemic, where travel restrictions, health regulations, and quarantine measures varied greatly from one country to another. Tourism professionals had to navigate a landscape where tourists often felt anxious or confused about safety protocols. Those with intercultural competence were more likely to understand and empathize with their guests' concerns, ensuring that travelers felt safe and respected [16, p. 12]. This human-centered approach to crisis management demonstrates how intercultural competence is not only beneficial but necessary for tourism professionals, particularly in uncertain or challenging times.

Language Learning as a Tool for Developing Intercultural Competence

Language learning is a key tool in developing intercultural competence [5, p. 5]. The ability to communicate in another language provides not only a means of interaction but also a window into the culture associated with the language. Effective communication with tourists from different linguistic backgrounds requires more than just vocabulary or grammar skills; it requires an understanding of cultural nuances, context, and values [1, p. 15]. By mastering foreign languages, students in tourism education programs are better equipped to navigate these cultural differences, thereby enhancing both their professional capabilities and the overall quality of the service they provide [7, p. 160].

Language acquisition, therefore, acts as both a practical and symbolic gateway to deeper intercultural competence. Practical language skills enable tourism professionals to serve clients

from around the world, while language learning provides students with opportunities to engage with the cultural dimensions of communication. This dynamic is especially important for tourism students, as they will encounter diverse linguistic and cultural contexts throughout their careers [18, p. 23].

Cultural awareness, paired with language proficiency, enables students to communicate more effectively in their professional roles. This is crucial in tourism, where the stakes of cultural misunderstanding can be high, and where appropriate communication can have a direct impact on customer satisfaction and even retention. For example, a basic knowledge of a client's language not only enables smoother transactions but also builds rapport and trust. Clients feel valued when professionals make an effort to engage with them in their native language, even at a basic level [11, p. 182].

Integrating Intercultural Competence in Tourism Education

However, developing intercultural competence extends beyond language learning. As noted by Jackson, there is a growing need for tourism professionals to be equipped with broader cultural knowledge and sensitivity [8, p. 201]. Theoretical and practical approaches to language education have evolved to incorporate intercultural training, which includes learning about cultural norms, values, and communication styles. Such training helps students understand the socio-cultural contexts that influence tourist behaviors and expectations, allowing them to interact more effectively with international visitors [3, p. 34].

Tourism education programs today are increasingly integrating intercultural competence as a central component of their curricula. This involves providing students with both the theoretical frameworks and practical experiences they need to develop this competence. Beyond classroom instruction, immersive experiences such as internships, exchange programs, and field trips to international tourism destinations offer invaluable opportunities for students to apply their intercultural competence in real-world settings [17, p. 300]. Such hands-on experiences help students translate theoretical knowledge into practical skills, allowing them to learn from direct intercultural interactions.

The Role of Technology in Enhancing Intercultural Learning

With the rise of digital technology, innovative tools are also being employed to enhance intercultural learning in tourism education. Virtual exchange programs, online cultural simulations, and multimedia resources that feature diverse global perspectives are being integrated into language and tourism curricula to provide students with a more comprehensive, culturally diverse learning experience [19, p. 219].

These tools are especially useful in developing intercultural competence, as they expose students to a wide variety of cultural contexts without the need for physical travel. Virtual environments allow students to engage in role-play, discussions, and problem-solving activities where they must navigate cultural differences, helping to bridge gaps between theory and practice. Gamification elements, such as simulations of real-world tourism scenarios, further engage students in a way that encourages both language learning and cultural awareness [6, p. 156].

A Holistic Approach to Tourism Education

This dual approach—combining language acquisition with intercultural competence training—ensures that tourism students are fully prepared for the dynamic, multicultural environments they will encounter in their careers [9, p. 395]. Furthermore, the integration of intercultural competence into language curricula emphasizes the role of language not merely as a communicative tool but as a means of cultural immersion and understanding. This holistic approach

contributes to a deeper, more empathetic engagement with diverse cultural perspectives, which is essential for success in the tourism industry [6, p. 156].

By equipping students with the ability to communicate effectively across cultures, tourism education programs not only prepare them for the operational aspects of their roles but also foster the interpersonal sensitivity and global awareness that will enable them to thrive in their future careers.

Conclusion of Introduction

This paper will explore the integration of intercultural competence and language learning in tourism education, drawing on relevant theories and research. Through an examination of current practices, the paper will highlight the importance of intercultural competence in shaping tourism students' abilities to navigate and adapt to multicultural contexts. Ultimately, the research underscores the crucial role of intercultural competence in preparing the next generation of tourism professionals to excel in a globally interconnected industry.

Methodology

This study was conducted among first-year students at the International University of Tourism and Hospitality in Turkestan, using a mixed-methods approach to investigate the development of intercultural competence alongside language learning. The research was structured into three main phases:

Quantitative Survey: A structured questionnaire was administered to a sample of 100 first-year students. The aim of the survey was to assess the students' intercultural sensitivity and progress in language learning, utilizing Likert scales for measurement. The survey items were based on established tools, including the Intercultural Sensitivity Index developed by Chen and Starosta (2000) [1, pp. 1-21], and a self-assessment measure for language proficiency. The survey included questions on students' experiences with cultural differences, their comfort in intercultural interactions, and the perceived impact of language proficiency on communication in diverse settings.

Qualitative Interviews: Following the survey, semi-structured interviews were conducted with 20 participants, selected based on their survey responses. This phase aimed to gather in-depth insights into the students' personal experiences related to language acquisition and intercultural interactions, both within academic settings and practical tourism contexts. The interviews explored students' perceptions of cultural differences, communication challenges, the significance of language in overcoming these challenges, and how intercultural experiences influenced their career aspirations in tourism [2, pp. 241-266]. Additionally, students were asked to reflect on specific situations where their intercultural competence was tested during internships or group projects.

Classroom Observations: To complement the data collected from surveys and interviews, classroom observations were conducted over a three-month period. These observations focused on the integration of intercultural competence into language lessons, emphasizing interactive activities such as role-plays, group discussions, and simulations reflecting real-life tourism scenarios. Observational data was analyzed to evaluate how these activities contributed to both language skill development and intercultural awareness. Particular attention was given to how students navigated cultural misunderstandings, adapted to different communication styles, and used language to foster cross-cultural relationships [3, pp. 154-168].

Data Analysis:

Quantitative Data: Survey data was analyzed using descriptive statistics, such as means and standard deviations, alongside inferential techniques including ANOVA and correlation analyses to

identify trends in the development of intercultural competence and language acquisition. These analyses helped to reveal the relationship between language proficiency and students' ability to navigate intercultural situations.

Qualitative Data: Thematic analysis was applied to the interview data to identify recurring themes regarding students' perceptions of intercultural competence, their strategies for overcoming cultural barriers, and the perceived effectiveness of their language learning experiences.

Observational Data: Classroom observations were coded to highlight instances where intercultural competence was demonstrated during interactions and to evaluate the impact of these competencies on students' language development. The analysis also focused on how students applied their language skills in culturally diverse settings and their readiness to work in international tourism contexts.

This triangulated methodology allowed for a comprehensive exploration of the relationship between intercultural competence and language learning in tourism education. By synthesizing diverse data sources, the study provided a robust framework for analyzing the interconnectedness between these two essential aspects of student development. Additionally, the research contributed new insights to the existing literature on intercultural competence in tourism education, emphasizing the role of language learning as a critical factor in fostering global tourism professionals [4, pp. 365-382; 5, pp. 1-10].

Moreover, the findings have implications for curriculum design, suggesting that intercultural competence should be explicitly integrated into language courses for tourism students to better prepare them for the global market. The study also highlighted the importance of providing students with real-world, culturally immersive experiences through internships or study abroad programs, which further reinforce the practical application of both language skills and intercultural competence.

Results and Discussion

The study conducted at the International University of Tourism and Hospitality in Turkestan successfully examined the integration of intercultural competence within language learning among first-year tourism students. The findings revealed several encouraging trends that not only align with existing literature but also offer new perspectives on the role of tourism education in fostering essential linguistic and intercultural skills.

Development of Intercultural Competence

Classroom observations demonstrated that students' exposure to intercultural content through interactive language learning exercises, such as role-plays, group discussions, and simulations of international tourism scenarios, was highly effective in enhancing their intercultural competence. This confirms Deardorff's model, which underscores the importance of experiential learning in developing intercultural competence. Students showed a remarkable ability to navigate cultural differences and displayed increased cultural sensitivity and adaptability over the course of the study.

A key finding is that students reported greater confidence in interacting with individuals from diverse cultural backgrounds when language lessons incorporated practical, real-world tourism contexts. This mirrors the work of Fantini, who highlights the importance of combining language learning with cultural immersion to develop both linguistic proficiency and cultural awareness. By the end of the study, students expressed a stronger sense of preparedness for future careers in the tourism industry, particularly in scenarios requiring cross-cultural communication.

Language Acquisition and Intercultural Competence

A notable quantitative result from the surveys was the positive correlation between intercultural sensitivity and language proficiency. Students who scored higher on intercultural sensitivity were also more advanced in their language skills, reflecting findings from Byram and Zarate, who identified intercultural competence and language acquisition as mutually reinforcing processes. The study suggests that students with greater cultural awareness were more motivated to engage with language learning materials, especially those that emphasized intercultural interactions.

The qualitative interviews further revealed that students recognized a strong link between intercultural competence and practical language skills. They highlighted how understanding cultural contexts helped them grasp pragmatic aspects of the English language, such as politeness strategies and cultural etiquette, particularly in hospitality and tourism. This aligns with Risager's findings, which stress that language learning is most effective when it occurs in culturally relevant contexts.

Gender Differences in Learning Preferences

The study also uncovered intriguing gender-based differences in learning preferences. Female students exhibited a stronger preference for interactive, visual learning tools like videos and games, which they found to be engaging and effective. This supports the research of Oxford and Ehrman, who found that women often favor communicative and collaborative learning styles.

Male students, on the other hand, were more motivated by the competitive aspects of gamification, such as point systems and leaderboards, which heightened their engagement with language tasks. This preference for competition aligns with Dörnyei's research on motivation in language learning. The results suggest that incorporating both competitive and collaborative elements in the curriculum can enhance engagement and learning outcomes for a broader range of students.

Comparative Analysis with Previous Studies

In comparison with prior studies, the results of this research largely confirm the importance of cultural immersion and experiential learning in language acquisition, as emphasized by Deardorff and Fantini. However, this study extends their findings by focusing specifically on tourism students, who require a more acute level of intercultural competence due to the demands of their future profession.

One of the unique contributions of this study is the integration of modern technological methods, such as gamification and audiovisual tools, which provided new insights into how these techniques can enhance both language and intercultural learning. Unlike previous studies that focused on traditional methods, this research demonstrated that technology-driven approaches can make learning more engaging and effective.

Implications for Tourism Education

The results of this study carry important implications for the future of tourism education. Firstly, the positive reception of gamification and audiovisual tools indicates that these methods should be more widely implemented in language instruction. By making language learning more interactive and engaging, these tools help students develop practical skills that are directly applicable to real-world tourism scenarios, fostering both linguistic proficiency and intercultural awareness.

Secondly, the study underscores the importance of accommodating the diverse learning preferences of students. Gender differences in learning styles suggest that tourism educators should incorporate a balance of competitive and collaborative activities to cater to the varying needs of their students. This inclusive approach can ensure that all students, regardless of their learning style, are motivated to improve both their language skills and intercultural competence.

In conclusion, the findings of this study highlight the critical role that intercultural competence plays in the professional development of tourism students. By integrating language learning with real-world cultural experiences and modern technological tools, educators can better prepare students for the global challenges of the tourism industry. This research not only adds to the existing body of knowledge but also offers practical recommendations for enhancing tourism education, making it more dynamic and effective.

Conclusion

In conclusion, this study provides compelling evidence that the integration of intercultural competence into language learning is not only advantageous but crucial for equipping tourism students with the skills needed to succeed in today's increasingly globalized world. The incorporation of gamification and audiovisual tools has proven to be a highly effective strategy, significantly boosting student engagement and making language learning more interactive, practical, and culturally relevant. These modern approaches facilitate a deeper understanding of cross-cultural communication, allowing students to acquire both the linguistic proficiency and interpersonal sensitivity required in the tourism industry.

Moreover, this research highlights the potential for expanding these innovative methods into other educational settings. As the world becomes more interconnected, the need for diverse, immersive learning experiences is growing, making it essential for educators to explore various ways of enhancing student learning outcomes.

Looking ahead, future studies could explore the long-term impact of these approaches on students' career readiness, adaptability in international tourism contexts, and their effectiveness across different demographic groups. Additionally, expanding the scope to include different regions, specialized areas of tourism, or even other industries could provide valuable insights into the broader applicability of these findings.

In essence, the study underscores the transformative role that intercultural competence and technologically enhanced learning can play in shaping the next generation of tourism professionals, preparing them to meet the challenges of an increasingly interconnected and diverse world.

BIBLIOGRAPHY/REFERENCES

1. Bennett, M. J. Towards ethnorelativism: A developmental model of intercultural sensitivity // *Education for the Intercultural Experience*: Intercultural Press. – 1993. – P. 27–67.
2. Byram, M. Teaching and assessing intercultural communicative competence. Clevedon: Multilingual Matters, 1997. – 224 p.
3. Byram, M. Intercultural competence in foreign languages: The intercultural speaker and the pedagogy of foreign language education // Dervin, F., Liddicoat, A. J. (Eds.). *Linguistics for Intercultural Education*. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2009. – P. 123–137.
4. Deardorff, D. K. Identification and assessment of intercultural competence as a student outcome of internationalization // *Journal of Studies in International Education*. 2006. Vol. 10, No. 3. – P. 241–266.
5. Fantini, A. E. Exploring and assessing intercultural competence // *World Learning Publications*. 2006. Vol. 1, No. 1. – P. 2–4.
6. Fantini, A. E. Developing intercultural competence and transformation: Theory, research, and application in international education // *Journal of Intercultural Relations*. 2009. Vol. 33, No. 1. – P. 154–168.

7. Jackson, J. Language, identity, and intercultural communication // Intercultural journeys: From study to residence abroad. London: Palgrave Macmillan, 2008. – P. 157–187.
8. Jackson, J. Intercultural competence in foreign language education: A pragmatic approach. New York: Routledge, 2015. – 268 p.
9. Kim, Y. Y., McKay-Semmler, K. Intercultural personhood: Globalization and a way of being // International Journal of Intercultural Relations. 2013. Vol. 37, No. 2. – P. 395–404.
10. Spitzberg, B. H., Changnon, G. Conceptualizing intercultural competence // Deardorff, D. K. (Ed.). The SAGE Handbook of Intercultural Competence. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2009. – P. 2–52.

Q. BIMENOV

Doctoral student of
M. O. Auezov South Kazakhstan State University
(Kazakhstan Shymkent),
E-mail: kairat_bimenov@mail.ru

N. TOXANBAYEVA

Associated professor of Farabi University
(Kazakhstan, Almaty)
E-mail: n.toksanbaeva@mail.ru

Received 12.08.2024

Accepted for publication 30.09.2024

Қ. БИМЕНОВ¹, Н. ТОҚСАНБАЕВА²

¹*М. О. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан мемлекеттік университеті*

(Қазақстан, Шымкент), E-mail: kairat_bimenov@mail.ru

²*Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті*

(Қазақстан, Алматы), E-mail: n.toksanbaeva@mail.ru

**ТІЛ ҮЙРЕНУМЕН ҚАТАР ТУРИЗМ САЛАСЫНДАҒЫ СТУДЕНТТЕРДІҢ
МӘДЕНИЕТАРАЛЫҚ ҚҰЗЫРЕТТІЛІГІН ДАМУЫ**

Аңдатпа. Бұл мақалада туризм студенттерінің, тілді меңгерумен қатар, мәдениетаралық құзыреттілігін дамыту, оның жаһандық туристік индустрияда жұмысқа дайындалу үшін маңыздылығын атап өтеді. Байрамның мәдениетаралық коммуникативті құзыреттілік моделіне және Дирдорфтың бағалау модельдеріне сүйене отырып, зерттеу тіл мен мәдениетті білім беру бағдарламаларына біріктіруге баса назар аударады. Ол сондай-ақ мәдениетаралық білім беру бағдарламаларының үлестерін талдайды, олардың студенттердің мәдени сезімталдығы мен қарым-қатынас дағдыларын қалай арттыратынын көрсетеді. Нәтижелер әртүрлі мәдени орталарда студенттердің кәсіби бейімділігін арттыру үшін мәдениетаралық хабардарлықты дамыту қажеттілігін көрсетеді.

Кілт сөздер: мәдениетаралық құзыреттілік, туристік білім беру, тіл үйрену, мәдениетаралық коммуникация, мәдени сезімталдық, жаһандық туризм.

К. БИМЕНОВ¹, Н. ТОКСАНБАЕВА²

¹*Южно-Казахстанский государственный университет им. М. О. Ауэзова*

(Казахстан, Шымкент), E-mail: kairat_bimenov@mail.ru

²*Казахский национальный университет имени Аль-Фараби*

(Казахстан, Алматы), E-mail: n.toksanbaeva@mail.ru

РАЗВИТИЕ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ СТУДЕНТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НАРЯДУ С ИЗУЧЕНИЕМ ЯЗЫКА

Аннотация. В данной статье рассматривается развитие межкультурной компетентности у студентов, изучающих туризм, наряду с обучением языку, подчеркивая её важность для подготовки к работе в глобальной туристической индустрии. Основываясь на модели межкультурной коммуникативной компетенции Байрама и оценочных моделях Дирдорфа, исследование акцентирует внимание на интеграции языка и культуры в образовательные программы. Оно также анализирует вклад межкультурных образовательных программ, показывая, как они повышают культурную чувствительность и коммуникативные навыки студентов. Результаты демонстрируют необходимость развития межкультурной осведомленности для повышения профессиональной адаптивности студентов в многообразных культурных средах.

Ключевые слова: межкультурная компетентность, туристское образование, изучение языка, межкультурная коммуникация, культурная восприимчивость, глобальный туризм.

МҒТАР 39.3601.29
ӘӨЖ 338.48;

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.06>

Р. КЕНЖЕБАЙ¹, А. КУРБАНИЯЗОВ², Б. ТАСБОЛАТ¹

¹*М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті
(Қазақстан, Шымкент), E-mail: mega.rabiga@list.ru*

²*Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: a.kurbaniyazov@iuth.edu.kz*

САЙРАМ АУДАНЫНЫҢ КИЕЛІ ЖЕРЛЕР ГЕОГРАФИЯСЫ ЖӘНЕ ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ МАҢЫЗЫ

Аңдатпа. Мақала Түркістан облысы, Сайрам ауданының киелі жерлер географиясын зерттеу мен картографиялау мәселелеріне арналған. Сайрам ауданының «Қазақстанның киелі жерлер географиясы» 100 нысанының тізіміне енген және енбеген киелі орындар қарастырылған. Зерттеу аймағының қазіргі таңдағы физикалық-географиялық жағдайына талдау жасалынған. Түркістан облысы Сайрам ауданының киелі жерлер географиясы жан-жақты зерттеліп, киелі орындар географиясы қарастырылып, оларға талдау жүргізіліп, карта бетінде бейнеленді. Зерттеу жұмысының басты мақсаты – «Сансыз баптар мекені» болып есептелетін облыстың Сайрам ауданы, оның киелі жерлері мен орындарын қарастыру және қазіргі жағдайын зерделеу. Сайрам ауданының табиғи-мәдени мұраларын ескере отырып, әрбір киелі жер нысандарына талдау жұмыстары жүргізіліп, еліміздің киелі орындар географиясына енбеген жаңа нысандарды кесте түрінде және ГАЖ технологиясының көмегімен карта бетінде бейнелеу. Зерттеу әдістері - тақырыпты зерттеу барысында аналитикалық шолу, салыстырмалы-географиялық, картографиялық, геоақпараттық әдістер қолданылды. Зерттеу барысында ГАЖ технологиясының көмегімен аталған ауданының киелі жерлері мен орындарының номенклатурасы жасалынды және электронды картасы құрастырылды. Ауданның киелі жерлер нысандарының бағыттары құрастырылды.

Кілт сөздер: Түркістан облысы, Сайрам ауданы, киелі жерлер географиясы, картографиялау, геоақпараттық технология

Кіріспе

Қазақтың кең байтақ жазира даласында өткен тарихымыздың куәсі болып табылатын киелі мекендер мен құпияға толы қасиетті саналатын жерлер көптеп кездеседі. Осындай киелі де әулиелі орындарды келешек ұрпаққа паш ету мақсатында құрылған «Қазақстан Республикасының киелі жерлер географиясы» жобасы ұлан-ғайыр жердегі қасиетті орындар мен мекендерді тереңінен қарастыратын және ұлттық сананы қалыптастырудағы қолға

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: Р. Кенжебай, А. Курбаниязов, Б. Тасболат. Сайрам ауданының киелі жерлер географиясы және туризмді дамытудағы маңызы // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 66–82. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.06>

*Cite us correctly: R. Kenjebai, A. Kurbaniazov, B. Tasbolat. Sairam audanynyñ kielı jerler geografiyası jäne turizmdı damytudağy mañyzy [Geography of sacred places and the importance of Sairam district in the development of Tourism] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No3(5). –Б. 66–82. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.06>

алынған игі іс болды.

Жобаның негізгі идеясы – «Орталықтағы Ұлытаудың төрінде орналасқан жәдігер комплексін, Түркістандағы Қ.Ясауи мавзолей-мұрағатын, Тараз қаласының көне ескерткіш-мұраларын, Ақтау өңіріндегі Бекет атаның кесене-ескерткішін, өр Алтай аймағындағы ежелгі қорымдарын, Жетісу өлкесінің қасиетті орындарын, сондай-ақ өзге де аймақтағы киелі орындарды өзара сабақтастырып, ұлттың жадында біртұтас комплекс есебінде орналастыру» болып табылады [1].

Осы жоба аясында еліміздің қасиетті орындары ретінде төмендегідей нысандары таңдалынып алынды. Олар: жоғары құндылыққа ие табиғаттағы және мәдени-танымдық объектілер, зайырлы және діни-сәулеттік ескерткіштер, халыққа танымал белгілі тұлғалардың ескерткіштері мен қорымдары және қазақ тарихында өшпестей із қалдырған тарихи-саяси оқиғалар өткен орындар. Тәуелсіздік алған жылдардан кейінгі қалыптасқан ұлтымыздың бірлігі мен бірегейлігін жаңғырту нышаны ретінде маңызды орын алған қазіргі заманауи нысандар да киелі орындар тізіміне енген.

Әлемнің әрбір елінде, әрбір халқында өздерінің қасиетті, кие қонған әулиелі орыны, тарихқа белгілі, болмаса мифология сипатындағы нысандары болған. Мұндай орындар әр мемлекетте тұратын халықтардың шығу тарихы мен өмір салты үшін маңызды фактор болып табылады. Киелі орындар әрбір халықты өз жеріне, мәдениетіне тұрақтылық танытатын негіздерді құрайтын тіректік нүктелері» - деп көрсетілген [2].

«Киелі жерлер - бұл Қазақстан арқылы өткен, біздің ата-бабаларымыздың ізі жатқан Жібек жолын атауға болады. Онда - батырлар шайқасқан орындар. Ол - біздің орта ғасырдағы қалаларымыз бен сақтардың орасан зор қорғаны: Есік, Берел, Алматы, бұлар - петроглифтер мен түркі дәуірінің киелі жерлері, осының барлығы тарихымыздың негізін құрайды» [3].

«Еліміздегі қасиетті орындардың басты объектілері - қазақ халқының тұрмыс-салты мен өмірінде аса құнды болатын және ұлтымыздың бірлігі мен жаңару белгісі ретінде құрметтейтін табиғаттағы объектілер және мәдениет мұралары, тәуелсіздік және сәулет өнер туындылары, кесене-қорымдар, өткен тарих пен саяси оқиғаға байланысты құрылған мекендер. Қазақ жерінің киелі орындарын типке бөлуде біздер, «Қазақстанның қасиетті орындары» жобасын басшылыққа алып, алты топқа жіктедік. Жіктеме бойынша; табиғат баурайындағы ландшафттық бейнесі ерекше қасиетті орындар; археологиялық және архитектуралық ескерткіштер; қазақ хандығының астанасы болған қалалар; халық зиярат ететін діни-ғұрыптық нысандар; тарихтағы тұлғалармен байланысты қасиетті орындар; саяси-тарихи оқиғаға байланысты киелі мекендер [4].

Бүгінгі таңда табиғаттағы көркем ландшафттық нысандар да қасиетті орындар есебінде қарастырылып жүр. Оған белгілі табиғат межелері, биік тау шыңдары, таулар, асулар, көл сулары, емдік суы бар қайнарлар, адамдар мен қоғамдық қызметтің кең тараған аумақтары кірген. «Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру» мақаласы аясында жұмыс жасаған «Киелі жерлердің географиясы» жобасы аясында әр өңірлердегі киелі орындардың санаты мен тізімін жасау үшін тарихшы, ғалым, археолог және т.б. мамандардан құралған арнаулы өңірдегі жұмысшытар топтары жасақталып, жобасы даярланды. Түркістан облысы тарапынан республикадағы «Қасиетті Қазақстан» орталығына 104 нысан іріктеліп, ұсынылған еді. Оның ішінде 38 үлкен және 66 микро нысандар болды. Атап айтсақ, 12 сәулет, 24 археологиялық, 42 зияраттық орындар, 4 тарихи тұлға мен саяси оқиғаларға қатысты нысандар, 22 табиғаттағы әсем ландшафттық нысандар. «Қасиетті Қазақстан»

орталығы тарапынан республикаға ұсынылған объектілердің арасынан 100 нысан іріктеліп алынған. Тізімге облысымыз бойынша 23 нысан ендірілген. Нысандар саны өзге облыстармен салыстырғанда саны жағынан екі есе көп екендігін көрсетеді [1].

Төмендегі алты жіктеме бойынша облыстың қасиетті орындары мен объектілерін зерттей келе кесте құрастырылды (кесте 1).

Кесте - 1 – Түркістан облысының киелі жерлер географиясы

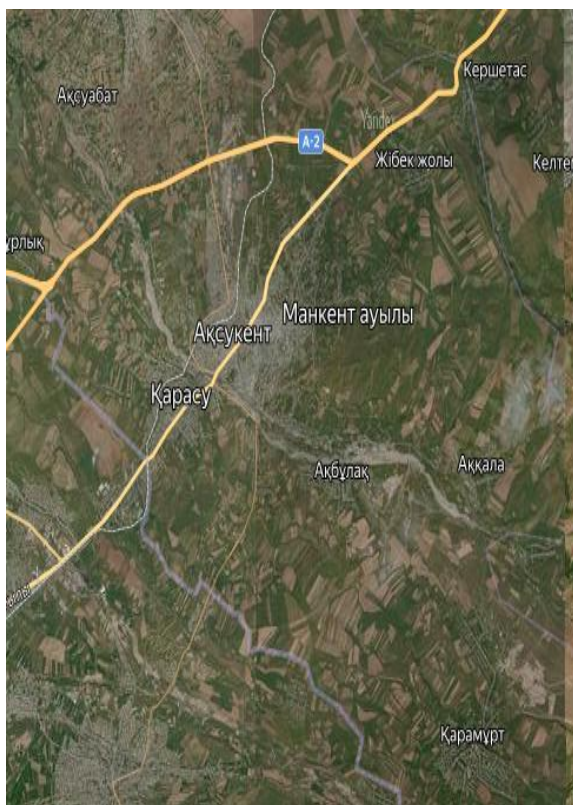
№	Киелі жерлер географиясының санаты	Енгізілген нысандар	Географиялық орны
1	Елімізде айрықша қорғауға алынған табиғаттағы мұра ескерткіштер	Қазығұрт тауы	Түркістан облысының, Қазығұрт ауданы
2	Археология және архитектура ескерткіштері	-	-
3	Орта ғасырдағы ірі қала орталықтары мен Қазақ хандығының астанасы болған қалалар	Көне Сауран қаласы (XIII-XVIII ғғ.)	Түркістан облысының Түркістан қаласы
		Көне Отырар қаласы (I-XVIII ғғ.)	Түркістан облысының Отырар ауданы
		Ертедегі Созақ қаласы (X-XVIII ғғ.)	Түркістан облысының Созақ ауданы
		Көне Сайрам (Исфиджаб) қаласы (XIII-XVII ғғ.)	Түркістан облысының Сайрам ауданы
4	Діни және ғибадаттық орындар	Яссауи кесене-комплексі (Рабия Сұлтан Бегім кесенесі XV ғ., Үлкен Қылуат XII ғ., Күлтөбе (Ясы) қалашығы, Гауһар ана кесенесі), Үкаш ата мазары (IX-X ғғ.).	Түркістан облысының Түркістан қаласы
		Арыстан баб кесенесі (XII ғ.)	Түркістан облысының Отырар ауданы
		Ибраһим ата (XI-XII ғғ.), Қарашаш ана кесенелері (XI-XII ғғ.)	Түркістан облысының Сайрам ауданы
		Қарабура кесенесі	Түркістан облысының Сарыағаш ауданы
		Бәйдібек би, Домалақ ана кесенелері	Түркістан облысының Бәйдібек ауданы
5	Тарихтағы тұлғалармен байланысты орындар	-	-
6	Тарихтағы оқиғаларға қатысты орындар	Ордабасы тауындағы «Бірлік» монументі	Түркістан облысының Ордабасы ауданы

Тақырып бойынша материалдарды жинақтау мен жүйелеу және талдау жүргізудің аясында біздер, мынадай нәтиже мен қорытындыға келдік: облыс бойынша қарастырылған киелі орындардың көпшілігі көне Ұлы Жібек жолы бойында орналасқан. Сонымен қатар облыстың аумағында діни-мінәжаттық және зиярат етуге бағытталған қасиетті орындарды көптігі байқалады. Бұл өз кезегінде діни туризмді дамытуға мүмкіндіктің жоғары екендігін көрсетеді. Зерттеу барысында қасиетті орындар санатына қосуға болатын объектілердің молдығы айшықталды.

Зерттеу нысаны

Зерттеуге арқау болған - Сайрам ауданы облысымыздағы жерінің көлемі бойынша ең

кіші аудан болып табылады. Орталығы - Ақсукеңт селосы. Ауданның құрылған жылы 1928 болып саналады. Жер көлемі 1,1 мың км², облыс аумағының 0,9%-ын құрайды. Тұрғын халықтың саны 2023 жылдың статистика мәліметі бойынша 231,9 мың адам. Шектесуі: солтүстікте Бәйдібек ауданымен, батыс бөлігінде Ордабасы ауданымен, шығыс бөлігінде Түлкібас ауданымен, оңтүстік шегінде Төлеби ауданымен, сондай-ақ және оңтүстік-шығыс тұсында Шымкент қаласымен шектескен (карта 1) [5].



Карта - 1 - Сайрам ауданының гибридік және әкімшілік картасы

Мәлімет көзі: [https://yandex.kz/maps/116943/sayram-district/hybrid/?ll= 69.875266%2C42.403930&z=11](https://yandex.kz/maps/116943/sayram-district/hybrid/?ll=69.875266%2C42.403930&z=11) [4].

Ауданның тарихы Тарихи деректерді сараласақ, Сайрам (Исфиджаб, Испиджаб) орта ғасырдағы Оңтүстік Қазақстан өңіріндегі - ірі қаланың бірі болған [5]. Махмұд Қашқаридің - «Диуани лұғат ат-түрік» атты еңбегінде қаланың ежелгі орнының бүгінгі Сайрам селосының оңтүстік-батыс бөлігінде - Шымкент қаласынан 12 шақырым жерде орналасқаны жайындағы көне деректер ұшырасады. Жазбада «Сайрам - Исфиджаб деп аталған аппақ кенттің атауы» деп көрсетіледі. Бұдан шығар қорытынды, Сайрам «Исфиджаб» кентінің соңғы атауы болуы мүмкін.

Қазақ хандығының XV-XVII ғғ. тұсында Сайрам қаласы – аса үлкен сауданың, қолөнері дамыған және діннің орталығы болуы мүмкін. Қалаға алғашқы зерттеулерді - 1923 жылы - П.П.Иванов, 1925 жылы - М.Е.Массон, 1947 жылы - Н.Бернштам секілді ғалымдар басқарған. Сол кездегі зерттеу жұмыстарын жүргізген экспедицияның археологиялық қазба жұмысының барысында Оңтүстік өңірде, айнала маңы төрт ана кесенелері қақпадан тұратын дуалдармен қоршалған, көлемі 28 гектарды құрайтын қаланың орны табылған. Қаланың ортасында сан алуан мазарлар сақталғанды. Ең көнесі - Падишах Мәлік баба мазары болып саналады. Ескерткіш IX-XVIII ғғ. салынған. VI ғ. үлкен қарқынмен дамыған Испиджаб қаласы оңтүстік аймақтағы ірі сауданың және мәдениет орталығының біріне айналды. VII ғ.

Орта Азияны арабтар жаулаған тұста, ол өңірдегі гүлденген қала еді [7].

Сайрам жерінің өзіндік тарихи ерекшеліктері:

1.Ежелгі Сайрам атауы көне заманнан бері бүгінгі күнге дейін бірнеше рет өзгеріске ұшыраған;

2.Орта ғасыр архитектуралық ескеркіштерінің сақталуы Сайрам өңірінің ерекшелігінің бірі;

3.Араб ғалымы Якут Хамавий мен араб тарихшылары Ежелгі Сайрам жерінде VIII-XI ғғ. өзге кенттерде кездеспеген орта ғасырларда салынған жер астындағы жолдардың болғаны жөнінде мәлімет қалдырған;

4.IX ғасырда ежелгі Сайрам жеріне он бір рет жойқын шабуылдар жасалса да, қаланың өзіндік кейіпі сақталып қалғандығы.

5.Ескі Сайрам шаһарының атап өтер айрықша ерекшелігі, Ташкент қаласын қоршап тұрған дуал қабырғасының қалыңдығы 1 қабаттан тұрса, Сайрамды қоршаған дуалдың қабырға қалыңдықтары 2 қабаттан тұрған;

6.Қазақстан жерінде Сайрам аймағы тұңғыш ислам дінін қабылдаған мекен екен;

7.Сайрам өңірі көне Ұлы Жібек Жолдың бойында орналасқан және сол кездегі аса үлкен сауданың және қолөнердің ортасы болған;

8.Көне Сайрам аумағында 1700 Рабаттар болған.

9.3000 мың жыл бұрынғы «Авеста» киелі кітабында Иран, Тұран, Хорезм секілді ірі мемлекеттер санатында Сайрам өңірінің болуы, ондағы ежелгі Сайрам кенті туралы мадақ жырлар қаланың өзіндік ерекшелігін айшықтаған.

Гидрографиясы мен климаттық жағдайы:

Ауданның шығысында Машат өзені, орталығында Ақсу өзені, ал солтүстігінде Арыс өзені ағып өтеді. Аудан жері негізінен оңтүстіктен солтүстікке қарай көлбеу жатқан тауестік жазық; кей жері төбелі, сайлы-жыралы келеді [8].

Климаттық сипаты ауа-райы континентті, қыс мезгілі салыстырмалы жылылау, жаз мезгілі ыстық және аңызақ болып саналады. Ауадағы орта температура қаңтар айында 3-4°C, шілде айында 24-26°C. Жауын-шашынның жылдағы орта мөлшерлері 250-350 мм құрайды. Аудан территориясында құрылыс өнеркәсібінің кен орындары кездеседі. Топырақ жамылғысы, басым бөлігін сұр, сұр-қоңыр топырақтар құрайды. Жерінің көп бөлігі егістік үшін қолданылады. Табиғи өсімдіктер ландшафтысы тек егістіктер мен сайларда және жыралардың беткейлерінде ғана сақталған. Өсімдіктері жусандар, жантақтар, жыңғылдар, өзеннің бойындағы құрақтар т.б. өсімдіктер. Жануарлар дүниесінен қасқырлар, түлкілер, қояндар, борсықтар, саршұнақтар, қырғауылдар, бөденелер мен кекіліктер кездеседі. Аудан туралы қысқаша мәлімет 2-кестеде берілген [9]

Кесте - 2 – Сайрам ауданы туралы қысқаша сипаттама

1	2	3
1	Мемлекет	Қазақстан Республикасы
2	Статусы	Аудан орталығы
3	Облысы	Түркістан
4	Координатасы	42°25'42" с. е. 69°50'25" ш. б. (G) (O) (Я)
5	Құрылған уақыты	1928
6	Ресми тілі	қазақ
7	Халық саны	231,9 мың адам (2023).

8	Жер аумағы	1 148 км ²
---	------------	-----------------------

2-кестенің жалғасы

1	2	3
9	Жер бедері	Тауетектік жазық; кей жері төбелі, сайлы-жыралы
10	Су торлары	Машат, Арыс, Ақсу, Сайрамсу, Бадам өзендері
11	Климаты	Континентті
12	Топырағы	сұр, сұр-қоңыр

Ауданның киелі жерлер географиясы

Зерттеу барысында біз «Қазақстанның киелі орындары» тізіміне енген және әлі де тізімге кірмеген бірнеше нысандарды қарастырдық. Әрине аудандағы белгілі - Ибраһим ата мен Қарашаш ана кесенелері. Бұлар тек облысқа ғана емес қазақ елі мен жақын шетел мемлекеттеріне де таныс нысандар.

Ибраһим ата кесенесі - белгілі уағызшының мазарына қойылған сәулеттік ескерткіш. Ақсу ауылына бабар жолдағы Сайрам ауылының шетіндегі биік жерде орын алған. Алғашқы рет кесене XVI-XVII ғғ-да салынған. Дегенмен кесене қирағаннан соң XIX ғ. қайтадан тұрғызылған. 50-жылғы қатты жер сілкінісінен кесененің күмбезі құлап, кейіннен өзге кейіпте қайтадан жасалынған. Кесененің құрылысы бір камерада тұратын шаршы үлгісінде салынған. Кесененің аумағы 7,2х7,2 м, ұзындығы - 8,25 м. Ғимараттың құрылысы бір орынжайдан тұратын екі деңгейлі болып тұрғызылған. Оңтүстік тұсында кіреберісі, батысында ағаш жақтаудан тұратын терезесі салынған. Кесененің ішкі бөлігіндегі қабырғалары әрленген, ал едендері кірпішпен қапталған. Үстіңгі бөліктері цемент пен балшықты қоспамен араластырылып сыланған. Күмбез 50-жылы құлаған. Содан кейінгі тұрғызу жұмыстарында кесене төбесі ақ жапырағы бар қаңылтырмен қапталған. Күмбездің орта тұсына сүйір ұшы бар мұнара қойылған. Оның солтүстік-батысы мен оңтүстік-батысында тереңдігі аз сүйір ұшы бар текшелі порталдар салынған. Ибраһим ата - атақты сопы Яссауидің әкесі, дін көсемі болған, әрі сол уақыттың әйгілі уағызшысы болған. XI ғ. Сайрам қаласы ислам дінін таратудың орталығы болған. Текті отбасыда туылған, әрі бақуатты жер иеленуші болды. Оның әулиелік қасиеті мен уағыз таратушы қабілеті жайында халықтың арасында көптеген аңыз-әңгімелер тараған. Ибраһим ата мұқтаж және кедей адамдарға үнемі қол ұшын созған және тақуа өмір сүрген. Өзінен кейінгі көптеген шәкірттеріне ізбасарларына ислам дінін уағыздаған [10].

Қарашаш Ана кесенесі - аудандағы тарихи кесененің бірі. Мазар сопы әрі ұлы уағызшы Қ.А.Яссауидің анасына арнап салынған. Кесенегі XIX ғ.қайтадан жаңғырту жұмыстары жүргізілген. Оның өз есімі - Айша бибі болған. Сайрам өңіріндегі белгілі Мұса шейхтің қызы болған. Деректерде Қарашаш Ананы өз дәуірінің білімді де тәрбиелі адамы болған деп келтірілген. Дәулетті жанұяда өмірге келген Қарашаш ананың түс жору қасиеті мен адамдарды емдеген. Қарашаш ана өзінің уақыттарын тек балаларының тәрбиесіне ғана емес, сонымен қатар көмекке мұқтаж жандармен өткізген. Өз өңіріне өзінің аналық және мейірімділік қасиеттерімен танылып, сыйлы болған.

Кесене тұңғыш рет VIII ғ. салынған. Дегенмен уақыт өте келе табиғи процестердің салдарынан кесене құлаған. Бірақ қайтадан қалпына келтірілген. Бүгінгі күнде сақталып қалған кесене XIX ғ. ортасында тұрғызылған. Құрылысы Орталық Азия мен және Қазақстан жерінде тараған төрт бұрышты 27*27*5 см мөлшеріндегі күйген кірпіштерден тұрғызылған. Сондай-ақ құрылысқа ағаш, саз секілді табиғи өнімдер мен арша өсімдігі пайдаланылған.

XIX ғ. құрылысын қайтадан салу барысында күмбезі айталықтай өзгеріске ұшыраған. Кесене көлемі шаршы пішінді 6,3*6,3 м құрайды. Күмбез биіктігі 7,08 метрді құрайды. Оңтүстік пен батыс бөліктердегі қабырға мандайшалары сүйір форма тәріздес етіп салынған. Өрнек пішінді қыштарды қалауда күмбездің дөдегесі айналдырылып белдеуін тартқан. Күмбездің қарсы бетін қалауда кәдімгі қыштар пайдаланылған. Еденінің құрылысына келсек, кірпіштері құмның үстіне орналастырылған. Қабірі мәрмір тақталармен көмкеріліп, күмбездің төріне орналастырылған. Кесене сапалы құрылыс материалдарымен жақсы салынғандықтан, 2 ғасыр уақыт ұзақ сақталған. Құрылыс барысында қолданылған ағаштың бөліктері мен оюлары сақталып қалған. 1996 ж. күмбез ақ түспен қапталып, 1997 ж. кесенеде жаңғырту жұмыстары жүргізіліп, Қазақстандағы көрікті жерге айналдырылған. Кесене ішіне Қарашаш ананың мәйітімен қатыр, оның туыстары Ибрагим, Сүлеймен, Салим және Дәуіт қожалардың мәйіттері қойылған [10].

Қазы Байзави әулие - көне Сайрам қаласының Оңтүстік дарбазасы тұсынан шығатын берісіндегі сол жақта Қазы Байзавидің бейітінің үстіне орнатылған кесене болып табылады. Көлемі 7*9 м, күмбездің биіктігі 11 м. Кесененің ішіндегі қабір шығыс пен батыстық стиль түрінде жасалынған. XIX ғ. орта тұсында салынған деген жорамал бар. Кесененің батыс және оңтүстік жағында кішігірім бастырмалар құрылған. Қазы Байзави кесенесінің республикалық маңызы бар. Қазіргі таңда Үкіметтің тарапынан қорғауға алынған үлкен зиярат орны. Оған Иран, Ауғанстан, Түркия, Өзбекстан Республикасынан да зиярат жасаушылар келіп тұрады. Қазы Байзави туралы мынадай дерек бар. Оның әуел бастағы есімі Ишан қожа болған және IX ғасырда өмір сүрген. Қазі өз заманының көптеген ғылыми жетістіктерін оқып үйренген ілімі жоғары адам болған. Әсіресе Құран Кәрімді, Хадистерді жас кезінен-ақ білген. Кесене Қаратөбе ауылы, Ю,Сареми көшесі, н/ү орналасқан. Аудан орталығынан 25 шақырым, жол жағдайы жақсы [9].

Сүзік ата - Сайрам ауданының оңтүстік бөлігіндегі төбеде Сүзік ата кесенесі орналасқан. XII-XVI ғғ-да салынған. XVIII ғғ 27*27*5 см етіп, күйдірілген кірпіштен тұрғызылған кесене, уақыт өте қирауға ұшыраған. 1996 ж. аймақтың азаматтары Анармет, Ергаш және өзге де адамдардың қолдауымен әсем кесене тұрғызылған. Ұста Рысмет Тұрдыметовтің шеберлігімен салынды. Қазіргі ғимараттың көлемі 5*5,5, биіктігі 6,5 м. Сүзік ата жайында Сайрам туралы шежіреде оның аты Мұстафақұлы Қожа деп көрсетілген. Сүзік ата өз дәуірінің көзі ашық, сауатты адамы болып, Алланың өмірін, пайғамбар жолын берік ұстанған. Мұсылман қауымның бес парызын сауатты орындаған. Ташкент шаһарында да Сүзік атаға кесене мен мешіт тұрғызылған. Үлкен көшесінің бірі осы әулиенің есімімен аталады. Сайрам өңіріне Өзбекстан Республикасының халықтары жиі келеді. Аудан орталығынан 4 шақырым қашықтықтағы Қаратөбе ауылына тұрғызылған.

Ақ ата баба кесенесі. Тарихтағы деректердегі шынайы есімі Шахабиддин Исфиджаби. Алайда адамдар арасында Ақ ата атымен атақты болған. X-XI ғғ. арасында өмір кешкен, өз уақытының данышпаны болғанды. Кесене мөлшері 4*5 м, биіктік 5*5 метр. Халықтарды имандылық пен сауаттылыққа уағыздаған ғұлама ұстаз еді. Ақ ата бабаны Яссаудің тұңғыш ұстаз-мұғалімі болған деген ақпараттар бар. Сайрам ауылының, Ақ ата баба көшесінің бойында, аудан орталығынан 20 шақырым жерде орын тепкен.

Қыдыр мешіт мұнарасы. Мешіт туралы мәліметтер Сайрам жайындағы тарихи шежірелер, қаладағы мешіттер, мұнаралар және жердің асты жолдары объектілері жайындағы деректермен қатар кездескен. XI ғ. Сұлтан Мансұр патша болып тұрған тұста салынған және бұзылуға ұшыраған. Ол жер астындағы жолдың біраз аумағын басқан. 1948

жылы болған жер сілкінісі барысында мұнараның біраз бөлігі қирағанды. Сайрам ауылындағы Әмір Темір көшесі, ауданнан 20 шақырымды қашықтықта орын тепкен.

Қожа Салық кесенесі. Кесене құрылысы екі порталды, күмбез пішінді. Көлемі 6,7*5 метр, биіктігі 7,7 метр. XVII ғ. күйген қышпен соғылған. 2009 жылы қайта күрделі жөндеуден өткізілген. Сайрам ауылы, Әмір Темір көшесінің бойында, аудан орталығынан 21 шақырым қашықтықта орын тепкен [11].

Мірәлі баба кесенесі. Кесене XIX ғ. II жартысында тұрғызылған. Көлемі 9,8*6,4 м. Күмбездің биіктігі 9 м. Кесене төрт бұрышты портал-күмбез түрінде құрылған. Қабырғалары 27*27*5 мөлшерлі күйдірілген кірпішпен қаланған. Ол өз дәуірінің жетік ғұламасының бірі болған. Ислам дінін уағыздау, ел арасында тарату секілді істерді атқарған. Сайрам ауылы Ә.Темір көшесі, аудан орталығынан 20 шақырым жерде орналасқан.

Мірәлі Баба күмбезі - Сайрам селосының маңында тұрғызылған сәулет ескерткіші. Көне деректер негізінде күмбез XI-XII ғғ. өмір сүрген әулие адамның қабірінің басына салынған. Қирап, жойылуға ұшыраған көне мазардың орнына XV-XVI ғғ. тұрғызылған. М.Е.Массонның дерегінде 1925 ж. кесене құлаған, күмбездің соңғы кірпіштері жойылған. XIX ғ. соңында күмбездің бүгінгі сәулеті тұрғызылған. 120x250x60 мм көлемді кесене күйген қыштан тұрғызылған. Ішкі құрылысы сылақ көрмеген, төбесі текшелі күмбез пішінмен көмкерілген. Сыртқы көрінісі сыланған. Күмбездің қас беттері биік аркалы қуысты порталдармен безендірілген. Қуыстың ойығына кіретін тұсында есігі шыққан. Ішкері құрылысы аркамен ойылған қабырғалары бар шаршы тектес бөлме. [10].

Балегардан баба кесенесі. XIX ғасырда кесене порталды үш күмбезді етіп салынған. Көлемі 11*6 м, биіктігі 10 м. Кесенеде үш бөлмелі зиратхана, екі жанында көрханасы бар. Бөлменің теріскейінде Балегардан баба қабірі, оңтүстігінде ол кісінің немересі Саид Қожақантаның қабірі бар. Жергілікті халық алла үшін пайғамбар жолында күрескен, ақыретті ойлап исламды жайған, сол жолда шейіт кеткен Абдулазиз бабты құрметтеп келеді. Абдулазиз бабты адамдар жамандықты қайтарушы деп сенген және Балегардан баба деп атаған. Кесене Сайрам ауылындағы Ю.Сареми көшесінде тұрғызылған.

Махмутхан ата кесенесі. Махмутхан ата А.Яссауидың үлкен бабасы болып есептеледі. Уақыт өте келе кесене бұзылуға ұшыраған. Жергілікті тұрғын Т.Халмурадовтың басшылығымен көлемі 4*5 метр, биіктігі 7 метрлік кесене тұрғызылған. X ғасырда тіршілік еткен ол Ибраһим Шейхтың әкесі болды. Көзі ашық, білімді, ақылды да терең ойлы Махмутхан ата өз дәуірінің ұстазы ретінде саналған. Оның исламдық өркениетті ойып алар орны бар. Сайрам ауылы, Ибрагим ата көшесінің бойында ауданның орталығынан 21,5 км қашықтықта тұрғызылған.

Жаныс баба кесенесі. Кесене құрылысы 2003 басталып, 2004 жылдың қараша айында толық біткен. Көлемі бойынша биіктігі 33 метр, төменгі іргетасының ені – 12*12, орта бөлігінің көлемі 8*8 метр. Ішкі құрылысына келсек таза мрамормен қапталған, сыртқы құрылысына гранит тастары қолданылған. Кесененің авторы әйлі сәулетші А.Әзімбаев. Аудан орталығынан 15 шақырым қашықтықтағы Қарамұрт ауылындағы Полатов көшесінің бойында тұрғызылған [11].

Мариям Ана (мешіті) кесенесі – Сайрам ауданының орталығынан шығысына таман Бибі Мариям кесенесі, Мариям ана қабырстаны тұрғызылған. Кесенеге зиярат етушілер, өздерінің мұңдарын шағып, дұға-тілектерін тілеген. Қайсыбір деректер бойынша Мариям ана Иса пайғамбардың анасы деп көрсетіледі. XIV ғ. аяғында орыстың шиновнигі Иса пайғамбардың анасы деп құрмет тұтып, осы маңға кесенені салдырған. 30 жыл ішінде кесене

бұзылған. Сайрам ауылының тұрғылықты адамы И.Маккамбаев Мариям ана кесенесін өз қаржысы есебінен қайта тұрғызған. Географиялық орналасуы бойынша, аудан орталығынан 22,5 шақырым қашықтықтағы Шымкент қаласындағы Әмір Темір көшесінің бойында (225Б), орналасқан. Ол жас кезінен-ақ дін жолына түскен. Шариғаттың заңдарын мүлтіксіз орындаған және адам емдеумен де айналысқан

Ауданның оңтүстік бөлігінде орналасқан «**Әбділ-Әзиз баб**» кесенесі қазіргі таңда Қазақстанның киел объектілер санатына кіргізілген. Тарихтың дерегі бойынша, 766 жылдары жерімізге Ысқақ баб басқарған араб жасағы кірген. Ол тек қана жасақ қолбасшысы ғана емес, ислам дінін таратуда ерен ерлігімен тарихта қалған [13].

«Әбділ-Әзиз баб» кесенесі - соғыс, жаңбыр, өрт әсерінен көп зардап шеккен. Содан кейін кесене өз сұлулығын жоғалтқан. Қарахан дәуірінің (IX ғ.) сәулет ескерткіші болып саналады. XIX ғасырда кесене қайта жаңартылып, құрылыс жұмыстары аяқталғаннан кейін пайдалануға берілген кесене. Кесене - Шымкент қаласының Қаратау ауданындағы Сайрам тұрғын үйдің алабына салынған [14].

Сайрам ауданында кесенелер мен бірге тарихи оқиғаларға қатысты нысандар да кездеседі. Соның бірі де бірегейі - **Мәртөбе комплексі**. Географиялық орналасқан жері - Шымкент қаласы, Қаратау ауданы, Сайрам ауылынан Қарамұрт ауылына қарай шыға берістегі жолдың сол жақ қапталы. Төбе негізінен VII-XII ғғ көне қалашықтың орны болып саналады. 20*30 метрлік өлшемдегі цитадель. Оның биіктігі 6-7 метр, төбесі – тегіс болып келген.

Мәртөбе басында XVII ғ. билікті құрған Есім хан бастап, XVIII ғ. хан болған Тәуке ханның тұсына дейінгі алты алаштың ұрпақтары бас қосып, би кеңестері құрылған. Сол замандағы «Есім ханның ескі жолы» және әз Тәукенің «Жеті жарғысы» да Мәртөбеде талқыланып, халыққа жарияланғанды. Мәртөбенің «Ұлы дала парламенті» деп аталуы «Жеті жарғы» қабылданар уақытта қазақтың әйгілі 12 би-шешендері, олардың санатында Төлеби, Қаз дауысты Қазыбекби, Әйтеке би және Жайма, Сасық, Көкім сияқты билері де ат салысқан.

Қарауыл төбе - Аудан орталығынан 3 шақырым жерде Манкент ауылындағы, Қарауыл төбе көшесі бойында орналасқан. Төбеде сол кездегі тұрғылықты халық жау көрінген уақытта «От жағып» белгі берген. Соның нәтижесінде халық жаудан сақталған.

Сиқым баба ескерткіші. Сайрам ауданының ортасынан 15 км қашықтықтағы Жібек-жолы ауылының маңындағы ескерткіш санатындағы кесене болып табылады.

Ханқорған төбесі – Тарихи деректер бойынша хан Абылайдың бекінісі болған.. Көлкент ауылының маңындағы төбе.

Абылайхан өмірінің соңғы кездерін Ханқорған қалашығында өткізген. Қалашықтың орны Сайрам ауданындағы Мәдени ауылынан 0,5 км қашықтықтың батыс бөлігінде орналасқан. Осы қалашықта Ә.Марғұлан атындағы Археология институтынан құрылған экспедиция мүшелері бірнеше жыл бұрын «Халық - тарих толқынында» және «Қазақстанның ежелгі және ортағасырлық тарихы археологиялық зерттеулер тұрғысынан» тақырыптары бойынша ғылыми-зерттеу жұмыстарын жүргізіп, таңғажайып жаңалықтар ашты. Зерттеулер нәтижесінде қалашықтың XI-XIII ғғ-да пайда болғандығы жөнінде ғалымдар өз болжамдарын ұсынған. Құрылысы бойынша қалашық негізгі үш бөліктен құралған: ішкі камалы, Шахиристан және Рабат деп аталған. Тарихи деректер мен зерттеу мәліметтері бойынша ғалымдар Ханқорған қалашығын XVIII ғасырдағы «Үлкен орданың» орны болғандығын дәлелдеді. Археологиялық қазба жұмыстары нәтижесінде алынған 200-дей

қыштан жасалынған ыдыстар мұражай қорына өткізілді.

Зерттеу жұмыстары нәтижесінде ауданның территориясында 58 тарихи мекендер мен қалашықтар, архитектуралық және қала құрылысының ескерткіші болған.

Сайрам ауданы көне ескеркіштер мен қалашықтарға, сондай-ақ тарихи шежірелер бойынша баптар мекеніне өте бай өңір болып саналады. Осы киелі де әулиелі орындарды кеңінен қамту аясында 2017 жылы туристік бағыттар даярланған. Негізгі бағыттар Қарамұрт ауылдық округіне қарасты Қытай тарихнамасы бойынша «Садағы мен семсерін» қолынан тастамаған батыр қолбасшы «Хален бап» және Көлкент ауылындағы Абылайхан ханның бекінісі саналған «Ханқорған төбесі» секілді орындарға бағытталған. Біздер де өз зерттеуімізде ауданның киелі орындарын қамту мақсатында маршруттық сызбалар даярладық.

Нәтижелері мен талдау.

Түркістан облысы, Сайрам ауданы киелі жерлер мен нысандар көптеп шоғырланған аймақ болып табылады. «Қазақстанның киелі жерлер географиясы» санаты бойынша тізімге енген нысандар туралы мәліметтер жинақталып, жүйеленді. Ауданның киелі орындары туралы материалдарды кесте, картографиялау әдісі және маршруттық бағыт ретінде көрсету түсінікті де көрнекті әдіс болып саналады.

Сайрам ауданындағы киелі орындар мен кесенелер туралы мәліметтерді жүйелеп, төмендегідей кесте құрастырдық. Кестеде олардың орналасқан географиялық орны мен салынған жылдары туралы мәліметтер кіріктірілген (3-кесте).

Кесте - 3 – Сайрам ауданындағы кесенелер мен күмбездер

№	Кесене немесе күмбез атауы	Алғаш салынған жылы	Географиялық орналасуы
1	2	3	4
1	Ибраһим ата кесенесі	XVI-XVII ғасырлар	Ақсу ауылынан өтетін жолда Сайрам ауылының шеткі аймағында биік төбеде орналасқан.
2	Қарашаш Ана кесенесі	VIII ғасыр	Түркістан облысы, Сайрам ауданы, Сайрам ауылында орналасқан
3	Қазы Байзави әулие	XIX ғасыр	Сайрам қыстағының Оңтүстік дарбазасынан шыға беріс тұсының сол жағында орналасқан. Қаратөбе ауылы, Ю,Сареми көшесі, н/ү. Аудан орталығынан 25 шақырымды құрайды
4	Сүзік ата кесенесі	XII-XVI ғасырлар	Сайрамның оңтүстігіндегі төбешікте, Қаратөбе ауылы, аудан орталығынан 4 шақырым жерде орналасқан.
5.	Ақ ата баба кесенесі	X-XI ғасырлар	Сайрам ауылы, Ақ ата баба көшесінде орын тепкен. Аудан орталығынан 20 шақырым жерде орналасқан.
6.	Қыдыр мешіт мұнарасы	XI ғасыр	Сайрам ауылы Ә.Темір көшесінде, аудан орталығынан 20 шақырым жерде орналасқан.
7.	Қожа Салық кесенесі.	XVII ғасыр	Сайрам ауылы, Ә.Темір көшесі бойында, аудан орталығынан 21 шақырым қашықтықта орналасқан.
8.	Мірәлі баба кесенесі	XIX ғасырдың II жартысы	Сайрам ауылы Ә.Темір көшесінде, аудан орталығынан 20 шақырым қашықтық жерде

			орналасқан.
<i>3-кестенің жалғасы</i>			
1	2	3	4
9.	Балегардан баба кесенесі	XIX ғасыр	Сайрам ауылы Ю.Сареми көшесінің бойында, аудан орталығынан 21 шақырым жерде орналасқан.
10.	Махмутхан ата кесенесі	X ғасыр	Сайрам ауылы Ибрагим ата көшесінде, аудан орталығынан 21,5 шақырым жерде орналасқан.
11.	Жуас баб		Құрлық ауылы, Жуас баб көшесінің бойында, аудан орталығынан 25 шақырым қашықтықта жатыр.
12.	Жаныс баба кесенесі.		Қарамұрт ауылы, Полатов көшесіндегі кесене.
13.	Мариям Ана (мешіті) кесенесі	XIV ғасыр	Шымкент қаласы, Әмір Темір көшесі 225Б, орналасқан, аудан орталығынан 22,5 шақырым қашықтықта жатыр.
14.	«Әбділ-Әзиз баб» кесенесі	766 жылы	Шымкент қаласы, Қаратау ауданы, Сайрам тұрғын үй алабында орын тепкен.
15.	Сиқым баба ескерткіші.		Аудан орталығынан 15 шақырым жерде, Жібек-жолы ауылында орналасқан.

Зерттеу жұмысы көрсеткендей, кесенелер мен күмбездер аудан орталығынан қашық емес, біркелкі шамадағы арақашықтықта орналасқан. Олардың бір-біріне жақын, бір ауылдың аумағында да орналасқандары кездеседі. Сондықтан осы бағытта әртүрлі мерзімге арналған маршруттық бағыттарды ұйымдастыруға болады.

Қазіргі таңда киелі орындарды ауданның туризм бағытын дамыту мақсатында қолдану үрдісі дамып келеді. Ауданда туристік маршруттар дайындалған. Аталған маршрутқа «Манкент» шипажайы, «Сиқым баба» және «Жаныс баба» кесенелері енгізіліп отыр. Туристік маршруттардың бойында инфрақұрылымды жетілдіру мақсатында Сайрам ауданы бойынша «Батыс Еуропа-Батыс Қытай» халықаралық көлік дәлізі бойында 11 қызмет көрсету нысаны орналасып, қызмет көрсетуде.

Екіншісі - тарихи-мәдени ескерткіштер. «Сайрамда бар сансыз баб, Отырарда отыз баб, Түркістанда түмен баб, баптардың бабы Арыстан баб, ең үлкені Хален баб» екені баршамызға мәлім. Осы тұста тілге тиек еткен жөн, 2017 жылы туристік маршрут дайындалып, оған жоғарыда аталған үш нысан енгізілген. Осы бағытқа Қарамұрт ауылдық округінде орналасқан, Қытай тарихнамасында «садағы мен семсері» қолынан түспеген қаһарман қолбасшы болған Хален баб және Көлкент ауылында орналасқан Қазақ ханы Абылай ханның бекінісі болған «Ханқорған төбесін» туристік маршрут тізіміне енгізіп, оларды жан-жақты насихаттау, жарнамалау жұмыстары жүргізіліп жатыр. Екінші бағыт бойынша әсіресе Ханқорған төбесін ашық аспан мұражайы ету мақсатында игі жұмыстар атқарылып келеді. Жинақталған материалдар негізінде аудан территориясындағы туристік нысандарды жіктеп, төмендегідей кесте түрінде көрсеттік (4-кесте).

Сайрам ауданының туристік нысандары



жұртшылыққа жақсы таныс нысандарды кіріктіре отырып, маршруттық бағыттар ұйымдастырдық.

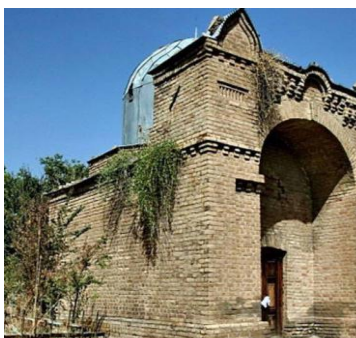
Маршрут: Ибрагим ата-Қарашаш ана-Мирали баба-Сүзік ата кесенелері



Ибрагим ата кесенесі



Қарашаш ана кесенесі



Мирали баба кесенесі



Сүзік ата кесенесі

Маршрут: Мәртөбе-Ханқорған-Сайрамсу-Сиқым баба



Мәртөбе



Ханқорған төбесі



Сайрам су шатқалы



Сиқым баба монументі

**Ескерту: М.Әуезов атындағы ОҚУ-нің студенттері қатысқан экскурсиялар*

Қорытынды

Қорыта айтқанда, «Болашаққа бағдар: рухани жаңғырудың ең басты шарты - ұлттық

кодымызды сақтай отырып, өскелең ұрпақ бойына жалпыұлттық қасиетті орындар ұғымын сіңіру. «Қазақстанның киелі жерлер географиясы» жобасының аясында табиғи және мәдени нысандар, зайырлы және діни сәулет ескерткіштері, халық арасынан шыққан көрнекті тұлғалардың кесенелері мен қорымдары кеңінен насихатталып, зерттеу жұмыстары жүргізіліп келеді. Бүгінгі таңда біздер осы жоба аясында сан алуан жұмыстар атқарудамыз. Атап айтсақ, ғылыми жобалар, дипломдық жұмыстар, магистрлік диссертациялар, ғылыми мақалалар және М.Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университетінің «География» БББ «Қазақстанның киелі жерлер географиясы» (бакалвр), «Түркістан облысының киелі жерлер географиясын зерттеудің ғылыми-теориялық негіздері» (магистратура) атты арнайы оқу пәндері енгізілген. Бұл жұмыстар әлі де жалғасын табары сөзсіз.

Мақаланың негізгі қорытындыларын төмендегідей түйіндеуге болады:

- Сайрам ауданының киелі жерлер географиясы, оның компоненттерінің тарихи-мәдени ерекшеліктері теориялық-әдістемелік контексте зерттеліп, аумақтың тарихи қасиеттері жағынан басты көрсеткіштері бағаланды.
- Сайрам ауданының киелі жерлер географиясының потенциалын бағалауды анықтайтын киелі және әулие орындарының кеңістіктік таралуы мен алуан түрлілігі зерттелді.
- Сайрам ауданының киелі жерлер географиясының потенциалына баға берілді, киелі және әулие орындардың туризм саласын дамытудағы алғышарттары анықталды.
- Аудандық масштабта жүргізілген зерттеулер негізінде жинақталған материалдар ой елегінен өткізіліп, талдау жасалынды.

Халқы қасиетті, топырағы киелі саналатын Сайрам өңірі тарихи-мәдени және рухани орындарға аса бай өлке болып табылады.

Халқымыз ежелден келе жатқан қасиетті, киелі мекенін қадір тұтып, қастерлей білген. Қойнауына құпия сырды бүккен тылсымға толы мекендер біздің топырағымызда да аз емес. Туған жеріміздің әр тасының өзі жұмбағы мол сыр сандық секілді. Егер салиқалы да парасатты ой шыңынан бағдарлай білсеңіз, тарих деген ұлы ұғымның қайталанбас, бағасыз кен байлығына кенеле беретінін табиғи құбылыс.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Назарбаев Н. Ә. Болашаққа бағдар: рухани жаңғыру // Егемен Қазақстан. 2017. 12 сәуір.
2. Мұстапаева А. Қазақстандағы киелі жерлер географиясының объектілерін зерттеу тарихы. 2018. 31 шілде. 1304 б.
3. Қазақстан: Ұлттық энциклопедия. URL: <https://kk.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 09.10.2024).
4. Sayram District карта. URL: <https://yandex.kz/maps/116943/sayram-district/hybrid/?ll=69.875266%2C42.403930&z=11> (дата обращения: 09.10.2024).
5. Қазақ мәдениеті: Энциклопедиялық анықтамалық / Алматы: Аруна Ltd, 2005. 415 б. ISBN 9965-26-095-8.
6. Қазақстан: Ұлттық энциклопедия. URL: <https://kk.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 09.10.2024).
7. Қазақстан: Ұлттық энциклопедия. URL: <https://kk.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 09.10.2024).
8. Досжан Р., Әуелбекова А. Киелі жерлердің рухани маңызы // Егемен Қазақстан. 2018. 20 қараша.

9. Зұлпыхар А. Оңтүстік Қазақстанның киелі жерлері мен әулие адамдары. – Қарағанды, 2015. – 32 б.
10. Қазақ мәдениеті: Энциклопедиялық анықтамалық / Алматы: Аруна Ltd, 2005. 415 б. ISBN 9965-26-095-8.
11. Түркістан облысындағы киелі орындар. URL: https://el.kz/t-rkistan_oblysynda-y_kieli_oryndar_40961/ (дата обращения: 09.10.2024).
12. Шымкент шаһарындағы көне орындар. URL: <https://baq.kz/news/othernews/shymkent-sha-arynda-y-k-ne-oryndar/> (дата обращения: 09.10.2024).

REFERENCES

1. Nazarbaev N. Ä. Bolaşaqqa bağdar: ruhani jañgyru [Orientation to the future: modernization of public consciousness] // Egemen Qazaqstan. 2017. 12 säuir.
2. Mästäpaeva A. Qazaqstandağy kielı jerler geografiasyñyñ obektılerın zertteu tarihy [History of the study of objects of the geography of sacred places in Kazakhstan]. 2018. 31 şilde. 1304 b.
3. Qazaqstan: Ülttyq ensiklopedia. [Kazakhstan: National Encyclopedia.] URL: <https://kk.wikipedia.org/wiki> (data obraşenia: 09.10.2024).
4. Sayram District karta. URL: <https://yandex.kz/maps/116943/sayram-district/hybrid/?ll=69.875266%2C42.403930&z=11> (data obraşenia: 09.10.2024).
5. Qazaq mädenietı: Ensiklopedialyq anyqtamalyq [Kazakh culture: an encyclopedic reference book] / Almaty: Aruna Ltd, 2005. 415 b. ISBN 9965-26-095-8.
6. Qazaqstan: Ülttyq ensiklopedia. [Kazakhstan: National Encyclopedia.] URL: <https://kk.wikipedia.org/wiki> (data obraşenia: 09.10.2024).
7. Qazaqstan: Ülttyq ensiklopedia. [Kazakhstan: National Encyclopedia.] URL: <https://kk.wikipedia.org/wiki> (data obraşenia: 09.10.2024).
8. Dosjan R., Äuelbekova A. Kielı jerlerdın ruhani mañyzy [Spiritual significance of sacred places] // Egemen Qazaqstan. 2018. 20 qaraşa.
9. Zülpyhar A. Oñtüstik Qazaqstannyñ kielı jerlerı men äulie adamdary. [Sacred places and holy people of southern Kazakhstan.] – Qarağandy, 2015. – 32 b.
10. Qazaq mädenietı: Ensiklopedialyq anyqtamalyq [Kazakh culture: an encyclopedic reference book] / Almaty: Aruna Ltd, 2005. 415 b. ISBN 9965-26-095-8.
11. Türkıstan oblysyndağy kielı oryndar. [Sacred places in the Turkestan region.] URL: https://el.kz/t-rkistan_oblysynda-y_kieli_oryndar_40961/ (data obraşenia: 09.10.2024).
12. Şymkent şaharyndağy köne oryndar. [Ancient sites in the city of Shymkent.] URL: <https://baq.kz/news/othernews/shymkent-sha-arynda-y-k-ne-oryndar/> (data obraşenia: 09.10.2024).

Р. КЕНЖЕБАЙ

Педагогика ғылымдарының кандидаты,
доцент, М. Әуезов атындағы Оңтүстік
Қазақстан университеті
(Қазақстан, Шымкент), E-
mail: mega.rabiga@list.ru

Б. ТАСБОЛАТ

География ғылымдарының докторы, доцент,
М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан
университеті

А.К. КУРБАНИЯЗОВ

География ғылымдарының кандидаты,
профессор, Халықаралық туризм және
меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail:
a.kurbaniyazov@iuth.edu.kz

10.08. 2024 ж. баспаға түсті

30.09.2024 ж. басып шығаруға қабылданды

R. KENZHEBAI¹, A. KURBANIAZOV², B. TASBOLAT¹

¹*M. O. Auezov South Kazakhstan State University*

(Kazakhstan, Shymkent), E-mail: mega.rabiga@list.ru

²*International University of Tourism and Hospitality*

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: a.kurbaniyazov@iuth.edu.kz

GEOGRAPHY SACRED PLACES OF THE SAIRAM REGION AND ITS IMPORTANCE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Abstract. *The article is devoted to the study of geography and cartography of the sacred sites of the Sairam district of Turkestan region. 100 sites of the Sairam district "Sacred geography of Kazakhstan" are included and not included in the list of sacred places. The analysis of the modern physical and geographical location of the studied area is carried out. The geography of the sacred sites of the Sairam district of Turkestan region has been thoroughly studied, sacred sites and sites have been considered, their analysis has been carried out and displayed on the map page. The purpose of the work is to study the geography and the current state of the sacred sites of the Sairam district. To analyze each object of the sacred land, taking into account the natural and cultural heritage of the Sairam district, to depict new objects that are not included in the "geography of sacred places of Kazakhstan" in the form of tables and on the surface of the map using GIS technology. Research methods - analytical review, comparative geographical, cartographic, and geoinformation methods were used in the study of the topic. During the research, a map of the sacred geography of the Sairam district was compiled and presented in the form of a table using GIS technology. Routes of the sacred objects of the district have been compiled.*

Keywords: *Turkestan region, Sairam district, Geography of sacred sites, mapping, geoinformation technologies*

Р. КЕНЖЕБАЙ¹, А. КУРБАНИЯЗОВ², Б. ТАСБОЛАТ¹

¹*Южно-Казахстанский университет им. М.О. Ауэзова*

(Казахстан, Шымкент), E-mail: mega.rabiga@list.ru

²*Международный университет туризма и гостеприимства*

(Казахстан, Туркестан), E-mail: a.kurbaniyazov@iuth.edu.kz

ГЕОГРАФИЯ САКРАЛЬНЫЕ МЕСТА САЙРАМСКОГО РАЙОНА И ЕЕ ЗНАЧЕНИЕ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Аннотация. *Статья посвящена вопросам изучения географии и картографии сакральных мест Сайрамского района Туркестанской области. 100 объектов Сайрамского района «Сакральная география Казахстана» включены и не включены в список сакральных мест. Проведен анализ современного физико-географического положения исследуемого района. Тщательно изучена География сакральных мест Сайрамского района Туркестанской области, рассмотрены география сакральных мест, проведен их анализ и отображены на странице карты. Цель работы - изучение географии и современного состояния сакральных мест Сайрамского района. Провести анализ каждого объекта сакральной земли с учетом природно-культурного наследия Сайрамского района, изобразить новые объекты, не вошедшие в «Географию сакральных мест Казахстана», в виде таблиц и на поверхности карты с помощью ГИС технологии. Методы исследования -*

при изучении темы использовались аналитический обзор, сравнительно-географический, картографический, геоинформационный методы. В ходе исследования с помощью ГИС технологии была составлена и представлена в виде таблицы карта сакральной географии Сайрамского района. Составлены маршруты сакральных объектов района.

Ключевые слова: Туркестанская область, Сайрамский район, География сакральных мест, картографирование, геоинформационные технологии

MFTAP06.71.57
ӘӨЖ338.48;

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.07>

А. КУЛБАЕВА¹✉, А. АБИШЕВА², М. КУЛБАЕВА³, У. КЕНЖЕБАЕВА¹

¹*Халықаралық туризм және меймандостық университеті*

(Қазақстан, Түркістан), E-mail: aigerim.kulbayeva@iuth.edu.kz

²*Е.Тәңірбергенов атындағы Түркістан индустриалды-техникалық колледжі*

(Қазақстан, Түркістан)

³*Қ.А. Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті*

(Қазақстан, Түркістан)

ТҰРАҚТЫ ТУРИСТІК ТАРТЫМДЫЛЫҚТЫ АРТТЫРУ ҮШІН АҚЫЛДЫ ҚАЛАЛАРДЫҢ ЖҰМЫСЫН ОҢТАЙЛАНДЫРУ

Аңдатпа. Мақалада тоғыз ақылды қалада ақылды туризмді дамытудың негізгі аспектілері сипатталған. Туризм секторындағы цифрлық экономиканың жай-күйін және ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың даму деңгейін бағалайтын сауалнамалардың нәтижелерін талдау. Дамудың негізгі тенденциялары мен бағыттары бағаланды, сондай-ақ туристік тартымдылықты арттыру үшін ақылды қалалардың жұмысын оңтайландыру бойынша ұсыныстар ұсынылды. Сонымен қатар, бұл мақаланың мақсаты туристік тартымдылықты арттыру ғана емес, сонымен қатар қалалық инфрақұрылымның тұрақтылығын қамтамасыз ету, экологиялық қауіпсіздікті сақтау және халықтың өмір сүру сапасын жақсарту болып табылады. Сондай-ақ, қаладағы ақылға қонымды туристік қызметтің экономикалық салдары, жұмыс орындарын құру мүмкіндіктері және инвестициялардың тартымдылығы ескерілді. Зерттеу нәтижелері интеллектуалды технологиялар арқылы туристердің ақпараттық жүйелерін жақсартуға, цифрлық қызметтерді кеңейтуге және қалалық инфрақұрылымның ұтқырлығын арттыруға болатынын көрсетеді.

Кілт сөздер: Ақылды қала, экологиялық қауіпсіздік, туристік тартымдылық, туристік қызмет, ақылды туризмді дамыту.

Кіріспе

Қазіргі заманғы қалалар өмір сүру сапасын жақсарту және тұрақты дамуды қамтамасыз ету үшін зияткерлік технологияларды енгізуге ұмтылады. Бұл процестегі ең маңызды нәрселердің бірі- цифрлық инфрақұрылымы бар қалаларда белсенді дамып келе жатқан ақылды туризм. Интеллектуалды туризм туристерге сапалы қызмет көрсету, тәжірибені жақсарту және келушілер ағынын басқару үшін ақпараттық технологияларды

*Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз: А. Кулбаева, А. Абишева, М. Кулбаева, У. Кенжнбаева. Тұрақты туристік тартымдылықты арттыру үшін ақылды қалалардың жұмысын оңтайландыру // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No3(5). –Б. 83–97. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.07>

*Cite us correctly: A. Kulbaeva, A. Abişeva, M. Kulbaeva, U. Kenjnbaeva. Tūraqty turistik tartymdylyqty arttyru ūşın aqyldy qalalardyñ jūmysyn oñtailandyru [Optimization of the work of smart cities to increase sustainable tourist attractiveness] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2024. –No3(5). –Б. 83–97. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-3/5.07>

қолдануды қамтиды. Бұл мақаланың мақсаты-қаладағы зияткерлік туризмді дамытудың ағымдағы тенденциялары мен мүмкіндіктерін қарастыру және тұрғындар мен сарапшылардың сауалнамаларының нәтижелеріне негізделген шолу жүйесін қалай қамтамасыз ету керектігін ұсыну.

Цифрлық және компьютерлік революцияның ақпараттық-коммуникациялық технологияларының өркендеуі бүкіл нарықтық жүйені өзгертті, оны әртүрлілік пен энергияға жақындатты. Смартфондар кең таралып, технологиялар барлық салаларда біріккен сайын, ақпараттық-коммуникациялық технологиялардың рөлі күшейе түседі. Бұл заң барған сайын кең таралуда, өйткені оған кез келген уақытта, кез келген жерде қол жеткізуге болады. Бұл заң қазіргі уақытта Төртінші өнеркәсіптік революцияның басталуымен және интернеттің таралуымен ең жоғары деңгейде.

Қазіргі әлемде ақпараттық және коммуникациялық технологиялар, соның ішінде Интернет желісі арқылы жұмыс істейтін құрылғылар біздің күнделікті өмірімізге әсер етеді. Олар ресурстарды пайдалану, экономика және тұрақтылық сияқты қалалардың дамуына ықпал етеді. Урбанизация жылдамдығы артып келе жатқандықтан, халықтың шоғырлануына, қоршаған ортаның бұзылуына және барған сайын күрделі интеллектуалды жүйелерге тап болатын қалаларда мәселелер туындайды. Қалалар урбанизация шешімдері мен Ақылды қала құрылысына қатысты ақылды технологиялармен үйлеседі. «Ақылды» сөзі «сенсорларды, деректер мен ақпаратты қосудың және бөлісудің жаңа тәсілдеріне сүйенетін ақпараттық-коммуникациялық технологиялар төңкерісі бар бай технологиялық, экономикалық және әлеуметтік даму» дегенді білдіреді [1] көрнекі қалалар осы ақылды қалаларды (бастапқыда цифрлық қалалар мен ақылды қалалар деп аталады) жобалау мен дамытуға көп қаражат жұмсайды. Заманауи ақпараттық технологиялардағы ірі инновациялардың арқасында қалалар өзара байланысты және интеллектуалды жобалар жасай алады. Осылайша, ақылды қалалар тұрақты мегаполистер, жоғары технологиялық, қарқынды байланысқан қалалар ретінде анықталады және инновациялық сауда мен өмір сапасын байыту үшін озық жаңа технологияларды қолданады [2].

Әдебиеттерге шолу

Өнеркәсіп пен мемлекеттік сектор тұрғысынан озық технологиялардың ең маңызды артықшылығы, күнделікті биологиялық әлеммен өзара әрекеттесетін ақпарат көлемінің күрт артуы, бұл өнеркәсіпке тұтынушылардың мәдени мүдделерін болжауға мүмкіндік артуда [3]. Ақылды қалалар әлеуметтік және мәдени өмірге баса назар аудара отырып, қалалардағы әлеуметтік өзара әрекеттесуге ықпал ете алады [4]. Туризм мәдени құбылыстармен тығыз байланысты болғандықтан [5], smart тұжырымдамасы туризм контекстіне сәйкес келеді. Жаңа термин ретінде smart технологиялар веб-сайтқа кірушілердің навигациясын айтарлықтай өзгертеді. Смартфондар мен мобильді қосымшалар кез-келген туристік бағыттағы көлік, тұру және іс-шаралар сияқты әртүрлі туристік шешімдер қабылдау үшін қолданылады. Туристік қызмет интеллектуалды технологияға негізделген интеллектуалды туризм- бұл ақпараттық және коммуникациялық технологиялар туризм тәжірибесіне енген кезде пайда болатын әлеуметтік құбылыс [6]. Интеллектуалды саяхат тәжірибесі-бұл жекелендіруді, контекстік түсінуді және нақты уақыттағы бақылауды біріктіретін технологиялар арқылы ұсынылатын тәжірибе [7].

Төртінші өнеркәсіптік революция барлық салаларды қамтиды. Бұл туризм индустриясының дамуын жеделдетеді. Туризм индустриясы қалалармен бәсекелеседі. Көптеген қалалар өздерінің туристік индустриясының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға

тырысады. Көптеген қалалар өздерінің туристік индустриясының бәсекеге қабілеттілігін арттыруға тырысады. Олар тәуелді "ақылды қалалардың" шығу тегін зерттеу туризм контекстінде үлкен маңызға ие. Атап айтқанда, саяхат тәжірибесі және оның шешім қабылдау процесіне әсері маңызды. Шешім қабылдау процесіне әсері. Экономикалық пайдадан басқа, Туризм индустриясы тағайындалған қаланың әлеуметтік және мәдени ортасына да әсер етеді [8] ал тұрғындардың туризмді қабылдауы тағайындалған қаладағы туризмнің мотивациясына әсер етеді. Туристік қалалар тұрғындардан қоршаған ортаға зиян мен халықтың көптігіне байланысты шағымдар алды. Тұрақты қала құрылысы мен тұрғындардың әл-ауқаты арасындағы байланыс қалалардың тұрақтылығының маңызды факторы болып табылады. Сондықтан туристік саланың мүдделі тараптары ақылды туристік қалалардың, ақылды қалалардың және ақылды туризмнің интеграциясын туристер мен тұрғындардың өмір сүру сапасын жақсартудың маңызды құралы ретінде қарастырады [9].

Ақылды туристік қалалар шамадан тыс туризм мәселесін шешу, тұрғындарды қорғау және олардың өмір сүру жағдайларын жақсарту үшін ақылды туризм жүйелерін енгізу мен қолдауға айтарлықтай ресурстар салуға дайын [10].

Осы тұрғыда, ақылды туристік қалалар тұрақты дамуды қамтамасыз ететін, туристік тәжірибе мен өзара әрекеттесуді насихаттайтын және жақсартатын инновациялық туристік бағыттар болып жүзеге асырылады. [11]. Тұрғындардың өмір сүру сапасын жақсарту, әл-ауқатын арттыру болып табылады.

Алайда, технологияны қалалық ортаға енгізе отырып, ақылды туристік қалалар тұжырымдамасы тұрақтылықты қамтамасыз ету үшін жаңа міндеттер қойылады. Ақылды туристік қалаларға бағытталған зерттеулер ақылды туристік қалалардың дамуы мен қазіргі жағдайын жеткілікті түрде қамти алмайды. Зерттеудің міндеттері-ақылды туристік қалаларды сатып алу, анықтаманың дәлдігі, ақылды туризм: алайда ақылды туристік қалаларды дамытудың маңызды факторлары қандай? Бұл зерттеу ақылды туристік қалалардың тұрақтылықты қамтамасыз етудегі рөлін түсінуге көмектеседі. Осылайша, бұл зерттеудің негізгі мақсаты-зерттеушілерді байланысты салаларда ынталандыру және тәжірибешілерді ақылды туристік қалалардың тәжірибесін енгізуге шабыттандыру болып табылады.

Урбанизация күшейген сайын көптеген қалалар ең жақсы қалаларды жобалауға және дамытуға тырысады. Қалалық қауымдастықтар урбанизация мәселелерін жеңілдетуге және активтер мен ресурстарды тиімді басқару арқылы жоғары сапалы тіршілік ету ортасын қамтамасыз етуге тырысады. Ақпараттық-коммуникациялық технологиялар өнеркәсіптік дамуда шешуші рөл атқаратындықтан, қалалар технологиямен біріктірілген урбанизация шешімдері туралы біледі. Көптеген қала шенеуніктері қалалық қызметтің барлық аспектілеріне технологияны енгізіп, өзара байланысты, интеллектуалды жобалар жасайды. Ақылды қалалар, жаңа қала құрылысы және жаңа өмір салты-жоғары технологиялық, жоғары технологиялық интеллектуалды технологияларды қолданатын қарқынды байланысқан қалалар [12] жасыл мегаполистерді, инновациялық сауданы және азаматтардың өмір сүру сапасын жақсарту [2]. Ақылды қала идеясы-бұл ұзақ мерзімді көзқарасты қажет ететін күрделі тәсіл, өйткені ол цифрлық қала. Олар "Жасыл қалалар" және "Білім қалалары" сияқты қалалық саясатты сіңіреді. Ақылды қалалар интеллектуалды деп те аталады, өйткені олар ақпараттық ағындарды талдауға және таратуға және интеллектуалды деңгейді арттыруға мүмкіндік беретін әлеуметтік және іскерлік инфрақұрылымға ие. [13]. Ақпарат ағынының бөлігі ретінде азаматтардың қалада өмір сүруге жарамдылығы туралы пікірлерін

жинау және қоғамдық құндылықты қалыптастыру маңызды [14].

Қала тұрғындарының өмір сүру сапасын жақсарту үшін «Ақылды қалалар» тұжырымдамасы инфрақұрылымды тиімді жүзеге асыру болып табылады. [2] Су және электрмен жабдықтау, көлік, қалдықтарды қажетімізге жарату, коммуникациялар, тиімді қалалық жүйе, электрондық басқару және азаматтардың қатысуы. Осылайша, ақылды қалалардың детерминанттары сегіз қосалқы доменді қамтитын қатты және жұмсақ домендер болып табылады: денсаулық, тиімділік, білім беру саласы, құрылыс, демалыс, қоғамдық қауіпсіздік, қоршаған орта және экономика [15,16]. [15,16], алты негізгі домен, соның ішінде басқару, экономика, қоршаған орта, ұтқырлық, тұрғын үй және адамдар [17] және энергия, қоршаған орта, өнеркәсіп, тұрғын үй және қызметтер сияқты негізгі компоненттердің төрт тірегі [18].

Интеллектуалды туризм - бұл ақпараттық-коммуникациялық технологиялар мен туризмнің үйлесімі, сонымен қатар туризмді технологиялар арқылы өзгерту. Ол жаңа туризмді ұсынады, әртүрлі көздерден деректерді жинау және талдау бойынша жан-жақты күш-жігермен қамтамасыз етіледі және саяхатты бай, тиімді және тұрақты ету үшін озық ақпараттық технологияларды қолданады [1]. Бұл тұрғыда интеллектуалды туризм-бұл ақпараттық-коммуникациялық технологиялар туризм практикасына енген кезде пайда болатын әлеуметтік құбылыс [6]. Сонымен қатар, интеллектуалды технологиялар қонақтардың кез-келген туристік бағытта қол жетімді көлік, тұрғын үй және іс-шаралар туралы шешімдер сияқты саяхатқа қатысты әр түрлі шешімдер қабылдау тәсілін айтарлықтай өзгертеді [5]. Интеллектуалды туризм саяхаттың үш кезеңін анықтайды: сапарға дейін, саяхат және одан кейінгі саяхат [7] туристердің күтуі мен мінез-құлқы өзгеруі мүмкін. Саяхат(жоспарлау) кезеңінде туристер қайда бару керектігін, оған қалай жетуге болатынын және қайда тұру керектігін шешеді. Саяхат кезінде (орнында) туристер қайда және не жеу керектігін немесе не істеу керектігін шешеді. Сапардан кейінгі кезең (бағалау) туристердің сапар туралы пікіріне қанағаттану деңгейін көрсетеді. Жетілдірілген смарт құрылғылардың көмегімен туристер саяхатқа қатысты ақпаратты нақты уақытта ала алады және келушілердің ақпарат алу қабілетін жақсартады [18]. Сондықтан туристер жекелендірілген туристік тәжірибе жасауда көбірек бастама көтереді [19]. Интеллектуалды тәжірибе дегеніміз-нақты уақыт режимінде жекелендіру, сәйкестендіру және бақылау арқылы туристік тәжірибені технологиялық медиациялау және байыту. [7]. Интеллектуалды тәжірибе - бұл жекелендіру, өзіндік ерекшелік және нақты уақыттағы мониторинг арқылы туристік тәжірибені техникалық медиациялау және байыту [7] жалпы тәжірибе электронды туризмнен(деректерді басқару) интеллектуалды туризмге (қызығушылықтың артуы) көшті.

Хансари Н., Мосташари А., Мансури М., зерттеулерінде камералар сияқты қосымшаларды қолдана отырып, туризмнің шығармашылық әлеуеті мен жеке туристік іс-шаралардың икемділігінің артқанын байқады [20]. Йовичич, Д. пікірінше қытай нарығындағы интеллектуалды туризмге енгізілген дәстүрлі туристік ақпараттық қызметтер мен қызметтердің сипаттамаларын салыстырмалы түрде зерттеді [21]. Олар интеллектуалды туристік ақпараттық іс-шаралар туристік орындарға, кәсіпорындарға және туристердің өздеріне айтарлықтай әсер ететінін анықтады. Өнеркәсіптік тұрғыдан алғанда, қонақүйлер өнімділікті арттыру, шығындарды азайту және қызмет көрсету сапасын жақсарту үшін ақпараттық-коммуникациялық технологияларды пайдаланады, бұл табыстың тұрақтылығы мен тұтынушылардың қанағаттануын қамтамасыз етеді [22]. Қонақ үйлер ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолдану стратегияның тиімді жұмыс істеуі үшін қажет

деп санайды, сондықтан брондау, бөлмені басқару, бухгалтерлік есеп және коммуникация бөлімдері ақпараттық-коммуникациялық технологиялар арқылы жұмыс жүктемесін жеңілдетеді. Дегенмен, басқа зерттеулер қонақ үй қызметтеріне қатысты қолданбаларды пайдалану тұтынушылардың болашағына әсер етуі мүмкін екенін көрсетеді. Клиенттер қонақүй компаниялары жасаған мобильді қонақүйлерді брондау қолданбасын пайдаланады деп ойлаймыз. Нәтижелер жоғары деректер сапасы, жақсы жүйе сапасы, пайдаланудың қарапайымдылығы және төмен пайдалану ақысы сияқты қолданба талаптарын көрсетті [23]. Сегала, Сян және Ку [1] ақылды туризмнің үш элементін ұсынды. Бұл "ақылды" бағыттар, "ақылды" тәжірибе және "ақылды" бизнес. Ақылды қалалар (ақылды бағыттар) ұтқырлықты, ресурстарды бөлісуді және қол жетімділікті қамтамасыз етіп қана қоймайды, сонымен қатар тұрғындардың тұрақты өмір сүру сапасын қамтамасыз етеді және интеграцияланған интеллектуалды орта арқылы туризмді дамытады, келушілердің тәжірибесін жақсартады (ақылды тәжірибе). Ақылды бизнес-бұл туристік ресурстардың, сондай-ақ динамикалық өзара әрекеттесетін мүдделі тараптардың күрделі бизнес экожүйесін бірлесіп құру және бірлесіп құру болып табылады.

Зерттеу әдістері

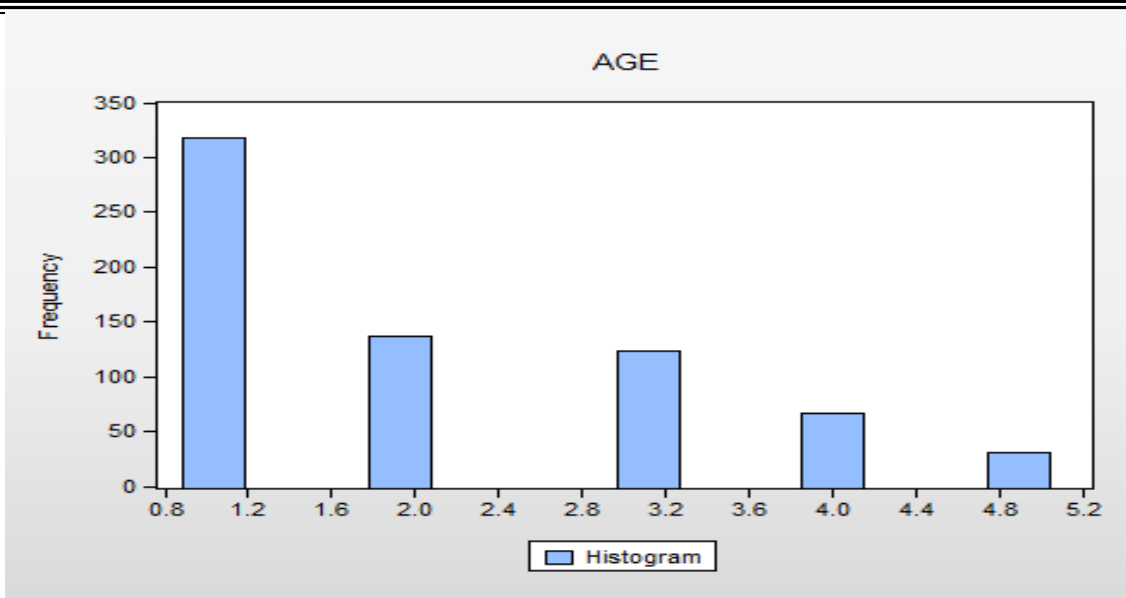
Зерттеу жүргізу үшін қолданылатын әдістер зерттеу мақсаттарына жету үшін өте маңызды. Зерттеуге, деректерді жинау әдістерін анықтау, есептер мен болжамдар қою сауалнама жүргізу және іріктеу орнын таңдау туралы шешім қабылдау, кодтау, деректерді ұйымдастыру және талдау, деректерді жинау құралдарының сенімділігі және статистикалық талдау кіреді. Осы зерттеуде қолданылатын әдістер төменде қысқаша сипатталған. Осы зерттеуде қолданылған сауалнама үш тәуелсіз бөлімнен тұрды. Бірінші бөлімде Түркістан қаласы тұрғындары туралы демографиялық ақпарат берілген. Екінші бөлімде екі өлшемде де 5 балдық өрнек қолданылады, онда ақылды қала бейнесінде көрсетілген кескіннің негізгі элементтері, сондай-ақ тұрақты туристік тартылымдылыққа «маңыздылық» және «сәйкестік» дәрежесі көрсетіледі. ақылды қала. Маңыздылық өлшемі бөлімінде қатысушылар: 1. міндетті емес, 2. бұл маңызды емес, 3. бұл маңызды емес, 4. маңызды, 5. өте маңызды, 1. олардан мүлдем жеткіліксіз, 2. жеткіліксіз, 3. жеткіліксіз немесе жеткіліксіз, 4. жеткіліксіз, 5. толығымен жеткіліксіз. «Үшінші бөлімде» Ақылды Қала элементтеріне қатысты шешімдері бар 56 сұрақтан тұратын «Ликерт шаласы» қолданылады. Қатысушылардан осы мәлімдемеге дейін 1. 2-мен келіспеңіз. 3 білмеймін 4. Келісілді 5. Мен толық келісемін. Зерттеу моделі аясында 2024 жылдың шілде айында Түркістан қаласының тұрғындары бетпе-бет әдісін қолдана отырып қол жеткізді. Алынған 50 шолу бағаланып, талдау 50 шолумен жалғасты.

Нәтижелер мен талқылау

Сұрақтарға жауаптардың бірінші тобын зерттейміз. Бұл сұралушының жасы мен жынысын, тұрғылықты жерін, білім деңгейін, сұралушының жұмыс орнын (бөлімін) сипаттайтын жалпы сұрақтар.

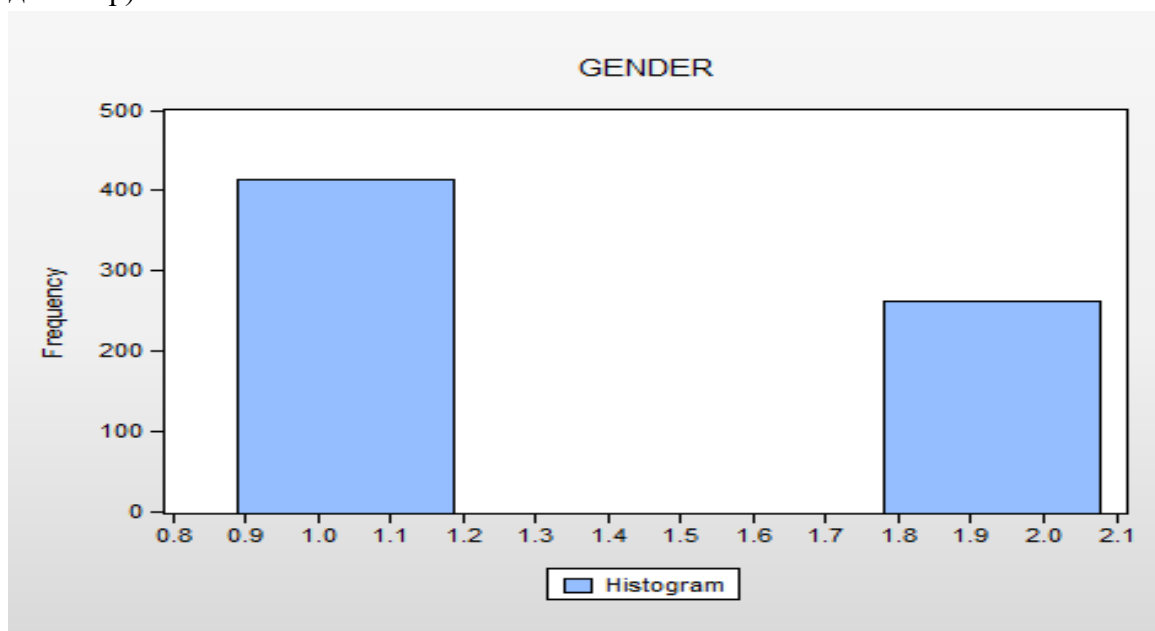
Жалпы айнымалылар тобын құрайық: age, gender, city, edu, job_stat.

Біз деректерді гистограмма түрінде бейнелейміз. Бақылаулар бойынша гистограммалар 1-суретте құрайық.



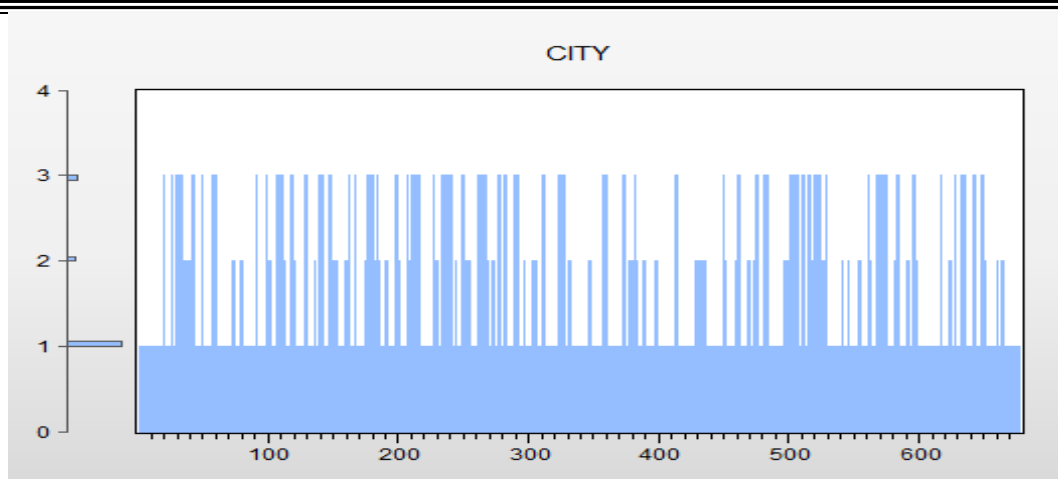
Сурет - 1 – Респонденттердің жасы

Респонденттердің көп саны 18-ден 25 жасқа дейінгі бірінші жас санатына жатады (300-ден астам респондент). Одан кейін 26-дан 35 жасқа дейінгі және 36-дан 45 жасқа дейінгі жас топтары бар, бұл топтарда сауалнамаға қатысқандар саны 100-ден 150-ге дейін. 56 мен 70 жас аралығындағы сауалнамаға қатысқандардың ең аз соңғы тобы (топта 50-ден аспайтын респондент бар).



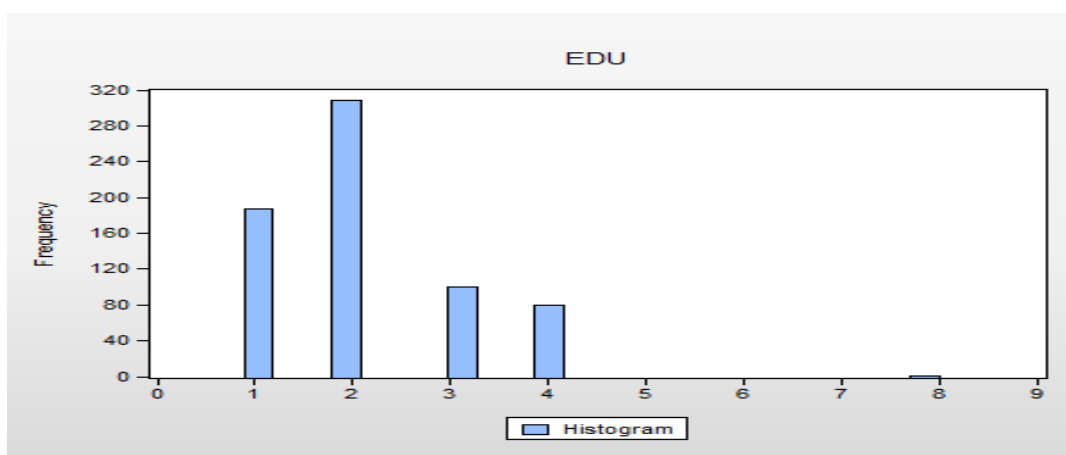
Сурет - 2 – Респонденттердің жынысы

Респонденттердің көпшілігі әйелдер, олардың саны 400-ден асады. Ер адамдар саны арасында 200 және 300 сауалнамаға қатысқандар.



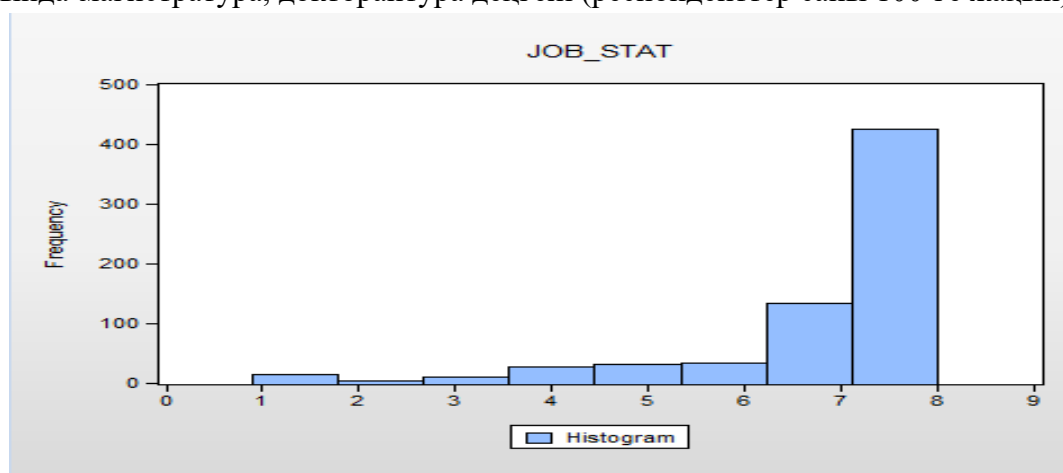
Сурет - 3 – Респонденттердің тұратын қаласы

Респонденттердің басым бөлігі Түркістан қаласында тұрады. Басқа қалаларда сауалнамаға қатысқандардың саны аз.



Сурет - 4 – Респонденттердің білімі

Сауалнамаға қатысқандардың көпшілігі білім деңгейіне ие-бакалавр (сауалнамаға қатысқандар саны 300-ге жақын). Екінші топ-колледждің білім деңгейі (160-тан астам адам). Үшінші орында-магистратура, докторантура деңгейі (респонденттер саны 100-ге жақын).



Сурет - 5 – Респонденттердің жұмысы

Сауалнамаға қатысқандардың көпшілігі 8-ші топқа (Басқасы), яғни аталған бөлімдердің ешқайсысына жатады. Екінші топ-оқытушылар құрамы (100-ден астам адам).

Қалған топтар аз.

Төменде берілген айнымалылар тобы үшін сипаттамалық Статистика берілген.

	AGE	GENDER	CITY	EDU	JOB_STAT
Mean	2.044379	1.387574	1.350592	2.116864	7.161243
Median	2.000000	1.000000	1.000000	2.000000	8.000000
Maximum	5.000000	2.000000	3.000000	8.000000	8.000000
Minimum	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000	1.000000
Std. Dev.	1.204109	0.487557	0.696988	0.968976	1.508212
Skewness	0.867600	0.461522	1.685707	0.889311	-2.281974
Kurtosis	2.647471	1.213003	4.168680	4.301498	8.090347
Jarque-Bera	88.30811	113.9446	358.6250	136.8166	1316.546
Probability	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000	0.000000
Sum	1382.000	938.0000	913.0000	1431.000	4841.000
Sum Sq. Dev.	978.6686	160.4556	327.9098	633.7678	1535.425
Observations	676	676	676	676	676

Сурет - 6 – Айнымалылар тобы үшін сипаттамалық статистика

Жас айнымалысы үшін медиана 2-ші топ болып табылады, сауалнамаға қатысқандардың кем дегенде жартысы 35 жасқа дейін. GENDER айнымалысының орташа мәні 1,5-тен аз, сондықтан сауалнамаға қатысқандардың көп бөлігі әйелдер.

Спирмен корреляциясының дәрежелік коэффициентін қолдана отырып, берілген топтың айнымалылары арасындағы байланысты бағалаймыз.

Спирменнің ковариациялары-бұл параметрлік емес байланыс өлшемі, ол байланыстар орташалаңдыру арқылы өңделетін рейтингтік деректер үшін әдеттегі ковариацияларды есептеу арқылы алынады.

$$\rho(X, Y) = 1 - \frac{6 \sum_i (R(X_i) - R(Y_i))^2}{n(n^2 - 1)}$$

Біз аламыз:

Covariance Analysis: Spearman rank-order
Date: 05/24/24 Time: 10:58
Sample: 1 676
Included observations: 676

Correlation Probability	AGE	GENDER	CITY	EDU	JOB_STAT
AGE	1.000000 ----				
GENDER	-0.126446 0.0010	1.000000 ----			
CITY	0.035894 0.3514	-0.111392 0.0037	1.000000 ----		
EDU	0.331512 0.0000	-0.226786 0.0000	0.155566 0.0000	1.000000 ----	
JOB_STAT	-0.283037 0.0000	0.060880 0.1138	0.074996 0.0513	-0.179292 0.0000	1.000000 ----

Сурет - 7 – Спирменнің корреляция коэффициентінің теңдігі

Нөлдік гипотеза: Спирменнің корреляция коэффициентінің теңдігі нөлге тең.

Альтернативті гипотеза: Спирменнің корреляция коэффициенті нөлге тең емес, белгілер арасындағы байланыс маңызды деп танылады.

5% маңыздылық деңгейінде біз жас пен жыныс, жас пен Білім, жас пен жұмыс мәртебесі, жынысы мен тұрғылықты жері, тұрғылықты жері мен білім деңгейі, білім деңгейі мен жұмыс мәртебесі арасындағы байланыстар маңызды екенін мойындай аламыз. Өйткені р-тиісті дәрежелік коэффициенттер үшін нөлдік гипотезаларды қабылдау мәні 0,05-тен аз. Яғни, олар үшін біз балама гипотезаны қабылдаймыз.

Кендалл коэффициенті арқылы байланысты бағалайық. Тау Кендалла-параметрлік емес статистика, ол Спирменнің дәрежелік статистикасы сияқты рейтингтік деректерге негізделген. Спирменнің статистикасынан айырмашылығы, тау Кендалла дәрежелердің сандық мәндерін емес, тек дәрежелердің салыстырмалы ретін пайдаланады.

Covariance Analysis: Kendall's tau
Date: 05/24/24 Time: 11:09
Sample: 1 676
Included observations: 676

tau-b tau-a Probability	AGE	GENDER	CITY	EDU	JOB_STAT
AGE	1.000000 0.693224 -----				
GENDER	-0.116432 -0.066842 0.0010	1.000000 0.475424 -----			
CITY	0.031578 0.015989 0.3606	-0.108540 -0.045514 0.0038	1.000000 0.369849 -----		
EDU	0.282453 0.194070 0.0000	-0.210571 -0.119816 0.0000	0.140995 0.070760 0.0001	1.000000 0.681004 -----	
JOB_STAT	-0.244339 -0.152492 0.0000	0.057294 0.029612 0.1138	0.068344 0.031155 0.0529	-0.160117 -0.099044 0.0000	1.000000 0.561867 -----

Сурет - 8 – Спирменнің дәрежелік коэффициенті

Кендалл коэффициенті бойынша Спирменнің дәрежелік коэффициентіне ұқсас нәтижелер алынды.

5% маңыздылық деңгейінде біз жас пен жыныс, жас пен білім, жас пен жұмыс мәртебесі, жынысы мен тұрғылықты жері, тұрғылықты жері мен білім деңгейі, білім деңгейі мен жұмыс мәртебесі арасындағы байланыстар маңызды екенін мойындай аламыз.

Test for Equality of Means Between Series
Date: 05/27/24 Time: 15:13
Sample: 1 676
Included observations: 676

Method	df	Value	Probability
Anova F-test	(11, 8100)	7.414819	0.0000
Welch F-test*	(11, 3190.46)	7.730015	0.0000

*Test allows for unequal cell variances

Analysis of Variance

Source of Variation	df	Sum of Sq.	Mean Sq.
Between	11	73.96557	6.724143
Within	8100	7345.501	0.906852
Total	8111	7419.467	0.914741

Category Statistics

Variable	Count	Mean	Std. Dev.	Std. Err. of Mean
SCR	676	3.820334	0.851579	0.032753
SCR1	676	3.967456	0.863485	0.033211
SCR10	676	3.747041	1.000551	0.038483
SCR11	676	3.752959	1.000551	0.038483
SCR2	676	3.933432	0.915710	0.035220
SCR3	676	3.951183	0.910343	0.035013
SCR4	676	3.875740	0.976435	0.037555
SCR5	676	3.874260	0.980032	0.037694
SCR6	676	3.696746	0.881777	0.033914
SCR7	676	3.815089	0.988741	0.038029
SCR8	676	3.702663	1.026490	0.039480
SCR9	676	3.707101	1.009588	0.038830
All	8112	3.820334	0.956421	0.010619

Сурет - 9 – Тесттің нөлдік гипотезасы.

Берілген тесттің нөлдік гипотезасы: сауалнама сұрақтарына орташа жауаптар тең. Берілген тест үшін Probability мәні 0,05-тен аз. Демек, біз нөлдік гипотезаны жоққа шығарамыз орташа бағалар берілген топтың жауаптары бір-бірінен ерекшеленеді.

SCR сұрақтар тобы бойынша респонденттердің жауаптарының өзара байланысына корреляциялық талдау жүргіземіз.

Correlation Probability	SCR	SCR1	SCR10	SCR11	SCR2	SCR3	SCR4	SCR5	SCR6	SCR7	SCR8	SCR9
SCR	1.000000 ----											
SCR1	0.843921 0.0000	1.000000 ----										
SCR10	0.883951 0.0000	0.742099 0.0000	1.000000 ----									
SCR11	0.863237 0.0000	0.732308 0.0000	0.832894 0.0000	1.000000 ----								
SCR2	0.861220 0.0000	0.843320 0.0000	0.736154 0.0000	0.738711 0.0000	1.000000 ----							
SCR3	0.868899 0.0000	0.858713 0.0000	0.728201 0.0000	0.724849 0.0000	0.862549 0.0000	1.000000 ----						
SCR4	0.877475 0.0000	0.810195 0.0000	0.758378 0.0000	0.747361 0.0000	0.862249 0.0000	0.850975 0.0000	1.000000 ----					
SCR5	0.881681 0.0000	0.822213 0.0000	0.772190 0.0000	0.755692 0.0000	0.832160 0.0000	0.823344 0.0000	0.863392 0.0000	1.000000 ----				
SCR6	0.719599 0.0000	0.593069 0.0000	0.617959 0.0000	0.624224 0.0000	0.608350 0.0000	0.638219 0.0000	0.624284 0.0000	0.622868 0.0000	1.000000 ----			
SCR7	0.870640 0.0000	0.757059 0.0000	0.800279 0.0000	0.767029 0.0000	0.758087 0.0000	0.782729 0.0000	0.759912 0.0000	0.780337 0.0000	0.683849 0.0000	1.000000 ----		
SCR8	0.861371 0.0000	0.712871 0.0000	0.799924 0.0000	0.759506 0.0000	0.720165 0.0000	0.724517 0.0000	0.718024 0.0000	0.736026 0.0000	0.624438 0.0000	0.831883 0.0000	1.000000 ----	
SCR9	0.861397 0.0000	0.696400 0.0000	0.851867 0.0000	0.794677 0.0000	0.692725 0.0000	0.718775 0.0000	0.724563 0.0000	0.746746 0.0000	0.607426 0.0000	0.788186 0.0000	0.816534 0.0000	1.000000 ----

Сурет -10 – SCR сұрақтар тобы бойынша респонденттердің жауаптарының өзара байланысына корреляциялық талдау

Барлық дәрежелік корреляция коэффициенттері үшін R - нөлдік гипотезаны қабылдау мәні 0,001-ден әлдеқайда аз. Яғни балама гипотезаны қабылдаймыз. Осы топтың сұрақтарына барлық жауаптардың арасында өзара байланыс бар, яғни сарапшылардың пікірлері осы топтың сұрақтары бойынша өзара байланысты.

Қорытындылай келе, мынаны атап өтуге болады: SCR тобы бойынша сұрақтарға жауаптарды бағалау әртүрлі, бірақ сауалнамаға қатысушылардың пікірлері өзара байланысты.

Жалпы топтың сұрақтарына жауаптар мен тақырыптық топтардың сұрақтарына жауаптар арасында корреляциялық талдау жүргіземіз. Төменде кестелерде Спирмен корреляциясының дәрежелік коэффициентінің нөлдік теңдігі туралы гипотезаларды қабылдау ықтималдығы келтірілген.

Probability H0: Spearman t = 0									
	SE1	SE2	SE3	SE4	SE5	SP1	SP2	SP3	SP4
AGE	0.402443	0.743833	0.525075	0.308385	0.979815	0.490954	0.392357	0.224876	0.485941
CITY	0.517342	0.909711	0.120038	0.609515	0.727292	0.588663	0.946731	0.716769	0.792532
EDU	6.65E-08	0.000534	0.008842	0.024072	0.000854	0.005067	0.004834	0.008372	2.80E-06
JOB_STAT	0.192708	0.772026	0.253794	0.490189	0.176385	0.664761	0.099544	0.922625	0.814705
GENDER	0.002260	0.361564	0.772559	0.348049	0.205565	0.217614	0.722621	0.696246	0.844531

Probability H0: Spearman t = 0							
	SG1	SG2	SG3	SG4	SG5	SG6	SG7
AGE	0.598375	0.191669	0.424456	0.146061	0.785899	0.994448	0.304826
CITY	0.605767	0.150882	0.144053	0.928022	0.956041	0.828300	0.583491
EDU	1.16E-05	9.99E-05	1.09E-05	2.54E-08	4.84E-07	3.72E-07	0.001528
JOB_STAT	0.038114	0.297238	0.067433	0.080368	0.074844	0.089713	0.257924
GENDER	0.716495	0.744072	0.470759	0.022014	0.039551	0.271684	0.406675

Probability H0: Spearman t = 0					
	SM1	SM2	SM3	SM4	SM5
AGE	0.189839	0.227549	0.318182	0.046546	0.197763
CITY	0.463665	0.845389	0.614548	0.450261	0.894436
EDU	0.014829	1.62E-06	6.60E-05	0.020926	0.000150
JOB_STAT	0.317780	0.781265	0.812543	0.597192	0.893794
GENDER	0.345725	0.091413	0.003797	0.019440	0.026527

Probability H0: Spearman t = 0									
	SEN1	SEN2	SEN3	SEN4	SEN5	SEN6	SEN7	SEN8	SEN9
AGE	0.980139	0.583116	0.919025	0.562121	0.809210	0.355938	0.424104	0.214691	0.951910
CITY	0.526382	0.348534	0.487104	0.380522	0.682020	0.924074	0.314213	0.894723	0.713929
EDU	0.000494	0.009636	0.008267	0.001012	0.000354	2.20E-05	2.81E-05	0.000284	0.000128
JOB_STAT	0.563899	0.435950	0.980977	0.515456	0.366745	0.199774	0.154380	0.222450	0.501666
GENDER	0.030437	0.112446	0.545770	0.194488	0.318158	0.168478	0.126362	0.390727	0.490928

Probability H0: Spearman t = 0										
	SL1	SL10	SL2	SL3	SL4	SL5	SL6	SL7	SL8	SL9
AGE	0.962072	0.524186	0.193209	0.491639	0.214395	0.133765	0.481770	0.969806	0.316992	0.851789
CITY	0.501008	0.386187	0.843367	0.993391	0.040477	0.105001	0.356486	0.725868	0.795348	0.806102
EDU	8.15E-05	4.29E-05	0.000190	7.49E-06	0.000295	0.000186	4.04E-05	2.55E-05	5.73E-06	7.21E-07
JOB_STAT	0.551411	0.856846	0.193426	0.151320	0.125631	0.519592	0.109784	0.519221	0.724354	0.371576
GENDER	0.281315	0.041184	0.890975	0.822299	0.495081	0.623583	0.955750	0.034545	0.251578	0.247168

Probability H0: Spearman t = 0												
	SCR	SCR1	SCR10	SCR11	SCR2	SCR3	SCR4	SCR5	SCR6	SCR7	SCR8	SCR9
AGE	0.804363	0.786191	0.513099	0.426744	0.454094	0.521525	0.973649	0.206761	0.063608	0.878671	0.846462	0.429079
CITY	0.180794	0.157582	0.810566	0.475754	0.253567	0.118056	0.103004	0.062512	0.200499	0.496072	0.448229	0.118732
EDU	0.001047	3.73E-05	0.010780	0.001641	1.54E-05	1.41E-05	0.000342	0.000161	3.81E-05	0.004125	0.120296	0.233319
JOB_STAT	0.013183	0.082534	0.103337	0.046903	0.026332	0.069093	0.011588	0.023214	0.117858	0.055372	0.076084	0.128850
GENDER	0.128337	0.173021	0.817620	0.757780	0.031254	0.120480	0.013721	0.227935	0.003305	0.961900	0.995275	0.727459

Сурет - 11 – Спирмен корреляциясының дәрежелік коэффициентінің нөлдік теңдігі туралы гипотезаларды қабылдау ықтималдығы

Жалпы топтағы айнымалылардың тек біреуі ғана сауалнаманың тақырыптық сұрақтарына жауаптармен дәлелденген корреляциялық байланысқа ие-бұл EDU айнымалысы (білім деңгейі). Басқа тақырыптық айнымалылары бар edu айнымалысының барлық жұпталған коэффициенттері үшін R-мәні 0,05-тен аз. Яғни, қарым-қатынас расталған және маңызды.

Жалпы топтың басқа айнымалылары сауалнама сұрақтарына тақырыптық жауаптармен байланысты емес.

Қорытынды

Сауалнама сұрақтарына жауаптарды статистикалық талдау нәтижелері бойынша біз келесі қорытындылар жасай аламыз:

- респонденттердің көп саны 18 жастан 25 жасқа дейінгі бірінші жас санатына жатады (300-ден астам респондент). 26-дан 35 жасқа дейінгі және 36-дан 45 жасқа дейінгі жас топтары көбірек, бұл топтарда сауалнамаға қатысқандар саны 100-ден 150-ге дейін.
- респонденттердің көпшілігі әйелдер, олардың саны 400-ден асады.

- респонденттердің басым бөлігі Түркістан қаласында тұрады. Басқа қалаларда сауалнамаға қатысқандардың саны аз.

- сауалнамаға қатысқандардың көпшілігі білім деңгейіне ие-бакалавр (сауалнамаға қатысқандар саны 300-ге жақын).

- сауалнамаға қатысқандардың көп бөлігі 8-ші топқа (басқа), яғни аталған бөлімдердің ешқайсысына жатады. Екінші топ-оқытушылар құрамы (100-ден астам адам).

Сұрақтардың жалпы тобының нәтижелерін корреляциялық талдау мынаны көрсетті: маңыздылықтың 5% деңгейінде біз жас пен жыныс, жас пен Білім, жас пен жұмыс мәртебесі, жынысы мен тұрғылықты жері, тұрғылықты жері мен білім деңгейі, білім деңгейі мен жұмыс мәртебесі арасындағы байланыстар маңызды екенін мойындай аламыз.

Әрі қарай біз тақырыптық сұрақтар топтарын талдауға көштік. Тақырыптық топтардың әрқайсысында сұрақтарға орташа жауаптардың теңдігі бойынша тест өткізілді. Нөлдік тест гипотезасы: сұрақтарға орташа жауаптар әр түрлі емес. Тесттің балама гипотезасы: орташа мәндер әртүрлі.

SG және SM сұрақ топтары бойынша біз нөлдік тест гипотезасын қабылдадық, яғни топ ішіндегі сұрақтарға жауаптардың орташа бағалары тең.

Se, SP, SEN, SL, SCR сұрақтар топтары бойынша біз балама гипотезаны қабылдадық, сұрақтарға жауаптардың орташа бағалары әртүрлі. Яғни, әр сұрақ бойынша респонденттердің бағасы әр түрлі.

Білім деңгейінің айнымалысы (EDU) басқа тақырыптық жауаптармен байланысын қоспағанда, тақырыптық сұрақтарға жауаптар мен жауаптардың жалпы тобы арасындағы корреляциялық байланыс расталмады. Бұл байланыс расталды.

Тақырыптық топтардың сұрағына жауаптың ең төменгі орташа бағасы 3,697, ал сұраққа ең жоғары орташа баға 4,275 болды. Яғни, тақырыптық жауаптар бойынша респонденттердің пікірі "келісемін" деп бағаланады - 4-баға.

Қорытынды

Ақылды туризмді дамыту қаланың жаһандық туристік нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттырудың негізгі факторы болып табылады. Сауалнаманы талдау респонденттердің көпшілігі қалалық жұмыспен қамтудың цифрлық трансформациясын пайдаланатынын көрсетті, дегенмен әртүрлі секторлар арасындағы өзара әрекеттесуді жақсарту және инновацияларды қолдауды күшейту қажет. Туристік салаға АКТ енгізу туристердің жайлылығы мен қауіпсіздігін едәуір арттыра алады, сондай-ақ олардың қалада болуына қанағаттануын арттырады.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ/ REFERENCES

1. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., Koo, C. Smart tourism: Foundations and developments // *Electronic Markets*. 2015. Vol. 25. Pp. 179–188.
2. Bakici, T., Almirall, E., Wareham, J. A Smart City Initiative: The Case of Barcelona // *Journal of Knowledge Economy*. 2012. Vol. 2. Pp. 1–14.
3. Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., Lamsfus, C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems // *Computers in Human Behavior*. 2015. Vol. 50. Pp. 558–563.
4. Christopoulou, E., Ringas, D., Garofalakis, J. A vision of sociable smart cities // In *Distributed, Ambient, and Pervasive Interactions*; Springer: Cham, Germany, 2014; pp. 545–554.
5. UNWTO. Understanding Tourism: Basic Glossary. 2015. URL: <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> (accessed May 12, 2020).

6. Hunter, W.K., Chung, N., Gretzel, U., Koo, C. Constructivist research in smart tourism // *Asia Pacific Journal of Information Systems*. 2015. Vol. 25. Pp. 105–120.
7. Buhalis, D., Amaranggana, A. Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services // *In Information and Communication Technologies in Tourism*; Springer: Cham, Germany, 2015; pp. 377–389.
8. Okumus, F., Kar, M., Bilim, Y., Ozturk, A.B., Ozer, O., Caliskan, U. The relationship between local residents' perceptions of tourism and their happiness: The case of Kusadasi, Turkey // *Tourism Review*. 2015.
9. Cloutier, S., Larson, L., Jambeck, J. Are sustainable cities “happy” cities? Associations between sustainable development and human well-being in urban areas of the United States // *Environment, Development and Sustainability*. 2014. Vol. 16. Pp. 633–647.
10. Yin, C., Xiong, Z., Chen, H., Wang, J., Cooper, D., David, B. A literature survey on smart cities // *Science China Information Sciences*. 2015. Vol. 58. Pp. 1–18.
11. Bifulco, F., Tregua, M., Amitrano, C.C., D'Auria, A. ICT and sustainability in smart cities management // *International Journal of Public Sector Management*. 2016. Vol. 29. Pp. 132–147.
12. Neirotti, P., De Marco, A., Cagliano, A.C., Mangano, G., Scorrano, F. Current trends in Smart City initiatives: Some stylised facts // *Cities*. 2014. Vol. 38. Pp. 25–36.
13. Harrison, B., Eckman, R., Hamilton, P., Hartswick, J., Kalagnanam, P.D., Williams, P. Foundations for smarter cities // *IBM Journal of Research and Development*. 2010. Vol. 54. Pp. 1–16.
14. Benevolo, C., Dameri, R.P., D'Auria, B. Smart mobility in smart cities // *In Empowering Organizations*; Springer: Cham, Germany, 2016. Vol. 11. Pp. 13–28.
15. Cardullo, P., Kitchin, R. Being a ‘citizen’ in the smart city: Up and down the scaffold of smart citizen participation in Dublin, Ireland // *GeoJournal*. 2019. Vol. 84. Pp. 1–13.
16. Buhalis, D., Amaranggana, A. Smart tourism destinations // *In Information and Communication Technologies in Tourism 2014*; Springer: Cham, Germany, 2013; pp. 553–564.
17. Zubizarreta, I., Seravalli, A., Arrizabalaga, S. Smart city concept: What it is and what it should be // *Journal of Urban Planning and Development*. 2016. Vol. 142. P. 04015005.
18. Zhang, K., Ni, J., Yang, K., Liang, H., Ren, J., Shen, H.S. Security and privacy in smart city applications: Challenges and solutions // *IEEE Communications Magazine*. 2017. Vol. 55. Pp. 122–129.
19. Glebova, I.S., Yasnitskaya, Y.S., Maklakova, N.V. Assessing cities of Russia in accordance with the concept of ‘smart city’ in the context of information and communication technologies // *Mediterranean Journal of Social Sciences*. 2014. Vol. 5. Pp. 55–60.
20. Hansari, N., Mostashari, A., Mansouri, M. Impact on sustainable behavior and planning in the smart city // *International Journal of Sustainable Development*. 2014. Vol. 1. Pp. 46–61.
21. Jovicic, D. Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism // *Current Issues in Tourism*. 2016. Vol. 19. Pp. 605–612.
22. Kim, C.W. e-Tourism // *In Innovation and Growth*; OECD: Paris, France, 2006. Pp. 135–146.
23. Chung, N., Han, H., Koo, C. A comparative analysis of the motivations for travel information search and social behaviors among online travelers using the elaboration likelihood model // *Journal of Tourism Sciences*. 2013. Vol. 37. Pp. 219–240.

А. КУЛБАЕВА Аға оқытушы, Халықаралық туризм және меймандостық университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: aigerim.kulbayeva@iuth.edu.kz	Ұ. КЕНЖЕБАЕВА Оқытушы, Халықаралық туризм және меймандостық университеті (Қазақстан, Түркістан) e-mail: ulzhan.kenzhebayeva@iuth.edu.kz
А. АБИШЕВА Оқытушы, Е.Тәңірберген атындағы Түркістан индустриалды- техникалық колледжі (Қазақстан, Түркістан) e-mail: abisheva.almira@gmail.com	М. КУЛБАЕВА э.ф.к., доцент м.а., Қ.А.Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-mail: meruert.kulbayeva@ayu.edu.kz
07. 09. 2024 ж. баспаға түсті 30.09.2024 ж. басып шығаруға қабылданды	

A. KULBAEVA¹, A. ABISHEVA², M. KULBAEVA³, U. KENZHEBAEVA¹

¹*International University of Tourism and Hospitality*

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: aigerim.kulbayeva@iuth.edu.kz

²*Turkestan Industrial and Technical College named after Tanirbergenov*

(Kazakhstan, Turkestan)

³*Yasawi International Kazakh-Turkish University*

(Kazakhstan, Turkestan)

OPTIMIZING THE OPERATION OF SMART CITIES TO INCREASE SUSTAINABLE TOURISM ATTRACTIVENESS

Annotation. *The article describes the main aspects of the development of smart tourism in nine smart cities. Analysis of the results of questionnaires assessing the state of the digital economy and the level of development of information and communication technologies in the tourism sector. The main trends and directions of development were assessed, as well as recommendations for optimizing the operation of smart cities to increase tourist attractiveness were proposed. In addition, the purpose of this article is not only to increase the tourist attractiveness, but also to ensure the sustainability of urban infrastructure, preserve environmental safety and improve the quality of life of the population. The economic consequences of reasonable tourism activities in the city, job creation opportunities and investment attractiveness were also taken into account. The results of the study show that with the help of intelligent technologies, it is possible to improve tourist information systems, expand digital services and increase the mobility of urban infrastructure.*

Keywords: *smart city, environmental safety, tourist attraction, tourist service, development of smart tourism*

A. КУЛБАЕВА¹, А. АБИШЕВА², М. КУЛБАЕВА³, У. КЕНЖЕБАЕВА¹

¹*Международный университет туризма и гостеприимства*

(Казахстан, Туркестан), E-mail: aigerim.kulbayeva@iuth.edu.kz

²*Туркестанский индустриально-технический колледж имени Танирбергенова*

(Казахстан, Туркестан)

³*Международный казахско-турецкий университет им. А. Ясави*

(Казахстан, Туркестан)

ОПТИМИЗАЦИЯ РАБОТЫ УМНЫХ ГОРОДОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ УСТОЙЧИВОЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Аннотация. В статье описаны основные аспекты развития умного туризма в девяти умных городах. Анализ результатов анкет, оценивающих состояние цифровой экономики и уровень развития информационно-коммуникационных технологий в секторе туризма. Были оценены основные тенденции и направления развития, а также предложены рекомендации по оптимизации работы умных городов для повышения туристической привлекательности. Кроме того, целью данной статьи является не только повышение туристической привлекательности, но и обеспечение устойчивости городской инфраструктуры, сохранение экологической безопасности и улучшение качества жизни населения. Также учитывались экономические последствия разумной туристической деятельности в городе, возможности создания рабочих мест и привлекательность инвестиций. Результаты исследования показывают, что с помощью интеллектуальных технологий можно улучшить информационные системы туристов, расширить цифровые услуги и повысить мобильность городской инфраструктуры.

Ключевые слова: Умный город, экологическая безопасность, туристическая достопримечательность, туристическое обслуживание, развитие умного туризма.

«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 қабылдамаса, мақала авторға қайта орындауға үшін қайтарылады. Автор мақаланы плагиатқа немесе шолуға 1 рет қайта жібере алады. Мақаланың мазмұнына автор жауапты болып табылады.

Редакция мақалаға әдеби және стилистикалық өңдеу жасаумен айналыспайды.

Талапқа сай ресімделмеген мақалалар жарияланымға қабылданбайды және авторларға қайтарылады.

Мақаланың соңғы нұсқасының алынған күні оның редакцияға түскен күні болып саналады.

Мақалалар түсу шамасына қарай жарияланады. Журнал бір нөмірде мақала саны 35-тен аспайтындай болып шығарылады.

Журналдарды шығару мерзімділігі - жылына 4 рет (тоқсан сайын).

Мақаланы беру мерзімі:

- бірінші тоқсан 10 наурызға дейін;
- екінші тоқсан 10 маусымға дейін;
- үшінші тоқсан 10 қыркүйекке дейін;
- төртінші тоқсан 10 желтоқсанға дейін.

«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналы жылына 4 рет рет желілік (электрондық) форматта журнал нөмірлерінің жариялануының төмендегідей белгіленген мерзімдерінде шығарылады:

- бірінші нөмір ағымдағы жылдың 30 наурызына дейін шығарылады;
- екінші нөмір-30 маусымға дейін;
- үшінші нөмір-30 қыркүйекке дейін;

- төртінші нөмір-30 желтоқсанға дейін.

Мақаланы (электрондық нұсқасын) төмендегі сайтқа немесе журнал поштасына жіберу керек:

- journal.iuth.edu.kz

- journal@iuth.edu.kz

Мақаланы жариялауға ұсыну үшін сайтта тіркеуден өту қажет.

Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан автор (екі және одан да көп бірлескен автордың арасында) корреспондент-автор болып табылады және «*» белгісімен айрықшаланады.

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандарымен көрсетіледі.

Қос рецензиялау (жасырын) рәсімін жүзеге асыру үшін авторлардан мақаланың екі нұсқасын: біріншісі – жеке деректерді көрсете отырып, екіншісі – жеке деректерді көрсетпей жіберу қажеттілігі сұралады. Жасырын рецензиялау қағидаты бұзылған жағдайда мақала қаралмайды.

Мақалалар қатаң түрде төмендегі ережелерге сәйкес ресімделуі керек:

- Журналдарға барлық ғылыми бағыттар бойынша, электронды нұсқада, «Windows үшін (doc, .docx, .rtf форматтарында) Microsoft Office Word (97, 2000, 2007, 2010) мәтіндік редакторында барлық материалдары бар мақалалар қабылданады.

- Аннотацияларды, әдебиеттерді, кестелерді, суреттер мен математикалық формулаларды қоса алғанда, мақаланың жалпы көлемі **7 беттен кем болмауы және 25 беттен аспауы тиіс**. Беттер жиектері-парақтың барлық жағынан 30 мм; мақала мәтіні: кегль – 12 пункт, гарнитура – Times New Roman (орыс, ағылшын және неміс тілдері үшін), KZ Times New Roman (қазақ тілі үшін).

Ғылыми мақаланың құрылымы атауынан, аңдатпадан, түйінді сөздерден, негізгі ережелерден, кіріспеден, материалдар мен әдістерден, нәтижелер мен талқылаудан, қорытындыдан, түйіндерден, қаржыландыру туралы ақпараттан (бар болса), дереккөздердің кириллицада (қазақ және орыс тілдерінде) жазылуының романизацияланған (латын әліпбиімен транслитерацияланған) нұсқасын қоса алғанда, әрбір мақалада пайдаланылған дереккөздердің (әдебиеттердің) тізімінен тұрады, MeCT 7.79–2000 (ИСО 9-95) кирилл жазуын латын әліпбиімен транслитерациялау қағидаларын қараңыз.

- Мақалада қамтылуы тиіс:

1. MFTAP (мемлекетаралық ғылыми-техникалық ақпараттың рубрикаторы);

1. DOI – MFTAP-дан кейін жоғарғы оң жақ бұрышта (журналдың редакциясы тағайындайды және толтырады);

2. Автордың (- лардың) аты-жөні, тегі қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде (қою қаріппен, ортасында) беріледі;

Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан автор (екі және одан да көп бірлескен авторлар) корреспондент-автор болып табылады және «*» белгісімен көрсетіледі.

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандармен көрсетіледі.

3. Аффилиация (ұйым (жұмыс (оқу) орны), ел, қала) қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде көрсетіледі. Авторлардың аффилиациясы туралы толық деректер журналдың соңында ұсынылады;

4. **Мақала атауы** мақаланың мазмұнын, тақырыбын және ғылыми зерттеу нәтижелерін көрсетуі керек. Мақала атауында ақпараттық мазмұн, қызығушылық туғызушылық және бірегейлік болуы қажет (12 сөзден аспайтын, бас әріптермен, қалың қаріппен, ортасында, үш

тілде: орыс, қазақ, ағылшын немесе неміс тілдерінде беріледі);

5. **Аңдатпа** мақаланың мақсатын, мазмұнын, түрін, нысанын және басқа да ерекшеліктерін қысқаша сипаттауы керек. Автордың пікірінше, негізгі және құнды кезеңдер, нысандар, олардың белгілері мен зерттеу нәтижелері көрсетілуі керек. Қазақ, орыс және ағылшын немесе неміс тілдерінде беріледі (аңдатпаның ұсынылатын көлемі жарияланым тілінде – 150 - ден кем емес, 300 сөзден артық емес, курсивпен, қою шрифтпен, 12 пункт кегльмен, сол және оң жақтағы азат жол 1 см. болуы қажет, үлгіні қараңыз);

6. **Түйінді сөздер** объект, ғылыми сала және зерттеу әдістері терминдерінде мәтіннің мазмұнын көрсететін сөздер жиынтығы (үш тілде: орыс, қазақ, ағылшын немесе неміс тілдерінде ресімделеді; 12 пункт кегль, курсив, сол-оң жақ шегініс – 1 см.). Ұсынылатын түйінді сөздер саны – 5–8 сөз, түйінді сөз тіркесіндегі сөздер саны 3-тен аспауы қажет. Олар маңыздылығы бойынша анықталады, яғни мақаланың ең маңызды түйінді сөзі тізімде бірінші болуы керек (үлгіні қараңыз);

7. **Мақаланың негізгі мәні** 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 подрисуночные надписи к ним представляют по тексту статьи. В электронной версии рисунки и иллюстрации представляются в формате TIF или JPG с разрешением не менее 300 dpi.

Математические формулы должны быть набраны в Microsoft Equation Editor (каждая формула – один объект).

На отдельной странице (после статьи). В электронном варианте приводятся полные почтовые адреса, номера служебного и домашнего телефонов, e-mail (номера телефонов для связи редакции с авторами, не публикуются);

Сведения об авторах на казахском, русском, английском языках.

Фамилия Имя Отчество (полностью)

Должность, ученая степень, звание

Организация

Город

Индекс

Страна

E-mail

Телефон

**«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»**

**ғылыми журналының
ЖАРИЯЛАУ ЭТИКАСЫ**

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналының редакциялық алқасы өздерінің кәсіби қызметінде «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ ғылыми журналының жариялау этикасының қағидаттары мен нормаларын ұстанады. Жарияланым этикасы жарияланым этикасы жөніндегі комитеттің (COPE) халықаралық жарияланымдық этикалық нормаларына, Scopus (Elsevier) журналдарын жариялаудың этикалық қағидаттарына, «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ Академиялық адалдық кодексіне сәйкес әзірленді. Жарияланым этикасы редакторлардың, рецензенттер мен авторлардың этикалық мінез-құлқының нормаларын, қағидаттары мен стандарттарын, мүдделер қақтығысын, әдепке жат мінез-құлықты анықтау жөніндегі шараларды, мақаланы алып қою (ретракция), түзету және теріске шығару жөніндегі нұсқаулықтарды айқындайды. Жариялау процесінің барлық қатысушылары жариялау этикасының қағидаттарын, нормалары мен стандарттарын сақтайды. Ғылыми журналдың сапасы барлық авторлардың теңдігі, құпиялық қағидаты, бір реттік Жарияланымдар, қолжазба авторлығы, бірегейлік қағидаты, дереккөздерді растау қағидаты, рецензиялаудың объективтілігі және уақтылығы қағидаттарын жариялау процесіне қатысушылардың қағидаттарын орындаумен қамтамасыз етіледі.

Рецензенттердің құқықтары мен міндеттері

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality» ғылыми журналының рецензенттері объективтілік қағидатын басшылыққа алуға міндетті. Қолжазба авторына қатысты жеке сынға жол берілмейді. Рецензент өз ескертулерін дәлелдеуі және қолжазбаны қабылдау немесе оны қабылдамау туралы өз шешімін негіздеуі тиіс.

Автордың (-лардың) ұлты, діни тиесілігі, саяси немесе өзге де көзқарастары рецензенттің (-тердің) қолжазбаны рецензиялау процесінде назарға алынбауы және ескерілмеуі тиіс. Рецензент жасаған сараптамалық бағалау редакцияның жариялау туралы шешім қабылдауына ықпал етуі және авторға қолжазбаны жақсартуға көмектесуі керек. Қолжазбаны жариялауға қабылдау, авторға жұмысты өзгертуге немесе пысықтауға қайтару немесе жарияланымнан бас тарту туралы шешімді рецензиялау нәтижелеріне сүйене отырып, редакция алқасы қабылдайды. Уақытылы қарау принципі. Рецензент рецензияны редакция белгілеген мерзімде, бірақ қолжазбаны рецензиялауға алған сәттен бастап 2-4 аптадан кешіктірмей ұсынуға міндетті. Егер мақаланы қарау және рецензияны белгіленген мерзімде дайындау мүмкін болмаса, рецензент бұл туралы ғылыми редакторға дереу хабарлауы тиіс. Ұсынылған қолжазбаны рецензиялау кезінде оның біліктілігі сәйкес келмейді немесе шешім қабылдау үшін жеткіліксіз деп санайтын рецензент бұл туралы ғылыми редакторға дереу хабарлап, қолжазбаны рецензиялаудан бас тартуы керек. Рецензент тарапынан құпиялық қағидасы. Рецензентке рецензиялауға ұсынылған қолжазба құпия материал ретінде қарастырылуы керек. Рецензент журналдың ғылыми редакторының және/немесе автордың тарапынан жазбаша рұқсат алғаннан кейін ғана оны көрсетуге және/немесе басқа адамдармен талқылауға құқылы. Рецензиялау және жариялау процесін қамтамасыз ету барысында алынған ғылыми жұмыстың ақпараты мен идеяларын рецензент (-тер) жеке пайда алу үшін

пайдаланбауы тиіс. Қайнаркөздерді растау принципі. Рецензент қарастырылып отырған қолжазбаның зерттеу нәтижелеріне әсер ететін, бірақ автор(-лар) келтірмеген ғылыми жұмыстарды көрсетуі тиіс. Сондай-ақ, рецензент ғылыми редактордың назарын қарастырылып отырған қолжазба мен бұрын жарияланған жұмыс арасындағы айтарлықтай ұқсастыққа немесе сәйкестікке аударуы керек. Егер рецензенттің қолжазбада плагиат, көшіріп алу, жалған және ойдан шығарылған материалдар немесе зерттеу нәтижелері бар деп пайымдауға жеткілікті негіздері болса, онда ол қолжазбаны жариялауға жібермеуі және журналдың ғылыми редакторына жарияланым және ғылыми этика қағидаттарының, стандарттары мен нормаларының анықталған бұзушылықтары туралы хабарлауға тиіс.

Авторлардың құқықтары мен міндеттері

Жариялау этикасы келесі принциптерді сақтауға негізделген:

Жарияланымның бір мәртебілігі. Автор (лар) редакцияға ұсынылған мақала қолжазбасы басқа басылымдарға қарау үшін ұсынылмағанына кепілдік береді. Қолжазбаны бір уақытта бірнеше журналдарда/басылымдарда ұсынуға жол берілмейді және жарияланым этикасының қағидаттарын, стандарттары мен нормаларын өрескел бұзу болып табылады. Қолжазбаның авторлығы. Қолжазбаны дайындауға ең көп зияткерлік үлес қосқан адам (екі немесе одан да көп бірлескен авторлармен) корреспондент-автор болып табылады және авторлар тізімінде бірінші болып көрсетіледі. Әрбір мақала үшін мақаланың соңғы нұсқасын дайындауға, редакциялық алқамен байланысқа жауап беретін хат-хабарға автор тағайындалуы тиіс, оған жеткілікті үлес қосқан зерттеудің барлық қатысушыларын (авторлар саны біреуден көп болса) авторлар тізіміне қосуды қамтамасыз етуі, сондай-ақ жариялау үшін редакцияға ұсыну үшін барлық авторлардан қолжазбаның соңғы нұсқасын мақұлдауы тиіс. Қолжазбада / мақалада көрсетілген барлық авторлар жұмыстың мазмұнына жауап береді. Бірегейлік принципі. Автор (-лар) қолжазбада баяндалған зерттеу нәтижелері бірегей өзіндік жұмыс болып табылатындығына және процесте анықталуы мүмкін көшіріп алулар мен плагиаттарды қамтымайтындығына кепілдік береді. Авторлар этикаға жатпайтын мінез-құлық, плагиат, өзін-өзі плагиаттау, өзін-өзі сілтеме жасау, бұрмалау, жинақтау, деректерді бұрмалап көрсету, жалған авторлық, қайталану, мүдделер қақтығысы және алдау белгілері бар мақалаларды жариялауға бергені үшін жауапты болады. Қайнаркөздерді растау принципі. Автор(-лар) зерттеу барысында өзі пайдаланған ғылыми және өзге де дереккөздерді дұрыс көрсетуге міндетті болады. Бөтен жұмыстардың қандай да бір бөліктері пайдаланылған және / немесе басқа автордың (-лардың) пікірлері алынған жағдайда қолжазбада түпнұсқаның авторы (лары) көрсетілген библиографиялық сілтемелер көрсетілуі тиіс. Күмәнді көздерден алынған ақпарат қолжазбаны ресімдеу кезінде пайдаланылмауға тиіс. Егер рецензенттерде, ғылыми редакторларда, журналдың редколлегия мүшелерінде (мүшелерінде) зерттеу нәтижелерінің шынайылығы мен бірегейлігіне күмән туындаған жағдайда, автор (-лар) қолжазбада келтірілген нәтижелерді немесе фактілерді растау үшін қосымша материалдарды ұсынуы тиіс. Жариялау процесінде қателерді түзету. Жариялау процесінің кез келген сатысында жұмыста қателер мен дәлсіздіктер анықталған жағдайда, авторлар бұл туралы ғылыми редакторға жедел хабарлауға және тиісті түзету журналының (Erratum немесе Corrigendum) сайтында түсініктемелермен жариялау үшін қатені жоюға немесе түзетуге көмектеседі. Түзетуге болмайтын өрескел қателер анықталған жағдайда автор (лар) қолжазбаны/ мақаланы кері қайтарып алуы тиіс. Жариялау этикасын сақтау принципі. Авторлар сынмен немесе зерттеуге қатысты ескертулермен, сондай-ақ рецензиялау және жариялау бойынша редакциямен өзара әрекеттерге қатысты этикалық

нормаларды сақтауға міндетті. Авторлардың этикалық қағидаларды сақтамауы жарияланымдар этикасын өрескел бұзуы деп бағаланады және қолжазбаны рецензиялаудан және/немесе жариялаудан алып тастауға негіз береді.

Мүдделер қақтығысы

Жарияланым этикасы жөніндегі комитеттің (COPE) анықтамасы бойынша мүдделер қақтығысы – бұл авторлар, рецензенттер немесе редакциялық алқа мүшелері жарияланатын материалға қатысты олардың пайымдарына әсер ете алатын жасырын мүдделері бар жанжалды жағдайлар. Мүдделер қақтығысы рецензенттің және редколлегия мүшелерінің ғылыми пікіріне, нәтижесінде қолжазбаны жариялауға қатысты редколлегияның шешіміне әсер етуі мүмкін қаржылық, жеке немесе кәсіби жағдайлар болған кезде пайда болады. Бас редактор, редакция алқасының мүшесі және рецензенттер редакциялық алқаның шешіміне әсер етуі мүмкін ықтимал мүдделер қақтығысы туралы хабардар етуі тиіс. Редакциялық алқа мүшелері, егер олар қолжазба авторының (- ларының) зерттеу нәтижелерімен байланысты қандай да бір бәсекелестік қатынастарда болса не мүдделер қайшылығы өзге болса, қолжазбаны қараудан бас тартуға тиіс. Қолжазбаны журналға қарауға берген кезде автор(-лар) қолжазбаның мазмұнында зерттеуді қаржыландырудың барлық көздері көрсетілгенін мәлімдейді; сондай-ақ қарауға берілген қолжазбаға қатысты мүдделер қақтығысын тудыруы мүмкін қандай коммерциялық, қаржылық, жеке немесе кәсіби факторлар бар екенін көрсетеді. Автор (лар), хатта мүдделер қақтығысы болған жағдайда, олардың пікірінше, олардың қолжазбасын объективті бағалай алмайтын ғалымдарды көрсете алады. Рецензент қолжазбаға қатысы бар авторлардың біреуімен бәсекелестіктен, ынтымақтастықтан немесе басқа да қатынастардан туындайтын мүдделер қақтығысына себеп болуы мүмкін қолжазбаларды қарамауы тиіс. Қолжазбаның мазмұнымен мүдделер қақтығысы болған жағдайда жауапты хатшы бұл туралы бас редакторға хабарлауы тиіс, одан кейін қолжазба басқа рецензентке беріледі. Қарау және рецензиялау процесінде қатысушылар арасындағы мүдделер қақтығысының болуы қолжазба қабылданбайды дегенді білдірмейді.

Барлық мүдделі тұлғалар, мүмкіндігінше, жарияланымның барлық кезеңдерінде кез-келген вариацияда мүдделер қақтығысының туындауын болдырмауы керек. Мүдделер қақтығысы туындаған жағдайда, осы қақтығысты анықтаған адам дереу редакцияға хабарлауы керек. Бұл жариялау және ғылыми этика қағидаларын, стандарттары мен нормаларын бұзудың кез-келген басқа жағдайларына қатысты.

Этикаға жат мінез-құлық

Егер өз мақалаларына өз бетінше рецензия берілсе, келісімшарттық және жалған рецензиялау жағдайында, ғылыми зерттеу нәтижелерін жариялау, жалған авторлық, жалған ғылыми мәтіндерді жариялау және зерттеу нәтижелерін жасау, жалған жалған ғылыми мәтіндерді жариялау, мақалалардың қолжазбаларын авторлардың рұқсатынсыз басқа басылымдарға беру, авторлардың материалдарын үшінші тұлғаларға беру үшін агенттік қызметтерге жүгіну жағдайында, шарттар авторлық құқықтар мен редакциялық процестердің құпиялылық қағидаттары 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

TURK E. ARI Y. SHOKPAROV A. <i>THE ROLE OF HEALTH TOURISM TRAVEL AGENCIES IN HEALTH TOURISM</i>	6-14
АБДИКАРИМОВА М. ИМАНГУЛОВА Т. ГУБАРЕНКО А. ПЕСТОВА А. <i>ТУРИСТИК КАДРЛАРДЫ ДАЯРЛАУ БОЙЫНША ҚАЗАҚСТАННЫҢ ЖОҒАРЫ ОҚУ ОРЫНДАРЫНЫҢ БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАЛАРЫНЫҢ АЙРЫҚША ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ</i>	15-27
АКИМОВ ЗН. <i>SOCIO-ECONOMIC IMPORTANCE OF THE TOURISM INDUSTRY IN KAZAKHSTAN AND ITS DEVELOPMENT STRATEGIES</i>	28-45
АСАН Д. БАТЫРОВА Н. <i>ТУРИСТИК ДЕСТИНАЦИЯЛАРДЫ БАСҚАРУ ЖҮЙЕСІНІҢ НЕГІЗДЕРІ</i>	46-56
ВІМЕНОВ Q. ТОХАНБАЙЕВА N. <i>DEVELOPING INTERCULTURAL COMPETENCE IN TOURISM STUDENTS ALONGSIDE LANGUAGE LEARNING</i>	57-65
КЕНЖЕБАЙ Р. КУРБАНИЯЗОВ А... ТАСБОЛАТ Б. <i>САЙРАМ АУДАНЫНЫҢ КИЕЛІ ЖЕРЛЕР ГЕОГРАФИЯСЫ ЖӘНЕ ТУРИЗМДІ ДАМУДАҒЫ МАҢЫЗЫ</i>	66-82
КУЛБАЕВА А. АБИШЕВА А. КУЛБАЕВА М. КЕНЖЕБАЕВА У. <i>ТҰРАҚТЫ ТУРИСТИК ТАРТЫМДЫЛЫҚТЫ АРТТЫРУ ҮШІН АҚЫЛДЫ ҚАЛАЛАРДЫҢ ЖҰМЫСЫН ОҢТАЙЛАНДЫРУ</i>	83-97
Авторларға арналған ережелер Правила для авторов Rules for authors	98-105
Жарияланым этикасы Публикационная этика Publication ethics	106-111

BULLETIN OF THE INTERNATIONAL UNIVERSITY OF TOURISM AND HOSPITALITY

Бас ғылыми редактор

Батырова Назгүл Тұрсынханқызы

Жауапты хатшы

Әбдіханова Жадыра Аманбайқызы

Жарияланған мақаланың мазмұнына автор жауапты болып табылады.
Мақаладағы пікірлер, көзқарастар мен тұжырымдар редакцияның көзқарасын
білдірмейді.

Қолжазбалар өңделеді және авторға қайтарылмайды.

«Bulletin of the international university of tourism and hospitality» журналына
жарияланған мақалаларды сілтемесіз көшіріп басуға болмайды. Дұрыс сілтеме жасау жолы
әрбір мақаланың бастапқы бетінде көрсетілген.

Редакцияның мекен – жайы:

161200, Түркістан қаласы, Рабиға Сұлтан Бегім көшесі, 14 А

 +7 778 557 33 56,  journal@iuth.edu.kz

Журнал «Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
баспаханасында көбейтілді.

Басуға 30.09.2024 ж. қол қойылды. Пішіні 60X84/8. Қағазы офсеттік.

Шартты баспа табағы 7.1. Таралымы 25 дана. Тапсырыс 5©

Баспахана мекен-жайы:

161200, Түркістан қаласы, Рабиға Сұлтан Бегім көшесі, 14А