

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

Халықаралық туризм және меймандостық
университетінің
ХАБАРШЫСЫ

ВЕСТНИК
Международного университета туризма и
гостеприимства

№4 (6) 2024 қазан-қараша-желтоқсан

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

Тақырыптық бағыты

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

ҒЫЛЫМИ РЕДАКТОР

Экономика ғылымдарының кандидаты, профессор.

БАТЫРОВА НАЗГҮЛ ТҰРСЫНХАНҚЫЗЫ

Индекстеледі/ Индексируется/ Scanned indexes:



ҚҰРЫЛТАЙШЫ

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ

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

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

Таралу аумағы: Қазақстан Республикасы, алыс және жақын шетел.

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

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

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

УЧРЕДИТЕЛЬ:

НАО «Международный университет туризма и гостеприимства»

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

Территория распространения: Республика Казахстан, дальнее и ближнее зарубежье.

Журнал с апреля 2024 года был зарегистрирован в Центре ISSN во Франции.

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

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

FOUNDER

International University of Tourism and Hospitality

The journal was registered with the Information Committee of the Ministry of Information and Public Development of the Republic of Kazakhstan on June 19, 2023 with Certificate No. KZ33VPY00070924. Publication frequency: 1 time in 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).

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

РЕДАКЦИЯ АЛҚАСЫ ЖӘНЕ РЕДАКЦИЯЛЫҚ КЕҢЕС

Ғылыми редактор

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

Жауапты хатшы

Әбдіханова Жадыра Аманбаевна - ҒЗО редакторы (*Қазақстан*)

Редакция алқасының мүшелері

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

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

Абдикаримова Мадина Нурболатовна - 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*)

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

Халықаралық редакциялық кеңес

Кемал Кантарджи - PhD, профессор (*Түркия*)

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

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

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

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

Мухарем Туна - профессор (*Түркия*)

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

Сачин Гупта - қауым. профессор (*Индия*)

Бурхан Кылыш - қауым. профессор (*Түркия*)

Дунец Александр Николаевич - профессор (*Ресей*)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ И РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

Научный редактор

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

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

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

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

Алимкулова Эльвира Сихимовна - к.э.н, ассоц. профессор (*Казахстан*)

Международный редакционный совет

Кемал Кантарджи - PhD, профессор (*Турция*)

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

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

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

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

Мухарем Туна - профессор (*Турция*)

Дабабрата Чоудхури - PhD, профессор (*Великобритания*)

Сачин Гупта - ассоц. профессор (*Индия*)

Бурхан Кылыш - ассоц. профессор (*Турция*)

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

EDITORIAL BOARD AND THE COUNCIL

Scientific Editor

Batyrova 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*)

IRSTI 06.71.57

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.01>

UDC 338.48;

N. ABDIRAZAKOV

Alanya Alaaddin Keykubat University

(Turkey, Antalya), E-mail: 215431001@ogr.alanya.edu.tr

TRENDS OF KAZAKHSTAN'S TOURISM RESEARCH: ANALYSIS THROUGH WORD CLOUDS

Abstract. *This article presents an analysis of publications on tourism in Kazakhstan for the period from 2004 to 2024 based on data from the Scopus database. The main objective of the study was to identify key themes and trends using word cloud construction. The results showed the evolution of research interest in tourism in Kazakhstan: from basic issues of development and regional cooperation in the initial period to an emphasis on sustainable development, cultural heritage, ecotourism and the impact of the COVID-19 pandemic in recent years. The main challenges and prospects for the tourism industry, including economic aspects, industry management and rural tourism development, were also identified. The findings highlight the dynamics of scientific discourse and the transition to more applied and strategic research. These insights could inform policymakers, industry leaders, and researchers in formulating strategies to harness Kazakhstan's tourism potential while addressing modern challenges. The article can serve as a basis for further research and development of recommendations for tourism development in Kazakhstan, taking into account modern challenges and opportunities.*

Keywords: *Kazakhstan, tourism, research, scopus, word cloud, trends*

Introduction

Tourism plays an important role in the economy and development of Kazakhstan. Since receiving independence in 1991, the country has undergone some transformations in its tourism sector and possesses great potential to establish a diverse and well-rounded tourism industry, supported by various critical factors. According to UNESCO (2024), it has a rich mix of natural and cultural heritage sites, many of which have already been designated or nominated for inclusion on the UNESCO World Heritage List. The country's vast and relatively untouched wilderness offers ample opportunities for adventure tourism activities such as skiing, snowboarding, horseback riding and ecotourism. This diversity offers a wide range of outdoor activities, such as hiking, mountaineering, camping and wildlife watching, that appeal to adventure seekers and nature enthusiasts. Kazakhstan's ecotourism potential and the variety of tourism options it offers

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Abdirazakov N. Trends of Kazakhstan's Tourism Research: Analysis through Word Clouds // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 6–18. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.01>

***Cite us correctly:** Abdirazakov N. Trends of Kazakhstan's Tourism Research: Analysis through Word Clouds // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 6–18. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.01>

contribute to its attractiveness as a destination [13]. Its abundant natural resources, including lake ecosystems and unique cultural heritage, provide a solid foundation for tourism development [9]. Kazakhstan has a variety of natural landscapes, including vast steppes, rugged mountains, vast deserts, and pristine lakes. Moreover, Kazakhstan's cultural heritage is deeply rooted in nomadic traditions. As a crossroads of civilizations, Kazakhstan acts as a bridge between Europe and Asia, providing opportunities for cultural exchange and intercultural dialogue. Located in the heart of Central Asia, Kazakhstan acts as a gateway to the region, offering easy access to neighboring countries such as Russia, Kyrgyzstan, Uzbekistan, and China. This strategic location positions Kazakhstan as a potential hub for regional tourism circuits and multi-destination itineraries, offering visitors the opportunity to explore the cultural and natural wonders of Central Asia. The rich cultural heritage, historical sites, archaeological treasures and striking landscapes of Central Asian countries present a great opportunity for these countries to become important tourist destinations [12].

Tourism development in Kazakhstan is important not only in terms of its economic impact but also in terms of its social and cultural significance. Tourism has the potential to create employment, boost local economies and facilitate cultural exchange [5].

Tourism stands as a dynamic and multifaceted industry that is vital to economic growth, cultural exchange and social development worldwide. Its complex nature requires continuous research and understanding to optimize its benefits while reducing potential disadvantages. From this perspective, academic research plays a crucial role in revealing the intricacies of tourism for Kazakhstan, encouraging innovation, informing policies and promoting sustainable practices. Academic research serves as a cornerstone for expanding the knowledge base in tourism research. Through scientific research, theoretical frameworks are developed and new concepts are developed that provide deeper insights into tourist behavior, destination management, marketing strategies and sustainable practices.

Recent studies on tourism in Kazakhstan have shed light on several important aspects of the industry. Scholars have highlighted the potential for sustainable tourism in Kazakhstan, highlighting the importance of initiatives such as the Great Silk Road in promoting sustainable tourism practices [23]. In addition, studies have investigated the role of cultural tourism, social tourism, and ecotourism in the country [23]. The socio-economic impacts of tourism, especially in regions such as East Kazakhstan, have been assessed using integrated assessment methods [4]. Studies have also investigated specific types of tourism, such as agricultural, ethno, spiritual, and sports tourism, which reveal various opportunities for tourism development in Kazakhstan [18], [6]. Efforts to improve tourism education and human resource management in the tourism sector have also been addressed [16]. The use of digital technologies for marketing and the potential of the Belt and Road Initiative to influence tourism development in Kazakhstan have been investigated [8]. In addition, the importance of services such as tourism in contributing to the economy of Kazakhstan has been investigated [11]. The development of regional brands such as neo-nomadic culture and unique eco-cultural tourism has been proposed to stimulate tourism in Kazakhstan [21]. Studies have also focused on the barriers to domestic tourism, zoning of recreational facilities, and measurement of spiritual tourism in different regions of Kazakhstan [1], [14]. The potential of ecotourism, ethnic tourism, and the creation of ethnic theme parks have been highlighted as avenues for further tourism development [14], [19]. The importance of natural resources, such as springs and artesian

wells in Western Kazakhstan, for tourism has also been highlighted [2].

In general, research on the tourism sector in Kazakhstan reflects the variety of tourism types, sustainable practices, economic impacts, and the growing interest in the use of various resources to develop the country's tourism industry.

Review articles, which provide a comprehensive summary and analysis of existing research on a particular topic, play an important role in advancing knowledge in academia, guiding future research, educating readers, influencing decision-making, and supporting interdisciplinary collaboration. One of the rare research studies on tourism in Kazakhstan is Wendt, who analyzed research trends in tourism geography in Kazakhstan, aiming to identify both frequently researched areas and areas that are underrepresented in the literature. Statistical and bibliometric analyses were used to assess the number of publications, authors, journals, and citations by examining articles indexed in Scopus and published between 2010 and 2020. Wendt concluded that articles discussing theory, infrastructure, leisure activities and important issues such as shopping tourism, ecotourism and anthropogenic values are not sufficiently acknowledged among the cited studies. His observation may indicate both the lack of interest of researchers in these issues and the limited relevance or importance of factors such as anthropogenic values in the region [24].

While Wendt's article provides valuable insights into the geography of tourism and publications spanning a decade, there is a clear need for more articles that comprehensively address the breadth and depth of Kazakhstan's tourism landscape. The complex interplay of factors influencing tourism development in Kazakhstan warrants ongoing research to capture evolving trends, emerging challenges, and innovative practices. Therefore, additional review articles are important to provide a holistic understanding of Kazakhstan's tourism sector and provide evidence-based strategies for sustainable growth and prosperity. Therefore, the purpose of this article is to identify emerging trends in the current state of research on Kazakhstan's tourism, and identify potential directions for future scholarship.

Materials and methods

In this study, the main method involved creating a visual representation in the form of a word cloud to identify the most frequently used terms. The data was collected through the Scopus search engine, where the keywords "Kazakhstan and Tourism" were used in the search string. The Scopus database was chosen for this study because it is one of the largest and most authoritative platforms for searching scientific information. Scopus provides access to publications from various scientific fields, including tourism, which allows you to obtain representative data for your research. The database allows you to conduct precise and targeted searches using keywords, time filters and other parameters. The database provides structured information such as authors, publication titles, abstracts, publication years, citation counts and document types. Scopus is widely used by scientists, researchers and universities around the world, making research results relevant and comparable to similar works. The study covered publications for the period 2004-2024. The total data volume was 428 articles. The data were exported in CSV format with the main variables such as: *Author(s)*, *Document Title*, *Year*, and *Document Type*.

The main objective of this study is to explore the topics of articles using a word cloud method. A word cloud is a visualization that displays the most frequently used terms in a text. The size of each word in the cloud is proportional to its frequency or importance in the analyzed data set. This method is widely used in text analysis and data visualization, allowing you to easily

identify key terms in a large amount of text. Word cloud analysis is a visual method for studying unstructured text data [3]. This approach uses software that processes manually prepared text information to extract key words (usually nouns and adjectives) and count their frequency of occurrence in the text [3]. The words in the cloud are of different sizes: the more frequently a word appears, the larger it is displayed. This makes it easier to determine the importance of words in a particular context. The data analysis process was carried out using the Orange program. The CSV file was uploaded to the platform through the corresponding widgets. To analyze the text content, the Word Cloud widget was connected, which made it possible to determine the most frequently occurring terms for each time interval. A separate word cloud was created for each period, which revealed changes in the frequency of term use. The results visualized the dominant topics for each time interval, which allowed us to draw conclusions in accordance with the objectives of the study.

In the first stage, a pre-processing process was performed to improve the quality of the data. This stage included the removal of incomplete data, filtering duplicate records, excluding stop words (frequently occurring non-meaningful words), and lemmatization of the text. As a result, the texts were prepared for targeted analysis. The equal time intervals method was used to analyze the data — chronological division into 5-year periods: 2004–2008, 2009–2013, 2014–2018, and 2019–2024. This approach allowed for a comparative analysis of changes in research topics in different time periods, enabling an understanding of temporal trends and shifts in academic focus.

Results and discussion

It is noteworthy that between 2004 and 2008, only 8 papers containing the keywords "tourism" and "Kazakhstan" were published in the Scopus database. Such a small number may indicate a low level of research activity in this area or insufficient attention to this topic during the specified time period.

These words, such as *Kazakhstan*, *Kyrgyzstan*, *Turkmenistan*, *Uzbekistan*, *Asia*, *transboundary*, *development*, *preconditions*, *cooperation*, *geoecological*, *territories*, *region*, *perceptions*, *conditions*, *market*, *tourism*, *travel* were encountered most often, which is due to the fact that tourism in Kazakhstan during this period was at the initial stage of its development (see Figure 1). Frequent mention of the countries of the region (Kazakhstan, Kyrgyzstan, Turkmenistan, Uzbekistan) and the term *Asia* indicates the emphasis in the research on the regional approach. Central Asia was considered as a single tourist destination united by a common history, natural resources and cultural heritage. At this stage, the research focused on creating preconditions for the formation of the tourism industry, studying the infrastructural conditions, as well as analyzing the opportunities and challenges of the tourism market. This indicates that tourism was just beginning to develop as an independent economic sector requiring significant investment and organizational work.



Figure 1 – Word cloud of frequently used terms in scopus publications on "Kazakhstan" and "Tourism" between 2004–2008

(Source: Made by the author through Orange Data Mining software)

Between 2009 and 2013, the number of publications in Scopus related to "Kazakhstan" and "tourism" increased to 14, reflecting a growing academic interest in tourism and its associated fields. The frequent terms from this period highlight key themes and trends (see Figure 2): *Kazakhstan, tourism, development, international, regional, Turkey, Armenia, Asia, integration, relationships, conferenc, economic situation, challenges, problems, comparative, deepen, tourism, hospitality, tourist population, spa, scientific, methodological, analysis, evaluation, management, excellenc, biomedical, climate, legal, state development, Asia region*



Figure 2 – Word cloud of frequently used terms in scopus publications on "Kazakhstan" and "Tourism" between 2009–2013

(Source: Made by the author through Orange Data Mining software)

discussions on crisis resilience and recovery strategies. Overall, this period reflects a mature, multidimensional approach to understanding and advancing tourism as a driver of economic and regional development in Kazakhstan.



Figure 4 – Word cloud of frequently used terms in scopus publications on "Kazakhstan" and "Tourism" between 2019–2024

(Source: Made by the author through Orange Data Mining software)

Conclusion

The study analyzed publications on tourism in Kazakhstan for the period from 2004 to 2024 based on data from the Scopus database. Using word cloud visualisation, it was possible to identify key terms, trends and changes in research focus over the past two decades.

Despite the obtained results, this study has several limitations that should be taken into account when interpreting the findings. The analysis was based exclusively on publications from the Scopus database, which may have missed relevant studies from other academic databases such as Web of Science or Google Scholar, as well as non-peer-reviewed sources. Language limitations arise from the fact that only publications in English were considered, while studies in Russian or Kazakh languages that contain important data on tourism in Kazakhstan may have been excluded. Methodological limitations include the use of word clouds and content analysis, which only revealed frequently occurring terms but did not provide an in-depth analysis of the context of their use or relationships; more sophisticated methods such as topic modeling could have provided a more complete picture. There is also a risk of data duplication or incomplete records in the analyzed publications, which may affect the reliability of the results. Finally, the generalizability of the results is due to the fact that the frequency of words in the word clouds only reflects quantitative aspects of their usage, but does not explain the reasons for their popularity or significance in the scientific context.

At the initial stage (2004–2008), tourism in Kazakhstan was in its infancy, as evidenced by the small number of publications and the emphasis on basic aspects such as development and

regional context. In the period 2009–2013, there was an increasing interest in investment opportunities, regional cooperation and solving infrastructure problems. From 2014 to 2018, the number of publications increased significantly, indicating a growing interest from the scientific community in the potential of the tourism industry in Kazakhstan. During this period, attention was increased to issues of industry development, regional integration and assessment of economic prospects. The most significant increase in the number of publications occurred between 2019 and 2024, when the key topics were sustainable development, ecotourism, cultural heritage, and the impact of the COVID-19 pandemic on the tourism industry. During this period, special attention is paid to the issues of assessing the impact of tourism, industry management, and rural tourism development, reflecting global trends and national priorities of Kazakhstan.

Thus, the results of the study demonstrate the evolution of the scientific discourse on tourism in Kazakhstan, the transition from fundamental issues to more applied and strategic topics, such as sustainable development, regional policy, and assessment of economic potential. The findings can serve as a basis for further research and the development of practical recommendations for the development of tourism in Kazakhstan.

BIBLIOGRAPHY

1. Абдрахманова С., Умирзаков С., Могаввели С. Развитие внутреннего туризма в Казахстане: определение барьеров // Вестник Казахского университета экономики, финансов и международной торговли. 2022. № 4(49). DOI: 10.52260/2304-7216.2022.4(49).2
2. Ахмеденов К., Идрисова Г. Важность источников, самоизливающихся артезианских скважин, подземных озер западного Казахстана в туризме // Geojournal of Tourism and Geosites. 2021. Т. 37. № 3. С. 747–756. DOI: 10.30892/gtg.37303-705
3. Alam A., Mellinia R., Ratnasari R. T., Ma'aruf A. A systematic review of halal hotels: A word cloud and thematic analysis of articles from the Scopus database // International Journal of Advanced and Applied Sciences. 2023. Т. 10. № 8. С. 166–175.
4. Алиева С., Чен Х., Янг Д., Самарханов К., Мазбаев О., Секенулы А. и др. Социально-экономическое влияние туризма в Восточно-Казахстанской области: подход к оценке // Sustainability. 2019. Т. 11. № 17. С. 4805. DOI: 10.3390/su11174805
5. Аллаяров П., Эмбергенов Б., Хан С. Проблемы и перспективы устойчивого туризма в Республике Казахстан // Business and Economic Research. 2018. Т. 8. № 2. С. 115. DOI: 10.5296/ber.v8i2.12951
6. Батырбеков Н., Имангулова Т., Губаренко А., Абдикаримова М., Есимова Д. Перспективные направления развития спортивного туризма в Алматинской области на примере скалолазания // Geojournal of Tourism and Geosites. 2022. Т. 44. № 4. С. 1418–1426. DOI: 10.30892/gtg.44429-961
7. Белгибаева З., Шарипжан Н., Гульнар З., Алмаз Б., Ануар Б., Business A. Туристические потоки Казахстана: статистика, география, тенденции // Bulletin of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan. 2020. № 6(388). С. 232–239. DOI: 10.32014/2020.2518-1467.204
8. Daye M., Yan W., Charman K., Suzhikova B. Exploring local stakeholders' views on the prospects of China's Belt & Road Initiative on tourism development in Kazakhstan // Current Issues in Tourism. 2019. Т. 23. № 15. С. 1948–1962. DOI: 10.1080/13683500.2019.1700941

9. Дмитриев П., Фомин И., Вендт Й. Оценка и зонирование рекреационных объектов Северо-Казахстанской области для развития туристической отрасли // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. Т. 38. № 4. С. 1069–1075. DOI: 10.30892/gtg.38411-745
10. Дмитриев П., Фомин И., Назарова Т., Вендт Й. Транспортная доступность озерных экосистем Северо-Казахстанской области как фактор развития туризма // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. Т. 35. № 2. С. 289–296. DOI: 10.30892/gtg.35204-650
11. Хан С., Арефин С., Све К. Влияние сектора услуг на экономику Казахстана // *Business and Economic Research*. 2018. Т. 8. № 4. С. 45. DOI: 10.5296/ber.v8i4.13808
12. Kantarci K. Perceptions of foreign investors on the tourism market in Central Asia // *Tourism in Central Asia: Cultural Potential and Challenges*. 2014. С. 307.
13. Kumar Y., Sheryazdanova K. Ecotourism study in Kazakhstan: the past, present and the future // *Eurasian Journal of Ecology*. 2021. Т. 67. № 2. DOI: 10.26577/eje.2021.v67.i2.01
14. Куралбаев А., Абишов Н., Абишова А., Уразбаева Г. Измерение духовного туризма в регионах Южного Казахстана // *European Research Studies Journal*. 2017. Т. XX. Вып. 3А. С. 115–133. DOI: 10.35808/ersj/699
15. Наточеева Н., Шаяхметова Л., Бекхожаева А., Хамихан Н., Пшембаева Д. Цифровые технологии как драйвер развития туристической отрасли // *E3S Web of Conferences*. 2020. Т. 159. С. 04002. DOI: 10.1051/e3sconf/202015904002
16. Pestova A., Gubarenko A., Imangulova T., USSUBALIYEVA, S., Uaisova, A. Conceptual framework of human resource management in tourism education of the Republic of Kazakhstan // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. Т. 38. № 4. С. 1005–1010. DOI: 10.30892/gtg.38403-737
17. Sansyzbayeva A., Saipov A., Dunets A., Mussagaliyeva A., Ramazan A. Geography of natural and recreational facilities in the development of economic integration of the border areas of Northern Kazakhstan and the Russian Federation // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. Т. 35. № 2. С. 499–506. DOI: 10.30892/gtg.35230-677
18. Сапарбаев А., Сапарова Г., Макулова А., Иматаева А., Абдулхалил А. Методология исследования организационных и экономических основ развития агро-, этно- и духовного туризма в Республике Казахстан // *E3S Web of Conferences*. 2020. Т. 159. С. 04010. DOI: 10.1051/e3sconf/202015904010
19. Сергеев А., Тлеубаева А., Омирзакова М., Акимов, З., Дулатбекова З., Аскарова Г., Абдраманова Г. Создание и развитие этнических тематических парков в Казахстане // *Journal of Environmental Management & Tourism*. 2020. Т. 11. № 4 (44). С. 829–836. DOI: 10.14505/jemt.v11.4(44).06
20. Tiberghien G. Managing the planning and development of authentic eco-cultural tourism in Kazakhstan // *Tourism Planning & Development*. 2018. Т. 16. № 5. С. 494–513. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501733
21. Tiberghien G. Neo-nomadic culture as a territorial brand for ‘authentic’ tourism development in Kazakhstan // *Europe Asia Studies*. 2020. Т. 72. № 10. С. 1728–1751. DOI: 10.1080/09668136.2020.1776842
22. UNESCO. Kazakhstan - UNESCO World Heritage Centre. 2024. URL: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/KZ>
23. Yrza B., Filimonau V. Integrating sustainability in destination management plans and policies of a post-soviet state // *Tourism Planning & Development*. 2021. Т. 19. № 4. С. 316–338. DOI: 10.1080/21568316.2021.1875037

24. Wendt J. A. Directions and areas of tourism research in Kazakhstan // *Geographia Polonica*. 2020. T. 93. № 4. С. 141–159. DOI: 10.7163/GPol.0184.

REFERENCES

1. Abdrahmanova S., Umirzakov S., Mogavvemi S. Razvitie vnutrennego turizma v Kazahstane: opredelenie bärerov [Development of domestic tourism in Kazakhstan: identification of barriers] // *Vestnik Kazahskogo universiteta ekonomiki, finansov i mejdunarodnoi trgovli*. 2022. № 4(49). DOI: 10.52260/2304-7216.2022.4(49).2
2. Ahmedenov K., İdrisova G. Vajnost istochnikov, samoizlivaiuşihsä artezijskih skvajin, podzemnyh ozer zapadnogo Kazahstana v turizme [The importance of springs, self-draining artesian wells, and underground lakes in Western Kazakhstan in tourism] // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. T. 37. № 3. S. 747–756. DOI: 10.30892/gtg.37303-705
3. Alam A., Mellinia R., Ratnasari R. T., Ma'aruf A. A systematic review of halal hotels: A word cloud and thematic analysis of articles from the Scopus database // *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2023. T. 10. № 8. S. 166–175.
4. Alieva S., Chen H., İang D., Samarhanov K., Mazbaev O., Sekenuly A. i dr. Sosiälno-ekonomicheskoe vlianie turizma v Vostochno-Kazahstanskoi oblasti: podhod k osenke [Socio-economic impact of tourism in the East Kazakhstan region: an approach to assessment] // *Sustainability*. 2019. T. 11. № 17. S. 4805. DOI: 10.3390/su11174805
5. Allaiarov P., Embergenov B., Han S. Problemy i perspektivy ustoichivogo turizma v Respublike Kazahstan [Problems and prospects of sustainable tourism in the Republic of Kazakhstan] // *Business and Economic Research*. 2018. T. 8. № 2. S. 115. DOI: 10.5296/ber.v8i2.12951
6. Batyrbekov N., İmangulova T., Gubarenko A., Abdikarimova M., Esimova D. Perspektivnye napravleniia razvitiia sportivnogo turizma v Almatinskoi oblasti na primere skalolazania [Promising directions for the development of sports tourism in the Almaty region on the example of rock climbing] // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2022. T. 44. № 4. S. 1418–1426. DOI: 10.30892/gtg.44429-961
7. Belgibaeva Z., Şaripjan N., Gülınar Z., Almaz B., Anuar B., Business A. Turisticheskie potoki Kazahstana: statistika, geografia, tendensii [Tourist flows in Kazakhstan: statistics, geography, trends] // *Bulletin of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*. 2020. № 6(388). S. 232–239. DOI: 10.32014/2020.2518-1467.204
8. Daye M., Yan W., Charman K., Suzhikova B. Exploring local stakeholders' views on the prospects of China's Belt & Road Initiative on tourism development in Kazakhstan // *Current Issues in Tourism*. 2019. T. 23. № 15. S. 1948–1962. DOI: 10.1080/13683500.2019.1700941
9. Dmitriev P., Fomin İ., Vendt İ. Osenka i zonirovaniie rekreasionnyh obektov Severo-Kazahstanskoi oblasti dlä razvitiia turisticheskoi otrasli [Assessment and zoning of recreational facilities in the North Kazakhstan region for the development of the tourism industry] // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. T. 38. № 4. S. 1069–1075. DOI: 10.30892/gtg.38411-745
10. Dmitriev P., Fomin İ., Nazarova T., Vendt İ. Transportnaia dostupnost ozernyh ekosistem Severo-Kazahstanskoi oblasti kak faktor razvitiia turizma [Transport accessibility of lake ecosystems of North Kazakhstan region as a factor of tourism development] // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. T. 35. № 2. S. 289–296. DOI: 10.30892/gtg.35204-650
11. Han S., Arefin S., Sve K. Vlianie sektora uslug na ekonomiku Kazahstana [The impact of the service sector on the economy of Kazakhstan] // *Business and Economic Research*. 2018. T. 8.

№ 4. S. 45. DOI: 10.5296/ber.v8i4.13808

12. Kantarci K. Perceptions of foreign investors on the tourism market in Central Asia // *Tourism in Central Asia: Cultural Potential and Challenges*. 2014. S. 307.

13. Kumar Y., Sheryazdanova K. Ecotourism study in Kazakhstan: the past, present and the future // *Eurasian Journal of Ecology*. 2021. T. 67. № 2. DOI: 10.26577/eje.2021.v67.i2.01

14. Kuralbaev A., Abışov N., Abışova A., Urazbaeva G. İzmerenie duhovnogo turizma v regionah İujnogo Kazahstana [Measuring spiritual tourism in the regions of Southern Kazakhstan] // *European Research Studies Journal*. 2017. T. XX. Vyp. 3A. S. 115–133. DOI: 10.35808/ersj/699

15. Natocheeva N., Şaiahmetova L., Bekhojaeva A., Hamihan N., Pşembaeva D. Sifrovye tehnologii kak draiver razvitia turisticheckoi otrasli [Digital technologies as a driver of tourism industry development] // *E3S Web of Conferences*. 2020. T. 159. S. 04002. DOI: 10.1051/e3sconf/202015904002

16. Pestova A., Gubarenko A., Imangulova T., USSUBALIYEVA, S., Uaisova, A. Conceptual framework of human resource management in tourism education of the Republic of Kazakhstan // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. T. 38. № 4. S. 1005–1010. DOI: 10.30892/gtg.38403-737

17. Sansyzbayeva A., Saipov A., Dunets A., Mussagaliyeva A., Ramazan A. Geography of natural and recreational facilities in the development of economic integration of the border areas of Northern Kazakhstan and the Russian Federation // *Geojournal of Tourism and Geosites*. 2021. T. 35. № 2. S. 499–506. DOI: 10.30892/gtg.35230-677

18. Saparbaev A., Saparova G., Makulova A., İmataeva A., Abdulhalil A. Metodologia issledovania organizasionnyh i ekonomicheskikh osnov razvitia agro-, etno- i duhovnogo turizma v Respublike Kazahstan [Methodology of research of organizational and economic bases of development of agro-, ethno- and spiritual tourism in the Republic of Kazakhstan] // *E3S Web of Conferences*. 2020. T. 159. S. 04010. DOI: 10.1051/e3sconf/202015904010

19. Sergeev A., Tleubaeva A., Omirzakova M., Akimov, Z., Dulatbekova Z., Askarova G., Abdramanova G. Sozdanie i razvitie etnicheskikh tematicheskikh parkov v Kazahstane [Creation and development of ethnic theme parks in Kazakhstan] // *Journal of Environmental Management & Tourism*. 2020. T. 11. № 4 (44). S. 829–836. DOI: 10.14505/jemt.v11.4(44).06

20. Tiberghien G. Managing the planning and development of authentic eco-cultural tourism in Kazakhstan // *Tourism Planning & Development*. 2018. T. 16. № 5. S. 494–513. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501733

21. Tiberghien G. Neo-nomadic culture as a territorial brand for ‘authentic’ tourism development in Kazakhstan // *Europe Asia Studies*. 2020. T. 72. № 10. S. 1728–1751. DOI: 10.1080/09668136.2020.1776842

22. UNESCO. Kazakhstan - UNESCO World Heritage Centre. 2024. URL: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/KZ>

23. Yrza B., Filimonau V. Integrating sustainability in destination management plans and policies of a post-soviet state // *Tourism Planning & Development*. 2021. T. 19. № 4. S. 316–338. DOI: 10.1080/21568316.2021.1875037

24. Wendt J. A. Directions and areas of tourism research in Kazakhstan // *Geographia Polonica*. 2020. T. 93. № 4. C. 141–159. DOI: 10.7163/GPol.0184.

N. ABDIRAZAKOV

Alanya Alaaddin Keykubat University

(Turkey, Antalya), E-mail:

215431001@ogr.alanya.edu.tr

Received 01.12.2024

Received in revised form 19.12.2024

Accepted for publication 30.12.2024

Н. ӘБДІРАЗАҚОВ

Алания Алааддин Кейкубат Университеті

(Түркия, Анталия), E-mail: 215431001@ogr.alanya.edu.tr

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИЗМ ЗЕРТТЕУЛЕРІНІҢ ҮРДІСТЕРІ: WORD CLOUD

ТАЛДАУЫ

Аңдатпа. Бұл мақалада 2004 жылдан 2024 жылға дейінгі кезеңдегі Қазақстандағы туризм тақырыбындағы жарияланымдарға Scopus деректер базасы негізінде талдау жасалған. Зерттеудің негізгі мақсаты - word cloud құру арқылы негізгі тақырыптар мен үрдістерді анықтау болды. Нәтижелер Қазақстандағы туризм бойынша зерттеулердің эволюциясын көрсетті: бастапқы кезеңде даму мен аймақтық ынтымақтастық мәселелерінен бастап, соңғы жылдары тұрақты даму, мәдени мұра, экотуризм және COVID-19 пандемиясының әсеріне басымдық берілгені анықталды. Сондай-ақ, туризм саласының негізгі қиындықтары мен мүмкіндіктері, оның ішінде экономикалық аспектілер, саланы басқару және ауылдық туризмді дамыту мәселелері анықталды. Қорытындылар ғылыми дискурстың динамикасы мен қолданбалы және стратегиялық зерттеулерге көшуін көрсетеді. Бұл нәтижелер саясаткерлерге, сала көшбасшыларына және зерттеушілерге Қазақстанның туризм әлеуетін пайдалану стратегияларын қалыптастыруда және қазіргі заманғы қиындықтарды шешуде көмектесе алады. Мақала Қазақстандағы туризмді дамыту бойынша одан әрі зерттеулер мен ұсыныстар әзірлеуге негіз бола алады.

Кілт сөздер: Қазақстан, туризм, зерттеу, Scopus, word cloud, үрдістер

Н. АБДРАЗАКОВ

Университет Алании Алааддина Кейкубата

(Турция, Анталия), E-mail: 215431001@ogr.alanya.edu.tr

ТЕНДЕНЦИИ ИССЛЕДОВАНИЙ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ: АНАЛИЗ ЧЕРЕЗ WORD CLOUD

Аннотация. В данной статье представлен анализ публикаций о туризме в Казахстане за период с 2004 по 2024 годы на основе данных из базы Scopus. Основной целью исследования было выявление ключевых тем и тенденций с использованием построения облаков слов. Результаты показали эволюцию научного интереса к туризму в Казахстане: от базовых вопросов развития и регионального сотрудничества на начальном этапе до акцента на устойчивом развитии, культурном наследии, экотуризме и влиянии пандемии COVID-19 в последние годы. Также были выявлены основные вызовы и перспективы для туристической отрасли, включая экономические аспекты, управление отраслью и развитие сельского туризма. Выводы подчеркивают динамику научного дискурса и переход к более прикладным и стратегическим исследованиям. Эти результаты могут помочь политикам, лидерам отрасли и исследователям в разработке стратегий для реализации

туристического потенциала Казахстана, учитывая современные вызовы. Статья может служить основой для дальнейших исследований и разработки рекомендаций по развитию туризма в Казахстане с учетом современных вызовов и возможностей.

Ключевые слова: *Казахстан, туризм, исследование, Scopus, облако слов, тенденции*

N. ABISHOV¹✉, R. AGYBETOVA², A. OMAROVA², A. KUSSAINOVA²

¹International University of Tourism and Hospitality

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

²L.N. Gumilyov Eurasian National University

(Kazakhstan, Astana)

ANALYSIS OF RESTAURANT BUSINESS IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN

Abstract. *The restaurant industry, like other sectors of tourism, is considered one of the most complex due to its diverse nature and range of activities. A restaurant's role extends beyond simply meeting a person's basic need for food; it also serves as a space for social interaction, entertainment, and cultural immersion, offering a taste of local traditions and national cuisines. Studying the theoretical foundations of the restaurant business, its historical development, classifications, and the factors that influence restaurant operations – such as service methods and organizational strategies – helps to better understand the unique characteristics of the restaurant sector across different countries and regions, as well as the impact of geographical factors on food systems in various cultures.*

The global food delivery market is expected to continue its growth, driven by the expansion of the delivery sector, technological innovations in the food industry, digitalization of operations, and the increasing adoption of new business models.

Similarly, the public catering market in Kazakhstan is experiencing rapid growth, with full-service restaurants emerging as the most popular segment [1].

Key words: *restaurant, Restaurant Business, public catering market, restaurant enterprises, service, networks, personnel.*

Introduction.

Catering services in the Republic of Kazakhstan occupy a fairly large share in the total volume of services provided to the population. The main volume is carried out through the activities of enterprises with a non-state form of ownership. However, the catering market in Kazakhstan has not yet reached the level of most developed countries. This is hampered by the still low quality of services and culinary products, inflated prices and facts of poisoning caused by violations of sanitary norms and rules, as well as traditional principles of home nutrition [2].

Managers of restaurant enterprises face organizational and financial problems on a daily basis. However, successful and effective management of the restaurant business is a complex task that requires not only experience, but also deep knowledge and professionalism.

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Abishov N., Agybetova R., Omarova A., Kussainova A. Analysis of Restaurant Business in The Republic of Kazakhstan // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 19–27. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.02>

***Cite us correctly:** Abishov N., Agybetova R., Omarova A., Kussainova A. Analysis of Restaurant Business in The Republic of Kazakhstan // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 19–27. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.02>

The regulatory function helps to maintain the stability of the catering system. Its implementation ensures uniformity and consistency in the processes of production, maintenance and supply, as well as the ordering of production and trade operations. This makes it possible to optimize the flow of raw materials, semi-finished products and technical means, contributes to improving the organizational and technical level of enterprises and compliance with technological standards [3].

In the catering market, it is important to take into account the diversity of the target audience, covering both schoolchildren and students, as well as people with high incomes, which necessitates the provision of a wide range and high quality of services.

However, despite the competition, due to rising living standards and the development of leisure culture, the restaurant business in Kazakhstan will be in demand.

The restaurant business occupies an important place in the economy of the Republic of Kazakhstan, reflecting the evolution of consumer preferences and changes in the lifestyle of the population. The country is experiencing significant growth in this sector, driven by a rising middle class and increasing disposable incomes. As restaurant establishments become more widespread, restaurant businesses must adapt to a dynamic market characterized by fierce competition and diverse consumer demands.

Restaurant managers face many challenges on a daily basis, including organizational and financial issues that can affect overall performance. Effective restaurant management is not just an operational challenge, but a multifaceted endeavor that requires a combination of strategic vision, operational expertise, and customer-focused service. The complexity of this environment emphasizes the need for managers to have not only hands-on experience, but also comprehensive knowledge of industry standards and best practices.

Managers of restaurant enterprises face numerous challenges on a daily basis, including organizational and financial issues that can impact overall performance. Effective restaurant management is a complex process that combines strategic thinking, practical operational management skills and high attention to customer needs. The complexity of this environment underscores the necessity for managers to possess not only practical experience but also comprehensive knowledge of industry standards and best practices.

In this context, regulatory frameworks play a crucial role in maintaining the stability of the public catering system. By enforcing regulations, consistency in service delivery and production processes can be achieved, while also ensuring that technological norms are met. This creates a foundation for improved organizational and technical levels within enterprises, facilitating the formation of efficient supply chains for raw materials and equipment.

Furthermore, understanding the diverse needs of consumers – from students to affluent patrons – becomes increasingly important. The variety and quality of offerings must align with the expectations of these different segments to ensure sustained growth and customer satisfaction. Despite the challenges posed by competition, the continuous improvement of living standards and the growing culture of leisure and dining out suggest a promising future for the restaurant business in Kazakhstan.

Materials and methods.

As part of the study of the theoretical foundations and the key essence of this scientific article, an in-depth analysis of the development of the restaurant business in the Republic of Kazakhstan was carried out. To ensure the reliability and objectivity of the results obtained, a wide

range of analytical methods were used, including systematization, statistical and structural analysis. The integrated application of these approaches made it possible to formulate reasonable conclusions about the current state of the industry and its main development trends.

To study the theoretical foundations and content of this research work, a comprehensive analysis of the development of the restaurant business in Kazakhstan was conducted. Various methods such as systematization, statistical and structural analysis were used in the research process.

Systematization: This method involved organizing data and information regarding the different types of restaurant enterprises operating in Kazakhstan, categorizing them based on various criteria such as size, cuisine type, and service style. For example, restaurant chains were differentiated from independent establishments, and fast-food outlets were categorized separately from fine dining restaurants. This provided a more accurate understanding of the structure and segmentation of the market.

Statistical analysis: Statistical methods and tools were used to evaluate quantitative data provided by the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. In particular, the indicators of revenue dynamics, the number of establishments and the level of employment in the restaurant sector over the past five years were analyzed. The use of descriptive statistics made it possible to identify key patterns in the development of the industry and predict its future trends.

Structural Analysis: This method was used to examine the organizational structure and operational processes of restaurant enterprises. An example includes analyzing the relationship between front-of-house staff, evaluating workflow efficiency, and identifying potential bottlenecks in service delivery. By breaking down the organizational layout and processes, recommendations for improving operational efficiency could be developed.

The basis for the information and analytical support of the study was the official data of the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan, as well as materials published in scientific publications, periodicals and reputable Internet resources. The combination of data sources allowed us to get a complete and comprehensive picture of the state of the restaurant industry in Kazakhstan.

The results and discussion.

The public catering sector is actively developing in Kazakhstan. According to the Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan, 15,826 establishments were registered in 2023, which represents an increase of 4.5% compared to 2022, when their number was 15,146. The number of restaurants in 2023 reached 2,303 [4].

Today, consumers highly appreciate the quality of service, the variety of menus and the atmosphere of establishments, so enterprises that are able to offer a high level of Service and create a comfortable atmosphere will be successful in the market.

In addition, Kazakhstan has the potential for further development of the catering sector, which can be facilitated by the improvement of the economic situation in the country and an increase in tourist flows. It can also stimulate the emergence of new business projects and improve existing services.

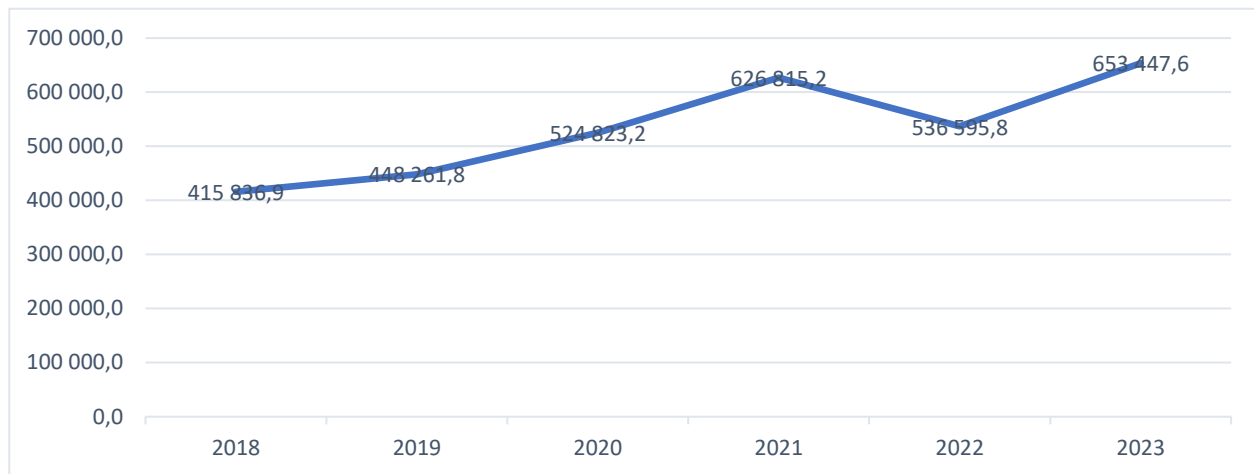


Figure 1 - The volume of provision of food and beverage services in public catering establishments in the Republic of Kazakhstan, mln.tenge

Note - Compiled by the author on the basis of data [5]

According to the figure, the trend in the development of food and beverage preparation activities in public catering facilities has shown a positive trend, which indicates the presence of demand in this area of activity and indicates an increase in the volume of services provided to consumer requests.

For analysis and conclusion according to the graph characterizing the volume of catering and beverage services at public catering enterprises of the Republic of Kazakhstan for 2018-2023, from 415,836 to 653,447 million rubles. we can use the data provided on the dynamics of growth in the volume of services increased to tenge. Based on these data, the following conclusions can be formulated:

- Significant increase: the volume of services provided in the field of public catering in Kazakhstan increased 1.5 times during this period. This fact indicates a significant development of this industry in our country.

- Growth factors: possible reasons for the growth of services can include economic growth, population growth, an increase in income levels, and changes in consumer preferences. Recovery from the COVID-19 pandemic and easing restrictions may also stimulate demand for food services.

- Opportunities for further growth: given the significant increase in the volume of services provided, the catering sector of the Republic of Kazakhstan has the potential for further development. This may include opening new enterprises, improving the quality of services and promoting Kazakh cuisine at the world level.

- Impact on the economy: The growth of the catering sector can contribute to the improvement of the country's economy by creating new jobs, stimulating demand for goods and services, and promoting the development of tourism.

Another important task facing modern restaurateurs is to preserve and highlight the National taste, which especially attracts the attention of foreign guests, and also helps to understand the unique aspects of the national culture.

Both popular local chains ("Assorted", "Dastarkhan", "Pivovarovff", "Line Bru") and international brands ("Il Patio", "Planet Sushi", "Starbucks", "Sbarro") are successfully operating in Kazakhstan. The share of chain restaurants was 20-25% in the capital and 10-15% in the regions, while continuing to grow. These chains have introduced high and stable service standards into the

restaurant industry, including unified payment systems, labor organization and service standards [4].

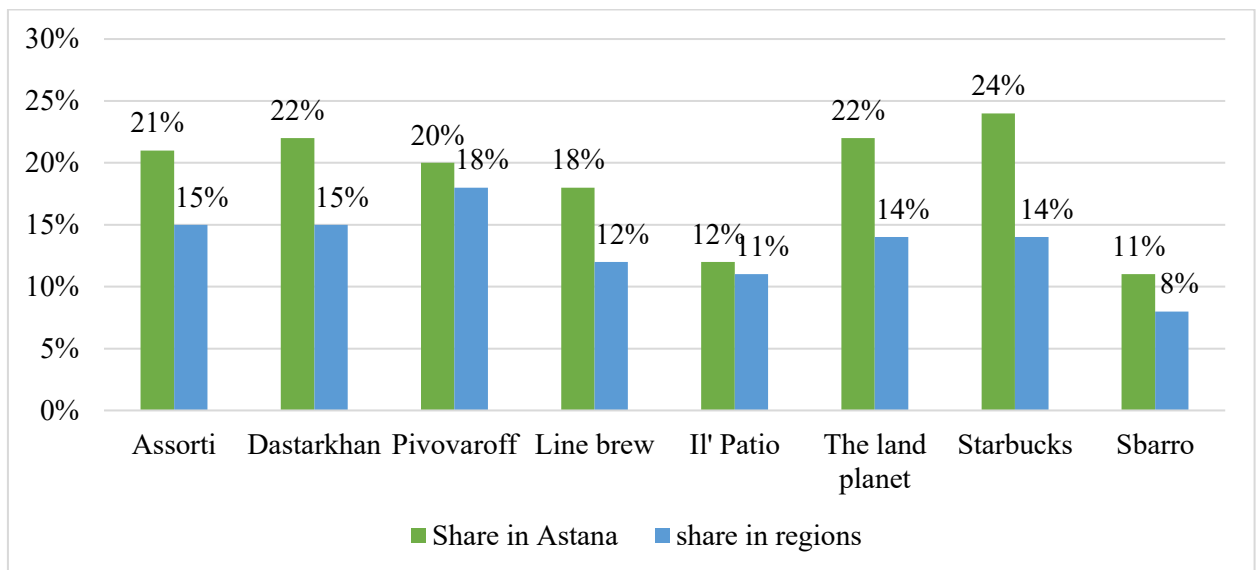


Figure 2 - Networks formed in Kazakhstan

Note - Compiled by the author on the basis of data [5]

Let's take a closer look at the indicators of the development of the restaurant business in the Republic of Kazakhstan. Table 2 shows the number of restaurants, cafes, bars and canteens. Over the past five years, the number of places in the restaurant business in Kazakhstan has decreased by 30% and by the end of 2022 amounted to 925,376 places, which is against the background of 1,334,047 places in 2017.

Almaty is the leader in the number and quality of restaurants in the public catering market of Kazakhstan. According to a study by Rosinter, there are 1,356 catering establishments in Almaty, of which 354 are restaurants.

Table 1 - number of public catering facilities in the Republic of Kazakhstan for 2017-2022, units

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Total, unit including:	21 431	19 102	17 822	18 583	14 120	13 959
restaurants	2 272	2 299	2 394	2 419	1 498	1 726
cafes	7 745	6 986	6 153	6 865	4 861	5 032
bars	624	758	560	685	468	370
dining rooms	8 479	6 872	6 070	6 240	4 828	5 173
other public catering facilities	2 311	2 188	2 646	2 374	2 465	1 658
Number of seats, units	1 334 047	1 420 035	1 264 711	1 203 757	869 871	925 376
<i>Note - Compiled by the author on the basis of data [6]</i>						

As shown in Table 2, restaurants, cafes, bars and canteens totaled 13,959 units in 2022, which is 35% less than in 2017. The structure of the restaurant industry shows that cafes and canteens contributed the most in 2022, which is 73% in 2022, followed by restaurants with 12%, other catering establishments with a similar percentage, and bars with 3% in last place.

Poor service is associated with high staff turnover, as waiters are often students with no

professional training. In Europe, this profession requires 2-3 years of study, and students perceive working in a restaurant as a temporary occupation, not paying much attention to their qualifications and professionalism. The solution to this problem depends on the efforts of HR managers aimed at training personnel and monitoring the quality of their work.

Difficulties arise not only with waiters, but also with Cooks who often change jobs. This problem is solved by Kazakhstani companies by attracting foreign chefs due to the lack of local personnel. The decrease in demand for public catering leads to a decrease in various promotions and prices without compromising the quality of Service.

Next, the analysis of the number of employees in the catering sector of the Republic of Kazakhstan is carried out (Figure 3).

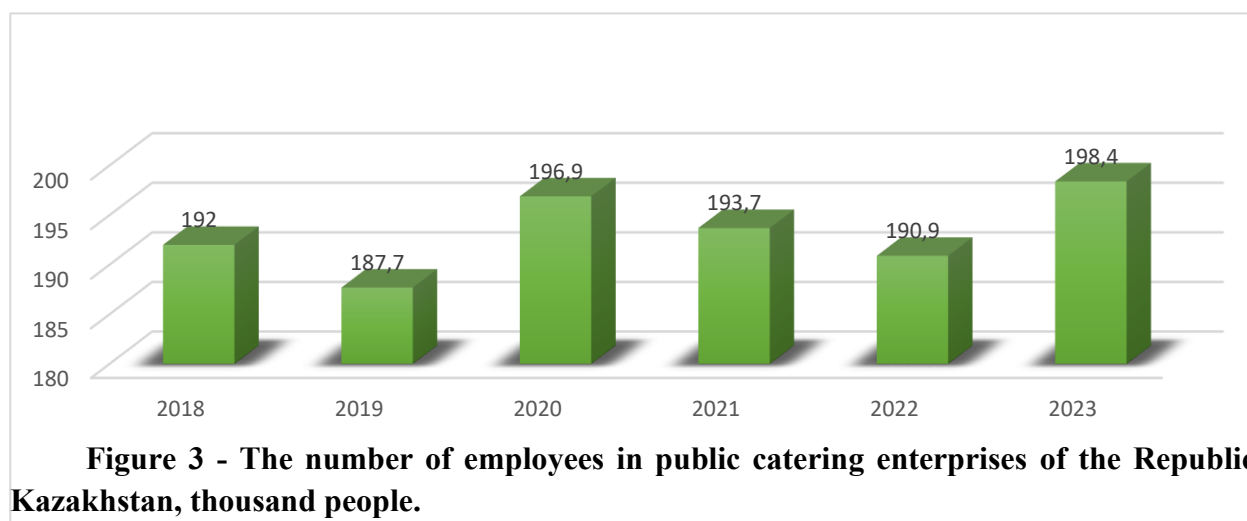


Figure 3 - The number of employees in public catering enterprises of the Republic of Kazakhstan, thousand people.

Note-Compiled by the author on the basis of data [7]

From the presented dynamics, it can be observed that the number of employees in the catering sector of the Republic of Kazakhstan is characterized by instability and high variability. For example, in 2018, the number of employed people was 192,000, in 2019 their number decreased by 187,700, and in 2020, due to various events, it sharply increased to 196,900. In six years, the number of workers in this industry increased by 6,400 people, an increase of 3.33 percent.

As a result of the data, there is an upward trend.

Conclusion

It is worth noting that the majority of public catering enterprises in the Republic of Kazakhstan are small and medium-sized businesses. Based on the above data, it can be concluded that in the period from 2018 to 2023, the volume of services provided in the field of public catering in the Republic of Kazakhstan has significantly increased. This is the basis for the further development of the industry and has a positive impact on the socio-economic development of the country's economy.

The country's restaurant business involves filling with creative novelties, preparation and implementation of innovative concepts. New ideas are a key mechanism for the development and expansion of the capabilities of the restaurant industry, because the modern format of service and the quality of dishes is not only the main way of developing the restaurant business.

BIBLIOGRAPHY

1. Jusan Analytics. Анализ рынка общественного питания [Электронный ресурс]. – 2023.

– Режим доступа: <https://jusan.kz> (дата обращения: 24.12.2024).

2. Уварова А.К. Ресторанный бизнес в туризме: учебное пособие. – Алматы: Қазақ университеті, 2017. – 290 с.

3. Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросының мәліметтері [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stst.gov.kz> (дата обращения: 24.12.2024).

4. Жолдасбаев Г.К., Басканбаева Р.К. Менеджмент ресторанов и гостиниц: учебное пособие. – Алматы: ИП «Аширбаев Н.Н.», 2018. – 260 с.

5. Тамақтану және сусындар қызметтерін көрсету көлемі [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT404061> (дата обращения: 21.01.2024).

6. Қазақстан Республикасы бойынша 2016-2021 жж. қоғамдық тамақтандыру объектілер саны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT432599> (дата обращения: 10.02.2024).

7. Қазақстан Республикасының тұру және тамақтандыру қызметтерін қамтамасыз ету үшін жұмыспен қамтылған халық саны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT104801> (дата обращения: 15.02.2024).

REFERENCES

1. Jusan Analytics. Analiz rynka obşestvennogo pitania [Analysis of the catering market] [Elektronnyi resurs]. – 2023. – Rejim dostupa: <https://jusan.kz> (data obraşenia: 24.12.2024).

2. Uvarova A.K. Restoranniy biznes v turizme: uchebnoe posobie. [Restaurant business in tourism: a study guide.] – Almaty: Qazaq universiteti, 2017. – 290 s.

3. Qazaqstan Respublikasy Strategialyq josparlau jäne reformalar agenttiğiniñ Ұlttyq statistika bürosynyñ мәліметтері [Data from the Bureau of national statistics of the agency of the Republic of Kazakhstan for Strategic Planning and reforms] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://stst.gov.kz> (data obraşenia: 24.12.2024).

4. Joldasbaev G.K., Baskanbaeva R.K. Menejment restoranov i gostinis: uchebnoe posobie. [Restaurant and hotel management: a textbook.] – Almaty: IP «Aşirbaev N.N.», 2018. – 260 s.

5. Tamaqtanu jäne susyndar qyzmetterin körsetu kölemi [Volume of food and beverage services] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://www.stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT404061> (data obraşenia: 21.01.2024).

6. Qazaqstan Respublikasy boiynşa 2016-2021 jj. qoғamdyq tamaqtandyru obektiler sany [In the Republic of Kazakhstan for 2016-2021. number of catering facilities] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://www.stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT432599> (data obraşenia: 10.02.2024).

7. Qazaqstan Respublikasynyñ türu jäne tamaqtandyru qyzmetterin qamtamasyz etu üşin jümyspen qamtylğan halyq sany [Number of employed population of the Republic of Kazakhstan to provide accommodation and catering services] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://www.stat.gov.kz/api/getFile/?docId=ESTAT104801> (data obraşenia: 15.02.2024).

N. ABISHOV

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

R. AGYBETOVA

PhD, Associate Professor
L.N. Gumilyov Eurasian National University,
(Kazakhstan, Astana)
E-mail: agybetova@mail.ru

A. OMAROVA Master of Science, Senior Lecturer L.N. Gumilyov Eurasian National University, (Kazakhstan, Astana) E-mail: aiganym128@mail.ru	A. KUSSAINOVA PhD candidate L.N. Gumilyov Eurasian National University, (Kazakhstan, Astana) E-mail: ainura_kkk777@mail.ru <i>Received 23.11.2024</i> <i>Received in revised form 13.12.2024</i> <i>Accepted for publication 30.12.2024</i>
--	---

Н. АБИШОВ¹✉, Р. АҒЫБЕТОВА², А. ОМАРОВА², А. ҚҰСАЙЫНОВА²

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

²Л.Н. Гумилев Атындағы Еуразия Ұлттық Университеті
(Қазақстан, Астана)

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ МЕЙРАМХАНА БИЗНЕСІН ТАЛДАУ

Аңдатпа. Мейрамхана индустриясы, туризмнің басқа салалары сияқты, өзінің табиғаты мен қызмет аясының алуан түрлілігіне байланысты ең күрделі салалардың бірі болып саналады. Мейрамхананың рөлі адамның тағамға деген негізгі қажеттілігін қанағаттандырудан да асып түседі; ол сондай-ақ жергілікті дәстүрлер мен ұлттық тағамдардың дәмін ұсына отырып, әлеуметтік өзара әрекеттесу, ойын-сауық және мәдени шоғылу кеңістігі ретінде қызмет етеді. Мейрамхана бизнесінің теориялық негіздерін, оның тарихи дамуын, жіктелуін және мейрамхана қызметіне әсер ететін факторларды, мысалы, қызмет көрсету әдістері мен ұйымдастыру стратегияларын зерттеу мейрамхана секторының бірегей сипаттамаларын жақсырақ түсінуге көмектеседі. әртүрлі елдер мен аймақтар, сондай – ақ географиялық факторлардың әртүрлі мәдениеттердегі азық – түлік жүйелеріне әсері.

Азық-түлік жеткізудің әлемдік нарығы жеткізу секторының кеңеюіне, тамақ өнеркәсібіндегі технологиялық инновацияларға, операцияларды цифрландыруға және жаңа бизнес үлгілерін кеңінен енгізуге байланысты өсуін жалғастырады деп күтілуде.

Сол сияқты, Қазақстандағы қоғамдық тамақтандыру нарығы қарқынды өсуді бастан кешіруде, толық қызмет көрсететін мейрамханалар ең танымал сегментке айналууда [1].

Кілт сөздер: мейрамхана, Мейрамхана Бизнесі, қоғамдық тамақтану нарығы, мейрамхана кәсіпорындары, қызмет көрсету, желілер, қызметкерлер.

Н. АБИШОВ¹✉, Р. АҒЫБЕТОВА², А. ОМАРОВА², А. КУСАИНОВА²

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: abishov.nurzhan@iuth.edu.kz

²Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева
(Казахстан, Астана)

АНАЛИЗ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Аннотация. Ресторанная индустрия, как и другие отрасли туризма, считается одной

из самых сложных из-за своего разнообразного характера и спектра деятельности. Роль ресторана выходит за рамки простого удовлетворения основных потребностей человека в еде; он также служит пространством для социального взаимодействия, развлечений и культурного погружения, предлагая познакомиться с местными традициями и национальной кухней. Изучение теоретических основ ресторанного бизнеса, его исторического развития, классификаций и факторов, влияющих на работу ресторанов, таких как методы обслуживания и организационные стратегии, помогает лучше понять уникальные характеристики ресторанного сектора в разных странах и регионах, а также влияние географических факторов на системы питания в различных странах. различные культуры.

Ожидается, что мировой рынок доставки продуктов питания продолжит свой рост, обусловленный расширением сектора доставки, технологическими инновациями в пищевой промышленности, цифровизацией операций и все более широким внедрением новых бизнес-моделей.

Аналогичным образом, рынок общественного питания в Казахстане переживает стремительный рост, при этом рестораны полного цикла становятся наиболее популярным сегментом [1].

Ключевые слова: ресторан, ресторанный бизнес, рынок общественного питания, ресторанные предприятия, сервис, сети, персонал.

Zh. ABDIKHANOVA¹✉, A. SHOKPAROV², A. NURMANOVA¹

¹Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), E-mail: zhadyra.abdikhanova@mail.ru

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

***GAMIFICATION IN LANGUAGE LEARNING: A CASE STUDY OF TEACHING
LANGUAGE TO TOURISM STUDENTS***

Abstract. *This article explores the impact of gamification and video games on the process of learning English among tourism students to develop language skills and increase motivation. The study was conducted at the International University of Tourism and Hospitality in Turkestan using a mixed-methods approach including questionnaires, observations, and interviews with students and teachers. A total of 18 first-year students used the Quizlet platform over four weeks to learn new vocabulary. A language learning motivation scale and a Quizlet attitude questionnaire were used to assess students' motivation and attitudes toward gamification. According to pre-test and post-test surveys and a paired-sample t-test, no statistically significant differences ($p = 0.476$) were observed in vocabulary acquisition, although slight improvement was noted. However, observations and interviews indicated that gamification fostered active participation, enhanced motivation, and made language learning more interactive and engaging. Teachers also reported improved classroom atmosphere and student engagement.*

Keywords: *tourism students, gamification, vocabulary learning, motivation, Quizlet, English as a foreign language*

Introduction

Games have been used as a method of teaching since ancient times. However, they gained particular popularity in the modern education system during the 18th and 19th centuries. In Europe and America, games were incorporated into educational practices to develop essential life skills such as mathematics, reading, and moral reasoning. These methods emphasized practical application, preparing children to solve complex real-life tasks while strengthening their social and cognitive abilities.

With the development of pedagogy in the 20th century, games began to be viewed not merely as a form of entertainment, but as a powerful educational tool for both children and adults. The work of prominent theorists such as Jean Piaget, Lev Vygotsky, and John Dewey significantly contributed to this shift. Piaget highlighted the role of play in cognitive development; Vygotsky

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Abdikhanova Zh., Shokparov A., Nurmanova A. Gamification in Language Learning: A Case Study of Teaching Language to Tourism Students // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. –No4(6). –Б. 28–37.
<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.03>

***Cite us correctly:** Abdikhanova Zh., Shokparov A., Nurmanova A. Gamification in Language Learning: A Case Study of Teaching Language to Tourism Students // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2023. –No4(6). –Б. 28–37.
<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.03>

emphasized its importance in socialization and the acquisition of cultural skills; and Dewey saw games as a way to engage students actively in the learning process [1], [2].

By the mid-20th century, games were increasingly included in educational programs to make learning more enjoyable and effective. This included board games, role-playing activities, and simulation exercises that allowed students to practice complex concepts in real-life scenarios. Such methods were used not only in primary schools but also in secondary and higher education.

Since the late 20th century, educational games have become even more significant due to the rise of computer technologies and digital platforms. Interactive games and simulations are now an integral part of many educational programs worldwide. They are used to teach subjects such as languages, mathematics, and science, while also fostering critical thinking, teamwork, and problem-solving skills. Modern research highlights the effectiveness of game-based learning: it enhances concentration, boosts motivation, and facilitates deeper understanding. In the era of distance education and online courses, gaming approaches have evolved alongside technologies like virtual and augmented reality, as well as artificial intelligence, offering exciting new possibilities in education.

Recent studies show that gamification can significantly enhance students' language proficiency by promoting active engagement and improving learning outcomes through repetition and feedback [10]. Incorporating game elements not only makes learning more enjoyable but also meets the diverse needs of learners—particularly in travel or study-abroad programs, where multilingualism and intercultural communication are essential. Research by Anderson and Dill confirms that gamification can increase motivation and academic performance in educational settings [9].

Khamrakhodzhayeva and colleagues emphasize that “games are a method of pedagogical activity that serve as a form of recreation and entertainment during subject learning. The role of play in foreign language lessons is immense, as it makes the learning process appealing and engaging for every student” [5]. Moreover, when students communicate in a foreign language during games, additional learning opportunities arise. Games positively impact attention, memory, thinking, and imagination, often requiring significant emotional and cognitive effort. They should be tailored to students' proficiency levels and address specific grammatical or lexical material. Games help practice pronunciation, activate vocabulary and grammar, and develop listening and speaking skills. They can also be used to relieve psychological fatigue, mobilize mental effort, foster organizational and self-discipline skills, and create a joyful classroom atmosphere.

The multifaceted benefits of games in language learning lie in their ability to simultaneously engage cognitive, emotional, and linguistic skills. According to Khamrakhodzhayeva et al., games are especially effective in developing attention, memory, thinking, and imagination. These activities demand active student participation and deepen their engagement with the learning content [5].

Moreover, games can be adapted to suit different levels of student readiness and focus on specific language areas. This is particularly beneficial for university students in tourism programs, who must develop pronunciation, expand their vocabulary, and strengthen their listening and speaking abilities—skills that are vital for future tourism professionals. Games also help combat psychological fatigue and maintain concentration throughout a lesson. In addition, they stimulate cognitive activity, foster organizational skills, and instill discipline, all of which are important qualities in the tourism industry.

One of gamification's key strengths is its adaptability to individual learning needs. For instance, in educational travel programs, students often need to quickly acquire functional language

skills. Role-playing and simulation-based activities can immerse learners in realistic situations such as navigating airports, checking into hotels, or engaging in intercultural conversations. These skills are critical in the tourism sector, where professional success hinges on effective communication. Motivation, a key factor in language acquisition, links education to career opportunities and professional growth. Future tourism professionals must be able to represent themselves and communicate clearly in scientific, business, and international contexts to attract potential clients.

By integrating game mechanics such as points, leaderboards, and rewards into language education, gamification fosters higher engagement and motivation while creating a dynamic and interactive learning environment. Proficiency in foreign languages is especially important in tourism, which revolves around social interaction and the ability to communicate across languages.

Effective language use is impossible without a sufficient vocabulary [7]. Learners often find vocabulary acquisition tedious and difficult, especially when trying to use new words in context [12]. Thus, foreign language teachers should adopt effective and engaging approaches to vocabulary learning. As a result, game-based language learning is gaining momentum.

Recent developments in information technology have led to the emergence of innovative web tools tailored to the needs of Generation Z, who are inherently digital natives. The integration of ICT tools into foreign language instruction has become a vital aspect of modern language teaching, as it significantly boosts learners' interest and accelerates language development [8].

This article has explored the role of gamification and educational games in language learning, with a particular focus on tourism students. It has examined the impact of game-based learning on skill development, vocabulary acquisition, and grammar application in real-life scenarios. Gamification not only makes learning more engaging but also equips students with the linguistic and interpersonal skills necessary for success in the tourism industry.

Methodology

To assess the effectiveness of gamification in language learning, the researchers employed a mixed-methods approach. A group of 18 first-year students from the International University of Tourism and Hospitality in Turkestan participated in the study during the 2023–2024 academic year. The aim was to explore students' perceptions of gamified language learning and measure its impact on their progress.

Several four-week learning sessions were conducted, during which gamification strategies were integrated into language lessons. To evaluate students' progress, both pre-tests and post-tests were administered. The researchers analyzed the differences between the results to assess changes in language proficiency and engagement levels before, during, and after the implementation of gamified instruction.

Data collection tools included:

- A Motivation Scale for Language Learning, consisting of 24 items designed to assess students' motivation to learn English through gamification [13].
- A Quizlet-based questionnaire developed by Dizon [14], comprising 23 items. The first six questions addressed students' general preferences in language learning, while the remaining items focused on the integration of game-based methods based on Davis' framework.

Students responded to both questionnaires using a five-point Likert scale ranging from 1 (Strongly Disagree) to 5 (Strongly Agree).

In addition to surveys, classroom observations and semi-structured interviews with both students and teachers were conducted throughout the study. These qualitative methods helped to

provide a deeper understanding of how gamification influenced learning outcomes and classroom dynamics.

For four weeks, students were introduced to new vocabulary using Quizlet, which incorporated game-based learning techniques. Teachers led the lessons using gamified strategies, and students received links to flashcard sets aligned with the course content. Observations and interviews were conducted after each session to capture ongoing changes in engagement and attitudes.

At the end of the course, students completed the post-test and filled out follow-up questionnaires. The quantitative data were analyzed using SPSS software. Descriptive statistics (means and standard deviations) were calculated, and a paired-samples t-test was used to determine whether the differences between the pre-test and post-test scores were statistically significant.

This methodology allowed the researchers to assess the learning progress of the experimental group and evaluate the impact of gamification on their academic performance in language learning.

Results and discussion

The results of the study demonstrate that, although the use of gamification through the Quizlet platform led to a slight improvement in students' vocabulary test scores, the difference was not statistically significant. As shown in Table 1, the mean score increased modestly from 3.63 (SD = 0.34) in the pre-test to 3.74 (SD = 0.37) in the post-test. A paired-sample t-test indicated that this improvement was not statistically significant, $t(17) = -0.733$, $p = 0.476$. Therefore, while quantitative data do not confirm a significant impact of gamification on vocabulary acquisition, they suggest a potential positive trend.

Table 1 – The results of pre-test and post-test

		Mean	N	Std.Deviation	Std.Error Mean	t	Sig.
Pair 1	Pre-test	3.63	18	0,34	0,07922		
	Post-test	3,74	18	0,37	0,087	-0,733	0,476

In contrast, qualitative data obtained from classroom observations and semi-structured interviews with both students and instructors revealed important insights into the benefits of gamification. Students were observed actively participating in classroom activities, enthusiastically engaging with the Quizlet flashcards, and often collaborating with peers. They responded positively to the interactive nature of the learning process, frequently describing the experience as “fun,” “motivating,” and “less stressful” compared to traditional methods.

The bar chart in Figure 1 shows how much time students reported spending on learning new material using games in class. The majority of students (8 out of 18) spent between 20 and 40 minutes per week engaging with gamified learning activities, such as Quizlet-based vocabulary games. This was followed by 5 students who reported spending less than 20 minutes, 3 students who spent 40–60 minutes, and only 2 students who invested more than 60 minutes per week.

These findings support the observational data indicating moderate but consistent engagement. The fact that nearly half the students spent at least 20–40 minutes per week suggests that gamified learning tools were successfully integrated into students' weekly study routines. Although some students engaged less frequently, the overall trend highlights that the majority were actively involved, which aligns with their self-reported motivation and enthusiasm noted in the interviews

and questionnaire responses.

Figure1 – Amount of spent time to learn new material with the help of gamification.



These results indicate a moderate but consistent level of engagement with the gamified learning tools. The fact that most students regularly dedicated time to vocabulary acquisition outside standard classwork suggests that gamification positively influenced their study habits.

Further support comes from questionnaire responses, summarized in Table 2. The mean score was 4.12 out of 5, indicating a generally positive attitude toward gamified learning methods.

Table 2 – Average values and standard deviation according to the questionnaire data.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation
Total	18	3.00	5.00	4.1222	0.47856

In interviews, students highlighted the value of interactive features such as flashcards, timed quizzes, and leaderboards. These elements not only maintained their motivation but also helped them to break down complex vocabulary into more manageable components. Students also appreciated the sense of progress and competition, which enhanced their intrinsic motivation and interest in learning.

Teachers echoed these positive observations, noting improved classroom atmosphere, increased participation, and enhanced student cooperation. One teacher specifically pointed out that the competitive and playful nature of the activities encouraged more effective peer communication and collaboration. Moreover, teachers reported better vocabulary retention compared to previous semesters that relied solely on traditional instruction.

Gamification also proved adaptable to students' varying levels of preparedness. Tourism students, in particular, benefitted from role-playing and situational exercises that helped them connect language learning with real-life professional contexts—such as working at hotels, handling customer service, or managing tourist interactions.

These outcomes are consistent with previous studies, including research by Khamrakhodzhayeva et al., which emphasized that gamified approaches enhance not only engagement but also cognitive abilities such as memory, problem-solving, and attention. Teachers in this study also observed greater resilience and persistence among students in learning new vocabulary, as well as improved organization and time management skills.

Although the improvement in vocabulary test scores was not statistically significant, the increase in motivation, participation, and strategic learning behaviors suggests that gamification can contribute meaningfully to long-term language development. These findings underline the value of

integrating platforms like Quizlet into EFL instruction—not only to support academic goals but also to foster soft skills essential for tourism professionals, such as teamwork, adaptability, and confident communication in multilingual contexts.

Conclusion and Recommendations

The findings of this study demonstrate that while the improvement in students' vocabulary test scores was not statistically significant, the use of gamification—specifically through the Quizlet platform—had a notably positive impact on student motivation, engagement, and participation. In the field of tourism, where communication skills and language fluency are essential, the ability to actively use vocabulary in real-life scenarios is more valuable than passive memorization. Gamification supports this need by making the learning process more interactive, personalized, and enjoyable.

Interviews and classroom observations revealed that game-based features—such as flashcards, timed quizzes, and leaderboards—fostered a positive classroom atmosphere, encouraged collaboration, and helped students stay motivated. These elements also contributed to reducing anxiety and cognitive fatigue, which are common among first-year university students adapting to a new academic environment.

Based on the results of this study, the following practical recommendations can be made:

1. Integrate gamified tools into regular instruction. Platforms like Quizlet should be consistently incorporated into the language curriculum, especially for teaching vocabulary and reinforcing speaking skills.
2. Adapt games to reflect professional contexts. For tourism students, it is beneficial to include real-life scenarios such as hotel check-ins, customer service interactions, and guided tours. This enhances the relevance and applicability of language learning.
3. Encourage independent learning. Gamified activities can also be assigned as homework, promoting regular practice and improving students' self-discipline and time management skills.
4. Use diverse game formats. While Quizlet was effective, introducing additional formats like role-plays, simulations, or virtual quests can accommodate different learning styles and prevent monotony.
5. Support teacher training in digital tools. For gamification to be successfully implemented, teachers must be equipped with the necessary digital literacy and methodological skills.
6. Continue monitoring student progress. Although the immediate vocabulary gains were limited, long-term tracking of language competence and engagement levels is essential to fully understand the impact of gamified learning.

In conclusion, gamification is not a universal solution, but it is a powerful supplementary tool in foreign language instruction. When thoughtfully applied, it enriches the educational experience and supports the development of essential linguistic and interpersonal skills—particularly for students preparing for careers in the global tourism industry.

Acknowledgments

The authors express gratitude to the students and teachers of the Department of Tourism of the International University of Tourism and Hospitality in Turkestan for their participation in the study and their valuable feedback during the study.

BIBLIOGRAPHY

1. Piaget, J. Play, dreams and imitation in childhood. – Routledge, 2013. – URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315009698/play-dreams-imitation-childhood-piaget-jean> (дата обращения: 24.12.2024).
2. Vygotsky, L. S. Mind in society: The development of higher psychological processes (Vol. 86). – Harvard University Press, 1978. – URL: <https://books.google.com/books?id=1vQA7yy3sHQC> (дата обращения: 24.12.2024).
3. Dewey, J. Experience and education // The Educational Forum. – 1986. – Vol. 50, № 3. – P. 243-252. – Taylor & Francis Group. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00131728609336317> (дата обращения: 24.12.2024).
4. Pidaeva, S. B. The use of games when teaching a foreign language at the university // Oriental Renaissance: Innovative, Educational, Natural and Social Sciences. – 2023. – Vol. 3, № 5. – P. 334-338. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-use-of-games-when-teaching-a-foreign-language-at-the-university> (дата обращения: 24.12.2024).
5. Хамраходжаева С., Нарбекова З., Режапова Н. Использование разнообразных игр при обучении иностранному языку в университете // Society and Innovations. – 2021. – Спецвыпуск 2. – С. 334-338. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-use-of-games-when-teaching-a-foreign-language-at-the-university> (дата обращения: 24.12.2024).
6. Behrooz, M., Amoozegar, A. Challenges to English language teachers of secondary schools in Iran // Procedia - Social and Behavioral Sciences. – 2014. – Vol. 136. – P. 203-207. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.314>.
7. Cinar, I., Ari, A. The effects of Quizlet on secondary school students' vocabulary learning and attitudes towards English // Asian Journal of Instruction (E-AJI). – 2019. – Vol. 7, № 2. – P. 60-73. – DOI: <https://doi.org/10.29322/aji.2019.7.2.7>.
8. Aksel, A. Vocabulary learning with Quizlet in higher education // Language Education and Technology. – 2021. – Vol. 1, № 2. – P. 53-62. – DOI: <https://doi.org/10.36608/let.2021.1.2.7>.
9. Anderson, C. A., Dill, K. E. Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life // Journal of Personality and Social Psychology. – 2000. – Vol. 78, № 4. – P. 772-790. – DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.4.772>.
10. Gee, J. P. What video games have to teach us about learning and literacy // Computers in Entertainment (CIE). – 2003. – Vol. 1, № 1. – P. 20. – DOI: <https://doi.org/10.1145/950162.950163>.
11. To'ymetova, U. Students' perception of using Quizlet to learn vocabulary in English language classroom // Proceedings of the 2nd International Scientific Conference Current Issues in Foreign Language Education. – 2024. – P. 135-142. – Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University, Kazakhstan.
12. Aprilani, D. Students' perception in learning English vocabulary through Quizlet / D. Aprilani // Journal of English Teaching. — 2021. — Vol. 10, No. 3. — P. 56-67. — URL: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1322046> (accessed: 28.12.2024).
13. Ersoy, A., & Boyaci, A. (2018). Motivation scale for language learning / A. Ersoy, A. Boyaci // Journal of Language and Linguistic Studies. — 2018. — Vol. 14, No. 2. — P. 253-268.
14. Dizon, G. (2016). A study on students' attitudes toward gamified learning using Quizlet /

G. Dizon // Journal of Educational Technology & Society. — 2016. — Vol. 19, No. 4. — P. 234-245.

REFERENCES

1. Piaget, J. Play, dreams and imitation in childhood. – Routledge, 2013. – URL: <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315009698/play-dreams-imitation-childhood-piaget-jean> (data obraşenia: 24.12.2024).
2. Vygotsky, L. S. Mind in society: The development of higher psychological processes (Vol. 86). – Harvard University Press, 1978. – URL: <https://books.google.com/books?id=1vQA7yy3sHQC> (data obraşenia: 24.12.2024).
3. Dewey, J. Experience and education // The Educational Forum. – 1986. – Vol. 50, № 3. – P. 243-252. – Taylor & Francis Group. – URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/00131728609336317> (data obraşenia: 24.12.2024).
4. Pidaeva, S. B. The use of games when teaching a foreign language at the university // Oriental Renaissance: Innovative, Educational, Natural and Social Sciences. – 2023. – Vol. 3, № 5. – P. 334-338. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-use-of-games-when-teaching-a-foreign-language-at-the-university> (data obraşenia: 24.12.2024).
5. Hamrahojaeva S., Narbekova Z., Rejapova N. İspölzovanie raznoobraznyh igr pri obuchenii inostrannomu iazyku v universitete [Using a variety of games when teaching a foreign language at a university] // Society and Innovations. – 2021. – Spesvypusk 2. – S. 334-338. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-use-of-games-when-teaching-a-foreign-language-at-the-university> (data obraşenia: 24.12.2024).
6. Behrooz, M., Amoozegar, A. Challenges to English language teachers of secondary schools in Iran // Procedia - Social and Behavioral Sciences. – 2014. – Vol. 136. – P. 203-207. – DOI: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.05.314>.
7. Cinar, I., Ari, A. The effects of Quizlet on secondary school students' vocabulary learning and attitudes towards English // Asian Journal of Instruction (E-AJI). – 2019. – Vol. 7, № 2. – P. 60-73. – DOI: <https://doi.org/10.29322/aji.2019.7.2.7>.
8. Aksel, A. Vocabulary learning with Quizlet in higher education // Language Education and Technology. – 2021. – Vol. 1, № 2. – P. 53-62. – DOI: <https://doi.org/10.36608/let.2021.1.2.7>.
9. Anderson, C. A., Dill, K. E. Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life // Journal of Personality and Social Psychology. – 2000. – Vol. 78, № 4. – P. 772-790. – DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.4.772>.
10. Gee, J. P. What video games have to teach us about learning and literacy // Computers in Entertainment (CIE). – 2003. – Vol. 1, № 1. – P. 20. – DOI: <https://doi.org/10.1145/950162.950163>.
11. To'ymetova, U. Students' perception of using Quizlet to learn vocabulary in English language classroom // Proceedings of the 2nd International Scientific Conference Current Issues in Foreign Language Education. – 2024. – P. 135-142. – Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University, Kazakhstan.
12. Aprilani, D. Students' perception in learning English vocabulary through Quizlet / D. Aprilani // Journal of English Teaching. – 2021. – Vol. 10, No. 3. – P. 56-67. – URL: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1322046> (accessed: 28.12.2024).

13. Ersoy, A., & Boyaci, A. (2018). Motivation scale for language learning / A. Ersoy, A. Boyaci // Journal of Language and Linguistic Studies. — 2018. — Vol. 14, No. 2. — P. 253-268.

14. Dizon, G. (2016). A study on students' attitudes toward gamified learning using Quizlet / G. Dizon // Journal of Educational Technology & Society. — 2016. — Vol. 19, No. 4. — P. 234-245.

Zh. ABDIKHANOVA

Master student of Khoja Akhmet Yassawi
International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), E-mail:
zhadyra.abdikhanova@mail.ru

A. SHOKPAROV

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

A. NURMANOVA

Master of Science
Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-
Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), E-mail:
aigul.nurmanova@ayu.edu.kz

Received 23.11.2024

Received in revised form 13.12.2024

Accepted for publication 30.12.2024

Ж. ӘБДІХАНОВА¹✉, А. ШОҚПАРОВ², А. НҰРМАНОВА¹

¹Қожа Ахмет Яссауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті

(Қазақстан, Түркістан), E-mail: zhadyra.abdikhanova@mail.ru

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан)

**ТІЛ ҮЙРЕНУДЕГІ ГЕЙМИФИКАЦИЯ: ТУРИЗМ СТУДЕНТТЕРІНЕ ТІЛДІ
ОҚЫТУДЫҢ ПРАКТИКАЛЫҚ МЫСАЛЫ**

Аңдатпа. Бұл мақалада туризм мамандығында оқитын студенттердің ағылшын тілін үйрену процесінде геймификация мен бейнеойындардың тілдік дағдыларды дамыту және мотивацияны арттырудағы әсері зерттеледі. Зерттеу Түркістан қаласындағы Халықаралық туризм және қонақжайлылық университетінде аралас әдіс (сауалнама, бақылау және сұхбаттар) негізінде жүргізілді. Экспериментке 18 бірінші курс студенті қатысты, олар төрт апта бойы жаңа сөздерді үйрену үшін Quizlet платформасын пайдаланды. Студенттердің мотивациясы мен геймификацияға деген көзқарасын бағалау үшін тілді үйренуге арналған мотивация шкаласы және Quizlet қолдану сауалнамасы қолданылды. Алдын ала және қорытынды тест нәтижелері мен жұпталған t-тестке сәйкес, сөздік қорының өсуінде статистикалық жағынан маңызды айырмашылық байқалмады ($p = 0.476$), дегенмен аздаған оң өзгеріс болды. Дегенмен, бақылау мен сұхбат нәтижелері геймификацияның студенттердің белсенділігін арттырғанын, олардың ынтасын күшейтіп, тіл үйрену процесін тартымды әрі интерактивті еткенін көрсетті. Мұғалімдер де аудиториядағы атмосфера мен студенттердің сабаққа қатысу деңгейінің жақсарғанын атап өтті.

Кілт сөздер: туризм студенттері, геймификация, сөз үйрену, мотивация, Quizlet, шет тілі ретінде ағылшын тілі

Ж. АБДИХАНОВА¹✉, А. ШОКПАРОВ², А. НУРМАНОВА¹

¹Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Яссави
(Казахстан, Туркестан), E-mail: zhadyra.abdikhanova@mail.ru

²Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан)

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В ИЗУЧЕНИИ ЯЗЫКА: ПРАКТИЧЕСКИЙ ПРИМЕР ПРЕПОДАВАНИЯ ЯЗЫКА СТУДЕНТАМ ТУРИСТИЧЕСКИХ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ

Аннотация. В данной статье рассматривается влияние геймификации и видеоигр на процесс изучения английского языка среди студентов туристических специальностей с целью развития языковых навыков и повышения мотивации. Исследование проводилось в Международном университете туризма и гостеприимства в Туркестане с использованием смешанного метода, включающего анкетирование, наблюдение и интервью со студентами и преподавателями. В эксперименте приняли участие 18 первокурсников, которые в течение четырёх недель использовали платформу Quizlet для изучения новой лексики. Для оценки мотивации и отношения к геймифицированному обучению были применены шкала мотивации к изучению языка и анкета по использованию Quizlet. Согласно результатам предтестов и посттестов, а также *t*-критерию для связанных выборок, статистически значимых изменений в усвоении лексики не было зафиксировано ($p = 0.476$), хотя наблюдалось незначительное улучшение. Тем не менее, наблюдения и интервью показали, что геймификация способствовала активному участию студентов, повысила их мотивацию и сделала процесс изучения языка более увлекательным и интерактивным. Преподаватели также отметили улучшение атмосферы в аудитории и вовлечённости студентов.

Ключевые слова: студенты туризма, геймификация, изучение словарного запаса, мотивация, Quizlet, английский как иностранный язык

М. ДЖАНАРГАЛИЕВА¹✉, Ж. ДӘУІТ¹

¹Торайгыров университет

(Казахстан, Павлодар), E-mail: malika_28-01@mail.ru

**ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ДОРОЖНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ И ПРИДОРОЖНОГО
СЕРВИСА КАК ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТУРИСТСКУЮ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ПАВЛОДАРСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Аннотация. Индустрия туризма – одна из самых быстрорастущих отраслей в 21 веке. В 2023 году доля индустрии путешествий и туризма в мировом ВВП составит 9,1 %, что на 23,2 % больше, чем в 2022 году.

В статье рассматривается вопрос взаимосвязи дорожного и придорожного сервисов с туризмом, а именно их влияние на туристскую привлекательность региона. Был проанализирован опыт зарубежных стран по улучшению данных сервисов с приведением статистики. Также были рассмотрены тенденции в строительстве транспортных систем с учетом компонента устойчивости и экологичности, а именно внедрение передовых технологий таких, как метода стабилизации грунта, использование нанополимерной примеси, использование переработанных и экологически чистых материалов, внедрение умных датчиков для мониторинга состояния дорог, интеграция возобновляемых источников энергии.

Далее была изучена ситуация с транспортными системами и придорожным сервисом в нашей стране. В Казахстане наблюдается рост показателя качества дорог. По информации Министерства транспорта Республики Казахстан, за прошлый год доля дорог республиканского значения, соответствующих нормативам, достигла 92%. Что до развития придорожного сервиса, то данный вопрос в Казахстане приобретает все большее значение в связи с увеличением потока автотранспорта и ростом числа туристов. Согласно поручению Главы государства, до 2025 года все дороги будут обеспечены придорожным сервисом, соответствующим Национальному стандарту. На основе данного стандарта была разработана типовая карта расположения придорожного сервиса Павлодарской области (трассы Аксу, Экибастуз, Баянаульский район).

Ключевые слова: туризм, транспортные системы, придорожный сервис, Казахстан, Павлодарская область

Введение

Индустрия туризма – одна из самых быстрорастущих отраслей в 21 веке. В 2023 году доля индустрии путешествий и туризма в мировом ВВП составит 9,1 %, что на 23,2 %

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Джанаргалиева М., Дауит Ж., Оценка состояния дорожной инфраструктуры и придорожного сервиса как факторов, влияющих на туристскую привлекательность региона (на примере павлодарской области) // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 38–53. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.04>

***Cite us correctly:** Janargalieva M., Dauit J., Osenka sostoiania dorojnoi infrastruktury i pridorojnogo servisa kak faktorov, vliiauişih na turistskuiu privlekatelnost regiona (na primere pavlodarskoï oblasti) [Assessment of the state of road infrastructure and roadside services as factors influencing the tourist attractiveness of the region (using the example of the Pavlodar region)] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 38–53. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.04>

больше, чем в 2022 году.

Правильное использование туристского потенциала позволяет многим странам должным образом поднять экономические показатели, привлечь инвесторов для модернизации зон отдыха, создать новые рабочие места, а также способствует сохранению исторического, культурного и природного достояния ввиду бережного отношения и работы для повышения аттрактивности отдельных рекреационных территорий.

Наличие мест, потенциально привлекательных для туристов, не является решающим фактором в развитии туризма в регионе. Большую роль в привлечении путешествующих играет налаженные и функционирующие логистика и инфраструктура, обеспечивающие доступ и удобства при посещении той или иной достопримечательности. Становление же туристской инфраструктуры в регионе имеет ряд вытекающих преимуществ:

- 1) Улучшение качества жизни местных жителей ввиду совершенствования транспортных систем, позволяющих легко добраться до учебных заведений, работы и прочего;
- 2) Сохранение местной культуры и традиций с помощью средств, полученных от туризма;
- 3) Инвестиционные возможности – развитие туризма в регионе открывает инвестиционные возможности для государства и предпринимателей. К примеру, инвестирование в открытие магазинов, средств размещения (гостиниц, отелей, хостелов и пр.) и предприятий общественного питания (ресторанов, кафе, пабов и пр.);
- 4) Положительное экономическое воздействие.

Для успешного формирования туристской инфраструктуры следует предпринять следующие шаги:

- 1) Оценка и планирование – анализ существующих туристских объектов, понимание потребностей туристов и постановку четких целей для развития;
- 2) Инвестиции и финансирование;
- 3) Реализация проекта – строительство объектов, обеспечивающих развитие туризма в регионе, модернизация имеющейся инфраструктуры и внедрение новых технологий;
- 4) Управление и обслуживание. [1]

На рисунке 1 представлены этапы развития инфраструктуры туризма.



Рисунков 1 – Этапы развития инфраструктуры туризма [1]

Для успешного становления и длительного функционирования инфраструктуры туризма необходимо обеспечить зоны отдыха качественными дорожным и придорожным сервисами.

Материалы и методы исследования

В статье была использована следующая методология исследования:

1. Подготовительный этап:

-анализ зарубежного опыта: рассмотрены примеры других стран в улучшении транспортных систем и придорожного сервиса, включая использование статистических данных и современных технологий (например, нанополимерных примесей, переработанных материалов, внедрения "умных" датчиков и возобновляемых источников энергии);

-анализ текущей ситуации в Казахстане: проведен детальный обзор состояния дорожной инфраструктуры и придорожного сервиса, с акцентом на Павлодарскую область. Использованы данные Министерства транспорта Республики Казахстан, Управления пассажирского транспорта и автомобильных дорог Павлодарской области и Бюро национальной статистики;

2. Основной этап:

-комплексный подход: исследование включало рассмотрение устойчивости транспортных систем, экономического влияния и удовлетворенности потребителей;

-разработка типовой карты на основе Национального стандарта Республики Казахстан «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к объектам дорожного сервиса и их услугам» (СТ РК 2476-2014);

3. Заключительный этап:

-разработка рекомендаций: на основании собранной информации и анализа был предложен план улучшения дорожной и придорожной инфраструктуры Павлодарской области (трассы Аксу, Экибастуз, Баянаульский район).

Материалом исследования послужили данные о состоянии автодорог Павлодарской области, включая выявленные дефекты дорожного полотна, количество и расположение объектов придорожного сервиса (АЗС, СТО, зоны отдыха, мотели). Учитывались экспертные оценки состояния инфраструктуры, а также рекомендации Министерства транспорта Республики Казахстан и местных органов власти. В исследовании применены как количественные данные (статистика и показатели), так и качественные данные (аналитические и экспертные оценки), что обеспечило комплексное освещение проблемы и формирование основанных на доказательствах выводов и рекомендаций.

При проведении исследования использовались аналитический и статистический методы, которые позволили изучить текущее состояние дорожной инфраструктуры и придорожного сервиса в Казахстане и Павлодарской области на основе данных Министерства транспорта Республики Казахстан, Управления пассажирского транспорта и автомобильных дорог Павлодарской области и Бюро национальной статистики. Применение сравнительного метода позволило сопоставить опыт Казахстана с зарубежными практиками, включая примеры из Китая, Швеции и стран ЕС, что помогло выявить наиболее эффективные подходы к улучшению дорожной инфраструктуры. Использование картографического метода выразилось в разработке типовой карты размещения объектов придорожного сервиса для Павлодарской области с учетом Национального стандарта Республики Казахстан «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к объектам дорожного сервиса и их услугам» (СТ РК 2476-2014). Метод экспертного анализа обеспечил

выявление основных проблем и формирование рекомендаций, основанных на профессиональной оценке состояния дорог и придорожной инфраструктуры. Системный подход позволил рассмотреть взаимосвязь транспортной системы, придорожного сервиса и туристской привлекательности региона как единого комплекса. Также был задействован метод проектов для разработки предложений по модернизации дорожной инфраструктуры, включая внедрение инновационных технологий и экологически чистых решений.

Транспортная система и туризм

Между туризмом и транспортной системой прямо пропорциональная зависимость. Эффективная транспортная система не только улучшает впечатления путешественников, но и определяет экономическую жизнеспособность пункта назначения. Транспортная доступность играет ключевую роль в привлечении туристов. По данным ЮНВТО, направления с хорошим воздушным сообщением увеличивают объем международного туризма на 10 % по сравнению с направлениями с ограниченным сообщением. Например, в Лиссабоне, столице Португалии, после расширения аэропорта рост туризма составил 20 %, что подчеркивает зависимость доступности региона и туристской привлекательности. [2]

Кроме того, интермодальные транспортные системы, объединяющие различные виды транспорта (например, поезда, автобусы и велосипеды), доказали свою эффективность в таких городах, как Амстердам, где 60 % поездок совершается на велосипедах, что способствует повышению мобильности и улучшению качества воздуха.

Инвестиции в транспорт также способствуют развитию местной экономики. Согласно исследованию Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA), каждое рабочее место, созданное в отрасли воздушного транспорта, создает 24 рабочих места в смежных секторах, таких как гостиничный бизнес и розничная торговля. Это наглядно показывает, как транспорт служит двигателем экономического развития. Помимо этого, инвестиции в транспортную инфраструктуру необходимы для развития туризма и повышения качества жизни в дестинациях.

Если говорить об инновациях в транспортной системе, то такие новшества как высокоскоростные поезда становятся альтернативой воздушному транспорту, за счет чего расширяется сеть доступа даже в самые маленькие города, районы государства. Например, линия высокоскоростных поездов AVE (Alta Velocidad Española) способствовала росту туризма в таких городах, как Толедо и Кордова (Испания), позволяя путешественникам посетить несколько мест за один день. [2]

Так как сегодня на повестке дня устойчивое развитие и экологичность, многие страны задумаются не только о достигаемости отдельных территорий, но и о том, чтобы все это соответствовало «зеленым» стандартам. Такие города, как Копенгаген, вкладывают средства в развитие велосипедной инфраструктуры, в результате чего 62 % жителей используют велосипеды в качестве ежедневного средства передвижения. Эта стратегия не только улучшает качество воздуха, но и делает город привлекательным для экотуризма.

Существует 4 уровня планирования транспортной системы, представленные на рисунке



Рисунок 2 – Уровни классического планирования транспортной системы

Генерация поездок – определение частоты отправления или назначения поездок в каждом районе в соответствии с целью поездки, в зависимости от землепользования и демографических характеристик семей, а также других социально-экономических факторов.

Распределение поездок – сопоставление места отправления и места назначения, часто используя функцию гравитационной модели, которая эквивалентна модели максимизации энтропии.

Модальный выбор – рассчитывание доли поездок между каждым пунктом отправления и назначения с использованием определенного вида транспорта.

Определение маршрутов - установление поездок, которые совершаются с помощью специальных видов транспорта между пунктами отправления и назначения, в соответствии с определенными маршрутами. Действует принцип равновесия пользователей Уордропа при котором каждый пользователь выбирает кратчайший маршрут (время в пути), и этот выбор точно так же делают все остальные пользователи. [3]

Несмотря на совершенствование транспортных систем и внедрение новых технологий и практик прослеживается ряд проблем, связанный с эксплуатацией транспорта в рамках туристской деятельности. Эти проблемы затрагивают не только туристскую отрасль, но и влияют на местные сообщества и окружающую среду:

1) Пробки на дорогах в популярных туристских местах могут привести к негативным впечатлениям путешественников и создать нагрузку на существующую инфраструктуру. Переполненность некоторых мест привела к перегрузке дорог, общественного транспорта и общественных мест. Согласно отчету ЮНВТО, 78 % туристских направлений считают перегруженность дорог одной из главных проблем, с которой они сталкиваются;

2) Безопасность транспортных систем – важнейшая проблема, затрагивающая как туристов, так и жителей города. Обеспечение безопасности пассажиров и надлежащее регулирование транспортных услуг является основополагающим фактором для поддержания доверия к этому сектору. Например, с появлением таких сервисов, как Uber и Lyft, многие города столкнулись с проблемой регулирования этих платформ для обеспечения безопасности пользователей. Регулирование может включать в себя проверку биографии водителей, установление справедливых тарифов и обеспечение надлежащего страхования пассажиров;

3) Транспорт является одним из основных источников выбросов парниковых газов, что представляет собой серьезную проблему в контексте изменения климата. По оценкам ЮНВТО, на транспорт приходится около 20 % выбросов CO₂, связанных с туризмом. Традиционные транспортные инфраструктуры, такие как автомагистрали и аэропорты, часто

способствуют ухудшению состояния окружающей среды. Круизная индустрия подвергается критике за воздействие на окружающую среду, особенно на такие хрупкие экосистемы, как коралловые рифы и прибрежные воды;

4) Неравенство в доступе к транспорту может исключать определенные группы населения, ограничивая их возможности пользоваться благами туризма. Это особенно актуально для сельских или менее развитых районов, где отсутствие транспортной инфраструктуры может изолировать общины. [2]

Придорожный сервис и туризм

Сопутствующим компонентом развития транспортной системы должна быть разработка придорожного сервиса, когда речь идет о длительных и продолжительных поездках.

Придорожный сервис представляет собой систему связанных между собой звеньев, обеспечивающих эффективное обслуживание большинства потребностей человека и его транспорта во время пути. Главной целью данного сервиса является качественное обслуживание транспортных средств, а также удовлетворение потребностей водителей и их пассажиров, что непременно ведет к экономической эффективности.

На рисунке 3 представлена структура придорожного сервиса.



Рисунок 3 – Структура придорожного сервиса

К структурной единице «Продажа ТС, запасных частей, материалов» относятся торговля ТС, запасными частями, диагностика, государственная регистрация или снятие с учета ТС и прочее. К структурной единице «Поддержание работоспособности и восстановление ТС» относятся услуги по ремонту ТС, техническая консультация, аренда и продажа инструментов, специализированного оборудования и инвентаря и прочее. К структурной единице «Обеспечение технической эксплуатации ТС» относятся продажа топлива, аксессуаров, услуги по сохранности ТС, мойка и хим. чистка ТС и прочее. К структурной единице «Обеспечение использования ТС» относятся услуги стоянок и гаражей, строительство и оборудование дорог, остановок и стоянок, продажа систем подогрева и кондиционирования и прочее. К структурной единице «Обеспечение безопасности пути» относятся страхование имущества и жизни, надлежащая уборка и чистка путей, организация движения и контроль, утилизация ТС и прочее. К структурной единице «Инфраструктура для человека в пути» относятся услуги общественного питания, гостиничные услуги,

медицинские услуги, справочные и информационные услуги, услуги прачечных и прочее.

В системе придорожного сервиса лидерами по количеству и высокой конкуренции являются такие структурные единицы, как АЗС и СТО. Нередко на подобных предприятиях помимо прямых услуг предоставляют дополнительные, как продажа запчастей, продуктов питания, либо организуют небольшое кафе на территории для увеличения прибыли и повышения привлекательности в глазах посетителей. [4]

Придорожный сервис включает в себя услуги, предоставляемые пользователю автодорог: водителям, пассажирам; людям, работающим в зданиях и сооружениях, которые расположены в пределах дороги. В зависимости от потребностей пользователей, можно выделить следующие типы придорожного сервиса:

- 1) Потребности, возникающие во время поездки – заправка, питание, отдых и прочее;
- 2) Дорожная информационная служба;
- 3) Розничное обслуживание – сельскохозяйственные рынки и прочее;
- 4) Отдых и туризм;
- 5) Общественный транспорт;
- 6) Услуги для грузового транспорта. [4]

Туризм является мощным двигателем для развития придорожного сервиса. Со стороны государства формирование сильного придорожного сервиса является частью, комплекующим имидж. Для предпринимателей – потенциально выгодной и перспективной ветвью для вливания инвестиций. Главное, чтобы были соблюдены три критерия: 1) наличие информационных таблиц и стендов вдоль дорог (желательно на нескольких языках); 2) соблюдение расстояния между определенными структурными единицами придорожного сервиса согласно стандарту; 3) сохранения единой стилистики всех элементов придорожного сервиса.

Зарубежный опыт

Китайский туристский рынок несмотря на то, что ему около 40 лет, является одним из самых динамично развивающихся в мире. Китай был вовлечен в мировую туристскую отрасль в конце 80-х. Политика реформ и открытости Дэн Сяопина ставила целью развитие туризма как значимого источника дохода государства, которые должны были пойти на финансирование внутренних преобразований. В этом контексте китайские власти сначала сосредоточились на стимулировании въездного и внутреннего туризма. Внутренний туризм, в свою очередь, рассматривался как способ борьбы с дефляционными процессами, благодаря стимулированию потребительских расходов населения. Ключевой задачей для успешного развития въездного туризма является создание необходимой и качественной инфраструктуры, которая обеспечит доступ к туристским достопримечательностям. Именно поэтому китайские власти с 80-х годов активно инвестировали в развитие подъездной и рекреационной инфраструктуры. Целью было реализовать возможность доступа к самым удаленным уголкам страны, что повлекло бы за собой не только экономический рост, но и большой поток туристов. Решением для реализации данной цели власти видели в развитии высокоскоростного железнодорожного транспорта.

Сегодня Китай имеет крупнейшую в мире сеть скоростных железных дорог, которая значительно превосходит по протяженности европейские и японские. На рисунке 4 представлена схема магистральных направлений железных дорог КНР, которая к 2020 должна была составлять 18 тысяч километров.



Рисунок 4 – Схема магистральных направлений железных дорог КНР [5]

Кроме того, в Поднебесной большое внимание уделяется развитию внутреннего авиасообщения (функционирует более 50 национальных авиаперевозчиков, обслуживающие как внутренние, так и международные рейсы). Также значительный вклад в развитие туризма в КНР вносит расширение сети качественных автодорог. Развернутая сеть дорог местного значения способствует посещению даже малоизвестных, но занятых и привлекательных мест. Главную роль в функционировании всех типов транспортных систем играет наличие единой системы управления. В настоящее время правительство Китая выделяет значительные средства и ресурсы на формирование централизованной системы управления транспортными потоками. [5]

На европейском континенте вопрос о дорожном и придорожном сервисах приобретает устойчивый и экологичный характер. Устойчивое развитие дорожного строительства включает в себя многогранный подход, направленный на снижение воздействия на окружающую среду и повышение устойчивости транспортной инфраструктуры. Ключевые соображения включают в себя минимизацию выбросов углекислого газа, сохранение природных ресурсов, продвижение экологически чистых материалов и смягчение негативных последствий для экосистем и сообществ. Приняв устойчивую практику, заинтересованные стороны могут достичь баланса между удовлетворением транспортных потребностей и сохранением качества окружающей среды для будущих поколений. Внедряются передовые технологические решения для устойчивых дорог такие, как метод стабилизации грунта, использование нанополимерной примеси, использование переработанных и экологически чистых материалов, внедрение умных датчиков для мониторинга состояния дорог, интеграция возобновляемых источников энергии. [6]

Одно из самых известных зеленых шоссе в мире находится в Швеции. Скандинавская страна начала свою стремку к устойчивой инфраструктуре в 2020 году, когда построила беспроводную электрическую дорогу на Висби, острове к югу от Стокгольма. Теперь Швеция делает следующий шаг, расширяя эту технологию на основных дорогах. Например, правительство хочет построить 13-мильный участок электрической автомагистрали между Халльсбергом и Эребру. Когда строительство будет завершено, люди смогут добраться до

дороги из Гётеборга, Стокгольма и Мальмё.

Экологически чистые перевозки являются приоритетом в Европейском Союзе (ЕС), что видно по их устойчивым дорогам. Нидерланды, Германия и Бельгия образуют трио с 800 000 км дорог, поддерживающих энергетическую инфраструктуру. К примеру, 400-метровый участок дороги в Удене. с возможностями солнечной электростановки. Этот участок А50 генерирует энергию для 60 домов с помощью солнечных батарей. Хотя снижение загрязнения воздуха имеет решающее значение, дорога также снижает уровень шума благодаря своим звуковым барьерам. Успех дороги привел к другим проектам по всему ЕС, таким как Rolling Solar. Эта инициатива направлена на использование дорог в Нидерландах, Германии и Бельгии для производства энергии. [7]

Дорожная ситуация в Казахстане: состояние и рекомендации

В Казахстане наблюдается рост показателя качества дорог. По информации Министерства транспорта Республики Казахстан, за прошлый год доля дорог республиканского значения, соответствующих нормативам, достигла 92%. Также улучшилось состояние автодорог местного значения. Согласно статистике ведомства, их доля выросла с 75% до 87%. На рисунке 5 представлены гистограммы, отражающие состояние автомобильных дорог областного и районного значений.



Рисунок 5 – Состояние автомобильных дорог областного и районного значений [8]

Представитель Министерства внутренних дел РК на заседании правительства прошлой осенью четко обозначил прямую связь между высокой аварийностью и плохим состоянием дорог. Основные факторы: движение по встречной полосе из-за плохого состояния второй стороны дороги, разрушенное дорожное полотно, отсутствие разметки, дорожных знаков и другие нарушения. [8]

Марат Карабаев, министр транспорта Республики Казахстан, отметил, что безопасность

на дорогах – это в первую очередь наличие четырехполосного движения. В настоящее время по стране насчитывается 25 тысяч километров автодорог республиканского значения, из которых 3 200 километров - это дороги с четырьмя полосами. В этом году планируется добавить еще тысячу километров четырехполосных дорог, а в ближайшие пять лет их общая протяженность достигнет 8 000 километров. Также он акцентировал внимание на изменении в ответственности за качество дорог. Если ранее за качество была ответственна только подрядная организация, сейчас за ненадлежащее исполнение отвечает и технический контроль, который проверял качество дороги. Также несет ответственность автор проекта. Помимо этого, планируется средний ремонт на 7 тысячах километров дорог к 2026 году на сумму 450 миллиардов тенге. [9]

Развитие придорожного сервиса в Казахстане приобретает все большее значение в связи с увеличением потока автотранспорта и ростом числа туристов. Согласно поручению Главы государства, до 2025 года все дороги будут обеспечены придорожным сервисом, соответствующим Национальному стандарту. Требования к объектам придорожного сервиса утверждены. Национальная компания «Казавтожол» занимается их развитием. На сегодняшний день вдоль республиканской сети действует 1 854 объекта сервиса, из которых 1 070 отвечают требованиям стандартов.

До конца года будет построено 125 ед. объектов, в т.ч. за счет якорных инвесторов 38 АЗС с санитарными узлами и пунктами питания, 87 ед. санитарно-гигиенических узлов за счет частных инвестиций и в рамках реконструкции.

Доля объектов, отвечающих нормативным требованиям, в этом году будет доведена до 66% (1322 ед.).

Для покрытия всей сети до 2025 года дополнительно будут построены свыше 400 современных объектов и все имеющиеся объекты придорожного сервиса будут приведены в соответствие нормативам. [10]

В Павлодарской области состояние автомобильных дорог следующее. Несмотря на то, что регион вошел в тройку лидеров по состоянию дорог (94%), на ноябрь текущего года павлодарскими полицейскими после анализа более 25 тысяч километров автодорог было выявлено 3 тысячи дефектов. В ходе контрольных работ было выдано 1339 предписаний по устранению недостатков, 274 должностных и юридических лиц, на которых был наложен штраф более 10 миллионов тенге, были привлечены к ответственности за неудовлетворительное содержание дорог и нарушение правил производства работ на дорогах. В частности, Павлодарский филиал «КАЖсервис» был привлечен к административной ответственности (штраф в размере 1 миллион 200 тысяч тенге) за нарушение правил производства работ, содержание дорог и дорожных сооружений. [11] Относительно районов, как отмечает аким Павлодарской области – Асаин Байханов, одними из малообеспеченных, проблемных в вопросе качества дорог являются Экибастузская сельская зона и Баянаульский район. Село Баянауыл же является аутсайдером с точки зрения обеспечения дорожной инфраструктурой. Усугубляется ситуация значительным расстоянием между селом и основной трассой (110-120 километров). [12]

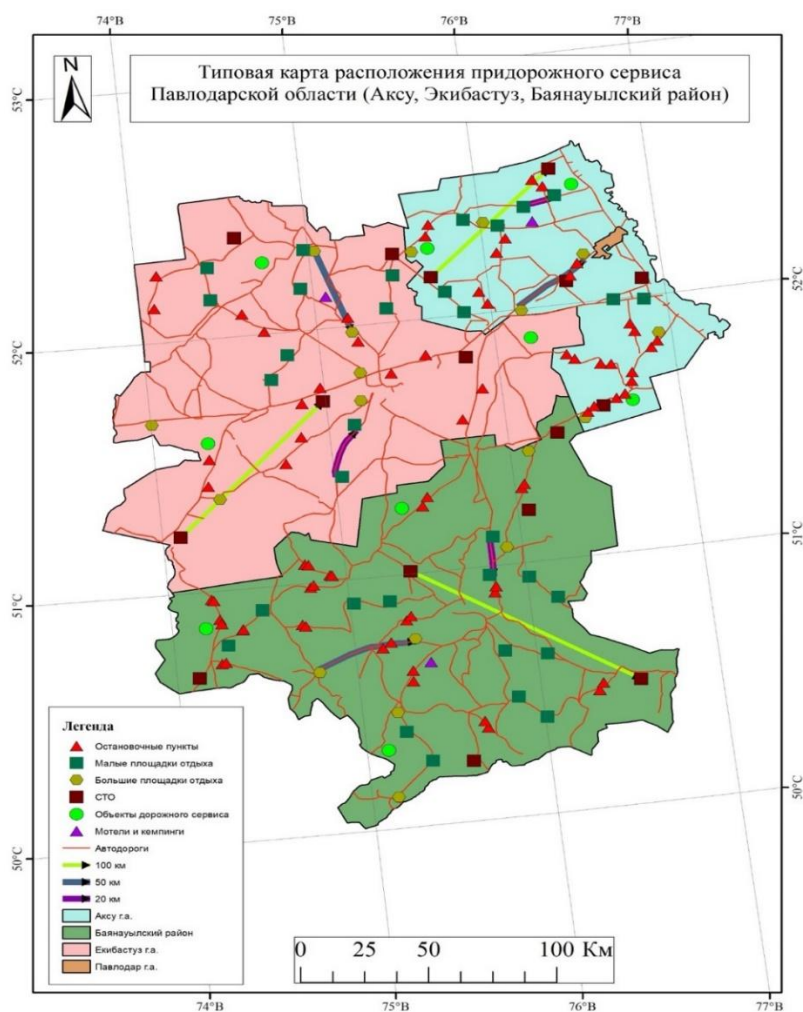
Проанализировав текущую ситуацию с дорогами в регионе и взяв во внимание компонент безопасности на трассах, были разработаны следующие рекомендации для оптимизации и улучшения качества дорожной инфраструктуры:

- 1) Проведение ремонтных работ на требующих его участках дорог, в перспективе с использованием инновационных технологий и материалов;
- 2) Обеспечение качественного освещения, в частности, на аварийно-опасных участках дорог;

- 3) Организация безопасных пешеходных переходов;
- 4) Проведение регулярного мониторинга аварийно-опасных участков дорог с последующим внесением корректировок и оптимизаций в инфраструктуру (к примеру, установка отбойников, изменение радиуса поворота и прочее);
- 5) Оснащение большей части дорог видеонаблюдением;
- 6) Улучшение дорожной разметки, например, путем нанесения ее светоотражающими материалами для обеспечения видимости в ночное время суток.

Также следует стремиться к внедрению экологически чистых практик при строительстве и ремонте автомобильных дорог, помимо этого стоит уделить особое внимание развитию интеллектуальных транспортных систем (умные светофоры, системы управления трафиком, датчики мониторинга трафика и прочее).

Наряду с вышеприведенными рекомендациями по улучшению состояния дорожной инфраструктуры, была разработана типовая карта расположения придорожного сервиса Павлодарской области (трассы Аксу, Экибастуз, Баянауылский район), с учетом состояния данной сферы на сегодняшний день, представленная ниже (карта 1 составлена авторами). Данная карта носит рекомендательный характер и разработана с учетом требований, прописанных в Национальном стандарте Республики Казахстан «Дороги автомобильные общего пользования. Требования к объектам дорожного сервиса и их услугам» (СТ РК 2476-2014).



Карта 1 – Типовая карта расположения придорожного сервиса Павлодарской области (Аксу, Экибастуз, Баянауылский район)

На карту вынесены следующие компоненты придорожного сервиса: остановочные пункты, малые площадки отдыха, большие площадки отдыха, СТО, объекты дорожного сервиса, мотели и кемпинги.

Как отмечалось ранее, придорожный сервис в Казахстане требует значительных модернизаций. Основные проблемы придорожного сервиса сегодня – это нехватка объектов его обеспечивающих, плохое состояние существующих комплекующих, отсутствие комплексного подхода, недостаточное развитие дорожной инфраструктуры. Основываясь на типовую карту расположения придорожного сервиса Павлодарской области (Аксу, Экибастуз, Баянаульский район), для развития и повышения уровня благоустройства объектов придорожного сервиса рекомендуется следующее:

1) Совершенствование инфраструктуры для отдыха водителей и пассажиров, а именно создание многофункциональных зон отдыха с парковочными местами для автомобилей разных габаритов, с доступом к современным санитарным узлам, с обустроенными игровыми площадками для детей;

2) Улучшение качества сервиса на АЗС, а именно обеспечение чистоты и удобства санузлов, установка мини-маркетов с хорошим ассортиментом, наличие кофейни на территории АЗС, внедрение сети зарядных станций для электромобилей (учитывая перспективу перехода к «зеленому» транспорту), а также совмещение АЗС с СТО для удобства водителей;

3) Оптимизация работы придорожных гостиниц и moteley, а именно разработка стандартов сервиса придорожных единиц, контроль за качеством и санитарными условиями;

4) Информационная поддержка путешествующих на автотранспорте, а именно модернизация информационных стендов вдоль трасс с картами, указателями и прочими сведениями; размещение QR-кодов для доступа к информации на смартфоне или другом девайсе о ближайших предприятиях сервиса (АЗС, СТО, кафе, зон отдыха и прочего);

5) Обеспечение безопасности и комфортных условий на всем участке пути, а именно расширение сети видеонаблюдения и освещения на дорогах, парковках и вблизи предприятий придорожного сервиса; проведение анкетирования среди населения об удовлетворенности дорожной инфраструктурой и придорожным сервисом на регулярной основе;

6) Поддержка и стимулирование местных предпринимателей в рамках участия в модернизации придорожного сервиса.

Следуя данным рекомендациям, можно значительно увеличить комфорт путешествующих и способствовать доступу к отдельным местоположениям.

Заключение

Развитие дорожной и придорожной инфраструктуры играет ключевую роль в укреплении туристской привлекательности страны и отдельного региона. Качественные дороги это не только про комфорт и удобство, но, в первую очередь, это про безопасность всех участников дорожного движения. Помимо этого, качественная дорожная сеть позволяет открыть доступ к труднодоступным, но уникальным природным и культурным достопримечательностям, расширяя туристский потенциал страны. Улучшение придорожного сервиса гарантирует иностранным гостям страны и путешествующим соотечественникам комфортабельное и приятное времяпровождение – современные автозаправочные станции, гостиницы, кафе, зоны отдыха и информационные пункты повышают уровень сервиса и делают поездки более удобными и приятными. Также развитие

данного сервиса способствует экономическому росту, создавая условия для развития малого и среднего бизнеса в прилегающих районах. Инвестиции в дорожный и придорожный сервис – это долгосрочный вклад в улучшение имиджа страны на международной арене, укрепление транспортной связности регионов и создание комфортной среды для путешествий.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Importance of Tourism Infrastructure Development [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.mywestford.com/blog/importance-of-tourism-infrastructure-development/> (дата обращения: 28.12.2024).
2. The Role of Transportation in the Development of Tourist Activity [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.smartvel.com/resources/featured/the-role-of-transportation-in-the-development-of-tourist-activity> (дата обращения: 28.12.2024).
3. Мазрекадж, Р. Влияние дорожной инфраструктуры на развитие туризма в Косово / Р. Мазрекадж // International Journal of Management (IJM). — 2020. — Vol. 11, Issue 4. — С. 466-474.
4. Развитие системы придорожного сервиса как элемента туристско-рекреационного комплекса региона (на примере Алтайского края) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=668930#text> (дата обращения: 28.12.2024).
5. Китайские уроки для союзного туризма [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.sonar2050.org/publications/transport-i-tradicii/> (дата обращения: 28.12.2024).
6. Sustainable Roads: Advancements in Road Construction [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://renolith.com.au/sustainable-roads-innovations/> (дата обращения: 28.12.2024).
7. Green highways: the path to sustainable roads in 2024 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://climatesort.com/green-highways/> (дата обращения: 28.12.2024).
8. То яма, то канава: почему дорожные работы в Казахстане превращаются в долгострой? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://energyprom.kz/articles-ru/to-yama-to-kanava-pochemu-dorozhnye-raboty-v-kazahstane-prevrashhayutsya-v-dolgostroj/> (дата обращения: 28.12.2024).
9. О проблемах с дорогами, старых поездах и коррупции. Интервью с министром транспорта [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://tengrinews.kz/article/problemah-dorogami-staryih-poezdah-korruptsii-intervyu-2572/> (дата обращения: 28.12.2024).
10. Придорожный сервис в Казахстане: когда все будут довольны? [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://dknews.kz/ru/v-strane/320387-pridorozhnyy-servis-v-kazahstane-kogda-vse-budut> (дата обращения: 28.12.2024).
11. На дорогах Павлодарской области выявили три тысячи дефектов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://lifepvl.kz/2024/11/11/na-dorogah-pavlodarskoj-oblasti-vyyavili-tri-tysyachi-defektov/?ysclid=m4hu4f7ycn323049511> (дата обращения: 28.12.2024).
12. Качество автомобильных дорог [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ertistv.kz/ru/news/32773> (дата обращения: 28.12.2024).

REFERENCES

1. Importance of Tourism Infrastructure Development [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://www.mywestford.com/blog/importance-of-tourism-infrastructure-development/> (data obraşenia: 28.12.2024).
2. The Role of Transportation in the Development of Tourist Activity [Elektronnyi resurs].

— Rejim dostupa: <https://www.smartvel.com/resources/featured/the-role-of-transportation-in-the-development-of-tourist-activity> (data obrašenia: 28.12.2024).

3. Mazrekaj, R. Vlianie dorojnoi infrastruktury na razvitie turizma v Kosovo [The impact of road infrastructure on tourism development in Kosovo] / R. Mazrekaj // International Journal of Management (IJM). — 2020. — Vol. 11, Issue 4. — S. 466-474.

4. Razvitie sistemy pridorojnogo servisa kak elementa turistsko-rekreacionnogo kompleksa regiona (na primere Altaiskogo kraia) [Development of the roadside service system as an element of the tourist and recreational complex of the region (using the example of the Altai Territory)] [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=668930#text> (data obrašenia: 28.12.2024).

5. Kitaiskie uroki dlä soiuznogo turizma [Chinese lessons for Union Tourism] [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://www.sonar2050.org/publications/transport-i-tradicii/> (data obrašenia: 28.12.2024).

6. Sustainable Roads: Advancements in Road Construction [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://renolith.com.au/sustainable-roads-innovations/> (data obrašenia: 28.12.2024).

7. Green highways: the path to sustainable roads in 2024 [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://climatesort.com/green-highways/> (data obrašenia: 28.12.2024).

8. To iama, to kanava: pochemu dorojnye raboty v Kazahstane prevrašaiutsä v dolgostroi? [Now a pit, now a ditch: why are road works in Kazakhstan turning into long-term construction?] [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://energyprom.kz/articles-ru/to-yama-to-kanava-pochemu-dorozhnye-raboty-v-kazahstane-prevrashhayutsya-v-dolgostroj/> (data obrašenia: 28.12.2024).

9. O problemah s dorogami, staryh poezdah i korrupsii. Intervü s ministrom transporta [About problems with roads, old trains and corruption. Interview with the Minister of Transport] [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://tengrinews.kz/article/problemah-dorogami-staryih-poezdah-korrupsii-intervyu-2572/> (data obrašenia: 28.12.2024).

10. Pridorojnyi servis v Kazahstane: kogda vse budut dovölno? [Roadside service in Kazakhstan: when will everyone be satisfied?] [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://dknews.kz/ru/v-strane/320387-pridorozhnyy-servis-v-kazahstane-kogda-vse-budut> (data obrašenia: 28.12.2024).

11. Na dorogah Pavlodarskoi oblasti vyjavili tri tysächi defektov [Three thousand defects were found on the roads of Pavlodar region] [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://lifepvl.kz/2024/11/11/na-dorogah-pavlodarskoj-oblasti-vyyavili-tri-tysyachi-defektov/?ysclid=m4hu4f7ycn323049511> (data obrašenia: 28.12.2024).

12. Kachestvo avtomobilnyh dorog [Road quality] [Elektronnyi resurs]. — Rejim dostupa: <https://ertistv.kz/ru/news/32773> (data obrašenia: 28.12.2024).

М. ДЖАНАРГАЛИЕВА

Магистр, преподаватель
Торайгыров университет
(Казахстан, Павлодар), E-mail: malika_28-
01@mail.ru

Ж. ДӘУІТ

Магистр, старший преподаватель
Торайгыров университет
(Казахстан, Павлодар), E-mail:
dautjanar_nur@mail.ru

Поступило в редакцию 01.12.2024

Поступила с исправлениями от 10.12.2024

Принято в печать 30.12.2024

М. ДЖАНАРГАЛИЕВА¹✉, Ж. ДӘУІТ¹

¹Торайғыров университеті

(Қазақстан, Павлодар), E-mail: malika_28-01@mail.ru

**АУДАННЫҢ ТУРИСТІК ТАРТЫМДЫЛЫҒЫНА ӘСЕР ЕТЕТІН ФАКТОР
РЕТІНДЕ ЖОЛ ИНФРАҚҰРЫЛЫМЫ МЕН ЖОЛ ЖАҒАЛАУЫ ҚЫЗМЕТІН БАҒАЛАУ
(ПАВЛОДАР ОБЛЫСЫ МЫСАЛЫНДА)**

Аңдатпа. Туризм индустриясы – ХХІ ғасырдағы ең қарқынды дамып жатқан салалардың бірі. 2023 жылы саяхат және туризм индустриясының әлемдік ЖІӨ-дегі үлесі 9,1%-ды құрап, 2022 жылмен салыстырғанда 23,2%-ға артты.

Мақалада жол және жол жағалауы қызметтерінің туризммен өзара байланысы, нақтырақ айтқанда, олардың аймақтың туристік тартымдылығына әсері қарастырылады. Шетелдік елдердің осы қызметтерді жақсарту тәжірибесі статистикалық мәліметтер келтіріле отырып талданды. Сонымен қатар, тұрақтылық пен экологиялық талаптарды ескере отырып, көлік жүйелерін салудағы заманауи тенденциялар қарастырылды, атап айтқанда: топырақты тұрақтандыру әдістерін қолдану, нанополимерлік қоспаларды пайдалану, қайта өңделген және экологиялық таза материалдарды қолдану, жол жағдайын бақылауға арналған смарт-датчиктерді енгізу, жаңартылатын энергия көздерін интеграциялау.

Әрі қарай, еліміздегі көлік жүйелері мен жол жағалауындағы қызметтердің жай-күйі зерттелді. Қазақстанда жол сапасы көрсеткішінің артуы байқалады. Қазақстан Республикасы Көлік министрлігінің мәліметінше, өткен жылы нормативтерге сәйкес келетін республикалық маңызы бар жолдардың үлесі 92%-ға жетті. Жол жағалауындағы қызметтердің дамуына келсек, бұл мәселе Қазақстанда көлік құралдарының көбеюі мен туристер санының артуына байланысты барған сайын маңызды болуда. Мемлекет басшысының тапсырмасына сәйкес, 2025 жылға дейін барлық жолдар Ұлттық стандартқа сай жол жағалауындағы қызметтермен қамтамасыз етіледі. Осы стандарт негізінде Павлодар облысының жол жағалауындағы қызметтердің орналасу типтік картасы (Ақсу, Екібастұз, Баянауыл аудандары бағытындағы трассалар) әзірленді.

Кілт сөздер: туризм, көлік жүйелері, жол жағалауындағы қызмет, Қазақстан, Павлодар облысы.

М. JANARGALIYEVA¹✉, ZH. DAUYT¹

¹Toraighyrov university

(Kazakhstan, Pavlodar), E-mail: malika_28-01@mail.ru

**ASSESSMENT OF ROAD INFRASTRUCTURE AND ROADSIDE SERVICE AS
FACTORS AFFECTING THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGION
(ON THE EXAMPLE OF PAVLODAR REGION)**

Abstract. Tourism industry is one of the fastest growing industries in the 21st century. In 2023, the share of travel and tourism industry in the world GDP will amount to 9.1%, which is 23.2% more than in 2022.

The article deals with the issue of interrelation of road and roadside services with tourism, namely their influence on the tourist attractiveness of the region. The experience of foreign countries in improving these services with statistics was analyzed. The trends in the construction of transport systems were also considered, taking into account the component of sustainability and

environmental friendliness, namely the introduction of advanced technologies such as soil stabilization methods, the use of nanopolymer admixture, the use of recycled and environmentally friendly materials, the introduction of smart sensors for monitoring the condition of roads, the integration of renewable energy sources.

Further the situation with transportation systems and roadside services in our country was studied. In Kazakhstan there is an increase in the indicator of road quality. According to the information of the Ministry of Transport of the Republic of Kazakhstan, last year the share of roads of republican importance that meet the standards reached 92%. As for the development of roadside service, this issue in Kazakhstan is becoming increasingly important due to the increase in the flow of vehicles and the growing number of tourists. According to the instruction of the Head of State, by 2025 all roads will be provided with roadside services that comply with the National Standard. On the basis of this standard a standard map of roadside service location in Pavlodar region (Aksu, Ekibastuz, Bayanaulsky district) was developed.

Keywords: *tourism, transportation systems, roadside service, Kazakhstan, Pavlodar region*

М. ИДРЫШОВ¹✉, А. АПЫШЕВА¹, К. ШОЛПАНБАЕВА¹

¹Восточно-Казахстанский университет им. Сарсена Аманжолова

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ: АНАЛИЗ И РЕКОМЕНДАЦИИ

Аннотация. В статье проведён комплексный анализ эффективности туристической отрасли Восточно-Казахстанской области за 2022–2023 годы. Рассматриваются ключевые показатели, включая среднюю прибыль на одного туриста, уровень загруженности туристической инфраструктуры, а также их взаимосвязь, влияющая на общий доход от туризма. Особое внимание уделено территориальной дифференциации: выявлены районы, вносящие наибольший экономический вклад в развитие туризма, и обозначены факторы, способствующие или препятствующие их успешности. На основе выявленных тенденций и статистических данных сформулированы практические рекомендации по повышению рентабельности туристического сектора, оптимизации инфраструктурной загрузки и стимулированию устойчивого роста туристического потока в регионе. Полученные результаты могут быть полезны для государственных органов, бизнеса и научного сообщества, заинтересованных в развитии туризма в Восточно-Казахстанской области.

Ключевые слова: Туризм, Восточно-Казахстанская область, экономическая эффективность; загруженность инфраструктуры; средняя прибыль на туриста.

Введение

Туризм играет ключевую роль в развитии регионов и диверсификации экономики, особенно для стран с ресурсозависимыми моделями развития. Казахстан, обладая значительным туристическим потенциалом, сталкивается с необходимостью адаптации к постуглеводородной эпохе. Согласно заявлениям депутата Мажилиса Едила Жанбыршина, при сохранении текущих темпов геологоразведки и добычи, запасы углеводородных ресурсов в стране могут быть исчерпаны в ближайшие 15 лет [1]. Это подчёркивает важность диверсификации экономики, где туризм, использующий возобновляемые ресурсы, такие как природа, культура и история, способен стать устойчивым драйвером экономического роста.

Восточно-Казахстанская область (ВКО) известна своими природными достопримечательностями, включая Катон-Карагайский национальный парк — крупнейший в Казахстане с площадью 643 477 га, получивший статус биосферного резервата ЮНЕСКО в 2014 году и трансграничного биосферного резервата "Большой Алтай" в 2017 году [2].

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Идрышов М., Апышева А., Шолпанбаева К. Экономическая эффективность туризма в восточно-казахстанской области: анализ и рекомендации // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No4(6). –Б. 54–61. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.05>

***Cite us correctly:** İdryşov M., Apyşeva A., Şolpanbaeva K. Ekonomicheskaja effektivnost turizma v vostochno-kazahstanskoi oblasti: analiz i rekomendacii [Economic efficiency of tourism in the East Kazakhstan region: analysis and recommendations] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –B. 54–61. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.05>

Однако, несмотря на богатый природный потенциал, регион сталкивается с проблемами, такими как неравномерное распределение туристических потоков и ограниченная доходность. Эти вызовы требуют глубокого анализа для повышения вклада туризма в развитие области.

В рамках Национальной концепции, направленной на развитие туристской отрасли Республики Казахстан в период с 2023 по 2029 годы, акцентируется значимость регионального туризма как одного из ключевых факторов стимулирования экономического роста. Концепция нацелена на создание конкурентоспособного туристического продукта и увеличение доходности отрасли за счёт устойчивого использования природных и культурных ресурсов [3]. Восточно-Казахстанская область, обладая значительным природным и культурным потенциалом, играет ключевую роль в достижении целей концепции.

В рамках настоящего исследования рассматриваются следующие вопросы: **(B1)** Какова средняя прибыль на туриста в районах Восточно-Казахстанской области, и насколько она отличается от средней по Республике Казахстан или другим регионам? **(B2)** Существует ли корреляция между загруженностью туристической инфраструктуры (количеством туристов на одно койко-место) и средней прибылью на туриста? **(B3)** Какие районы Восточно-Казахстанской области демонстрируют наибольший экономический вклад в сферу туризма? **(B4)** Какие меры можно предложить для повышения эффективности туристической отрасли в ВКО?

Методология

Исследование базировалось на анализе статистических данных о работе объектов размещения за 2022 и 2023 годы. Основное внимание было сосредоточено на количественных показателях, таких как число посетителей, средний доход на одного туриста и уровень загрузки инфраструктуры. Эти данные применялись для оценки результативности туристической деятельности в Восточно-Казахстанской области.

Для анализа уровня использования туристической инфраструктуры был рассчитан коэффициент загрузки койко-мест, который определяется как отношение количества обслуженных туристов к единовременной вместимости койко-мест:

$$\text{Коэффициент загрузки} = \frac{\text{Количество туристов}}{\text{Количество койко-мест}}$$

Этот показатель позволил выявить, насколько эффективно используется имеющаяся инфраструктура в каждом районе.

Для оценки доходности туристической отрасли был рассчитан показатель средней прибыли на одного туриста:

$$\text{Средняя прибыль на туриста} = \frac{\text{Объем оказанных услуг (тенге)}}{\text{Количество туристов}}$$

Кроме того, был проведён корреляционный анализ, направленный на изучение взаимосвязи между загруженностью инфраструктуры и средней прибылью на одного туриста. Для выполнения этого анализа использовался онлайн-калькулятор SocSciStatistics [4], который предоставляет точные результаты на основе стандартной формулы

коэффициента корреляции Пирсона.

Анализ данных

На основании анализа основных показателей мест размещения Восточно-Казахстанской области за 2022–2023 годы [5, 6], выявлены следующие тенденции. Общий объем оказанных услуг увеличился на 21.8%, достигнув 5922.3 млн тенге в 2023 году. При этом количество обслуженных туристов возросло на 2.7%, что может указывать на повышение ценности услуг, предоставляемых туристам.

В 2023 году средняя прибыль от одного туриста по области увеличилась на 18,6%, достигнув 16,0 тыс. тенге. Лидером по этому показателю остается город Риддер, где доход вырос с 14,3 тыс. тенге в 2022 году до 19,7 тыс. тенге в 2023 году. В то же время в Усть-Каменогорске зафиксировано небольшое снижение: с 20,1 тыс. тенге до 19,0 тыс. тенге. Примечательно, что Глубоковский район продемонстрировал значительное улучшение, увеличив среднюю прибыль от одного туриста на 92%, что может свидетельствовать о возможных улучшениях в инфраструктуре или маркетинговой стратегии района.

Среди районов с наименьшей эффективностью выделяется Кокпектинский район, где средняя прибыль от одного туриста составила всего 10.04 тыс. тенге в 2023 году, несмотря на незначительный рост по сравнению с 2022 годом (табл. 1).

Таблица 1 – Средняя прибыль с одного туриста по Восточно-Казахстанской области, ее городам и районам за периоды 2022 и 2023 годов

Год	Средняя прибыль от одного туриста, тыс. тенге	
	2022	2023
Восточно-Казахстанская область	13,49	16,00
Усть-Каменогорск г.а.	20,07	19,00
Риддер г.а.	14,25	19,68
Глубоковский район	8,40	16,13
Зайсанский район	4,00	4,80
район Алтай	11,46	13,34
Курчумский район	8,82	10,04
Катон-Карагайский район	11,75	12,47
район Самар	11,05	13,48
Тарбагатайский район	6,50	6,50
Уланский район	12,59	15,33
Шемонаихинский район	13,61	15,14

Данные о деятельности мест размещения в Казахстане за 2022 и 2023 годы [7, 8] показывают положительную динамику роста. Общий объем оказанных услуг увеличился на 25,4%, а средняя прибыль от одного туриста по стране выросла на 12,9%, достигнув 28,17 тыс. тенге.

Как видно из таблицы 2, региональные различия остаются значительными. Например, в Акмолинской области средняя прибыль от одного туриста составила 41,91 тыс. тенге, что является самым высоким показателем по стране. Самый низкий показатель (13,08 тыс. тенге) принадлежит Костанайская области.

Если говорить о разнице мегаполисов и областей Казахстана, то небольшой анализ статистических данных за 2023 год [8] показал, что средняя прибыль от одного туриста для областей составила 23,46 тыс. тенге, в то время как для городов республиканского значения этот показатель достиг 33,51 тыс. тенге. Таким образом, разница между областями и крупными городами составляет около 10 тыс. тенге, что указывает на более высокую экономическую эффективность туристической инфраструктуры в городах республиканского значения.

В Восточно-Казахстанской области, средняя прибыль от одного туриста составила 16,00 тыс. тенге в 2023 году, что на 43,2% ниже среднего показателя по Казахстану (28,17 тыс. тенге) и на 31,8% ниже средней по областям (23,46 тыс. тенге).

Таблица 2 – Средняя прибыль с одного туриста по Республике Казахстан, его городам республиканского значения и областям

	Средняя прибыль от одного туриста, тыс. тенге	
Годы	2022	2023
Республика Казахстан	24,93	28,17
Абай	14,28	18,05
Акмолинская	38,75	41,91
Актюбинская	17,28	19,85
Алматинская	18,51	21,71
Атырауская	34,29	34,92
Западно-Казахстанская	36,06	27,78
Жамбылская	13,74	14,75
Жетісу	16,03	17,08
Карагандинская	18,10	17,43
Костанайская	11,31	13,07
Кызылординская	12,75	13,55
Мангистауская	36,94	38,64
Павлодарская	18,64	20,02
Северо-Казахстанская	11,44	13,48
Туркестанская	19,73	20,47
Ұлытау	15,26	17,85
Восточно-Казахстанская	13,49	16,00
город Астана	29,86	34,28
город Алматы	31,05	36,35
город Шымкент	18,07	18,35

На основании анализа основных показателей мест размещения Восточно-Казахстанской области за 2022–2023 годы [5, 6], выявлены следующие тенденции. В Усть-Каменогорске наблюдается рост с 50,54 в 2022 году до 58,52 в 2023 году, что является наивысшим значением среди всех районов области. Наименьший коэффициент зафиксирован в районе Уланский, где он составил 5,95 в 2022 году и 6,01 в 2023 году. Наибольший рост показателя произошёл также в Усть-Каменогорске – на 7,97 пунктов. Наибольшее снижение наблюдается в Шемонаихинском районе, где коэффициент уменьшился с 24,79 в 2022 году до 22,93 в 2023 году.

Коэффициент загруженности инфраструктуры в целом по области незначительно увеличился с 18,36 в 2022 году до 18,45 в 2023 году, что отражает стабильность в использовании туристических объектов.

Таблица 3 – Сравнение результатов данных о коэффициент загруженности инфраструктуры за 2022 и 2023 годы

Регион	Туристы на койко-место (2022)	Туристы на койко-место (2023)
Усть-Каменогорск г.а.	50,54	58,52
Риддер г.а.	22,47	22,87
Глубоковский район	49,35	40,36
Зайсанский район	42,76	40,79
район Алтай	6,80	6,50
Курчумский район	9,76	8,93
Катон-Карагайский район	22,82	27,14
район Самар	12,25	8,65
Тарбагатайский район	20,09	26,14
Уланский район	5,95	6,81
Шемонаихинский район	24,79	22,93

Анализ корреляции между загруженностью туристической инфраструктуры (туристы на одно койко-место) и средней прибылью на одного туриста выявил изменение характера связи между этими показателями в 2022 и 2023 годах. В 2022 году наблюдалась умеренная положительная корреляция ($R=0.6013$), что указывает на существенное влияние загруженности на доходность. Это означает, что рост количества туристов, приходящихся на одно койко-место, сопровождался заметным увеличением средней прибыли на одного туриста.

Однако в 2023 году коэффициент корреляции снизился до значения $R=0.3126$, что свидетельствует о слабой положительной связи. Это изменение может говорить о снижении влияния загруженности на доходность, а также о повышении роли других факторов, таких как ценовая политика, качество услуг и маркетинговая стратегия. Вероятным объяснением может быть достижение предельной пропускной способности инфраструктуры или же адаптация рынка к изменившимся экономическим условиям.

Рекомендации

На основании проведённого анализа показателей туризма в районах Восточно-Казахстанской области за 2022–2023 годы, а также выявленных тенденций, были сформулированы рекомендации, направленные на повышение эффективности туристической отрасли в регионе. Основой для рекомендаций послужили официальные статистические данные и их интерпретация, позволяющая выявить как сильные стороны, так и проблемные аспекты регионального туризма.

Согласно официальным статистическим данным [8], среднее количество обслуженных посетителей среди областей Казахстана (даже не беря в расчет города республиканского значения) на 30% ниже, чем показатель Восточно-Казахстанской области. Однако средняя прибыль от одного туриста в ВКО на 26% ниже усреднённого показателя среди областей. Это указывает на необходимость повышения доходности ВКО. В связи с этим рекомендуется

пересмотреть ценовую политику в районах с высоким туристическим потоком, таких как Усть-Каменогорск, предлагая премиальные услуги и уникальные предложения. Также предлагается внедрить программы стимулирования трат туристов через дополнительные сервисы, такие как экскурсии, сувенирная продукция и культурные мероприятия. Развитие инфраструктуры в районах с высоким туристическим потенциалом также может увеличить возможности для обслуживания туристов.

Анализ показывает, что средние расходы туристов выше в городах, таких как Риддер и Усть-Каменогорск несмотря на то, что Восточно-Казахстанская область известна своими природными красотами. Это свидетельствует о недостаточной реализации потенциала экотуризма. В этой связи рекомендуется разработать маркетинговые кампании для продвижения экотуризма, акцентируя внимание на уникальных природных объектах, таких как Катон-Карагайский национальный парк и озеро Зайсан. Также важно создать новые туристические маршруты, включающие интерактивные активности, такие как пешие прогулки, велотуризм и рыбалка. Увеличение количества доступных объектов размещения в экологически значимых районах может способствовать привлечению большего числа туристов.

Коэффициент загруженности инфраструктуры в целом по области незначительно увеличился, однако коэффициент корреляции между загруженностью и средней доходностью от одного туриста уменьшился. Это может свидетельствовать о том, что увеличение потока туристов не всегда приводит к росту доходности, возможно, из-за ограниченной инфраструктуры или несбалансированной ценовой политики. Также может быть значимым влияние таких факторов, как качество услуг и сезонность. В этой связи рекомендуется провести более глубокие исследования факторов, влияющих на доходность туризма в регионе, с учётом сезонности, типов туризма и категории туристов. Разработка мер для оптимизации использования инфраструктуры, включая перераспределение туристического потока в менее загруженные районы, также может повысить эффективность туристической отрасли.

BIBLIOGRAPHY

1. Жанбыршин Е. В ближайшие 15 лет запасы нефти в Казахстане будут исчерпаны — депутат [Электронный ресурс]. URL: <https://www.inform.kz/ru/v-blizhayshie-15-let-zapasi-nefti-v-kazahstane-budut-ischerpani-deputat-8038dd> (дата обращения: 03.12.2024).
2. Национальная концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы [Электронный ресурс]. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения: 03.12.2024).
3. Катон-Карагайский биосферный резерват. Официальный сайт [Электронный ресурс]. URL: <https://br.katonkaragai.kz/o-nas/obshchaya-informatsiya.html> (дата обращения: 03.12.2024).
4. Pearson Correlation Coefficient Calculator. SocSciStatistics [Электронный ресурс]. URL: <https://www.socscistatistics.com/tests/pearson/default.aspx> (дата обращения: 03.12.2024).
5. Бюро национальной статистики Республики Казахстан. О деятельности мест размещения в Восточно-Казахстанской области (январь–декабрь 2022 года) / Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. 2023.
6. Бюро национальной статистики Республики Казахстан. О деятельности мест размещения в Восточно-Казахстанской области (январь–декабрь 2023 года) / Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. 2024.

7. Бюро национальной статистики Республики Казахстан. О деятельности мест размещения в Республике Казахстан (январь–декабрь 2022 года). Лист «Основные показатели мест размещения» / Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. 2023.

8. Бюро национальной статистики Республики Казахстан. О деятельности мест размещения в Республике Казахстан (январь–декабрь 2023 года). Лист «Основные показатели мест размещения» / Агентство по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. 2024.

REFERENCES

1. Janbyrşın E. V blizhaişie 15 let zapasy nefti v Kazahstane budut ischerpany — deputat [Oil reserves in Kazakhstan will be exhausted in the next 15 years — MP] [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.inform.kz/ru/v-blizhayshie-15-let-zapasi-nefti-v-kazahstane-budut-ischerpani-deputat-8038dd> (data obraşenia: 03.12.2024).

2. Nasionālnaia konsepsia razvitiia turistskoï otrasli Respubliki Kazahstan na 2023–2029 gody [The National concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029] [Elektronnyi resurs]. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (data obraşenia: 03.12.2024).

3. Katon-Karagaiski biosfernyi rezervat. [Katon is the Karagai Biosphere Reserve.] Ofisiālnyi sait [Elektronnyi resurs]. URL: <https://br.katonkaragai.kz/o-nas/obshchaya-informatsiya.html> (data obraşenia: 03.12.2024).

4. Pearson Correlation Coefficient Calculator. SocSciStatistics [Elektronnyi resurs]. URL: <https://www.socscistatistics.com/tests/pearson/default.aspx> (data obraşenia: 03.12.2024).

5. Büro nasionālnoi statistiki Respubliki Kazahstan. O deiatelnosti mest razmeşenia v Vostochno-Kazahstanskoï oblasti (ianvär–dekabr 2022 goda) [Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. On the activities of accommodation facilities in the East Kazakhstan region (January–December 2022)] / Agentstvo po strategicheskomu planirovaniu i reformam Respubliki Kazahstan. 2023.

6. Büro nasionālnoi statistiki Respubliki Kazahstan. O deiatelnosti mest razmeşenia v Vostochno-Kazahstanskoï oblasti (ianvär–dekabr 2023 goda) [Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. On the activities of accommodation facilities in the East Kazakhstan region (January–December 2023)] / Agentstvo po strategicheskomu planirovaniu i reformam Respubliki Kazahstan. 2024.

7. Büro nasionālnoi statistiki Respubliki Kazahstan. O deiatelnosti mest razmeşenia v Respublike Kazahstan (ianvär–dekabr 2022 goda). List «Osnovnye pokazateli mest razmeşenia» [Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. On the activities of locations in the Republic of Kazakhstan (January–December 2022). The "Main indicators of placements" sheet] / Agentstvo po strategicheskomu planirovaniu i reformam Respubliki Kazahstan. 2023.

8. Büro nasionālnoi statistiki Respubliki Kazahstan. O deiatelnosti mest razmeşenia v Respublike Kazahstan (ianvär–dekabr 2023 goda). List «Osnovnye pokazateli mest razmeşenia» [Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. On the activities of locations in the Republic of Kazakhstan (January–December 2023). The "Main indicators of placements" sheet] / Agentstvo po strategicheskomu planirovaniu i reformam Respubliki Kazahstan. 2024.

М.Б. ИДРЫШОВ Докторант, Восточно-Казахстанский университет им. Сарсена Аманжолова (Казахстан, Усть-Каменогорск) E-mail: immakhambet@gmail.com	А.А. АПЫШЕВА Профессор, к.э.н. Восточно-Казахстанский университет им. Сарсена Аманжолова (Казахстан, Усть-Каменогорск) E-mail: asel_gan@mail.ru
К.Ж. ШОЛПАНБАЕВА Профессор, к.э.н. Восточно-Казахстанский университет им. Сарсена Аманжолова (Казахстан, Усть-Каменогорск) E-mail: kanshaim.sholpanbaeva@mail.ru	<i>Поступило в редакцию 04.12.2024</i> <i>Поступила с исправлениями от 11.12.2024</i> <i>Принято в печать 30.12.2024</i>

М. ИДРЫШОВ¹✉, А. АПЫШЕВА¹, Қ. ШОЛПАНБАЕВА¹

¹Сәрсен Аманжолов атындағы Шығыс Қазақстан университеті

ШЫҒЫС ҚАЗАҚСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ ТУРИЗМНІҢ ЭКОНОМИКАЛЫҚ ТИІМДІЛІГІ: ТАЛДАУ ЖӘНЕ ҰСЫНЫСТАР

Аңдатпа. Мақалада 2022–2023 жылдар аралығындағы Шығыс Қазақстан облысының туристік саласының тиімділік көрсеткіштері жан-жақты талданады. Орташа бір туристен түсетін табыс, туристік инфрақұрылымның жүктемесі және олардың өзара байланысы қарастырылған. Туризм дамуына ең көп үлес қосатын өңірлер анықталып, олардың табысты дамуына әсер ететін факторлар көрсетіледі. Зерттеу нәтижелерінің негізінде туристік саланың рентабельділігін арттыру, инфрақұрылымдық жүктемені оңтайландыру және аймақтағы туристік ағынды тұрақты арттыру бойынша нақты ұсыныстар әзірленген. Алынған қорытындылар мемлекеттік органдарға, кәсіпкерлерге және туризмді дамытуға мүдделі ғылыми қауымдастыққа пайдалы болуы мүмкін.

Кілт сөздер: Туризм; Шығыс Қазақстан облысы; экономикалық тиімділік; инфрақұрылым жүктемесі; туристке шаққандағы орташа табыс.

M. IDRYSHOV¹✉, A. APYSHEVA¹, K. SHOLPANBAYEVA¹

¹Sarsen Amanzholov East Kazakhstan University

ECONOMIC EFFICIENCY OF TOURISM IN THE EAST KAZAKHSTAN REGION: ANALYSIS AND RECOMMENDATIONS

Abstract. This article presents a comprehensive analysis of the tourism industry's performance in the East Kazakhstan Region for the years 2022–2023. Key indicators are examined, including the average profit per tourist, infrastructure load levels, and their interrelationships that affect overall tourism revenue. Particular attention is given to territorial differentiation: the districts making the greatest economic contribution to tourism development are identified, along with the factors influencing their success. Based on the revealed trends and statistical data, practical recommendations are proposed to enhance the profitability of the tourism sector, optimize infrastructure usage, and promote sustainable growth in tourist flows across the region. The findings may prove useful for government agencies, businesses, and the academic community involved in tourism development in the East Kazakhstan Region.

Keywords: Tourism; East Kazakhstan region; economic efficiency; infrastructure occupancy; average profit per tourist.

M. KOCHETKOV¹✉, **M. ALKEYEV¹**, **SH. KAIROVA¹**

¹Toraighyrov University

(Kazakhstan, Pavlodar), E-mail: kochetkov19071984@gmail.com

ANALYSIS OF THE POSSIBILITIES FOR USING LANGUAGE MODELS IN TOUR PROGRAM DEVELOPMENT

Abstract. This article examines the possibilities of using modern language models such as GPT-4, Google Gemini, YandexGPT and others for developing travel programs. The key advantages and limitations of these technologies in the context of the tourism industry are analyzed, including their ability to automate processes and offer more personalized tours. The article discusses how language models can help improve customer service by helping to quickly generate ideas and develop programs taking into account individual preferences of tourists. Particular attention is paid to the prospects for their integration into the work of travel companies and the impact on the optimization of tour operators. The issues of the correctness of the information provided by language models and the need for the participation of professionals in the interpretation of the results are also discussed.

Keywords: tourism, tour operating, tour product, information technology, neural networks, large language models.

Introduction.

The tourism industry, and particularly tour operator activities, have always been strongly influenced not only by internal factors but also by external environments. Tourism is affected by economic, social, demographic, cultural, technological, and other factors. Every participant in the tourism market must promptly respond to these changes; otherwise, they risk losing profits, incurring losses, or even exiting the market.

Information and technological factors have a particularly strong impact on the tourism industry. In the mid-1960s, the advent of global distribution systems (GDS) provided a powerful impetus for the development of international tourism in the 1970s and 1980s. Initially, GDS were created by airlines to automate the process of selling airline tickets. However, these systems eventually allowed for booking hotel rooms, renting cars, purchasing cruise tickets, and more. Soon, every travel agency used these software products, as refusing to do so meant losing competitiveness.

Recently, humanity has become acquainted with the concept of «neural networks». Neural networks are mathematical models that mimic the human brain, capable of learning, assimilating

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Kochetkov M., Alkeyev M., Kairova Sh. Analysis of the Possibilities for using Language Models in Tour Program Development // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 62–71. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.06>

***Cite us correctly:** Kochetkov M., Alkeyev M., Kairova Sh. Analysis of the Possibilities for using Language Models in Tour Program Development // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 62–71. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.06>

vast amounts of information, and generating something new based on this information. Neural networks that generate text and can provide detailed answers to user questions are particularly popular [1].

These neural networks are called large language models. The first of these appeared around 2018, and by 2022-23 they were already being widely used. The first popular large language model was ChatGPT-3 from OpenAI [2]. It was created in 2020 and became available and free for every authorized user in 2022. Since then, the popularity of language models has been steadily growing, and more and more specialists from various fields are turning to their use.

How appropriate is the use of large language models in the tourism industry? Can a neural network generate a ready-made tour product? In this article, we aim to understand how capable language models are in facilitating the work of a tour operator.

Materials and methods of research.

The essence of tour operator activity is the formation of a tour, a complex of tourist goods and services. This complex includes transportation services (from the point of sale to the tourist destination and within the tourist route), accommodation (mainly group), food and leisure (excursions and entertainment), and more.

The search for possible options for accommodation and transfer today cannot be a task implemented by AI. In this case, it is logical to choose partners independently based on existing agreements, the established practice of the tour operator's relationships with contractors, the reputation of potential partners, and the assessment of the quality-to-cost ratio of their services [3].

However, when it comes to creating tour programs (both group and exclusive), large language models can become a tool capable of optimizing the work of the tour operator. Unlike a tour operator employee, language models working on neural networks are not limited by cognitive experience and can offer many options based on the preferences of potential consumers. Language models can provide unconventional solutions that help create a unique product, distinct from competitors' products, but with no less potential [4].

When working with exclusive tours, in case the consumer makes changes to the tour program, language models can quickly make the appropriate adjustments without breaking the overall logic and structure of the program. Additionally, they can assist in the process of creating informational materials for tourists: guides, memos, etc.

Nevertheless, the quality of the functioning of modern language models does not allow for completely delegating the functions of producing tour programs and creating guides to them. The information presented by neural networks needs to be verified, as inaccuracies and even gross errors, unfortunately, occur frequently at the current stage of development of large language models. For this reason, the operator of a large language model on the side of the tour operator company must not only be able to formulate requests correctly but also be capable of controlling the accuracy of its responses, checking the reliability and timeliness of the information. If errors are made by the language model, the responsibility for them before the consumer lies entirely with the tour operator.

Results and discussion.

To assess the capabilities of language models in creating tour programs, we used models that are publicly available, offer free usage, are accessible in Russian, and are up-to-date. In our case, the following versions of large language models were used:

- ChatGPT 4o
- Gemini Pro

- Copilot (based on Windows 11)
- Yandex GPT 3

To evaluate the quality of these language models, we submitted a series of identical requests. The neural networks were tasked with creating group and exclusive tour programs for domestic and international destinations.

Request: Develop a 7-night group beach tour program in Antalya and nearby destinations (not further than 50 kilometers from the accommodation). Group size: up to 15 people. The group includes solo travelers, couples, and families with children. The hotel where the group stays operates on an All-Inclusive basis. The program should include beach and poolside relaxation at the hotel, excursions, and active entertainment. Estimate the approximate cost per person.

ChatGPT:

To develop a 7-night group beach tour program in Antalya and nearby destinations for a group of up to 15 people, including solo travelers, couples, and families with children, I propose the following structure:

Tour Program:

Day 1: Arrival and Check-in. Transfer from Antalya airport to the hotel. Check-in at the hotel (All Inclusive). Evening familiarization with the hotel, dinner.

Day 2: Relaxation at the Hotel. Breakfast at the hotel. Relaxation on the beach and by the pool. Lunch and dinner at the hotel. Evening entertainment programs at the hotel.

Day 3: Excursion to the Old Town of Antalya. Breakfast at the hotel. Excursion to the old town (Kaleici): visiting Hadrian's Gate, Hidirlik Tower, Isiklar Mosque, and other attractions. Lunch at a local restaurant. Return to the hotel, dinner. Evening program at the hotel.

Day 4: Active Entertainment. Breakfast at the hotel. Active entertainment: rafting on the Koprucay River or a quad bike trip. Lunch as part of the excursion. Return to the hotel, rest, dinner.

Day 5: Free Day. Breakfast at the hotel. Free time for relaxation on the beach or by the pool. Lunch and dinner at the hotel. Evening activities at the hotel.

Day 6: Excursion to the Ancient City of Perge and Kursunlu Waterfalls. Breakfast at the hotel. Excursion to Perge: exploring ancient ruins. Visiting Kursunlu Waterfalls. Lunch as part of the excursion. Return to the hotel, dinner.

Day 7: Tour Conclusion. Breakfast at the hotel. Free time for relaxation on the beach or by the pool. Lunch and dinner at the hotel. Evening activities and farewell dinner.

Day 8: Departure. Breakfast at the hotel. Transfer to Antalya airport.

Approximate Cost Calculation per Person. Flight: \$300-500 (depending on the country of departure). Hotel accommodation (All Inclusive): \$50-100 per night * 7 nights = \$350-700. Excursions and active entertainment: \$150-250. Transfer (airport-hotel-airport): \$20-30. Total:

Minimum cost: \$820

Maximum cost: \$1480

Final Cost per Person:

Approximately \$1000-1200.

This estimate is approximate and may vary depending on the season, hotel level, and additional expenses.

Gemini:

7-Night Group Beach Tour Program in Antalya and Nearby Destinations

General Information. Duration: 7 nights. Group Size: up to 15 people. Accommodation

Type: All-Inclusive Hotel. Region: Antalya and nearby destinations (up to 50 km). Group Composition: solo travelers, couples, and families with children.

Sample Itinerary:

Day 1: Arrival in Antalya, transfer to the hotel, check-in. Relax on the beach, get acquainted with the hotel and its surroundings. Dinner at the hotel

Day 2: Breakfast at the hotel. Relax on the beach or by the pool. Lunch at the hotel. Excursion to Antalya Old Town: stroll through narrow streets, visit historical landmarks (Kaleici, Hadrian's Gate, Clock Tower). Dinner at the hotel

Day 3: Breakfast at the hotel. Rafting on the Koprucay River: mountain river rafting, swimming in waterfalls, lunch at a trout farm. Dinner at the hotel.

Day 4: Breakfast at the hotel. Relax on the beach or by the pool. Lunch at the hotel. Jeep safari in the Taurus Mountains: breathtaking views, swimming in a mountain river, dinner in a village. Overnight at the hotel

Day 5: Breakfast at the hotel. Relax on the beach or by the pool. Lunch at the hotel. Visit to the water park: water slides, attractions, pools. Dinner at the hotel

Day 6: Breakfast at the hotel. Free time: shopping, visiting souvenir shops, walks along the promenade. Lunch at the hotel. Farewell dinner at the hotel

Day 7: Breakfast at the hotel. Transfer to the airport, departure home

Cost:

Approximate tour cost per person: 30,000 rubles - accommodation in All-Inclusive hotel. 10,000 rubles - excursions and active entertainment. 5,000 rubles - flight. Total: 45,000 rubles

The tour includes: Accommodation in All-Inclusive hotel (7 nights). Airport - hotel - airport transfer. Excursions (Antalya Old Town, rafting on the Koprucay River, jeep safari in the Taurus Mountains). Visit to the water park.

The tour does not include: Flight. Personal expenses.

Additional Information: Depending on your preferences, the tour program can be adjusted. All-Inclusive hotels usually provide three meals a day and an unlimited number of drinks (water, juices, tea, coffee, locally produced alcoholic beverages). Excursions and active entertainment can be paid for separately. When booking a tour, it is recommended to arrange travel insurance. This program is only a sample and can be modified according to your wishes. I hope this information proves useful!

Copilot:

Here is the program for a 7-night group beach tour in Antalya for a group of up to 15 people:

Day 1: Arrival and Check-in. Morning: Arrival in Antalya, transfer to the hotel. Day: Check-in at the hotel, familiarize yourself with the surroundings, relax on the beach. Evening: Welcome dinner and hotel show program.

Day 2: Beach and Pool Relaxation. Morning: Breakfast at the hotel. Day: Free time on the beach and by the pool. Evening: Dinner and evening entertainment.

Day 3: Excursion to the Historical Center of Antalya. Morning: Breakfast and departure for the excursion. Day: Visit Kaleici, Antalya Museum, and Duden Waterfalls. Evening: Dinner at the hotel.

Day 4: Hiking in Goynuk Canyon. Morning: Breakfast and departure to the canyon. Day: Hiking, picnic, and swimming in natural pools. Evening: Dinner at the hotel.

Day 5: Jeep Safari. Morning: Breakfast and start of the safari. Day: Journey through the mountains, lunch in a village. Evening: Dinner at the hotel.

Day 6: Yacht Cruise. Morning: Breakfast and departure to the port. Day: Cruise with stops for swimming and sunbathing. Evening: Dinner at the hotel.

Day 7: Free Day. Morning: Breakfast at the hotel. Day: Free time for shopping or additional excursions. Evening: Farewell dinner.

Day 8: Departure. Morning: Breakfast and check-out from the hotel. Day: Transfer to the airport.

Approximate Cost per Person: Accommodation in All-Inclusive Hotel: from \$88 to \$150 per night. Excursions and Activities: around \$200 for the entire program. Transfers and Additional Expenses: around \$100.

Total: $\$88 * 7 \text{ (nights)} + \$200 \text{ (excursions and activities)} + \$100 \text{ (transfers and additional expenses)}$ = from \$716 to \$778 per person for 7 nights.

Prices may vary depending on the season and the selected hotel. It is recommended to confirm current prices and availability of excursions in advance.

YandexGPT:

Group Beach Tour to Antalya

Tour Program:

Day 1: Arrival at the hotel, check-in. Dinner. Group introduction.

Days 2–6: Breakfast, lunch, and dinner at the hotel. Relax on the beach and by the pool. Excursions and active entertainment.

Day 7: Breakfast. Check-out from the hotel. Departure.

Excursions and Entertainment: City tour with visits to major attractions. Visit to the water park. Yacht cruise. Trip to Duden Waterfalls. Quad biking. Walk through the old town of Kaleici. Excursion to the ancient city of Aspendos. Evening program (live music, shows, disco).

Approximate Cost of the Tour per Person: The cost of the tour depends on various factors, such as: Hotel accommodation costs, including All-Inclusive meals. Cost of excursions and entertainment. Transportation costs. Expenses for airport transfers. Insurance.

Additional expenses for souvenirs, drinks, etc.

To calculate the cost of the tour, it is necessary to know the specific conditions of accommodation, meals, excursions, and other services. It is also important to consider seasonality and possible discounts or special offers.

The approximate cost of such a tour can range from 50,000 to 80,000 rubles per person for double occupancy. However, this is only an estimate, and the final cost may vary depending on specific conditions and offers from tour operators.

It is important to note that for an accurate cost calculation, you should contact a tour operator or agent specializing in tours to Turkey. They can provide more precise information on the tour cost, considering all necessary factors.

Additionally, it should be noted that the cost of the tour may change depending on currency exchange rates, changes in service prices, and other factors. Therefore, it is recommended to check the cost before booking the tour.

Thus, among the tested models, only YandexGPT failed to fulfill the request, «lazily» limiting itself to recommendations for activities. As for the other models, they generally responded satisfactorily to the request and provided almost identical answers, differing only in details.

In the programs proposed by the language models ChatGPT, Gemini, and Copilot, the nuances mentioned in the request were taken into account: accommodation with the «All-Inclusive» system, a combination of relaxation by the water and pool, excursions, and active recreation. Each

of the models suggested a jeep safari as the latter. However, the proposed programs failed to consider the presence of children in the group. None of the models proposed separate children's programs and animations. But with a revised request emphasizing the needs of children, the tested models would add mention of children's animation to the programs.

Now let's evaluate how these language models can handle forming a tour program for a domestic destination in Kazakhstan. For the test, we proposed the following request:

«Develop an individual tour program for 5 nights in Almaty and nearby destinations (no further than 150 kilometers from the accommodation). It should be aimed at a family couple from another city in Kazakhstan, aged 25-40. Their interests: history, culture, and nature hikes. Calculate the approximate cost of the tour per person».

ChatGPT:

For developing an individual tour program for 5 nights in Almaty and nearby destinations, aimed at a family couple aged 25-40 with interests in history, culture, and nature hikes, I propose the following structure:

Tour Program:

Day 1: Arrival and City Introduction. Arrival at Almaty Airport and transfer to the hotel. Check-in at the hotel. Walk around the city center: visit the Park of 28 Panfilov Guardsmen, the Green Bazaar, and the Almaty Circus. Dinner at a local restaurant.

Day 2: Historical and Cultural Sightseeing. Breakfast at the hotel. Visit the A. Kasteyev State Museum of Arts. Walk around Republic Square and visit the Independence Monument. Lunch at a local café. Visit the Abay Kazakh State Academic Opera and Ballet Theater. Evening walk in Gorky Park. Dinner at a restaurant.

Day 3: Mountain Hike and Big Almaty Lake. Breakfast at the hotel. Excursion to Big Almaty Lake. Hike around the lake area. Picnic in nature (lunch included in the excursion cost). Return to Almaty, rest at the hotel. Dinner at a restaurant.

Day 4: Visit to Charyn Canyon. Breakfast at the hotel. Excursion to Charyn Canyon (about 200 km, within the allowable radius). Hike through the canyon, exploring natural attractions. Picnic in nature (lunch included in the excursion cost). Return to Almaty, rest at the hotel. Dinner at a restaurant.

Day 5: Free Day and Shopping. Breakfast at the hotel. Free time for visiting local markets, buying souvenirs, and walking around the city. Lunch at a café. Visit Kok-Tobe, a mountain with panoramic views of the city. Dinner at a restaurant on Kok-Tobe.

Day 6: Departure. Breakfast at the hotel. Transfer to Almaty Airport.

Approximate Cost Calculation per Person: Airfare: \$100-150 (depending on the city in Kazakhstan) Hotel accommodation (3-4 stars): \$50-80 per night * 5 nights = \$250-400. Meals: \$20-30 per day * 5 days = \$100-150. Excursions and activities: Almaty city tour: \$20-30; Big Almaty Lake excursion: \$50-70; Charyn Canyon excursion: \$70-100; Transfers (airport-hotel-airport): \$10-20.

Total:

Minimum cost: \$500

Maximum cost: \$920

Estimated Cost per Person:

Approximately \$600-750.

This calculation is approximate and may vary depending on the season, hotel level, and additional expenses.

Gemini:

Individual Tour Program for 5 Nights in Almaty and Nearby Destinations

General Information: Duration: 5 nights. Group: 2 people. Accommodation Type: Hotel. Region: Almaty and nearby destinations (within 150 km). Age: 25-40 years. Interests: History, culture, nature hikes

Sample Itinerary:

Day 1: Arrival in Almaty, transfer to the hotel, check-in. Lunch at a Kazakh cuisine café. Walk around the city center: Republic Square, Ascension Cathedral, Green Bazaar. Dinner at a restaurant with a mountain view

Day 2: Breakfast at the hotel. Trip to Big Almaty Lake: cable car ride, walk along the lakeshore, picnic. Lunch at a café by the lake. Return to Almaty. Dinner at the hotel

Day 3: Breakfast at the hotel. Visit to the National Museum of the History of Kazakhstan: exploring the history and culture of the country. Lunch at a café. Visit to Shymbulak: ski resort, cable car ride, panoramic views. Dinner at the hotel.

Day 4: Breakfast at the hotel. Hike in Medeo Gorge: scenic landscapes, waterfalls, mountain river. Picnic lunch. Return to Almaty. Free time: shopping, visiting souvenir shops, walking around the city. Dinner at a restaurant

Day 5: Breakfast at the hotel. Transfer to the airport, departure home.

Approximate Cost per Person: 25,000 RUB - Hotel accommodation (5 nights); 10,000 RUB - Excursions and transfers; 5,000 RUB - Meals; Total: 40,000 RUB.

The tour price includes: Hotel accommodation (5 nights); Airport-hotel-airport transfer; Excursions (Big Almaty Lake, Shymbulak, Medeo Gorge).

The tour price does not include: Meals; Personal expenses.

Additional Information: The tour program can be adjusted based on your preferences. Almaty has many interesting museums, theaters, restaurants, and cafés. There are many hiking trails and walking routes in the vicinity of the city. It is recommended to arrange travel insurance when booking the tour. This program is only a sample and can be adjusted according to your wishes. Hope this information is helpful!

Copilot:

Here is a sample program for an individual 5-night tour in Almaty and its surroundings, designed for a couple interested in history, culture, and nature hikes:

Day 1: Arrival and City Tour. Arrival in Almaty: Transfer from the airport to the hotel. Hotel Check-in: 4-star hotel in the city center. City Tour of Almaty: Visit Ascension Cathedral, Republic Square, and Park of 28 Panfilov Guardsmen. Dinner at a National Restaurant: Introduction to Kazakh cuisine.

Day 2: Historical and Cultural Attractions. Visit the Central State Museum of Kazakhstan: Learn more about the rich history and culture of the country. Excursion to the Ahmet Baitursynov House Museum: Immerse yourself in the history and literature of Kazakhstan. Walk along Arbat Street: A street with art galleries and souvenir shops. Evening Concert or Theater Performance: Depending on the event schedule.

Day 3: Natural Beauty. Trip to Big Almaty Lake: A picturesque high-altitude lake, perfect for photos and picnics. Trekking in Almarasan Gorge: A light hike with beautiful views and a chance to relax in nature. Return to Hotel: Rest and free time.

Day 4: Excursion to Charyn Canyon. Trip to Charyn Canyon: Amazing natural formations and opportunities for hiking. Picnic in Nature: Lunch outdoors. Return to Almaty: Evening

relaxation at the hotel.

Day 5: Cultural Activities and Leisure. Attend Cultural Events: Depending on the schedule, you can visit festivals, exhibitions, or concerts. Walk around Kok-Tobe: Cable car ride, panoramic views of the city, and entertainment at the summit. Farewell Dinner: At a restaurant with a view of the city.

Day 6: Departure. Free Time: Opportunity for shopping or walking. Transfer to the Airport: Departure home.

Approximate cost per person: Accommodation: 50,000 KZT (5 nights in a 4-star hotel); Meals: 30,000 KZT (breakfasts and dinners); Excursions and Activities: 60,000 KZT; Transport: 20,000 KZT (transfers and trips); Total: 160,000 KZT

This program can be adapted to your specific wishes and budget. I hope you enjoy your trip! If you have any additional questions or requests, please let me know.

YandexGPT:

5-Night Individual Tour Program in Almaty and Surrounding Destinations

Day 1: Exploring the City. Hotel Check-in. City Tour of Almaty: Visit Republic Square, Park of 28 Panfilov Guardsmen, Ascension Cathedral, Central State Museum of Kazakhstan, and other city landmarks. Dinner at a Local Restaurant with National Cuisine. Cost: Approximately 30,000 KZT per person.

Day 2: Mountain Hiking. Breakfast at the Hotel. Trip to the Starting Point of the Hike. Hiking in the Zailiysky Alatau Mountains (near Almaty). Picnic in Nature. Return to the Hotel. Cost: Approximately 40,000 KZT per person (including transfer to the starting point and guide services).

Day 3: Visit to the Ethnographic Park "Gakku". Breakfast at the Hotel. Excursion to the Ethnographic Park "Gakku": Learn about Kazakh culture and daily life, participate in traditional craft workshops, and taste national dishes. Lunch in the Park. Free Time for Walking and Relaxation. Cost: Approximately 20,000 KZT per person.

Day 4: Excursion to Charyn Canyon. Breakfast at the Hotel. Transfer to Charyn Canyon. Walk through the Canyon and Explore its Natural Attractions. Lunch in Nature. Return to Almaty. Cost: Approximately 60,000 KZT per person (including transportation and entrance fees).

Day 5: Departure. Breakfast at the Hotel and Check-out. Visit Souvenir Shops and Markets. Departure from Almaty

Total Tour Cost: Approximately 150,000–170,000 KZT per person. This is an estimated cost that may vary depending on the chosen hotels, transportation, excursions, and additional services.

Please note that this is just a sample tour plan that can be adapted to specific preferences and budgets. It's also important to consider potential changes in schedules and service costs due to current conditions and circumstances. It is recommended to confirm the information before booking the tour.

As you can see, the response to the request for the tour program in Almaty turned out to be more detailed and comprehensive than the response for the beach tour program in Antalya (Turkey). This is primarily due to the cultural and educational focus of the domestic tour, which includes a more intensive program and greater tourist activity. Moreover, when working with domestic destinations, the YandexGPT language model, which is tailored to the Russian-speaking user segment, performed significantly better than with external destinations. Additionally, when calculating prices, the Yandex model provides estimates in tenge, as does Copilot, whereas ChatGPT calculates the cost in US dollars, and Gemini in rubles (since the request was made in

Russian).

Each generated program considers the customers' wishes, offers activities (taking into account the actual possibilities in Almaty), and includes visits to tourist sites both in Almaty and its surroundings, without long tiring transfers. The authors of the article had concerns about the accuracy and relevance of the information related to Kazakhstan, as ChatGPT-3 previously demonstrated very weak knowledge of the history and culture of our country, and when unable to provide the required information, it would «hallucinate», giving out fictional and incorrect data as correct responses. In this case, as we see, the language models have become significantly better at handling requests for information about the domestic market.

Conclusions.

Thus, we can conclude that using the presented large language models as an additional tool in developing a tourism product can provide tour operators with more opportunities to optimize this activity. However, this is only if the model is used by a knowledgeable operator who is well-informed about the tourist destination being worked on and can correctly adjust requests and interpret the results obtained [5].

To achieve the best results, it is recommended to use not just one but several large language models, carefully analyze and combine the results they generate. Neural networks are progressing very quickly, and over time their work, including in the field of tour operation, will become increasingly qualitative. Therefore, ignoring this tool in the formation of tourist programs today is as counterproductive as ignoring GDS or personal computers.

REFERENCES:

1. Brown T. B., Mann B., Ryder N., Subbiah M., Kaplan J. Language Models are Few-Shot Learners // arXiv preprint arXiv:2005.14165. – 2020. URL: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2005.14165> (дата обращения: 03.12.2024).
2. Huang T., Rust R. T. Artificial Intelligence in Service // Journal of Service Research. – 2021. – Vol. 24, No. 1. – P. 3–8. DOI:10.1177/1094670517752459.
3. Buhalis D., Law R. Progress in Information Technology and Tourism Management: 20 Years on and 10 Years After the Internet—The State of eTourism Research // Tourism Management. – 2008. – Vol. 29, No. 4. – P. 609–623. DOI:10.1016/j.tourman.2008.01.005.
4. Martin B. A. S., Jin H. S., Wang D., Nguyen H., Zhan K., Wang Y. X. The Influence of Consumer Anthropomorphism on Attitudes Towards Artificial Intelligence Trip Advisors // Journal of Hospitality and Tourism Management. – 2020. – Vol. 44, September. – P. 108–111. DOI:10.1016/j.jhtm.2020.06.004.
5. Xiang Z., Magnini V. P., Fesenmaier D. R. Information Technology and Consumer Behavior in Travel and Tourism: Insights from Travel Planning Using the Internet // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2014. – Vol. 22. – P. 244–249. DOI:10.1016/j.jretconser.2014.08.005.

M. KOCHETKOV

senior lecturer

Toraighyrov University,

(Kazakhstan, Pavlodar), E-mail:

kochetkov19071984@gmail.com

M. ALKEYEV

associate professor

Toraighyrov University,

(Kazakhstan, Pavlodar),

E-mail:

m.alkeyev@mail.ru

SH. KAIROVA

associate professor,

Toraighyrov University,

(Kazakhstan, Pavlodar),

E-mail: shynar_kairova@mail.ru

М. КОЧЕТКОВ¹✉, М.АЛЬКЕЕВ¹, Ш.КАИРОВА¹

¹Торайғыров университеті

(Қазақстан, Павлодар), E-mail: kochetkov19071984@gmail.com

ТУРИСТИК БАҒДАРЛАМАЛАРДЫ ӘЗІРЛЕУ ҮШІН ТІЛДІК МОДЕЛЬДЕРДІ ҚОЛДАНУ МҮМКІНДІКТЕРІН ТАЛДАУ

Аңдатпа. Бұл мақалада туристік бағдарламаларды әзірлеу үшін GPT-4, Google Gemini, YandexGPT және басқа да заманауи тілдік модельдерді пайдалану мүмкіндіктері қарастырылады. Процестерді автоматтандыру және неғұрлым дербестендірілген турларды ұсыну қабілетін қоса алғанда, туристік индустрия контекстінде осы технологиялардың негізгі артықшылықтары мен шектеулері талданады. Мақалада тілдік модельдер клиенттерге қызмет көрсету сапасын жақсартуға, идеяларды тез генерациялауға және туристердің жеке артықшылықтарын ескере отырып, бағдарламаларды әзірлеуге қалай көмектесетіні қарастырылады. Оларды туристік компаниялардың жұмысына ықпалдастыру перспективаларына және туроператорлардың қызметін оңтайландыруға ықпал етуге ерекше назар аударылады. Сондай-ақ тілдік модельдер ұсынатын ақпараттың дұрыстығы және кәсіби мамандардың алынған нәтижелерді түсіндіруге қатысу қажеттілігі мәселелері талқыланады.

Кілт сөздер: туризм, туроператорлық, турөнім, ақпараттық технологиялар, нейрожелілер, үлкен тіл модельдері.

М. КОЧЕТКОВ¹✉, М.АЛЬКЕЕВ², Ш.КАИРОВА³

¹Торайғыров университет

(Қазақстан, Павлодар), E-mail: kochetkov19071984@gmail.com

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЯЗЫКОВЫХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПРОГРАММ ТУРОВ

Аннотация. В данной статье рассматриваются возможности использования современных языковых моделей, таких как GPT-4, Google Gemini, YandexGPT и другие для разработки туристических программ. Анализируются ключевые преимущества и ограничения этих технологий в контексте туристической индустрии, включая их способность автоматизировать процессы и предлагать более персонализированные туры. В статье рассматривается, как языковые модели могут способствовать улучшению качества обслуживания клиентов, помогая быстро генерировать идеи и разрабатывать программы с учётом индивидуальных предпочтений туристов. Особое внимание уделяется перспективам их интеграции в работу туристических компаний и влиянию на оптимизацию деятельности туроператоров. Также обсуждаются вопросы корректности информации, предоставляемой языковыми моделями, и необходимость участия профессионалов в интерпретации полученных результатов.

Ключевые слова: туризм, туроперейтинг, турпродукт, информационные технологии, нейросети, большие языковые модели.

С. МИНИХАНОВА¹✉, Т. ИМАНГУЛОВА², М. АБДИКАРИМОВА²

¹Казахская академия спорта и туризма

(Казахстан, Алматы), E-mail: minikhanovasvetlana@gmail.com

²Международный университет туризма и гостеприимства,

(Казахстан, Туркестан)

АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ КАЗАХСТАНСКОГО ОНЛАЙН ТУРИЗМА, СФЕРЫ ПЛАТЕЖЕЙ И ПОВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТОВ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

Аннотация. Сегодня продвижение Казахстана в международную информационную среду, повышение значимости как дестинации, исследование прорывных технологий являются приоритетными направлениями в туротрасли страны. Благодаря повсеместному высокоскоростному доступу к Интернету, целевой аудитории международных туристов может быть предоставлен чрезвычайно богатый контент, такой как описания о путешествиях на сайтах, документальные фильмы, различные шоу, новостные подкасты, социальные ролики, прямые трансляции и виртуальная реальность, и многое другое, создаваемое в высокой четкости и качестве. Несмотря на приоритеты поставщиков услуг в отношении качества, надежности, актуальности и убедительности информации, окончательный выбор туристского направления остается за путешественниками - основными потребителями информации, что стимулирует постоянный интерес к персонализации контента, сбору аналитических данных о предпочтениях пользователей и адаптации информации под индивидуальные запросы каждого туриста. В настоящее время проводится большое количество опросов, анкетирования и исследований о предпочтениях туристов в выборе дестинации, однако анализ выдачи в онлайн поисковых системах показывает дополнительные данные, которые необходимо учитывать при продвижении турпродуктов международному туристу. Помимо этого, обнаруживается неразвитая среда электронной коммерции в сфере туризма, что предполагает более глубокое изучение проблемы онлайн туризма Казахстана, а также детальное изучение поведения туристов в Интернете в целом

Ключевые слова: туризм, турпродукт, онлайн среда, интернет, онлайн туризм, потребности и предпочтения

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Миниханова С., Имангулова Т., Абдикаримова М. Анализ состояния казахстанского онлайн туризма, сферы платежей и поведения международных туристов в цифровой среде // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 72–92. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.07>

***Cite us correctly:** Minihanova S., İmangulova T., Abdikarimova M. Analiz sostoiania kazahstanskogo onlain turizma, sfery platejei i povedenia mejdunarodnyh turistov v sifrovoi srede [Analysis of the state of Kazakhstan's online tourism, payments and the behavior of international tourists in the digital environment] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 72–92. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.07>

Введение

Одной из наиболее стремительно развивающихся отраслей экономики в Казахстане становится индустрия туризма, способствующая улучшению имиджа на международной арене и развитию страны в целом. За последние годы Казахстан известен как все более популярное направление для международных и внутренних туристов, благодаря своему богатому природному наследию, истории и культуре. В отчете независимой международной исследовательской компании Euromonitor International «Global Travel Trends Report 2023» отмечается, что Казахстан входит в число стран с наиболее быстрыми темпами роста въездного туризма в мире [1], а в докладе Всемирного экономического форума от 2023 года отмечается, что Казахстан обладает потенциалом стать одним из наиболее популярных туристских направлений в Центральной Азии [2]. Помимо этого, Институт экономических исследований в Казахстане опубликовал аналитическую статью со ссылкой на IMD World Digital Competitiveness Ranking 2023 о том, что по данным в 2023 году Казахстан занял 34 место в рейтинге цифровой конкурентоспособности IMD-2023, опередив Португалию, Польшу, Италию и Турцию, показывая свое развитие в эпоху искусственного интеллекта на основе таких факторов как «Знание», «Технологии», «Готовность к будущему» (Таблица 1) [3].

На Международном форуме 15 сентября 2023 года по развитию туризма, проходившему в городе Актау, областном центре Мангистауской области, премьер-министр Республики Казахстан, Алиян Смаилов, высказался по вопросу развития туризма в стране, отметив важность туристической индустрии и подчеркнул, что Республика Казахстан придает особое значение развитию туризма, а также популяризации местной культуры и традиций. Смаилов А. добавил, что за последние 3 года в туристическую индустрию были привлечены инвестиции в размере 4 миллиардов долларов, а также было построено более 400 туристских объектов. Отели более чем 20 известных международных сетей, включая Hilton, Marriott, Wyndham, Accor и другие, успешно открылись в Казахстане. Продолжая свою речь, Алиян Смаилов отметил, что для улучшения конкурентоспособности казахстанского туризма на международной арене необходимо укреплять сотрудничество между различными ведомствами, ответственными за продвижение страны за границей, включая в себя разработку уникального туристского бренда для Казахстана и более активное представление страны в международной информационной среде [4].

Казахстан ставит перед собой задачи достичь экспорта ИТ услуг до 1 млрд долларов в 2026 году, улучшить подготовку кадров, представляя свои интересы в сфере индустрии больших данных, цифровых экосистемах, и обработки информации, однако, как отмечается в Послании Главы государства Касым-Жомарта Токаева от 2023 года населению Республики Казахстан «Экономический курс Справедливого Казахстана», в такой важной отрасли как туризм отсутствуют значительные успехи в развитии «прорывных проектов», а также возникает необходимость «задействовать туристический потенциал страны». В своем выступлении президент подчеркнул, что будущая модель экономического роста Казахстана будет базироваться на максимально эффективном использовании имеющихся конкурентных преимуществ страны, а также на раскрытии потенциала всех основных факторов производства: трудовых ресурсов, капитала, природных богатств и технологических инноваций [5].

Таблица 1 - Позиции Казахстана в Рейтинге цифровой конкурентоспособности IMD-2023 [3].

Позиции Казахстана в Рейтинге цифровой конкурентоспособности IMD-2023		Динамика в сравнении с 2022 г.
Общий рейтинг	34	▲ +2
1. Знания	30	
Таланты	47	▼ -1
Обучение и образование	1	
Научная концентрация	49	▲ + 2
2. Технологии	41	▼ -1
Нормативно-правовая база	22	▼ -1
Капитал	53	▼ -3
Технологическая база	48	▼ -1
3. Готовность к будущему	31	▼ -1
Адаптивные отношения	29	▲ + 5
Гибкость бизнеса	5	▲ + 1
ИТ-Интеграция	54	▲ + 2

Таким образом, немаловажным становится изучение цифровой онлайн среды для применения инновационных подходов и больших данных к продвижению Казахстана как туристской дестинации.

Существует множество различных методов исследований в туризме, в том числе опросы, фокус-группы, интервью, наблюдения, анализ данных, которые безусловно представляют ряд преимуществ в понимании поведения туристов и их потребностей. Такие исследования можно использовать для оценки эффективности маркетинговых кампаний и разработки новых продуктов и услуг, а также для принятия решений о том, как лучше всего обслуживать туристов. Однако традиционные исследования зачастую дорогие, занимают много времени и не всегда предоставляют информацию о поведении туристов в реальных условиях. Помимо этого, при попытках провести более качественные исследования в компании, опросах и интервью с респондентами, уже состоявшимися потребителями туристских услуг «Evisa Travel», не каждый турист готов тратить время на анкетирование и опросы, либо не желает говорить о своем выборе, более того не каждый турист даже готов оставлять отзывы на сайтах компании: только в случаях негативных или абсолютного удовлетворения его потребностей, либо в случае, когда оказываемые услуги превзошли ожидания, по сравнению с большими данными аналитики поисковых систем, на основании которых можно проводить более расширенные исследования и выводы, определить потребности туристов в разных регионах, выявить нереализованный спрос и сделать отдых туристов более комфортным (собственные исследования и опросы туристов «Evisa Travel»).

В последние годы наряду с традиционными методами исследований в туризме часто используются такие методы как исследования в социальных сетях, анализ онлайн-отзывов, мобильные опросы, которые позволяют получить более точные и персонализированные данные о туристах и их поведении.

Например, исследование, проводимое Казахстанской туристской ассоциацией для изучения мнений и предпочтений туристов, охватила в выборке 298 респондентов, из которых 97% составляли резиденты и 3% нерезидентов РК и в возрасте 18–65 лет в 2020 году по внутреннему туризму. В сравнении с турпоток по внутреннему туризму страны — это недостаточно большое количество туристов.

Как показывают исследования других отечественных ученых в среднем количество респондентов в анкетировании в предпочтениях и потребностях колеблется от 200 до 1000 человек, в то время как статистика социальных сетей, поведение туристов в цифровом пространстве, анализы поисковых систем дают более масштабное представление о персонализации и поведении туристов (использование Big Data).

В научной работе «Организационно-экономические аспекты развития въездного туризма как фактор развития национальной экономики: практика Алматинской области» Б. Иманбековой, термин «Интернет» в совокупности с термином «Турагентство» встречается всего 1 раз, и данные услуги отмечены как бесплатные [6]. В то время как инновации в туристской сфере практически повсеместно связаны именно с развитием цифровой онлайн среды, а спектр услуг, предоставляемых для въездного туризма, не может ограничиваться только покупкой проездных билетов и должен предлагать более развернутую линейку турпродуктов, которых пока, как показало данное исследование, в Интернет-пространстве туризма Казахстана сравнительно мало, цифровизация существенно повлияла на сферу путешествий, сделав Интернет незаменимым инструментом для туристов. Он позволяет им быть более информированными, независимыми и создавать уникальные впечатления, что трансформирует взаимодействие путешественников с туристскими направлениями, меняя способ взаимодействия между ними и стимулируя развитие новых форм туризма.

Онлайн исследования становятся все более актуальными, с развитием технологий, они достаточно экономичны (доступы ко многим данным в режиме онлайн бесплатны, с оговоркой о цитировании данных и указанием на источник), нет расходов на печать бумаги, почтовые расходы, проведение опросов, связанных с интервьюированием, быстрота выводов результатов, разнообразие методов сбора информации, а также степень проникновения Интернета дает более масштабные результаты – доступ к онлайн ресурсам по статистике имеет более 64% населения Земли, и 88% населения Казахстана. С использованием Интернета исследователи имеют возможность получить большее количество респондентов со всего мира, позволяя достичь более широкой географической и демографической степени покрытия, что особенно полезно в туристской отрасли для изучения международной целевой аудитории.

Целью исследования является выявление потребностей и предпочтений международных туристов в Казахстане для разработки в дальнейшем рекомендаций туристским компаниям по эффективному продвижению турпродуктов в онлайн-среде и стимулированию роста въездного туризма в страну.

В соответствии с обозначенной целью, авторами были сформированы следующие задачи данного исследования:

- проанализировать состояние онлайн туризма в мире и в Казахстане, изучение статистических данных, динамики развития, основных рынков и сегментов;
- оценить использование онлайн ресурсов туристами;
- определить онлайн-среду для изучения целевой аудитории;
- исследовать потребности и предпочтения международных туристов.

Объектом исследования является международный туризм в Казахстане, а *предметом исследования* туристы интересующихся Казахстаном как потенциальным туристским направлением, их потребности и предпочтения, стратегии продвижения турпродуктов в онлайн среде.

В процессе поиска и анализа данных через изучение онлайн среды в области цифрового туризма, как ключевого направления для продвижения турпродуктов Казахстана, были проведены исследования о том, какие ключевые запросы возникают у международных туристов, планирующих посетить Казахстан, какие направления, устройства связи и поисковые системы наиболее популярны у пользователей как зарубежом, так и на территории нашей страны, каким образом осуществляется импорт и экспорт туристских услуг и какие цифровые ниши могут использовать туркомпании для размещения информации о собственных турпродуктах, а также, используя представленные рекомендации, каким образом смогут предлагать свои услуги посредством онлайн среды.

Материалы и методы

Для проведения исследования в исследовательскую группу были включены собственные исследования компании «Evisa Travel», использованы статистические данные поисковых систем на основании ключевых запросов Интернет-пользователей разных стран Google и Yandex, Google Analytics, Яндекс Аналитика, данные в общем доступе от Всемирного банка (worldbank.org), Всемирный совет по туризму и путешествиям WTTC, Всемирной туристской организации UNWTO, статистические данные Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан, публикации [АО «Национальная компания «Kazakh Tourism»](#), аналитика Freedom Finance Global в свободном доступе, информационная система по сбору и обработке данных в сфере туризма Республики Казахстан tourstat.kz, отчеты Казахстанской туристской ассоциации (КТА), проведены исследования среди операторов внутреннего и въездного туризма (собственные исследования специалистов по маркетингу компании «Evisa Travel»).

Также использовались аналитические данные Концепции развития туристской отрасли в Республике Казахстан на 2023–2029 годы и публикации предыдущих концепций [7].

В связи с наибольшей популярностью Google платформ у населения, основным методом изучения поведения туристов являлся анализ данных цифровых онлайн инструментов Google Trends, разработанных компанией Google, позволяющие визуализировать частоту поисковых запросов в Google Поиске по всему миру и в отдельных регионах, использующихся для анализа динамики поисковых интересов пользователей, оценки популярности различных тем и сравнительного анализа поисковых запросов. Принцип работы Google Trends состоит в использовании цветовой шкалы для визуализации частоты поисковых запросов. Чем темнее цвет на карте, тем чаще в данном регионе запрашивается определенное слово или фраза. Популярность запроса оценивается относительно общего числа запросов в Google Поиске в данном регионе за определенный период. При сравнении нескольких поисковых запросов интенсивность цвета для каждого региона отражает долю поисков по самому популярному запросу в данном регионе, что позволяет выявить, какие темы вызывают наибольший интерес в разных регионах. В результате отслеживается динамика интересов пользователей, оценивается популярность тем и слов, сравниваются запросы, появляется возможность решать различные маркетинговые

задачи, контент-стратегии и создание эффективных компаний по продвижению турпродуктов.

Дополнительно использовались ежегодные глобальные исследовательские отчеты агентства Kepios, We re Social, Meltwater и сервис для SMM Hootsuite - Digital Global Overview Report - данные пользователей сети Интернет, о применении и состоянии цифровой (digital) среды (digital - область профессий связанных с использованием цифровых технологий). Ко всему прочему была изучена статистическая отчетность Национального банка Республики Казахстан в сфере электронной коммерции, в том числе и Интернет-эквайринг как один из платежных инструментов использования онлайн среды для предложения турпродуктов международным туристам. Интересная закономерность была отмечена в процессе изучения трудов ученых данные о потребностях и предпочтениях туристов представлены довольно широко и подробно, например М. Р. Смыковой, Сохатской, Н.В. [8], М. Р. Смыковой, Р. В. Плохих, О.Ж. Устенова [9], Т.В., Имангулова, М.А. Прокофьева [10], К.Р. Мамутовой, М.Р. Смыкова, Н.В. Никифоровой [11], М.Н. Абдикаримова [12] и др. Большинство исследований представлены анкетированием, опросами и интервьюированием. отражающие ответы респондентов, о посещенных местах, маршрутах, выбор локации, блюд, недовольство инфраструктурой, то есть в массе своей являются «рефлексией» после путешествия, в то время как на выбор места путешествия влияет информационная составляющая до путешествия, обозначенная в цифровой экосистеме как «вдохновение», представленное в различных информационных формах, таких как текстовый контент, изображения или видео, которые подталкивают путешественника сделать выбор (одна из функций продвижения турпродукта). Туристам часто необходимо получить информацию о турпродукте до путешествия, которая конкретно удовлетворит его потребности. В дополнение ко всему, высококачественная информация и разносторонний богатый контент имеющие важное значение недостаточны, когда личные истории передают мощные сообщения, вдохновляющие путешественников в процессе принятия решения и планирование поездки, именно поэтому поисковые системы, веб-сайты принимающих компаний и социальные сети играют большую роль при принятии решения на начальном этапе путешествия [13].

Результаты и обсуждение

В данное время исследования поисковых систем и социальных сетей показывают наибольшую заинтересованность путешественников цифровым контентом, в особенности после пандемии Covid-19 (собственные исследования специалистов по маркетингу компании «Evisa Travel» на платформе Google Trends).

Выбор методов исследования не случаен: в 2023 году из более чем 8 млрд человек в мире насчитывалось 5,16 млрд Интернет-пользователей, что составило 64,4 % всего населения мира, подключенного к Интернету, и 68% всего населения являлись уникальными пользователями мобильных телефонов, при этом 4,76 млрд человек использовали социальные сети или хотя бы регистрировались в них. Данные цифрового глобального отчета Digital Global Overview Report показывают, что общее количество пользователей Интернета во всем мире увеличилось на 1,9 % по сравнению с 2022 годом, но задержки в предоставлении данных означают, что фактический рост был выше, чем предполагает эта цифра.

При этом исследователи Digital Global Overview Report ожидают, что к концу 2023 года, примерно 2/3 населения Земли будут онлайн, что в целом позволяет определить

перспективность изучения потребителей через цифровую среду (Таблица 2).

Таблица 2 - Цифровое онлайн присутствие пользователей в мире 2022–2023 гг. [13].

	Январь 2022, млрд.	% от общего населения	Январь 2023, млрд.	% от общего населения
Население	7.91		8.01	0.8 % прирост
Уникальные пользователи мобильных телефонов	5.31	67.1	5.44	68.0 3.2 % прирост
Пользователи Интернета	4.95	62.5	5.16	64.4 1.9 % прирост
Пользователи социальных сетей	4.62	58.4	4.76	59.4 3 % прирост

В целом, согласно данным Всемирного экономического форума (World Economic Foru), сама концепция цифровой системы состоит из пользователей, компаний и правительств, которые сходятся в цифровом пространстве информационных технологий, телекоммуникаций, средств массовой информации и индустрии развлечений. Экосистема цифрового туризма представляет собой взаимодействие живых существ, таких как путешественники, поставщики, посредники, правительства и сообщества, и неживую технологическую среду устройств, соединений (таких как Интернет), контента и точек соприкосновения (Рисунок 1) [13].

С учетом представленных данных в таблице 2, становится очевидным, что мобильные устройства в настоящее время, предоставляющие пользователю Интернета доступ к туристской информации, являются приоритетным инструментом в поиске, сравнении и «вдохновении» при принятии решений.

Таким образом метод исследования основан на изучении контента о Казахстане, запрашиваемого пользователями (в данном исследовании ключевые запросы пользователей), посредством мобильных устройств и онлайн цифровую среду - совокупность Интернет-платформ и ресурсов, которые предоставляют возможность взаимодействия и обмена информацией в онлайн-режиме.

На 2023 год по данным Агентства по статистике в Казахстане пользователи Интернета составили 88,2% всего населения страны в возрасте от 6 до 74 лет [14].

Согласно закону о туристской деятельности в Казахстане, туризм по видам определяется как международный и внутренний. Для международных путешествий исследование (международная целевая аудитория) проводилось по ключевым запросам по всему миру, для определения предпочтений и потребностей местных туристов – внутри региона (местная целевая аудитория) [15].



Рисунок 1 - Цифровая экосистема туризма [13].

Основываясь на информации, представленной выше, можно предположить, что еще большое количество человек не имеет доступа к цифровым коммуникациям, в связи с чем, данные, используемые для определения действительных потребностей и предпочтений исследуемых туристов, а также рекомендации, составленные на их основе – относятся только к тем, кто использует онлайн цифровую среду и Интернет. Таким образом, в данном исследовании определена целевая аудитория с параметрами – пользователи Интернета и онлайн цифровой среды, с ключевыми запросами о путешествиях в Казахстан. Выбор в пользу тех, кто имеет Интернет и социальные сети – также не случаен, планируемая стратегия продвижения турпродуктов Казахстана направлена на потребителя, который наиболее доступен через Интернет-продвижение (включая Интернет-маркетинг), может совершать покупки онлайн и имеет достаточно средств для трат на путешествия. Исследования ООН показывают, что наличие цифровых преимуществ имеются у 89% населения стран с высоким уровнем дохода [16].

В условиях динамично растущего и развивающегося рынка туризма в Казахстане актуальным становится вопрос разработки эффективных маркетинговых стратегий для продвижения турпродуктов. Аналитики Freedom Finance Global отмечают, что именно социальные сети и другие цифровые источники информации выступают в качестве главного инструмента для продвижения этого направления. Instagram, являясь несомненным лидером в сфере визуального маркетинга, позволяет туроператорам и гостиницам создавать яркие привлекательные образы природных красот и достопримечательностей страны.

Информационная система 2GIS, в свою очередь, пользуется высоким уровнем доверия среди казахстанцев, предлагая подробную информацию о туристских объектах, транспортной инфраструктуре и других аспектах путешествий [17].

Роль цифровых инструментов не ограничивается простым продвижением. Анализируя онлайн-активность местной целевой аудитории, появляется возможность узнать многое о предпочтениях и потребностях потенциальных туристов, что становится незаменимым при разработке эффективных маркетинговых кампаний, а использование таргетированной рекламы, инфлюенс- и контент-маркетинга, позволяет максимально точно направлять

рекламные сообщения и предлагать туристам именно те турпродукты, которые им необходимы.

Таким образом, использование социальных сетей и других цифровых инструментов не только позволяет привлечь внимание к туризму Казахстана, но и создает условия для его успешного развития. Анализ влияния различных цифровых инструментов на поведение потребителей в сфере туризма Казахстана, а также определение оптимальных стратегий их использования для максимизации эффективности продвижения турпродуктов становится целесообразным.

Развитие информационных технологий и доступ к Интернету привели к изменению поведения потребителей в туристской отрасли. Все больше людей ищут и бронируют туры, отели, экскурсии и билеты онлайн, основываясь на отзывах и рекомендациях других туристов. Благодаря доступу к электронной коммерции, Интернет-транзакциям, мобильной связи, использованию мобильных устройств, доступности контента на разных языках, посредством приложений, а также «рефлексии» через социальные сети все больше путешественников выбирают поездки через онлайн среду. Объем рынка онлайн туризма достиг рекордных 521.18 млрд долларов США в 2023 году, уже к 2030 году ожидаемый объем мирового рынка онлайн туризма составит более 1000 млрд долларов США (рисунок 2) [18].

В Республике Казахстан по данным Бюро национальной статистики количество предприятий, использующих Интернет-ресурс для реализации товаров и услуг в 2022 году составляло всего 2007 единиц, из которых 700 реализующих товары и услуги через собственный Интернет-ресурс и 1237 единиц, использующие платформу электронной коммерции (маркетплейс - это цифровая площадка, выступающая в роли посредника и дающая сопоставлять спрос и предложения - товаров, услуг и/или информации- на многостороннем рынке участников через Интернет, в том числе 388, реализующих услуги. Данные показатели присутствия онлайн-платежей в туризме исключительно малы в сравнении с количеством субъектов МСБ РК - по состоянию на 1 сентября 2023 года в Казахстане действует более 1,9 млн субъектов малого и среднего предпринимательства [14], из которых 2023 году в РК было зарегистрировано 10 357 предприятий, предоставляющих услуги по проживанию и питанию, из них 3992 объекта размещения, 7978 предприятий с видом деятельности искусства, развлечения и отдых.

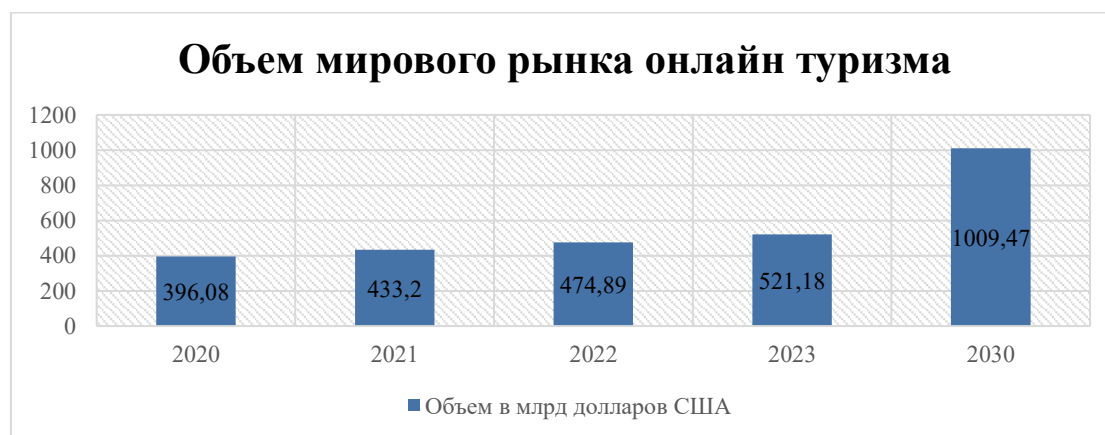


Рисунок 2 - Объем мирового рынка онлайн туризма до 2030 года [18]

Внутренняя электронная коммерция, включающая маркетплейсы в Казахстане достигла 3,17 трлн тенге (около 7 млн долларов США), из которых 1,13 трлн (около 2,3 млн

долларов США) пришлось на Интернет-ресурсы компаний, а 2,05 трлн - на маркетплейсы. При этом в 2021 году объем электронной коммерции составил 1,04 трлн тенге [14].

Лидирующие позиции в продажах на внутреннем рынке электронной коммерции в Казахстане через маркетплейсы стали услуги по перевозке пассажиров, далее прочие услуги (в которых возможно присутствуют услуги сопутствующим услугам в туризме, так как ОКЭД «прочие» подразумевает некоторую деятельность, например оформление виз, которую нельзя определить по классификатору ОКЭД, почти в 5 раз меньше оказано услуг в разделе продаж авиабилетов и бронирование мест на транспорт, однако по соотношению объема оказанных услуг перевозки и продажа авиабилетов являются основными. При этом стоит отметить, что продажи бронирований и услуг размещения не превышали 2 % за 2022 год [19].

Объем оказанных услуг через собственный Интернет-ресурс по видам услуг в 2022 году больше всего был представлен билетами и бронированию мест на транспорт, превышая объем оказанных тех же услуг через маркетплейсы почти в 2 раза, а услуги по перевозке пассажиров почти в 1,5 раза, и объем оказанных услуг по бронированию и размещению через собственные интернет-ресурсы в 2 раза больше, чем через маркетплейсы, хотя в обоих случаях цифры показывают сравнительно незначительные объемы в контексте мирового объема рынка онлайн-туризма.

В разрезе способов платежей очевидно, что основные платежи в размере 31,5 % от общего объема проходят через дебетовые карты или электронные банковские переводы, 23,5% проходят оплатой кредитными картами через Интернет, а онлайн платежи составляют 13,9%.

По представленным данным Бюро объем услуг, оказанный местами размещения в стране, без учета услуг ресторанов в 2022 году составлял около 182,865 млрд тенге, из которых только около 3,139 млрд приходится на продажи через собственный Интернет-ресурс (таблица 3), и всего 115 предприятий в сфере предоставления проживания используют Интернет-ресурс для реализации товаров и услуг по своему виду экономической деятельности (Таблица 4). В 2023 году объем оказанных услуг составил 229,25 млрд тенге, однако отчет по электронной коммерции за 2023 года на момент публикации не доступен для сравнения в связи с выходом следующего релиза 23 мая 2024 года.

Таблица 3 - Объем услуг, оказанный местами размещения за 2022–2023 гг. [14].

	2022 год*	2023 год*
	январь-декабрь тыс.тенге	январь-декабрь тыс.тенге
Республика Казахстан	182 865 265,7	229 248 669,6
Абай	3 847 285,8	6 027 915,6
Акмолинская	17 171 499,2	21 146 988,9
Актюбинская	3 224 269,6	3 679 414,7
Алматинская	6 566 621,0	8 859 879,0
Атырауская	5 491 994,7	5 998 515,9
Западно-Казахстанская	3 652 465,9	4 626 785,9
Жамбылская	1 864 411,5	2 309 687,8
Жетісу	5 219 720,3	4 595 023,9
Карагандинская	5 522 921,0	6 314 908,8
Костанайская	2 583 149,3	2 888 888,1

Продолжение Таблицы - 3 на следующей странице

Продолжение Таблицы-3

Кызылординская	1 281 774,8	1 582 900,4
Мангистауская	11 459 380,3	15 082 337,7
Павлодарская	3 574 006,6	4 265 108,1
Северо-Казахстанская	1 671 593,5	2 076 271,9
Туркестанская	5 001 057,3	5 586 740,0
Ұлытау	391 590,0	554 158,0
Восточно-Казахстанская	4 862 020,2	5 922 268,7
г.Астана	35 185 440,5	45 391 954,2
г.Алматы	56 186 431,9	74 098 468,1
г.Шымкент	8 107 632,3	8 240 453,9
* с учетом индивидуальных предпринимателей, занимающихся размещением посетителей		

Как итог, хотя 37,5% всего объема платежей в Казахстане проходят через онлайн среду с учетом объема цифрового социального кошелька и цифрового тенге в 0,1 %, в целом, рынок онлайн туризма занимает в этом объеме малую долю, находясь в недостаточно развитом состоянии (исключая пассажирские перевозки), имея высокую конкурентоспособную, практически пустую нишу для предоставления услуг в сфере туризма посредством предоставления услуг через Интернет.

Экспорт в сфере путешествий (согласно закона РК, оказание туристских услуг, связанных с организацией въездного туризма на территорию Республики Казахстан, является экспортом туристских услуг; оказание туристских услуг, связанных с выездом в другую страну, является импортом туристских услуг [15] также отражает достаточно низкие показатели, в частности в сфере культуры и отдыха в сравнении всей доли экспорта РК.

И если внутренние обороты и продажи транспортных услуг и поездок посредством Интернета достаточно на высоком уровне, то по данным Бюро Национальность статистики [14] доля трат для размещения по внутреннему рынку электронной коммерции отражает низкую долю туристов (не превышая 2% от всего объема), купивших проживание онлайн, а доля импорта в той же сфере показывает насколько минимально количество оказываемых услуг в целом, и не только для въездного туризма [14].

Таблица 4 - Основные показатели предприятий, использующих Интернет-ресурс для реализации товаров и услуг по видам экономической деятельности, выборка проведена для сферы туризма [14]

единиц					
	Количество предприятий, использующих Интернет-ресурс для реализации товаров и услуг	В том числе			
		реализующие товары и услуги через собственный Интернет-ресурс	использующие платформу электронной коммерции (маркетплейс)	в том числе	
				для реализации товаров	для реализации услуг
Всего	2 007	770	1 237	849	388
Деятельность пассажирского железнодорожного транспорта в междугородном сообщении	1	1	-	-	-

Деятельность прочего пассажирского сухопутного транспорта	11	1	10	2	8
Деятельность воздушного пассажирского транспорта	5	4	1	-	1
Предоставление услуг гостиницами и аналогичными местами для проживания	100	28	72	-	72
Предоставление услуг прочими местами для проживания	7	-	7	-	7
Деятельность санаторно-курортных организаций	8	8	-	-	-

При данных показателях очевидно низкое вхождение страны в долю продаж в сфере туристских услуг онлайн для зарубежных пользователей, даже с учетом показателей по поездкам и долям продаж авиабилетов, так как покупки учитывались только по внутреннему сектору продаж, а статистика импорта отражает общее количество услуг.

Однако в то же время в феврале 2024 года в Казахстане выпуск карточек международных платежных систем осуществляли 18 банков и АО «Казпочта», помимо этого банки РК выпускают так же карточки локальных систем (например, система платежных карт Kaspi Bank). В начале 2024 года рынок платежных карт в Казахстане продемонстрировал значительный рост. Общий объем транзакций достиг 11,9 трлн тенге, при этом было совершено 862,3 млн операций. Особенно заметен рост безналичных платежей: их количество увеличилось на 13,6% по сравнению с январем 2023 года, составив 842,7 млн транзакций, а объем вырос на 14,6% и достиг 10,1 трлн тенге. Лидерами среди безналичных платежей остаются онлайн-платежи (интернет- и мобильный банкинг), на которые приходится 78,9% всех операций и 89% от общего объема. POS-терминалы также играют важную роль, обеспечивая 21% безналичных транзакций и 10,6% от их общего объема. Таким образом, данные за январь 2024 года подтверждают устойчивую тенденцию к увеличению популярности безналичных расчетов внутри страны, особенно в онлайн-среде, но в направлении туристских транзакций (не считая пассажирских поездок) по-прежнему роста не наблюдается, или он незначителен [20].

В итоге наблюдается количественный разрыв между покупками авиабилетов и других проездных билетов в/из Казахстана и другими тратами в сфере туризма онлайн. И если авиабилеты доступны на маркетплейсах, сайтах авиакомпаний, то такие услуги как бронирование через Интернет размещения в хостелах, гостиницах среднего и низкого ценового уровня, гостевых домах, заказ экскурсий, турпакетов по Казахстану и прочие услуги в сфере отдыха и развлечений для международного туриста – слабо развиты, для чего необходимо развивать онлайн покупки туристских услуг для экспорта.

Международные туристы, как правило, используют те же самые платежные карты и системы что и граждане Казахстана по данным аналитической компании Nilson Report: VISA International, MasterCard Worldwide, UnionPay International, American Express International и Diners Club International [21], однако основное предложение для оплаты картами в РК – поступают посредством мобильных приложений, привязанных к банкам внутри Казахстана. То есть, международные туристы не имеют доступа к таким же услугам, как и резиденты

Казахстана (Предложения Kaspi, Halyk и Jusan банков в сфере путешествий, так же, как и другие банки не предоставляют доступа к своим приложениям, без регистрации и личного присутствия в РК – привязка к ИИН и номеру телефона). Согласно правилам, получить ИИН, (индивидуальный идентификационный номер), нерезидентам в том числе, в РК возможно при личном присутствии заявителя в ЦОНах (Центр обслуживания населения) страны либо по доверенности на третье лицо, однако маловероятно, что туристы планирующие поездки, вообще имеют представление о такой процедуре [22]. Если учитывать большую долю туристов из России (объем которых наибольший в РК по статистике), в связи с ограничениями платежные системы 89 банков РФ не работают в РК для оплат услуг банковскими карточками, то часть туристов не могут оформить покупки онлайн в интернет-пространстве Казахстана. Хотя в данном ключе, как положительный эффект, наблюдается укрепление курса тенге, в связи с наличными платежами туристов из России [23].

В 2019 году были определены топ-10 стран, наиболее активно посещающих Казахстан (по результатам зарегистрированных посетителей информационной системы «eQonaq»), где лидирующее место занимает Россия – 30,9 % туристов, при этом с туристскими целями прибыло в страну только 30% общего количества опрошенных и 9,9 % и 1,37 % служебных (деловые и служебные относятся к МІСЕ-туризму) поездок. 73% въехавших Казахстан составляли мужчины и 23% -женщины (Таблица 5).

В 2023 году по данным Комитета индустрии туризма Министерства туризма и спорта РК в топ 5 стран вошла Россия (более 350 тыс. посетителей), Китай (75 тыс. посетителей), Турция (41 тыс. посетителей), Индия (более 34 тыс. посетителей), США (более 28 тыс. посетителей). Благодаря введению безвизового режима на 14 дней для граждан Китая и Индии количество посетителей из Китая выросло в 12 раз – с 18 тыс. до 217 тыс., а количество посетителей из Индии увеличилось втрое – с 28 тыс. человек в 2022 году до 78 тыс. человек в 2023 году [22].

Таблица 5 - Топ 10 стран, откуда прибывали туристы в 2019, возраст туристов [24].

Страна	% от общего количества прибывших -отчет по туристам, регистрируемым через систему eQonaq, (количество человек)	Возраст туристов	% от всего количества
Российская Федерация	30.913 % (66343)	0 - 18 года 19 - 25 года 26 - 35 года 56 - 84 года	4.97 % 13.12 % 27.96 % 0.06 %
КНР	8.85 % (18993)		
Индия	4.657 % (9994)		
Таджикистан	4.288 % (9203)		
Кыргызстан	3.201 % (6869)		
Турция	2.664 % (5718)		
США	1.407 % (3020)		
Великобритания	1.358 % (2915)		
Германия	1.231 % (2642)		

В международную целевую аудиторию данного исследования были включены не только страны, чьи путешественники составляют топ 5–10 самых активных посетителей (*прямая целевая аудитория*), но и те страны, откуда поступает наибольшее количество ключевых запросов о путешествиях в Казахстан (*косвенная целевая аудитория*).

В 2024 году Казахстан стал одним из самых популярных туристских направлений для жителей ОАЭ, которые планируют отдохнуть во время праздника Ураза-байрам (Eid al Fitr). По данным глобальной системы поиска информации о воздушных перевозках Skyscanner, больше всего путешественников из ОАЭ предпочитают отправиться в Казахстан. По аналитике Skyscanner, наиболее популярной датой начала путешествия для жителей ОАЭ является 2 апреля 2024 года, с продолжительностью отпуска, не превышающей неделю. Казахстан превосходит другие страны с большим отрывом, показывая увеличение интереса на 195% (Таблица 6).

Этот факт также подтверждается быстрым развитием туризма в Казахстане. Данные системы eQonaq АО «НК «Kazakh Tourism» подтверждают растущий интерес жителей ОАЭ к Казахстану. Число посетителей из ОАЭ удвоилось с 2963 в 2022 году до 6051 туриста в 2023 году. Среди основных направлений для жителей ОАЭ в Казахстане выделяются города Алматы, Астана и Алматинская область [25].

Таблица 6 - Рост популярных запросов Skyscanner о Казахстане из ОАЭ

Казахстан	195%
Сейшельские Острова	115%
Кипр:	99%
Япония	90%
Вьетнам	81%
Оман	78%
Швейцария	56%

Рост популярности Казахстана как туристского направления для жителей ОАЭ также говорит о значительном потенциале страны в сфере международного туризма.

В 2023 году Казахстан посетило более 800 000 иностранных граждан (число посещений выросло на 37% по сравнению с 2022 годом в сравнении посетителей за 9 месяцев, однако в 2019 допандемийном периоде число достигло 980 000), при этом согласно отчету ЮНВТО, в 2022 году количество международных путешественников по всему миру превысило 900 миллионов человек, что в два раза больше, чем в предыдущем году, хотя, несмотря на такую значительную цифру, это всего лишь 63 % от уровня до пандемии. В контексте мировых прибытий доля туристов, посетивших Казахстан в 2023 году, составила около 0,0615 % [26].

Вероятнее всего, каждый посетивший Республику Казахстан являлся пользователем онлайн цифровой среды, и цифра посетивших Казахстан в 2023 году составляет 0,0155 % от общего количества пользователей Интернета. В сравнении с самыми посещаемыми странами Казахстан все еще не достигает отметки в 1 млн туристов в год (топ рейтинг стран по отчетам ЮНВТО начинается в расчете от десятков миллионов в год), несмотря на высокие показатели конкурентоспособности, привлекательности и рекомендаций, что говорит об огромном неосвоенном потенциале для продвижения Казахстана в мировую туристскую среду через Интернет и социальные сети. Представленные данные и малое количество посетителей в сравнении с мировой статистикой показывают недостаточность информирования цифровых пользователей о путешествиях в Казахстан, о чем говорится и в Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы, что делает совместное изучение статистики туризма и пользователей поисковых систем для информации о путешествиях в Казахстан обоснованным [7].

Выводы

В связи с растущим количеством доли пользователей интернета по всему миру результаты для изучения статистики предпочтений и потребностей посредством онлайн среды становятся все более точным и прозрачными, и если опросы и анкетирования проводятся выборочно и чаще всего охватывают небольшое количество респондентов в соотношении ко всем путешественникам, как уже говорилось выше, то изучение ключевых запросов в браузерах, основная заинтересованность в социальных сетях, поведение при онлайн покупках – отражает действительную заинтересованность туристов той или иной дестинации в действующий период времени и являются наиболее релевантными и актуальными.

Так, при изучении ключевых запросов в Google Trends (который является самым популярным у пользователей интернета на данный момент) обнаружилось, что лидирующие позиции (уровень интереса) при путешествиях в Казахстан за последние 12 месяцев занимают вопросы безопасности путешествий для международных туристов. Далее наблюдается повышенный интерес к г. Алматы, аэропорту в Казахстане (возможно необходимо более активно продвигать информацию о международных аэропортах страны), а также места посещения и информация о турпакетах в страну [27].

Таким образом, на основании изученных данных возникает необходимость сделать выводы о недостаточности информации в сети Интернет о Казахстане как о потенциальной туристской дестинации, о слабом информировании или же практически отсутствующем доступном рынке электронной коммерции с сфере размещения туристов, в связи с чем предлагается детально изучить потребности и предпочтения именно пользователей Интернета с ключевыми запросами о Казахстане, только планирующих свою поездки, то есть использовать цифровую экосистему туризма для продвижения турпродуктов страны начиная с точки «вдохновение». Ключевой вопрос покупки туров в Казахстан онлайн и заранее – предположительно относится не сколько к самим туристам, а к отсутствию возможности покупки таких туров через Интернет (что подразумевает исследование в области возможностей казахстанского турбизнеса для продажи туров через Интернет). Туристам недостаточно информации о безопасности внутри республики, необходимо более детально рассматривать ключевые запросы пользователей Интернета о Казахстане, для понимания первоочередной информации, которой не хватает при принятии решения о выборе направления для путешествия. Исследование показывает, что Казахстаном может заинтересовать туриста, и продолжает интересоваться, однако необходимо распространение информации о местных локациях для туризма, наличие готовых турпакетов для покупки онлайн, и в первую очередь повышение международной осведомленности о республике, как о месте с высокими стандартами в области охраны туристов, международного страхования, онлайн открытости дестинации, а также возможность подключения электронной коммерции для малого и среднего бизнеса в сфере туризма с низкими комиссионными ставками и доступам к международным маркетплейсам.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Независимая международная исследовательская компания Euromonitor International [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.euromonitor.com/article/top-three-travel-trends-for-2023> (дата обращения: 25.03.2024).

2. The Future of Travel and Tourism, 2023 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.weforum.org/communities/travel-and-tourism-industry-community/> (дата обращения: 25.03.2024).
3. Институт экономических исследований РК. Рейтинг цифровой конкурентоспособности IMD-2023 [Электронный ресурс]. – URL: https://economy.kz/ru/Novosti_instituta/id=6190 (дата обращения: 25.03.2024).
4. Официальный информационный ресурс Премьер-Министра Республики Казахстан. Выступление Премьер-министра РК Алихана Смаилова на международном форуме по развитию туризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://primeminister.kz/ru/news/uproshchenie-vizovykh-protsedur-rasshirenie-podderzhki-biznesa-i-stroitelstva-infrastruktury-alikhan-smailov-ozvuchil-mery-po-razvitiyu-turizma-v-rk-25533> (дата обращения: 25.03.2024).
5. Официальный сайт Президента Республики Казахстан. Послание Главы государства Касым-Жомарта Токаева народу Казахстана «Экономический курс Справедливого Казахстана» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-ekonomicheskii-kurs-spravedlivogo-kazahstana-18588> (дата обращения: 25.03.2024).
6. Иманбекова Б.Т. Организационно-экономические аспекты развития въездного туризма как фактор развития национальной экономики: практика Алматинской области: дис. ... д-ра философии (PhD): 6D050060-Экономика. – Алматы, 2022. – 138 с.
7. Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы [Электронный ресурс]. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P23000000262#z27> (дата обращения: 01.04.2024).
8. Смыкова М. Р., Сохатская Н. В. Оценка привлекательности туризма Казахстана // Вестник Карагандинского университета. Серия «Экономика». – 2011. – № 4 (64). – С. 84–89.
9. Смыкова М. Р., Плохих Р. В., Устенова О. Ж. Привлекательность туристских дестинаций Казахстана для иностранных туристов // Вопросы географии и геоэкологии. – 2018. – № 2. – С. 16–23.
10. Имангулова Т. В., Прокофьева М. А. Достопримечательности и культурное наследие ЮНЕСКО на территории Казахстана // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 8-3. – С. 431–435.
11. Мамутова К. Р., Смыкова М. Р., Никифорова Н. В. Исследование возможностей развития туристского бренда Мангистауской области // Экономическая серия Вестника ЕНУ имени Л. Н. Гумилева. – 2020. – № 4. – С. 184–193.
12. Абдикаримов М. и др. Роль образовательных программ по туризму в развитии туристских дестинаций Республики Казахстан // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2023. – № 1 (1). – С. 64–74.
13. Benckendorff P. J., Xiang Z., Sheldon P. J. Tourism Information Technology. 3rd ed. Chapter 2 The Digital Tourism Landscape We Are Social & Meltwater [Электронный ресурс]. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (дата обращения: 25.03.2024).
14. Бюро Национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (дата обращения: 19.03.2024).

15. Закон о туристской деятельности Республики Казахстан [Электронный ресурс]. – URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211_ (дата обращения: 19.03.2024).
16. Официальные новости: ООН. Новые данные об использовании интернета в мире: прогресс есть, но различия сохраняются [Электронный ресурс]. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/11/1447172> (дата обращения: 01.04.2024).
17. Официальный сайт Международной инвестиционной компании Freedom Finance Global [Электронный ресурс]. – URL: <https://ffin.kz/research/9-turizm-v-kazakhstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy> (дата обращения: 01.04.2024).
18. Statista. Global Muslim Travel Index 2023 [Электронный ресурс]. – URL: <https://mastercardcontentexchange.com/news/media/hhnem312/mastercard-crescentrating-gmti-2023-report-1st-june-2023v2.pdf> (дата обращения: 01.05.2024).
19. Общий классификатор видов экономической деятельности РК. URL: <https://statinfo.kz/oked-rk.html> (дата обращения: 01.04.2024).
20. Национальный банк Казахстана. Электронные банковские услуги. URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/elektronnye-bankovskie-uslugi> (дата обращения: 01.04.2024).
21. Nilson Report. URL: <https://nilsonreport.com/> (дата обращения: 19.03.2024).
22. Государственный портал РК. URL: <https://www.gov.kz/situations/497/1150?lang=ru> (дата обращения: 01.04.2024).
23. Информационная база бухгалтера в Казахстане. URL: <https://uchet.kz/news/spisok-bankov-rf-nakhodyashchikhsya-pod-sanktsiyami/> (дата обращения: 21.04.2024).
24. Информационная система по сбору и обработке данных в сфере туризма. URL: <https://tourstat.kz/touch-bord> (дата обращения: 21.04.2024).
25. Национальная компания «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/press-center/all/1315/> (дата обращения: 01.04.2024).
26. UNWTO. URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/01/1436782> (дата обращения: 01.04.2024).
27. Mastercard & CrescentRating. Global Muslim Travel Index 2023. URL: <https://mastercardcontentexchange.com/news/media/hhnem312/mastercard-crescentrating-gmti-2023-report-1st-june-2023v2.pdf> (дата обращения: 01.05.2024).

REFERENCES

1. Nezavisimaia mejdunarodnaia issledovatel'skaia kompania Euromonitor International [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.euromonitor.com/article/top-three-travel-trends-for-2023> (data obraşenia: 25.03.2024).
2. The Future of Travel and Tourism, 2023 [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.weforum.org/communities/travel-and-tourism-industry-community/> (data obraşenia: 25.03.2024).
3. Institut ekonomicheskikh issledovani RK. Reitiñ sifrovoi konkurentosposobnosti IMD-2023 [The Institute of Economic Research of the Republic of Kazakhstan. IMD-2023 Digital Competitiveness Rating] [Elektronnyi resurs]. – URL: https://economy.kz/ru/Novosti_instituta/id=6190 (data obraşenia: 25.03.2024).
4. Ofisiälnyi informacionnyi resurs Premier-Ministra Respubliki Kazahstan. [The official information resource of the Prime Minister of the Republic of Kazakhstan.] Vystuplenie Premier-ministra RK Alihana Smailova na mejdunarodnom forume po razvitiu turizma [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://primeminister.kz/ru/news/uproshchenie-vizovykh-protsedur-rasshirenie-podderzhki>

biznesa-i-stroitelstvo-infrastruktury-alikhan-smailov-ozvuchil-mery-po-razvitiyu-turizma-v-rk-25533 (data obraşenia: 25.03.2024).

5. Ofisiälnyi sait Prezidenta Respubliki Kazahstan. [The official website of the President of the Republic of Kazakhstan.] Poslanie Glavy gosudarstva Kasym-Jomarta Tokaeva narodu Kazahstana «Ekonomicheski kurs Spravedlivogo Kazahstana» [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://www.akorda.kz/ru/poslanie-glavy-gosudarstva-kasym-zhomarta-tokaeva-narodu-kazahstana-ekonomicheskij-kurs-spravedlivogo-kazahstana-18588> (data obraşenia: 25.03.2024).

6. İmanbekova B.T. Organizasionno-ekonomicheskie aspekty razvitiya vezdnogo turizma kak faktor razvitiya nasionälnoi ekonomiki: praktika Almatinskoi oblasti [Organizational and economic aspects of the development of inbound tourism as a factor in the development of the national economy: practice of the Almaty region] : dis. ... d-ra filosofii (PhD): 6D050060-Ekonomika. – Almaty, 2022. – 138 s.

7. Konsepsiya razvitiya turistskoi otrasli Respubliki Kazahstan na 2023–2029 gody [The concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029] [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262#z27> (data obraşenia: 01.04.2024).

8. Smykova M. R., Sohatskaia N. V. Osenka privlekatelnosti turizma Kazahstana [Assessment of the attractiveness of tourism in Kazakhstan] // Vestnik Karagandinskogo universiteta. Seriya «Ekonomika». – 2011. – № 4 (64). – S. 84–89.

9. Smykova M. R., Plohih R. V., Ustenova O. J. Privlekatelnost turistskih destinasi Kazahstana dlä inostrannyh turistov [Attractiveness of Kazakhstan's tourist destinations for foreign tourists] // Voprosy geografii i geoekologii. – 2018. – № 2. – S. 16–23.

10. İmangulova T. V., Proköfeva M. A. Dostoprimechatelnosti i külturnoe nasledie İuNESKO na territorii Kazahstana [UNESCO attractions and cultural heritage in Kazakhstan] // Mejdunarodnyi jurnal prikladnyh i fundamentälnyh issledovani. – 2016. – № 8-3. – S. 431–435.

11. Mamutova K. R., Smykova M. R., Nikiforova N. V. İssledovanie vozmojnostei razvitiya turistskogo brenda Mangistauskoï oblasti [Research of possibilities of development of the tourist brand of Mangystau region] // Ekonomicheskaja seriya Vestnika ENU imeni L. N. Gumileva. – 2020. – № 4. – S. 184–193.

12. Abdikarimova M. i dr. Röl obrazovatelnyh programm po turizmu v razvitii turistskih destinasi Respubliki 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. – № 1 (1). – S. 64–74.

13. Benckendorff P. J., Xiang Z., Sheldon P. J. Tourism Information Technology. 3rd ed. Chapter 2 The Digital Tourism Landscape We Are Social & Meltwater [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report> (data obraşenia: 25.03.2024).

14. Büro Nasionälnoi statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniu i reformam Respubliki Kazahstan [Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan] [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (data obraşenia: 19.03.2024).

15. Zakon o turistskoi deiatelnosti Respubliki Kazahstan [The Law on Tourism Activities of the Republic of Kazakhstan] [Elektronnyi resurs]. – URL: https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211_ (data obraşenia: 19.03.2024).

16. Ofisiälnye novosti: OON. Novye dannye ob ispölzovanii interneta v mire: progress est, no razlichia sohranäiutsä [Official news: UN. New data on Internet usage in the world: progress is being made, but differences persist] [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/11/1447172> (data obraşenia: 01.04.2024).
17. Ofisiälnyi sait Mejdunarodnoi investisionnoi kompanii Freedom Finance Global [Официальный сайт Международной инвестиционной компании Freedom Finance Global] [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://ffin.kz/research/9-turizm-v-kazakhstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy> (data obraşenia: 01.04.2024).
18. Statista. Global Muslim Travel Index 2023 [Elektronnyi resurs]. – URL: <https://mastercardcontentexchange.com/news/media/hhnem312/mastercard-crescentrating-gmti-2023-report-1st-june-2023v2.pdf> (data obraşenia: 01.05.2024).
19. Obşı klassifikator vidov ekonomicheskoi deiatelnosti RK. [The general classifier of economic activities of the Republic of Kazakhstan.] URL: <https://statinfo.kz/oked-rk.html> (data obraşenia: 01.04.2024).
20. Nasionälnyi bank Kazahstana. Elektronnye bankovskie uslugi. [The National Bank of Kazakhstan. Electronic banking services.] URL: <https://nationalbank.kz/ru/news/elektronnye-bankovskie-uslugi> (data obraşenia: 01.04.2024).
21. Nilson Report. URL: <https://nilsonreport.com/> (data obraşenia: 19.03.2024).
22. Gosudarstvennyi portal RK. [The State portal of the Republic of Kazakhstan.] URL: <https://www.gov.kz/situations/497/1150?lang=ru> (data obraşenia: 01.04.2024).
23. Informasionnaia baza buhgaltera v Kazahstane. [Accountant's information base in Kazakhstan.] URL: <https://uchet.kz/news/spisok-bankov-rf-nakhodyashchikhsya-pod-sanktsiyami/> (data obraşenia: 21.04.2024).
24. Informasionnaia sistema po sboru i obrabotke dannyh v sfere turizma. [An information system for the collection and processing of data in the field of tourism.] URL: <https://tourstat.kz/touch-bord> (data obraşenia: 21.04.2024).
25. Nasionälnaia kompania «Kazakh Tourism». [The national company "Kazakh Tourism".] URL: <https://qaztourism.kz/ru/press-center/all/1315/> (data obraşenia: 01.04.2024).
26. UNWTO. URL: <https://news.un.org/ru/story/2023/01/1436782> (data obraşenia: 01.04.2024).
27. Mastercard & CrescentRating. Global Muslim Travel Index 2023. URL: <https://mastercardcontentexchange.com/news/media/hhnem312/mastercard-crescentrating-gmti-2023-report-1st-june-2023v2.pdf> (data obraşenia: 01.05.2024).

С. В. МИНИХАНОВА

Магистр, старший преподаватель
Казахская академия спорта и туризма,
(Казахстан, Алматы)
E-mail: minikhanovasvetlana@gmail.com

Т. В. ИМАНГУЛОВА

к.п.н, и.о.профессора
Международный университет туризма и
гостеприимства
(Казахстан, Туркестан)
E-mail: t.imangulova@iuth.edu.kz

М. Н. АБДИКАРИМОВА

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

*Поступило в редакцию 19.11.2024
Поступила с исправлениями от 21.12.2024
Принято в печать 30.12.2024*

С. МИНИХАНОВА¹✉, Т. ИМАНГУЛОВА², М. АБДИКАРИМОВА²

¹Қазақ спорт және туризм академиясы

(Қазақстан, Алматы), E-mail: minikhanovasvetlana@gmail.com

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан)

ҚАЗАҚСТАНДЫҚ ОНЛАЙН ТУРИЗМНІҢ ЖАЙ-КҮЙІН, ТӨЛЕМ САЛАСЫН ЖӘНЕ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИСТЕРДІҢ ЦИФРЛЫҚ ОРТАДАҒЫ МІНЕЗ-ҚҰЛҚЫН ТАЛДАУ

Аңдатпа. Бүгінгі таңда Қазақстанды халықаралық ақпараттық ортаға жылжыту, дестинация ретінде маңыздылығын арттыру, серпінді технологияларды зерттеу еліміздің туризм саласындағы басым бағыттары болып табылады. Интернетке жоғары жылдамдықпен қол жетімділіктің арқасында халықаралық туристердің мақсатты аудиториясына сайттағы саяхат сипаттамалары, деректі фильмдер, түрлі шоулар, жаңалықтар мен подкасттары, әлеуметтік бейнелер, тікелей эфирлер және виртуалды шындық сияқты өте бай мазмұнды контент ұсынылуы мүмкін. Қызмет көрсетушілердің ақпараттың сапасына, сенімділігіне және өзектілігіне қатысты басымдықтарына қарамастан, туристік бағыттың түпкілікті таңдауы саяхатшылар ақпараттың негізгі тұтынушылары болып қала береді, бұл мазмұнды жекелеңдіруге, пайдаланушылардың қалауы туралы аналитикалық деректерді жинауға және ақпаратты әр туристің жеке сұраныстарына бейімдеуге тұрақты қызығушылықты ынталандырады. Қазіргі уақытта туристердің дестинацияны таңдаудағы қалауы туралы көптеген сауалнамалар мен зерттеулер жүргізілуде, бірақ онлайн іздеу жүйелерінде берілген ақпаратты талдау халықаралық туристке туристік өнімдерді жылжыту кезінде ескеру қажет қосымша деректерді көрсетеді. Бұдан басқа, туризм саласында электрондық коммерцияның дамымаған ортасы болып табылуда, бұл Қазақстанның онлайн туризм проблемасын тереңірек зерттеуді, сондай-ақ жалпы туристердің интернеттегі мінез-құлқын егжей-тегжейлі зерттеуді болжайды.

Кілт сөздер: туризм, туристік өнім, онлайн орта, интернет, онлайн туризм, қажеттіліктер мен қалаулар

S. MINIKHANOVA¹✉, T. IMANGULOVA², M. ABDIKARIMOVA²

¹Kazakh Academy of Sports and Tourism

(Kazakhstan, Almaty), E-mail: minikhanovasvetlana@gmail.com

²International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan)

ANALYSIS OF THE STATE OF KAZAKHSTAN'S ONLINE TOURISM AND THE BEHAVIOR OF INTERNATIONAL TOURISTS IN THE DIGITAL ENVIRONMENT: DEVELOPMENT OF A STRATEGY FOR PROMOTING

Abstract. Today, Kazakhstan's promotion into the international information environment, increasing its importance as a destination, and the study of breakthrough technologies are priority areas in the country's tourism industry. With ubiquitous high-speed Internet access, an extremely rich content can be provided to the target audience of international tourists, such as travel descriptions on websites, documentaries, various shows, news podcasts, social videos, live broadcasts and virtual reality, and much more, created in high definition and quality. And despite

the fact that an important factor for service providers is the quality, reliability and credibility of information, the decision on choosing a travel destination remains with the user of the information. That is why there is a constant interest in personalizing information delivery, collecting analytical data on user needs and preferences, and adapting content for travelers. Currently, a large number of surveys, questionnaires and studies are being conducted on the preferences of tourists in choosing a destination, however, the analysis of the output in online search engines shows additional data that must be taken into account when promoting tourist products to an international tourist. In this article, based on the study and analysis of the online tourist environment, the most significant requests of international travelers were identified, the reasons for the weak promotion of tourist products in the online environment were identified and recommendations were developed for travel companies in Kazakhstan containing information about which content and which travel products are most in demand among tourists interested in traveling to Kazakhstan, which audience to choose to promote online offers what tools should be used to expand payment acceptance opportunities for international tourists.

Key words: *tourism, travel product, online environment, Internet, online tourism, needs and preferences.*

**Н. НҰРМАҒАНБЕТҚЫЗЫ¹✉, Б. АЛЬМУХАМБЕТОВА², А. ШОКПАРОВ²,
Т. ИСКАКОВ²**

¹Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті

(Қазақстан, Астана), E-mail:nurdana.nurmaganbetkyzy@iuth.edu.kz

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті

(Қазақстан, Түркістан)

FLIPPED CLASSROOM ТЕХНОЛОГИЯСЫ АРҚЫЛЫ ТУРИЗМ МАМАНДЫҒЫ СТУДЕНТТЕРІН АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕ ОҚЫТУДЫҢ МҮМКІНДІКТЕРІ

Аңдатпа. Қазіргі таңда цифрлық технологиялар қоғамның барлық саласында қолданылатын негізгі құрамбөлікке айналды. Ғылымның мұндай жетістіктерін жоғарғы білім беруде қолдану бүгінгі таңда ең өзекті тақырыптардың бірі болып отыр. Оқыту процесіндегі заманауи цифрлық жетістіктерге негізделген білім беру әдістерінің бірі - *Flipped Classroom* технологиясы. Бұл технологияны кез келген білім беру деңгейінде білімгерлерді оқытуда қолдануға болады. Аталмыш мақаланың мақсаты – «Туризм» білім беру бағыты бойынша білім алатын студенттерді ағылшын тіліне оқыту кезеңінде *Flipped Classroom* технологиясын пайдаланудың тиімділігін зерттеу және дәлелдеу. Зерттеу әлемдік ғалымдардың технологияны қолданудың ерекшеліктерін сипаттау мақсатында жазған еңбектерін зерделеп, осы теориялық аспектілер негізінде Халықаралық туризм және меймандостық университетінің 1 курс студенттеріне жүргізілген тәжірибені талқылап, қорытындылау бойынша жүргізілді. Мақаланың негізгі идеясы қазіргі кезеңге дейін жүргізілген ғалымдардың түрлі тәжірибелерін сараптай келе, Туризм білім беру бағдарламасы студенттерін ағылшын тіліне оңай әрі тиімді оқытудың жаңа мүмкіндіктерін ашу болып табылады. Технологияның ағылшын тілін оқытудағы практикалық тиімділігін анықтау үшін өткізілген тәжірибе барысында студенттер эксперименттік және бақылау топтарына бөлінді. Студенттерден алдын ала алынған теориялық білімді тексеру тесті мен тәжірибеден кейінгі алынған тест нәтижелері және олардың ағылшынша сөйлеу қабілеті деңгейлерінің арақатынасында едәуір алға жылжу байқалды. Сондай-ақ, білімгерлердің ағылшын тіліне деген қызығушылықтары артып, шабыттары ояна бастады. Бұл өз кезегінде *Flipped Classroom* технологиясының цифрлық мүмкіндіктерге негізделген ең белсенді оқыту әдістерінің бірі екендігін дәлелдеді. Зерттеу жұмысының құндылығы *Flipped Classroom* технологиясын осы зерттеудің нәтижелеріне

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Нұрмағанбетқызы Н., Альмухамбетова Б., Искаков Т., Шокпаров А. *Flipped classroom технологиясы арқылы туризм мамандығы студенттерін ағылшын тіліне оқытудың мүмкіндіктері* // *Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality*. –2024. –No4(6). –Б. 93–107. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.08>

***Cite us correctly:** Nurmaganbetqyzy N., Almuhambetdova B., Iskakov T., Shokparov A. *Flipped classroom tehnologiyasy arqyly turizm mamandygy studentterin aghylshyn tiline oqytudyn mumkindikteri* [Opportunities for teaching English to tourism students through Flipped slassroom technology] // *Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality*. –2024. –No4(6). –Б. 93–107. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.08>

сүйене отырып, Туризм мамандығы студенттеріне практикалық сабақ өткізу барысында жаңашыл идея ретінде қолдануға мүмкіндік болу арқылы көрінеді.

Кілт сөздер: *Flipped Classroom, туризм, кадрлар даярлау, видеоматериал, онлайн-платформа, ағылшын тілі.*

Кіріспе

Қазіргі таңда туризм саласында жоғары сапада қызмет көрсететін кадрлар даярлауда болашақ туризм мамандарының тілдік құзиреттілігін дамыту ерекше маңызға ие. Ал туризм саласында білікті мамандарды дайындап шығару процесі жаңашылдық пен заманауилықты талап ететін салалардың бірегейі болып саналады. Себебі, бүгінде оқыту саласында түрлі деңгейде әлемдік тенденциялар пайда болуда. Соның ішінде, оқытудың дәстүрлі форматынан цифрлық оқыту құралдарына көшуге негізделген Flipped Classroom технологиясы ерекше көзге түседі. Мамандар даярлау, оның ішінде туризм кадрларын оқытуда және олардың көптілділік қабілеттерін қалыптастыруда жаңашыл цифрлық технологияларды кеңінен қолданудың маңыздылығы 2022 жылдың 20-21 қазан аралығында Халықаралық ақпараттық технологиялар университетінің ұйымдастыруымен өткен «Білім беру, ғылым және индустриядағы цифрлық технологиялар» конференциясында аталып өтті. Әлемнің біршама елдерінен келген ғалым-зерттеушілер ақпараттық цифрлық технологиялардың қоғамның барлық сферасында, соның ішінде білім беру процесіндегі маңызының жыл сайын артып келе жатқандығын жеткізген. ЖОО-да кадрлар дайындау саласы жаңашылдықты талап ететін сфера болғандықтан, білім берудің заманауи тенденцияларын меңгеру және оны тәжірибе жүзінде қолдану қазіргі таңда әлем бойынша өзекті мәселелердің бірі болып табылады[1]. Осы арқылы бүгінде білім беру процесіне сабақ өткізу әдістерінің неғұрлым жаңа әрі заманауи түрлерінің қолданылуының маңыздылығын ұғына аламыз. Білім беру процесінде білімгерлерді теориялық және практикалық біліммен бірдей қамтамасыз ету кешенді әдістер жүйесін қажет етеді. Ал мұндай кеңейтілген әдістерді қолданусыз студенттердің білім алуға деген құштарлығын және шабыттарын ояту мүмкін емес. Ал цифрлық технологияларды жоғары оқу орындарында оқыту процесіне ұтымды енгізу арқылы сабақты қызықты әрі ақпаратқа толы сипатта өткізуге болады. Яғни, білім беру процесін жүзеге асыру барысында оқытушы студенттерді тек теориялық біліммен қамтамасыз етіп қана қоймай, олардың алған білімдерін тәжірибе жүзінде шыңдауына жағдай жасауы тиіс. Сондай-ақ, білім алушылардың бойында тапсырманы өз бетінше орындау және жауапкершілік қасиеттерін қалыптастыру өте маңызды аспектілердің бірі болып табылады.

Жүргізілген зерттеудің негізгі сипатына сәйкес, аталмыш мақала Flipped Classroom технологиясы арқылы Туризм мамандығы студенттерін ағылшын тіліне тиімді әрі оңайлатылған форматта оқытудың жаңа мүмкіндіктерін іздеуді көздейді. Зерттеудің объектісі – ағылшын тілін оқыту процесіндегі Flipped Classroom технологиясы.

Жоғарыда аталған зерттеу мақсатына сәйкес, зерттеу жүргізу барысындағы бірнеше міндеттер анықталды:

- Flipped Classroom технологиясын қолдана отырып, оқыту процесі барысындағы білім алушылардың білім деңгейіндегі прогресті бақылау;

- Студенттердің оқу процесіне деген ынталарының оянуына, ағылшын тілі сабағында белсенді болуына Flipped Classroom технологиясының әсерін бағалау;

- Әлемдік зерттеушілердің тәжірибелері мен еңбектеріне сүйене отырып, Flipped Classroom технологиясын студенттердің шет тілін меңгеру процесіне ендірудің жаңа мүмкіндіктерін ұсыну.

Жалпылай алғанда, студенттердің оқу материалдарын терең игеруіне және оны тәжірибе жүзінде еркін шыңдауына, сонымен қатар, сабақты терең мотивациямен оқуына жағдай жасау әрбір оқытушының кәсіби шеберлігіне тікелей байланысты. Ал Flipped Classroom технологиясы бұл тұрғыда оқытушыға өз шеберлігін білім беру барысында ұтымды қолдануға көмектеседі. Жоғары оқу орындарындағы оқыту жүйесінде практикалық сабақ өткізудің дәстүрлі әдістері бойынша оқытудағы негізгі белсенді іс-әрекеттерді оқытушы орындайды. Бұл өз кезегінде студенттердің сабақта бейтарап немесе пассивті позицияда болуына әкеледі. Ал Flipped Classroom технологиясы бойынша, оқытудағы белсенді әрекеттерді орындайтын негізгі субъект – білім алушылар. Сондықтан да көптеген зерттеуші ғалымдар белсенді оқыту, біріктірілген оқыту және т.б. сынды білімгерлерге бағытталған оқыту теориялары Flipped Classroom технологиясының негізгі аспектісі деген пікірмен келіседі. Бұл жердегі белсенді оқыту түсінігі студенттерді оқыту процесіне кіріктірудің негізгі нұсқаулық әдісі ретінде түсіндіріледі. Flipped Classroom технологиясы бойынша, білім алушылар белсенді оқу тәжірибесін өз бетінше жүзеге асыра алады. Осылайша, олар сабақ уақытында пассивті тыңдаушылардан белсенді білім алушыларға айналады[2].

Ал Flipped Classroom технологиясының негізгі мәні оқытушының сабақ материалдарын дәстүрлі түрде түсіндірілуі мен аудиторияда орындалатын оқу белсенділіктерінің «төңкерілуінде». Яғни, оқытушы сабақ материалдарымен студенттерді сабақ уақыты басталғанға дейін алдын ала таныстырып қояды, ал аудитория бөлмесіне келгенде білімгерлер тек топтық немесе жеке жұмыс жасау арқылы игерген теориялық материалдарға сәйкес, практикалық тапсырмаларды орындауға назар қою арқылы алған білімдерін бекіте түседі. Оқытушы білім алушыларға жаңа тақырып материалдарын аудиоматериал, видеоматериал және басқа да цифрлық құралдар арқылы жібереді. Flipped Classroom технологиясы бойынша оқыту «тәжірибелік оқыту» формасында жүргізіледі. Бұл дегеніміз, аталмыш технологияның теориялық ақпараттарды оқумен шектелумен емес, игерілген білімді тәжірибе жүзінде көбірек шыңдауға мүмкіндік беретіндігімен байланысты болып келеді[3].

Flipped Classroom технологиясы білім алушыларға сабақта белсенді болуға көмектеседі. Ағылшын тілі сабағындағы белсенді оқыту техникалары студенттердің сабаққа деген қызығушылығын жоғарылатып қана қоймай, олардың ағылшын тілі деңгейін оңай жоғарылатуға көмектеседі. Бұл білімгерлердің алдын ала жаңа сабақ материалдарымен танысып, уақытты үнемдей отырып, аудиториядағы уақытта оқытушының берген бағыт-бағдары бойынша оқу белсенділіктерін орындауымен және оқытушының әр білім алушымен жеке жұмыс жасауымен тығыз байланысты. Сонымен қатар, ЖОО білімгерлеріне ағылшын тілін оқытуда Flipped Classroom технологиясын қолдану білімгерлерді оқыту процесінің негізгі субъектісі етуге мүмкіндік береді. Дәстүрлі оқыту әдісімен салыстырғанда бұл технологияның тіл үйренудегі білімгерлердің академиялық жетістіктерінің жоғарылауына позитивті әсері бар. Көптеген ғалымдар Flipped Classroom технологиясы интерактивті цифрлық құрылғылармен және мобильді қосымшалармен тығыз байланысты болып табылатын әдіс болғандықтан, аталмыш технологияның білімгерлердің академиялық жетістіктерінің ілгерілеуіне қосатын үлесі жоғары екендігін дәлелдеді[4].

Ағылшын тілі сабағында Flipped Classroom технологиясын білімгерлердің барлық оқу, жазу, тыңдау және сөйлеу дағдыларын қалыптастыру үшін пайдалануға болады. Мысалы, білімгерлердің ағылшын тілінде еркін сөйлеу дағдыларын қалыптастыру үшін Flipped Classroom технологиясы оқытушы мен білім алушы үшін де тиімді әдіс болып саналады. Көбіне дәстүрлі форматтағы оқыту әдісі бойынша ағылшын тілінде сөйлеу іс-әрекеті оқытушы тарапынан болатындықтан, білімгерлерде сөйлеу практикасын қалыптастыру процесі аз жүзеге асып жатады. Яғни, сабақ уақытындағы негізгі басым рөл оқытушыда болады. Flipped Classroom технологиясы оқытушы мен білімгер арасындағы коммуникация деңгейінің жоғарылауына, сондай-ақ бұл коммуникацияның оқытушы тарапынан бақыланып отыруына көмектеседі. Себебі, бұл технология бойынша әрбір білім алушы оқытушының берген бағыт-бағдары бойынша өз бетінше жеке жұмыс жасауға дағдыланады, әрі сабақ тақырыбы бойынша сөйлеу іс-әрекетін тәжірибе жүзінде орындайды. Білім алушыларға өтілетін сабақ материалдарын алдын ала жіберу арқылы сабақ өткізу барысында біршама уақыт үнемдеуге мүмкіндіктер бар. Үнемделген уақыт аудиториядағы уақытта білімгерлердің өзара диалог құру арқылы сөйлеу, коммуникация жасау әрекеттерін орындауға жұмсалады[5].

ЖОО студенттеріне өтілетін ағылшын тілі сабағында Flipped Classroom технологиясының көмегімен бірнеше оқыту әдістерін қолдана отырып, сабақты түрлендіруге болады:

1) Оқытушы білім алушыларға алдын ала жаңа сабақ тақырыбына байланысты видеоматериалдар немесе аудиоматериалдар жібереді. Материалдарды жіберу үшін кез келген онлайн-платформаны таңдайды және оны барлық білімгерлер үшін қолжетімді етеді. Жіберілген материалдар жаңа сабақтың тақырыбын толықтай ашуы және білімгерлер аудиторияға келгенде белсенді түрде талқылай алатын ақпараттарды қамтуы қажет;

2) Білімгерлер жіберілген сабақ материалдарымен аудитория бөлмесіне келерден бұрын үй тапсырмасы секілді жеке танысады;

3) Аудиторияда орындалатын практикалық тапсырмалардың барлығы видеодан алынған ақпараттарға негізделеді. Оқытушы білім алушыларға қажетінше нұсқау беріп отырады, тиісінше сабақ уақытында орындалатын белсенді оқу әрекеттері білім алушы тарапынан жүзеге асырылады[6].

Flipped Classroom технологиясын тіл үйренуде қолданудың тиімділігі жөнінде біршама еңбектер жазылған, дей тұрғанмен ол зерттеулердің барлығына ортақ бір ұқсастық - Flipped Classroom технологиясының сабақ өту процесінде алдын ала дайындалған немесе таспаға жазылған видеоматериалдарды пайдалануға негізделуін сипаттауда жатыр. Видеоматериалдар заманауи технологиялық құрылғылар мен цифрлық онлайн-ресурстардың көмегімен әзірленеді. Әрі қарай, оқу аудиториясындағы технологияның басқа да әдістеріне негізделген практикалық жұмыстармен дайын видеоматериалдардың интеграциялануы нәтижесінде сапалы сабақ өту процесіне қол жеткізуге болады. Flipped Classroom технологиясының негізгі мәні де осы аспектте жатыр. Яғни, білім беру процесі үздіксіз форматта аудиториядан тыс және аудиториядағы сабақ уақытында қатар жүзеге асырылуы қажет. Flipped Classroom технологиясы бірнеше кезең бойынша жүзеге асырылады. Бірінші кезеңде оқытушы өз шеберлігі мен шығармашылығына байланысты сабақтың мәні мен мағынасын толықтай түсіндіре алатын видеоматериалдар әзірлеп, білімгерлердің назарына ұсынса, екінші кезеңде олардың барлық қажеттіліктері мен қабілеттеріне сай белсенді іс-әрекеттерді жөнді үйлестіруді қамтамасыз етуі қажет. Үшінші кезеңде аудиториядағы және

аудиториядан тыс белсенді оқу әрекеттерін интеграциялау әдістерін жүзеге асырады. Төртінші кезеңде цифрландыру мен АКТ құрылғыларын тиімді қолдана отырып, барлық оқу әрекеттерін жүйелі түрде ұйымдастырады.

Білімгерлердің қызығушылығын ояту үшін видеоматериалдар түрлі анимациялық эффекттер, викториналық сұрақтар және басқа да қызықты құралдармен әзірленуі қажет. Монотонды видеолар білімгерлер үшін қызықсыз болуы мүмкін[7].

Flipped Classroom технологиясы бойынша оқытушы білім алушыларға тек кеңесші-нұсқаушы ретінде қызмет атқарады. Оқу барысындағы белсенді іс-әрекеттерді студенттер өз беттерінше орындайды. Сонымен қатар, келесі сабақ басталғанға дейін видеодан түсінген ақпараттарына қосымша ретінде басқа да материалдар іздей отырып, берілген практикалық тапсырмаларды уақтылы орындауы қажет. Бұл білімгерлерді жауапкершілікке, өз бетінше іздене білуге және өз-өздерін жоғары тәртіпке бағыттау алуға үйретеді[8].

Сабақ өткізу барысында Flipped Classroom технологиясының максималды тиімділігін жүзеге асыру үшін «оқытушы - студенттер», «студенттер - студенттер» арасындағы коммуникацияның жоғары деңгейін қамтамасыз ету қажет. Бұл тұрғыда білімгерлердің Flipped Classroom технологиясы көмегімен материалды игеруге деген құлшыныстары мен қызығушылықтарының болмауы оңды нәтижелерге әкелмеуі мүмкін [9].

Аудиториядағы оқу белсенділіктерін тиімді жүзеге асыру барысында бірнеше әдіс-тәсілдерді қолдануға болады. Яғни, сұраққа жауап немесе өзара сұхбат әдісі, топтық талқылаулар, кейс-стади әдісі және т.б[10]. Білімгерлердің түсінбеген сұрақтарына оқытушылар жауап беру және оларды әрі қарай өз бетінше жұмыс істеуге бағыттау арқылы сабақ меңгерудің өнімділігі мен сапалылығын қамтамасыз етеді[11].

Оқытушы бағыт беруші және нұсқаушы рөлін атқарады және білім алушыларға қажет болған жағдайда көмек беріп отырады [12]. Ал білімгерлер өздерінің оқу барысындағы жетістіктерін бағалап, атап айтқанда оқуға қабілеттері, сабақ материалдарын меңгеру жылдамдықтары және түсіну деңгейлеріне бақылау жасай алады[13].

Flipped Classroom технологиясы студенттердің оқу материалдарын терең игеруге деген мотивациясы мен когнитивті ойлау қабілеттерін арттыруға айтарлықтай тиімді әсерін тигізеді [14]. Ол бірнеше мотивациялық факторларға байланысты: теориялық құзіреттілік [15], өз бетінше жұмыс жасай алу қабілеті, қауіпсіздік түсінігі және т.б. [16]. Аталмыш технологияның жаңашылдық инновациялық әдістері білім алушыға бағытталған білім беру процесінің жүзеге асуына мүмкіндік береді [17]. Яғни, әрбір білімгермен жеке жұмыс жасау, «оқытушы – бағыттаушы, білімгер – белсенді орындаушы» сызбасы арқылы оқу процесін өткізуге ыңғайлы шарттар туындайды.

Зерттеу әдістері

Тақырып төңірегінде зерттеу жүргізу барысында сандық және сапалық зерттеу әдістері қолданылды. Шетелдік ғалымдардың Flipped Classroom технологиясы төңірегінде жазған еңбектеріне әдеби шолу жасалып, алынған мәліметтер мен деректерге талдау жасалды. Сандық әдістер студенттердің пре-тест және пост-тест нәтижелерін талдау барысында, ал сапалық зерттеу әдістері студенттердің оқу процесіндегі алға ілгерілеу прогресін сипаттау мақсатында қолданылды.

Зерттеу нәтижелері және талқылау

Зерттеу тәжірибесі Түркістан қаласындағы Халықаралық туризм және меймандостық университетінің 1 курс студенттерінің екі тобына өткізілді. Білім алушыларға жүргізілген эксперимент мерзімі 2 аптаны қамтыды. Зерттеу үшін «Халықаралық және ішкі туризм»

білім беру бағдарламасының бірінші тобы эксперимент (А) тобы ретінде және екінші тобы бақылау (Б) тобы ретінде алынды. А тобына 2 апта мерзімдегі практикалық сабақ Flipped Classroom технологиясы бойынша өткізілсе, Б тобына дәстүрлі әдіс бойынша өткізілді. Flipped Classroom технологиясы әдістерін қолданып сабақ өту процестерін бастамас бұрын А және Б тобы студенттерінен алдын ала тест қабылданды. Тест тапсырмалары өтілген сабақ бойынша грамматикалық ереже (10 сұрақ) және сабақ тақырыбының мазмұнын түсінуді (10 сұрақ) тексеруге негізделген 20 сұрақтан құрастырылды. Алдын ала тест нәтижесі төмендегі кестеде көрсетілген (Кесте 1):

Кесте 1 - Пре-тест бойынша білім алушылардың берген дұрыс жауаптарының саны (орташа)

Топтар	Грамматикалық бөлім	Тақырып мазмұнын түсіну	Жалпы
А	7	5	12
Б	5	6	11
Ескертпе: авторлармен құрастырылған			

Жоғарыдағы кестеде көрсетілгендей, алдын ала тест нәтижесі барлық білім алушылардан алынған жауаптардың арифметикалық ортасын табу арқылы белгілі болды. Яғни, грамматикалық бөлім бойынша, А тобындағы дұрыс жауаптардың орташа мәні 7 болса, Б тобында бұл көрсеткіш 5-ті құрады. Ал тиісінше, өтілген тақырыптың мазмұнына байланысты сұрақтарға дұрыс жауап беру көрсеткіші топтарда 5 және 6-ны құрады. Жалпы теориялық білім деңгейі орташа мәнде А тобында 12-ні құраса, Б тобында 11-ді көрсетті.

Тәжірибе аптасының бірінші сабағы басталмас бұрын білім алушыларға өтілетін сабақ тақырыбы туралы арнайы видео жіберіліп, аудиторияға келгенде білімгерлердің тақырып туралы ойлары ортаға салынды. Видео виртуалды шындық және оның маңызы туралы ақпаратты қамтыды. Видео білім алушыларға YouTube желісінен алынған сілтеме арқылы жіберілді. Студенттердің ойлары мен пікірлерін тыңдап болған соң, кітап материалдары бойынша сабақ өту процесіне көшу басталды. Аудиторияда білімгерлердің үйге алдын ала көру үшін берілген видео жайлы ойлары ортаға салынып, жұптық жұмыс ретінде оларға сөз немесе сөз тіркестерін жазуға арнайы орын қалдырылған жауап парақтары берілді. Білімгерлер екі-екіден бірігіп жауап парақтарын толтырды. Бұл тапсырма олардың видеодағы ақпаратты қаншалықты есте сақтағандығы мен ұғынғандығын тексеруге бағытталды. Оқылым тапсырмасы үшін білім алушыларға кітаптағы виртуалды шындық туралы мәтінді оқу және мәтін бойынша 3 топқа бөлініп, түсінік айту тапсырмасы берілді. Түсінік айту тапсырмасы да бұрынғы дәстүрлі әдіс бойынша емес, шығармашылық ойлау тәсілдеріне бағыттала отырып орындалды. Яғни, студенттер мәтінді оқып болған соң, постерлерге қысқа әрі нақты ақпарат жазып, топ бойынша қорғады. Бұл, бірінші кезекте, олардың коммуникациялық қабілеттерін дамытумен, екінші кезекте сабақ айтуға барлық білім алушының қатысуын қамтамасыз етумен байланысты. Кітап бойынша тапсырмаларды орындау көбінесе топтық форматта жүзеге асырылды. Үй тапсырмасына кестені толтыру тапсырмасы берілді және білім алушыларға тапсырманы Linoit платформасында орындау қажеттілігі түсіндірілді. Linoit – бұл көп пайдаланушыға бір мезетте қолжетімділік беруге мүмкіндік беретін, түрлі стикерлерді электронды тактаға орналастырумен байланысты онлайн-платформа. Яғни, білімгерлер кестені толтыруға арналған сөздер мен сөз тіркестерін

нумерация бойынша белгілеп, электронды стикерлерге жазып, оны тақтаға жапсырып қояды. Оқытушы келесі аптадағы сабақ басталғанша, студенттердің стикерлерін тексеріп, сабақ басталған уақытта қатемен жұмыс жасайды.

Тәжірибенің екінші сабағы басталған күні, білім алушылардың үй тапсырмасын дұрыс орындауын алдын ала тексеру жүргізілді. Оқытушы студенттердің платформадағы электронды тақтаға жапсырған стикерлеріне жазған жазбалардың дұрыстығын тексеріп, білімгерлермен бірге талқылау жүргізді. Үй тапсырмасын осылай ауқымды түрде тексеруге 20 минут уақыт жұмсалды. Сонымен қатар, қалған 25 минутта оқытушы арнайы Prezi.com онлайн-ресурсы арқылы дайындалған презентациялық материалды білім алушылардың назарына ұсынды. Презентацияда жаңа сабақ тақырыбына байланысты ақпараттар қамтылды. Жаңа сабақ тақырыбы цифрландыру құрылғылары және мобильді қосымшаларға байланысты болды. Презентацияның соңғы беттерінде берілген ақпаратты білімгерлердің дұрыс меңгергенін тексеруге бағытталған әртүрлі тапсырмалар берілді. Тапсырмалар жаңа сабақтың грамматикалық ережесі мен сабақтың мазмұнына сәйкестендіріліп құрастырылды. Бұл тапсырмалармен қатар білім алушыларға True&False тапсырмасын орындау үшін жауап парақтары таратылды. Парақты толтырып болған соң, олардан жауап парақтары жиналып алынып, келесі сабаққа «Mobile apps in the digital context» тақырыбында топтарға бөліну арқылы пікірталас ұйымдастыру тапсырмасы берілді, сонымен қатар білім алушыларға викториналық ойындар туралы видео сілтемесі аптаның үшінші сабағы басталардан бұрын жіберілетіні айтылды.

Тәжірибенің үшінші апта сабағында студенттер 3 топқа бөлініп, мобильді қосымшалардың пайдасы, зияны және цифрландыру заманындағы ерекшеліктері мәселелері жөнінде дискуссия ұйымдастырды. Пікірталас уақыты 20 минутқа созылды. Оқытушы білімгерлердің пікірталас кезеңінде мардымды сөйлеуі мен өз ойын еркін айта білу қабілеттерін бағалады. Сабақтың қалған 25 минут бөлігіне білім алушыларға топтарға бөлініп, жаңа сабақ тақырыбы «Викториналық ойындар» жайында ассоциограмма («Mind Mapping») құрастырып, барлық топ мүшелерімен қорғау тапсырмасы берілді. Студенттерді топтарға қайта бөлу стикер әдісі бойынша жүзеге асырылды. Студенттерді бағалау олардың постерге құрастырған ассоциограммаларының толықтығы, видеодағы мәліметтердің дұрыс қамтылғандығы және білім алушылардың ақпаратты дұрыс әрі нақты жеткізе білуі секілді критерийлер арқылы жүзеге асырылды. Тәжірибенің екінші аптасындағы бірінші сабаққа білім алушыларға алдын ала видео жіберілетіні ескертіліп, Kahoot онлайн-платформасы арқылы тест сұрақтарын шешуге дайындалып келу қажеттігі тапсырылды.

Тәжірибенің екінші аптасының алғашқы күнгі сабағы басталмас бұрын білім алушыларға «Future Tenses» тақырыбында YouTube желісі арқылы видеоматериал жіберілді. Сабақ басталған уақытта білім алушыларға Kahoot платформасы арқылы грамматикалық ережелер қамтылған, 25 сұрақтан тұратын тест тапсырмасы берілді. Тапсырманы аяқтауға берілетін уақыт 25 минутты құрады. Тест сұрақтарына жауап беріп, әрбір студент өз баллдарымен танысқан соң, студенттер 2-ден бірігіп, кітап материалдары бойынша жаттығуларды орындады. Сондай-ақ, жаттығуларды орындау барысында студенттердің түсінбеген сұрақтарына оқытушы тарапынан жауап берілді. Бұл тәсіл студенттердің тапсырмаларды өзге білімгерлермен коммуникацияда бола отырып, әрі түсінбеген сұрақтарға оқытушының бақылауымен талдау жасауына мүмкіндік береді. Сабақ аяқталған соң, тәжірибенің бесінші күнгі сабағына білім алушыларға 3 топқа бөліне отырып, ToonTastic мобильді қосымшасы арқылы етістік келер шақ формаларын (Future Tenses)

қолдана отырып, анимацияланған видео-диалог құрастырып, дайындап келу тапсырмасы берілді.

Тәжірибенің бесінші күні білімгерлер үйден алдын ала дайындап алып келген видео-диалогтарын интерактивті тақта көмегімен назарға ұсынды. Әр топтың мүшелері қарама-қарсы топтың дайындап алып келген видеоматериалдарын анонимді түрде стикерлерге жазу арқылы бағалады. Ең үздік жасалған және грамматикалық ережелерді диалогтың көмегімен дұрыс нақтылап көрсете білген видеоматериалды анықтау үшін, барлық бағалау стикерлері жиналып, ең көп дауыс жинаған видео-диалог белгілі болды. Бұл білім алушыларға объективті пікір айта білуге, нақты критерий бойынша өзіндік ойларын қалыптастыра отырып, әріптестерінің жасаған жұмыстарын дұрыс бағалай білуге мүмкіндік береді. Оқытушы білімгерлердің жұмыстарын тақырыптың мәнін аша білу, грамматикалық ережелерді дұрыс қолдану және шығармашылық қабілеттер мен идеялардың ұшқырлығы, сондай-ақ білімгерлердің қойған бағалары бойынша қорытындылап бағалады. Әрі қарай білім алушыларға жаңа сабақ тақырыбына (Writing an opinion essay) байланысты 5 минуттық анимациялық видео көрсетіліп, білімгерлердің видеодан алған білімдерін бекіте түсу үшін, оқытушы оларға жауап толтыру парақтарын ұсынды. Жауап парақтарын әр студент жеке өзі толтырып, оқытушы келесі сабаққа дейін тексеріп алып келу үшін парақтарды жинап алды. Үй тапсырмасы ретінде білім алушыларға еркін тақырыпта өзіндік пікір эссе жұмысын жазып, Linoit платформасына жүктеу тапсырылды.

Тәжірибенің соңғы сабағы басталардан бұрын білім алушыларға жаңа сабақ тақырыбына байланысты түрлі ұлттардың ерекшеліктері, мәдениеті туралы ақпарат беретін 10 минуттық видео жіберілді. Сабақ басталған соң, «рөлдік ойындар» әдісі бойынша білім алушыларға видеодан көрген ақпараттар бойынша әрбір ұлттың ерекшеліктерін түсіндіру тапсырмасы берілді. Сонымен қатар интерактивті тақта көмегімен білім алушыларға алдын ала дайындалған аудиоматериал қосылды. Бұл аудиоматериалда түрлі ұлттардың тілі, ұлттық музыкасы, әндері көрініс тапқан. Студенттер осы аудиожазбадағы ұлттардың атын атап, түсіндіруі қажет болды. Тапсырманы орындауға барлық білім алушылар 100% қызығушылық таныта отырып, қатысты. Сабақтың соңғы уақытында қосымша уақыт беріліп, білім алушылардан Post Test алынды. Аталмыш тест Flipped Classroom технологиясынан кейінгі студенттерде пайда болған ілгерілеу процесіне талдау жасау мақсатында алынған болатын (Кесте 2):

Кесте 2 - Пост-тест бойынша студенттердің берген дұрыс жауаптарының саны (орташа)

Топтар	Грамматикалық бөлім	Тақырып мазмұнын түсіну	Жалпы
А	9	8	17
Б	5	4	9
Ескертпе: авторлармен құрастырылған			

Жоғарыдағы кестеде көріп отырғанымыздай, Flipped Classroom технологиясын сабақ өту процесіне енгізудің білім алушылардың грамматиканы терең меңгеруі және сабақ тақырыбын еркін түсінуіне тигізетін әсері орасан зор. Мәселен, бақылау тобында (Б) тест сұрақтарының грамматика бөлімі тапсырмаларына дұрыс жауап берудің орташа мәні еш өзгеріссіз (5) болса, тақырып мазмұнына байланысты сұрақтарға қатесіз жауап беру

көрсеткіші 6-дан 4-ке кеміген. Ал эксперименттік топта (А) алдын ала тест нәтижесімен салыстырғанда едәуір алға жылжу байқалған. Яғни, грамматикалық сұрақтарға дұрыс жауап берудің орташа көрсеткіші 7-ден 9-ға жоғарыласа, тақырыпқа байланысты сұрақтарға жауап беру көрсеткіші 8-ді құрап, 3 баллға жоғарылаған. Бұл дегеніміз, теориялық білім деңгейінің айтарлықтай дәрежеде жоғарылауын айғақтайды және бұл нәтиже олардың алынған білімді практикада көбірек шыңдауымен, сондай-ақ, Flipped Classroom технологиясына негізделген әдістер арқылы олардың сабақ оқуға деген қызығушылықтары мен шабыттарының өсуімен тығыз байланысты.

Сонымен қатар, білім алушылардан (61 студент) Flipped Classroom технологиясы арқылы сабақ өткізуге деген көзқарастарын сұрау мақсатында 20 сұрақтан тұратын анонимді сауалнама-сұхбат алынды (Қосымша 1).

Сұхбатқа жауап парақтары жиналып алынып, студенттердің Flipped Classroom технологиясы туралы ой-пікірлері сарапталып, жауаптарға талдау жасалды. Барлық жауаптарды саралай келе, Flipped Classroom технологиясының студенттердің ойымен қарағанда тиімділігін ең маңызды бірнеше аспектке бөліп қарастыруға болады (1-сурет):



Сурет 1 - Flipped Classroom технологиясы туралы білім алушылардан алынған сауалнама нәтижесі, %

Ескертпе: авторлармен құрастырылған

Жоғарыдағы 1-суретте көрсетілгендей, білім алушылардан алынған сауалнама нәтижесінің қорытындыларына сәйкес, Flipped Classroom технологиясының негізгі басым ерекшеліктерінің қатарына алдын ала жіберілетін видеоматериалдардың тиімділігі, тапсырмаларды толыққанды орындауға деген жауапкершілік пен сабаққа қызығушылықтың әсерінен білім алушылардың сабаққа келу және қатысу деңгейінің жоғарылауы, сабақ материалдарына алдын ала дайындық деңгейінің ілгерілеуі, сондай-ақ, аудиторияға келгенде белсенді түрде орындалатын практикалық жұмыстардың оңды әсері жатады. Мәселен, респонденттердің 31%-ы видеоматериалдар арқылы алдын ала сабақ тақырыбымен

танысудың тиімділігін атап өтті. Яғни, видеоматериалдардағы ақпаратты түсінбеген жағдайда қайталап бірнеше мәрте көру мүмкіндігі бар. Не болмаса, ақпаратты бір рет тыңдап қана қоймай, көбірек есте сақтау үшін тағы қарап шығуға мүмкіндік береді. Кейбір студенттер видеодағы ақпаратты тыңдаудың тағы бір тиімділігі ретінде мәліметті видеоны паузаға қоя отырып, асықпай конспектілеп алуға орасан зор жағдай жасайтындығын атап өтті. Сондай-ақ, сабаққа үлгерімді бақылау және олардың өзіндік пікірлерін сұрастыру барысында білім алушылардың 84%-ы сабаққа мейлінше көбірек қатысуға тырысатыны белгілі болды. Олардың ойынша, сабақ тақырыбымен видеоматериалдар көмегі арқылы алдын ала таныс болу сабаққа қатысуға деген құлшынысты арттырып, сабақты меңгеру қиындығын жеңу үшін сенімділік береді. Сонымен қатар, сабаққа қатысу өте қызықты болғандықтан, бір сөйлем арқылы болса да, өз ойларын жеткізуге ынталы екендіктерін жеткізді. Бұл студенттердің сабақ барысында белсенді болуларына жағдай жасайды. Видеоматериалдардың тиімділігінен студенттердің сабаққа алдын ала дайындық деңгейлерінің ілгерілеуі туындайды. Яғни, білімгерлердің басым бөлігі дайын видеодәрістерді, қызықты анимациялық бейне жазбаларды көру арқылы сабаққа ерекше шабытпен әрі белсенді болуға дайын болып келетінін жеткізді. Сабаққа алдын ала дайындықтың болуы олардың теориялық ақпараттарды терең ойланып, сабақтың негізгі мағынасына талдау жасап, алынған білімді тәжірибеде бекіте түсуге мүмкіндік береді. Білімгерлердің 69%-ның пікірінше, жаңа сабақты түсіндіру уақытын видеодәрістерге алмастырып, үнемдеу арқылы аудиторияда орындайтын белсенді іс-әрекеттердің көп болуы екінші тілді меңгеруде ең тиімді таптырмас әдіс болып табылады. Себебі, дәстүрлі әдіс бойынша практикалық сабақ уақытында ғана сабақ оқумен шектелу тіл үйрену үшін жеткіліксіз болады.

Жалпылай алғанда, сауалнаманың қорытындысына сәйкес, Flipped Classroom технологиясы білім алушыларға дайын ақпаратты бірнеше мәрте қайталап көруге және аудиторияға келгенде сол алынған ақпаратты түрлі белсенді оқу іс-әрекеттерін жасау арқылы бекіте түсіп, терең меңгеруге мүмкіндік береді. Сондай-ақ, аталмыш технология студенттерді практикалық сабақта көбірек белсенді болуға баулиды. Бұл өз кезегінде сабақ мазмұнын жоғары деңгейде түсінуге және сыни және шығармашылық ойлау қабілеттерін дамытуға көмектеседі.

Қорытынды

Зерттеу жұмысының негізгі қорытындыларын айта келе, Flipped Classroom технологиясының ағылшын тілін меңгерудегі бірнеше маңызды рөлдерін атап өткен жөн. Ол ең біріншіден, білімгерлердің сабақты меңгеру және тәжірибе жүзінде алған білімдерін шыңдау мүмкіндіктерін арттырады. Сондай-ақ, қазіргі таңда қоғамның барлық сегменті қолданатын заманауи АКТ құрылғыларын сабақ өткізу барысында пайдалану олардың сабаққа деген құлшыныстарын максималды түрде жоғарылатады, әрі оқытушының берген бағытын ұстана отырып, өз бетінше жұмыс жасау әрекеттерін оңтайландырады. Зерттеулердің қорытындылары Flipped Classroom технологиясын сабақ өткізу процесіне енгізу білім алушылардың өзара коммуникативтік қабілеттерін арттыратынын да дәлелдеді. Яғни, бұл дәлелдемелерден ұғынатын негізгі тұжырым – технологияның ХХІ ғасырдағы нағыз интеллектуал білімгердің бойында болуы керек жан-жақты үздік қасиеттерді қалыптастыруға қосатын үлесі өте зор. Университеттің 1 курс студенттеріне жүргізілген жан-жақты сипаттап өткен екі апталық эксперимент технологияның ағылшын тілін үйрену деңгейін жылдамдатуға әрі екінші тілді меңгеруге деген нық қызығушылықтарының пайда

болуына жағдай жасайтынын дәлелдеді. Ең бірінші ерекшелік ретінде, эксперименттік топ пен бақылау топтарының сабақ оқу процесіндегі негізгі көрсеткіштерінің салыстырмалы түрдегі айырмашылығын атауға болады. Эксперименттік топтан алынған алдын ала және тәжірибеден кейінгі тест нәтижесіндегі көрсеткіштердің жоғарылығы бақылау тобындағы өзгеріссіз нәтижемен салыстырыла отырып, аталмыш технологияның теориялық және практикалық білімді шыңдай отырып, студенттердің жан-жақты білімін жетілдірудегі тиімділігі расталды. Екіншіден, білімгерлердің сабаққа қатысу деңгейінің жоғарылауы олардың жаңа тақырыппен алдын ала видеоматериалдар арқылы таныса отырып, кіріспе ақпаратты білуімен байланысты болатындығы белгілі болды. Үшіншіден, студенттердің заманауи АКТ құралдарын сауатты қолдану құзіреттіліктері артты. Бұл дегеніміз технологиялық құралдарды білім алу мақсатымен қолдану мүмкіншіліктерінің жоғарылауын білдіреді. Сонымен қатар, бұрынғы дәстүрлі әдіс бойынша білім алу процесіндегі басым жауапкершіліктің «білім алушыдан – оқытушыға» схемасынан жаңа «оқытушыдан – білім алушыға» ауысуы білімгерлердің біршама деңгейде оқытушының тек бағыт-бағдарын алу арқылы білім алуына жауапкершілігін өзіне алуына мүмкіндік береді.

Білім беру процесі жыл сайын тоқтаусыз жаңартылып, білімгерлердің қызығушылығын арттыруда жаңашыл әдістердің пайда болуын қажет ететін сала. Осы себепті де әрбір кәсіби шебер педагог әлемдік білім берудің заманауи тенденциялары көшіне әр уақытта оңай ілесу үшін жаңа ғылыми технологиялардың жетістіктерін қолдана отырып, сабақ өтуге қабілетті болуы тиіс. Бұл өз кезегінде білім саласында бәсекеге қабілетті кадрлар даярлауға мүмкіндік беретін бірден-бір жол.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ/REFERENCES

1. Kan E. Digital Technologies in Education, Science and Industry [Electronic resource]. – 2022. – URL: <https://dtesi.iitu.edu.kz/> (Date of application 08.03.2022).
2. Akçayır, G., Akçayır, M. The flipped classroom: A review of its advantages and challenges // *Computers & Education*. – 2018. – No. 126, p. 334-345.
3. Awidi I. Paynter, T. The impact of a flipped classroom approach on student learning experience // *Computers & Education*. – 2019. – No. 128, p. 269-283.
4. Ayçiçek B., Yanpar Yelken T. The Effect of Flipped Classroom Model on Students' Classroom Engagement in Teaching English // *International journal of instruction*. – 2018. – Vol. 11. - No.2. – p. 385-398.
5. Abdullah M.Y., Hussin S., Ismail K. Implementation of Flipped Classroom Model and Its Effectiveness on English Speaking Performance // *International Journal of Emerging Technologies in Learning*. – 2019. – Vol. 14. – No.9.
6. Birová L. Flipped classroom in teaching english as a foreign Language to adult learners. University of Granada [Electronic resource]. - 2021. – URL: <http://hdl.handle.net/10481/66759> (Date of application 18.03.2022).
7. Basal A. The implementation of a flipped classroom in foreign language teaching // *Turkish online journal of distance education*. - 2015. - Vol. 16. - No.4. - p. 28-37. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1092800.pdf>
8. Ngo H. K., Md Yunus M. Flipped Classroom in English Language Teaching and Learning: A Systematic Literature Review // *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. – 2021. – Vol. 1. – No.3, p. 185-196.
9. Yavuz F., Ozdemir S. Flipped classroom approach in EFL context: Some associated factor // *World Journal on Educational Technology: Current Issues*. – 2019. – Vol. 11. – No.4. – p. 238-

244.

10. Choe E., Seong M.H. A case study of the flipped classroom in a Korean university general English course // *Journal of Pan-Pacific Association of Applied Linguistics*. – 2016. – Vol. 20. – No.2. – p. 71-93.

11. Du Y. Discussion on flipped classroom teaching mode in college English teaching // *English Language Teaching*. – 2018. – Vol. 11. – No.11. – p. 92-97.

12. Abeysekera L., Dawson P. Motivation and cognitive load in the flipped classroom: Definition, rationale and a call for research // *Higher Education Research and Development*. – 2015. – Vol. 34. – No.1. – p. 1-14.

13. Bates A.W. *Teaching in a digital age: Guidelines for designing teaching and learning for a digital age*. University of British Columbia [Electronic resource]. – 2015. – URL: <https://opentextbc.ca/teachinginadigitalage/> (Date of application 18.05.2022).

14. Memon T.D., Jurin M., Kwan P., Jan T., Sidnal N., Nafi N. Studying learner's perception of attaining graduate attributes in capstone project units using online Flipped classroom // *Education Sciences*. – 2021. – No.11. – pp.4-10.

15. Jong M.S., Chen G., Tam V., Hue M., Chen M. Design-based research on teacher facilitation in a pedagogic integration of Flipped Classroom and Social Enquiry learning // *Sustainability*. – 2022. – No. 14. – p.4.

16. Andujar A., Salaberri-Ramiro M.S., Cruz Martinez M.S. Integrating flipped foreign language learning through mobile devices: technology acceptance and flipped learning experience // *Sustainability*. – 2020. – No. 12. – pp.2-6.

17. Lavicza Z., Weinhandl R., Prodromou T., Andic B., Lieban D., Hohenwarter M., Fenyvesi K., Brownell C., Diego-Mantecon J. Developing and evaluating educational innovations for STEAM education in rapidly changing digital technology environments // *Sustainability*. – 2022. – No. 14. – p.9.

Қосымша 1. Анонимді сауалнама сұрақтары

No.	Questions	Totally disagree	Disagree	Partly agree	Agree	Totally agree
1	Flipped Classroom technology has aroused my interest in conducting scientific research					
2	I really liked that we did the project work and also conducted research using Flipped Classroom technology.					
3	Thanks to Flipped Classroom technology, I learned how to work with a team, together with other team members.					
4	I didn't know that digital technologies that we use in everyday life can be so actively used in studies					
5	I really enjoyed the discussions and debates held at the practical classes.					

6	The videos that the teacher sends us before attending a practical lesson are very simple, easy and interesting to understand.					
7	With the help of Flipped Classroom technology, I learned how to work with new innovative platforms, sites, resources that we didn't know about.					
8	Flipped Classroom technology helped me to do reading and searching on my own.					
9	At the beginning of each practical lesson, I had emotions of delight and anticipation of the lesson,					
10	In general, it was not so difficult for me to conduct research and perform project work using Flipped Classroom technology,					
11	I want other disciplines to be taught with this technology.					
Ескертпе: авторлармен құрастырылған						

Н. НҰРМАҒАНБЕТҚЫЗЫ

Докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті
(Қазақстан, Астана)
E-mail: nurdana.nurmaganbetkyzy@iuth.edu.kz

Б. АЛЬМУХАМБЕТОВА

э.ғ.к., қауымдастырылған профессор
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті
(Қазақстан, Түркістан)
E-mail: botagoz.almukhambetova@iuth.edu.kz

Т. ИСКАКОВ

PhD, қауымдастырылған профессор
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті
(Қазақстан, Түркістан)
E-mail: t.iskakov@iuth.edu.kz

А. ШОКПАРОВ

Педагогика ғылымдарының кандидаты
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті, (Қазақстан, Түркістан) e-
mail: shokparov.alibek@iuth.edu.kz

03.11.2024ж. баспаға түсті

30.12.2024ж. басып шығаруға қабылданды

***N. NURMAGANBETKYZY¹✉, B. ALMUKHAMBETOVA², A. SHOKPAROV²,
T. ISKAKOV²***

¹L. N. Gumilyov Eurasian National University
(Kazakhstan, Astana), E-mail: nurdana.nurmaganbetkyzy@iuth.edu.kz

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

OPPORTUNITIES FOR TEACHING ENGLISH TO STUDENTS OF THE TOURISM SPECIALTY USING FLIPPED CLASSROOM TECHNOLOGY

Abstract. *Currently, digital technologies have become the main component used in all spheres of society. The application of such scientific achievements in higher education is becoming one of the most relevant topics today. One of the educational methods based on modern digital achievements in the learning process is the Flipped Classroom technology. This technology can be used in teaching students at any level of education. The purpose of this article is to study and prove the effectiveness of using Flipped Classroom technology at the stage of teaching English to students studying in the educational field of Tourism. The research was conducted on the study of works written by world scientists in order to describe the features of the technology application, discuss and summarize the experience conducted by 1st year students of the International University of Tourism and Hospitality based on these theoretical aspects. The main idea of the article is to open up new opportunities for easy and effective teaching of English to students of the specialty Tourism by analyzing various experiments of scientists conducted so far. During the practice, in order to determine the practical effectiveness of technology in teaching English, students were divided into experimental and control groups. There has been significant progress in the ratio of the test of students' preliminary theoretical knowledge to the test results after practice and the level of their ability to speak English. Students' interest in the English language is also growing, and their inspiration is awakening. This, in turn, proved that Flipped Classroom technology is one of the most active learning methods based on digital capabilities. The value of the research work is expressed in the possibility of using Flipped Classroom technology as an innovative idea when conducting practical classes for students of the specialty Tourism based on the results of this study.*

Keywords: *Flipped Classroom, tourism, training of personnel, videomaterial, online platform, English.*

**Н. НУРМАГАНБЕТКЫЗЫ¹✉, Б. АЛЬМУХАМБЕТОВА², А. ШОКПАРОВ²,
Т. ИСКАКОВ²**

¹Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева
(Казахстан, Астана), E-mail: nurdana.nurmaganbetkyzy@iuth.edu.kz

²Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан)

ВОЗМОЖНОСТИ ОБУЧЕНИЯ АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ СТУДЕНТОВ СПЕЦИАЛЬНОСТИ ТУРИЗМ С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИИ FLIPPED CLASSROOM

Аннотация. *В настоящее время цифровые технологии стали основным компонентом, используемым во всех сферах жизни общества. Применение таких достижений науки в высшем образовании сегодня становится одной из самых актуальных тем. Одним из образовательных методов, основанных на современных цифровых достижениях в процессе обучения, является технология Flipped Classroom. Эту технологию можно использовать при обучении обучающихся на любом уровне образования. Цель данной статьи-изучить и доказать эффективность использования технологии Flipped Classroom на этапе обучения английскому языку студентов, обучающихся по образовательному направлению "Туризм". Исследование проводилось по изучению работ, написанных мировыми учеными с целью*

описания особенностей применения технологии, обсуждению и обобщению опыта, проведенного студентами I курса Международного университета туризма и гостеприимства на основе этих теоретических аспектов. Основная идея статьи состоит в том, чтобы открыть новые возможности для легкого и эффективного обучения английскому языку студентов образовательной программы Туризм, проанализировав различные опыты ученых, проведенные до настоящего времени. В ходе проведенной практики для определения практической эффективности технологии в обучении английскому языку студенты были разделены на экспериментальную и контрольную группы. Наблюдался значительный прогресс в соотношении проверочного теста предварительных теоретических знаний студентов и результатов теста после практики и уровня их способности говорить по-английски. Также растет интерес обучающихся к английскому языку, пробуждается их вдохновение. Это, в свою очередь, доказало, что технология *Flipped Classroom* является одним из самых активных методов обучения, основанных на цифровых возможностях. Ценность исследовательской работы выражается в возможности использования технологии *Flipped Classroom* в качестве новаторской идеи при проведении практических занятий для студентов специальности Туризм на основе результатов настоящего исследования.

Ключевые слова: *Flipped Classroom*, туризм, подготовка кадров, видеоматериал, онлайн-платформа, английский язык.

Ш. НУРМУХАМЕДОВА¹✉, А. АБИШОВА², Д. РАХИМОВА², Д. ХАМИТОВА³

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

²М.Ауезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті
(Қазақстан, Шымкент)

³Қазақ ұлттық хореография академиясы
(Қазақстан, Астана)

ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ АУЫЛДЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУ МЕХАНИЗМДЕРІ

Аңдатпа. Мақалада Қазақстан Республикасы Түркістан облысында ауылдық туризмді дамыту механизмдері қарастырылады, оның қалыптасуы мен тұрақты өсуіне ықпал ететін негізгі факторлар талданады. Аймақтың географиялық, мәдени және әлеуметтік-экономикалық ерекшеліктеріне ерекше көңіл бөлінген, бұл ерекшеліктер ауылдық жерлерде туризмді дамытуға арналған бірегей мүмкіндіктер жасайды. Түрлі модельдер мен стратегиялар зерттелген, соның ішінде жергілікті билік органдары мен жеке кәсіпкерлердің туристерді тарту үшін қолданатын экотуризм, агротуризм және этнографиялық бағыттар. Ауылдық туризмнің сәтті дамуына әсер ететін инфрақұрылымдық және институционалдық аспектілер, оның ішінде көлік қатынасының қолжетімділігі, қонақүй инфрақұрылымы, ауыл елді мекендерін дамыту және мәдени мұраны сақтау мәселелері бағаланды. Автор ауылдық туризмді аймақтың әлеуметтік-экономикалық даму стратегиясына интеграциялау жергілікті халықтың өмір деңгейін едәуір арттыруға, жаңа жұмыс орындарын құруға және ауылдық аймақтардың экологиялық жағдайын жақсартуға мүмкіндік береді деген қорытындыға келеді. Қорытындыда халықаралық тәжірибе мен Түркістан облысының ерекшеліктеріне негізделген ауылдық туризмді қолдау саясатын тиімді жүзеге асыру үшін ұсыныстар берілген.

Кілт сөздер: ауылдық туризм, Түркістан облысы, агротуризм, экотуризм, мәдени мұра, тұрақты даму, инфрақұрылым, әлеуметтік-экономикалық даму.

Кіріспе

Ауылдық туризм – әлеуметтік-экономикалық дамуға айтарлықтай үлес қоса алатын, тез дамып келе жатқан салалардың бірі. Бұл сала әсіресе халық санының азаюы, өмір сүру

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Нурмухамедова Ш., Абишова А., Рахимова Д., Хамитова Д. Түркістан облысындағы ауылдық туризмді дамыту механизмдері // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 108–118. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.09>

***Cite us correctly:** Nurmuhamedova Ş., Abişova A., Rahimova D., Hamitova D. Türkistan oblysyndaғы ауылдық туризмді дамыту механизмдері [Mechanisms for the development of rural tourism in the Turkestan region] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 108–118. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.09>

деңгейінің төмендігі және өнеркәсіптік даму мүмкіндіктерінің шектеулігі мәселелеріне тап болатын аймақтар үшін маңызды. Дамыған ауылдық инфрақұрылымы мен бай табиғи және мәдени мұрасы бар елдерде ауылдық туризм тек жаңа жұмыс орындарын ғана емес, экожүйелер мен мәдени дәстүрлерді сақтауға, сондай-ақ ауыл тұрғындарының өмір сүру сапасын жақсартуға да ықпал етеді. Бұл мәселе Қазақстан үшін ерекше маңызды, себебі ауылдық аймақтар ел экономикасында маңызды рөл атқарады, бірақ олар бірқатар мәселелерге, атап айтқанда ауыл шаруашылығына шектен тыс тәуелділік, инвестициялардың тапшылығы және жұмыссыздық сияқты қиындықтарға тап болып отыр [1].

Түркістан облысы Қазақстанның оңтүстігінде орналасқан, ауылдық туризмнің жергілікті тұрғындардың өмір деңгейін жақсартуға және әлеуметтік-экономикалық тұрақтылықты нығайтуға маңызды рөл атқара алатын аймақтардың бірі болып табылады. Бұл облыс тарихи-мәдени мұра, табиғи көрікті жерлер мен этнокультурлық әртүрлілікке бай, сондықтан экотуризм, агротуризм, этнографиялық және мәдени туризм сияқты әртүрлі ауылдық туризм формаларын дамыту үшін үлкен әлеуетке ие. Түркістан облысының ауылдық жерлері тек бай тарихи өткеніне ғана емес, сонымен қатар ерекше табиғатымен де танымал, бұл тұрақты даму қағидаттарына негізделген туристік өнімдерді құру үшін кең мүмкіндіктер ашады.

Түркістан облысындағы ауылдық туризм табиғи және әлеуметтік-экономикалық жағдайларға байланысты көптеген қиындықтар мен мүмкіндіктерді қамтиды. Түркістан Қазақстанның ең ірі мәдени және туристік орталықтарының бірі болғандықтан, тек паломниктерді ғана емес, сондай-ақ әлемнің әртүрлі жерлерінен келген мәдени туристерді де тартады. Бұл жерде ауыл шаруашылығын жүргізудің дәстүрлі әдістерін тұрақты туризм талаптарына бейімдеу қажеттілігі ерекше маңызды болып табылады, бұл тиісті мемлекеттік саясаттың және жергілікті билік органдары, бизнес өкілдері мен тұрғындар арасындағы белсенді ынтымақтастықты талап етеді.

Бұл жұмыстың мақсаты – Түркістан облысындағы ауылдық туризмді дамыту механизмдерін зерттеу және осы туризм сегментінің тұрақты жұмыс істеуіне әсер ететін факторларды талдау. Арнайы назар инвестициялар тарту, қызмет көрсету сапасын арттыру және аймақтың мәдени және табиғи ерекшеліктерін бейнелейтін аймақтық брендтер қалыптастыру үшін қажетті жағдайларды жасау мәселелеріне аударылады.

Ауылдық туризмді дамытуға арналған ғылыми әдебиеттерде осы процестің түрлі аспектілері, оның ішінде агротуризм мен экотуризмнің ауылдық аймақтардың әлеуметтік-экономикалық дамуындағы рөлі, инфрақұрылымдық өзгерістердің туризмге әсері және туризм индустриясының әртүрлі субъектілері арасындағы өзара әрекеттестіктің ерекшеліктері қарастырылған. Алайда, Қазақстан контекстінде, әсіресе Түркістан облысында, осы барлық аспектілерді аймақтың ерекшеліктері мен әлеуметтік-экономикалық жағдайын ескере отырып қарастыратын зерттеулердің жетіспеушілігі байқалады. Мұндай зерттеулердің қажеттілігі ауылдық туризмге деген өсіп келе жатқан қызығушылықты ескере отырып айқындалады, бұл өз кезегінде ұлттық экономиканы әртараптандыру стратегиясына, ауылдық аймақтардың өмір сүру сапасын жақсартуға және ішкі туризмді дамытуға бағытталған [2].

Түркістан облысында ауылдық туризмнің дамуы бірнеше негізгі аспектілерді қамтиды, оның ішінде инфрақұрылымды жақсарту (жолдар, қонақүй қызметі, мәдени және тарихи нысандар), кәсіпкерлер мен жергілікті тұрғындар үшін ынталандырулар жасау, сондай-ақ туризм саласындағы қызметкерлердің білім деңгейі мен біліктілігін арттыру қажет. Сонымен

қатар, аймақтың экожүйелері мен мәдени дәстүрлерін сақтау маңызы зор, бұл туризмді жоспарлау мен басқаруда ерекше тәсілді қажет етеді.

Бұл жұмыс аймақтағы ауылдық туризмді дамытудағы қазіргі механизмдерді, бар проблемалар мен тәуекелдерді талдап, саланы жақсартуға бағытталған ұсыныстарды ұсынады. Қорытындыда Түркістан облысында ауылдық туризмнің тұрақты моделін қалыптастыруға бағытталған экономикалық және әлеуметтік аспектілерді ескере отырып, Қазақстанның және шетелдердің туристік картасында облыстың лайықты орнын алуға мүмкіндік беретін кешенді ұсыныстар жасалады.

Материалдар мен әдістер

Түркістан облысында ауылдық туризмді дамыту механизмдерін зерттеу үшін әдеби деректерді, статистикалық мәліметтерді талдау, салыстырмалы талдау және географиялық-кеңістіктік талдау әдістері қолданылды. Бұл әдістер аймақтағы ауылдық туризмнің қазіргі проблемалары мен мүмкіндіктерін жан-жақты талдауға мүмкіндік берді, сондай-ақ жағдайды жақсарту үшін практикалық ұсыныстар әзірлеуге мүмкіндік жасады.

Зерттеу әдістерінің әртүрлілігін қолдану Түркістан облысындағы ауылдық туризмнің қазіргі жағдайы туралы толық және объективті түсінік алу қажеттілігімен негізделді. Негізгі мақсат – ауылдық туризмнің дамуына ықпал ететін немесе шектеу қоятын проблемалық аймақтар мен факторларды түсіну, сондай-ақ практикалық ұсыныстар әзірлеу болды, бұл зерттеудің қолданбалы құндылығын жергілікті билік органдары мен кәсіпкерлер үшін арттырады сөзсіз. Бұл әдістерді кешенді түрде қолдану нәтижесінде ауылдық туризмді дамытуға қатысты толық мәліметтер жиналып, Түркістан облысында ауылдық туризмді тиімді дамыту үшін қорытындылар мен ұсыныстар жасалды.

Аймақтың туристік әлеуеті жыл сайын артып келеді. Облыста туризмнің үш негізгі бағыты анықталды: тарихи-танымдық, экологиялық және емдік-сауықтыру. 2024 жылдың басынан бері аймақта 562 мыңнан астам турист келді, олардың ішінде 124 мыңы табиғи қорық аймақтарында, 135 мыңы курорттарда, 210 мыңы қонақүйлерде болды. Сонымен қатар, 810 мың адам тарихи-қажылық нысандарына барды. Е-қонақ мәліметтері бойынша, ағымдағы жылдың алғашқы он айында өңір 19 мың шетелдік туристі қабылдады, ал туристік саланы дамытуға 63 миллиард теңге салынды. Жаңа туристік өнімдер мен бағдарламалар жасауға бағытталған ірі жобалар іске асырылуда. Мысалы, Түркістан қаласында 2,5 га алаңда Қолөнершілер қаласы және 99 га ипподром салынуда. Жыл сайын елді мекендерде емдеу-сауықтыру мекемелерінің саны өсуде. 2023-2025 жылдар аралығында жалпы құны 7,5 миллиард теңге болатын осындай алты мекеменің құрылысы жоспарлануда.

Алайда, Түркістан мен облыста туризм саласында көптеген жылдар бойы шешілмеген проблемалар бар. Туризмді дамыту үшін тағы үш бағыт бөлінді: тарихи-танымдық, экологиялық және емдік-сауықтыру.

Ағымдағы жылы 17,6 миллиард теңге сомасына 19 жобаны іске асыру жоспарлануда. Бұған Түркістан, Арыстанбаб және Сауран қалаларында құрылыс аймақтарын орнату кіреді, олардың аяқталуы 2024-2025 жылдарға жоспарланған.

Облыс аумағында 1770 тарихи-мәдени ескерткіш және 75 емдеу-сауықтыру нысаны жұмыс істейді. 2023 жылдың қорытындысы бойынша облыстың денсаулық сақтау мекемелерінде 163,2 мың адамға қызмет көрсетілді, бұл 142,4 мың адам ем алған 2022 жылмен салыстырғанда 115%-ға артық. Айта кетейік, емдеу-сауықтыру туризмінің негізгі бөлігі Сарыағаш ауданының Көктерек ауылында орналасқан, онда 75 мекеменің 53-і (немесе

68%) жұмыс істейді.

Экологиялық туризм аймақта да белсенді дамып келеді, бұл ұлттық саябақтар мен табиғи аумақтарға келушілер санының артуымен расталады: 2022 жылы 74,9 мыңнан 2023 жылы 126,6 мыңға дейін, ағымдағы жылдың 8 айында ғана келушілер саны 95,1 мыңды құрады.

Жыл соңына дейін екі емдеу-сауықтыру кешенінің пайдалануға беру көзделіп отыр. Ақсу-Жабағылы және Қаратау қорықтарында, сондай-ақ Түркістан облысында орналасқан Сайрам-Өгем мемлекеттік ұлттық табиғи паркінде және Сырдария-Түркістан өңірлік табиғи паркінде 30 туристік маршрут құрылды. Қазіргі уақытта облыста 99 демалыс орны, 62 қонақ үй, 12 санаторий, 6 киіз үй және бір аңшылық үй жұмыс істейді. Бұдан басқа, 30 туристік соқпақтар мен маршруттар әзірленді, оның ішінде: «Сайрам-Өгем» – 11 маршрут, «Қаратау» – 2 маршрут, «Ақсу-Жабағылы» – 10 маршрут және «Сырдария - Түркістан» – 7 маршрут.

Түркістан облысы қазіргі проблемаларға қарамастан туризмді дамыту үшін айтарлықтай әлеуетке ие. Жаңа туристік маршруттар мен жобалардың ашылуы, сондай-ақ инвестициялардың ұлғаюы аймақтың инфрақұрылымды жақсартуға және туристерге әртүрлі қызмет көрсетуге деген ұмтылысын көрсетеді. Бұл келушілер үшін қолайлы жағдай туғызады және туристік бағыт ретінде ауданға деген қызығушылықтың артуына ықпал етеді. Туризмнің әртүрлі түрлерінің тұрақты дамуымен және сапаға баса назар аудара отырып, аймақ туристер санының көбірек өсуін және туристік нарықтағы беделінің жақсаруын күтуі мүмкін.

Нәтижелер мен талқылаулар

Түркістан облысындағы ауылдық туризмнің жалпы жағдайы

Түркістан облысы өзінің ерекше табиғи, тарихи-мәдени және этномәдени мұрасы арқасында айтарлықтай туристік әлеуетке ие. Статистикалық мәліметтерді талдау нәтижесінде соңғы жылдары аймаққа келетін туристер санының орташа өсімі байқалады (1-кесте) [8]. Туристер ағынының негізгі көздері ретінде ішкі туризм және халықаралық сапарлар, әсіресе Орталық Азия мен Ресейден келетіндер құрайды. Алайда, облыстың ауылдық аймақтарына келетін туристер саны шектеулі болып қалуда, және бұл көрсеткіш барлық туристердің жалпы санының тек 12%-ын ғана құрайды.

1-кесте – Түнеу орындарында көрсетілген қызмет бойынша туристер келу динамикасы (жылдар бойынша)

жыл	Туристер саны
2021	360 221
2022	472 094
2023	558 881

Негізгі өсу COVID-19 пандемиясына байланысты шектеулер алынып тасталғаннан кейін және Түркістан облыс орталығы атануымен байланысты туристік индустрияны қалпына келтіру бойынша белсенді жұмыстардан кейін байқалады.

Туристер арасында ең танымал бағыттар – Түркістан қаласымен байланысты тарихи және мәдени маршруттар, бұл қала Қазақстанның ең маңызды мәдени және рухани орталықтарының бірі болып табылады. Туристер келетін негізгі елдер - Ресей, Өзбекстан,

Қытай, Қырғызстан, Түркия және басқа да көрші елдер. Осыған орай, Түркістан облысында ауыл туризмнің дамуына SWOT-талдау нәтижелеріне назар аударуға болады (2-кесте).

2-кесте – Түркістан облысында ауыл туризмнің дамуына SWOT-талдау

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

Дегенмен, аймақтың ауылдық жерлері табиғи сұлулығымен, бірегей этномәдени дәстүрлерімен және агротуризм мен экотуризм үшін мүмкіндіктерімен танымал бола тұра, әлі де жеткілікті дәрежеде игерілмеген және төмен бағаланған. Бұл ауылдық туризм саласында айтарлықтай пайдалану мүмкіндігі бар екенін көрсетеді.

Ауылдық туризмнің дамуы жолындағы кедергілер мен мәселелер

Түркістан облысында ауылдық туризмнің дамуы табиғи және мәдени ресурстардың болуына қарамастан бірнеше маңызды проблемалар мен кедергілерге тап болуда:

- Инфрақұрылымның тапшылығы. Ауылдық аймақтарда көлік және қонақжай инфрақұрылымының төмен деңгейде дамуы негізгі мәселелердің бірі болып табылады. Көптеген туристік маршруттар нашар жолдар мен шалғай елді мекендер арасындағы көлік байланысының жеткіліксіздігі салдарынан қолжетімсіз қалып отыр. Ауылдық жерлерде сонымен қатар қонақ үйлер, хостелдер және агротуризм кешендері сияқты туристік объектілердің тапшылығы байқалады, бұл туристерді орналастыру мүмкіндіктерін шектейді [3].

- Кәсіби мамандардың жетіспеушілігі. Ауылдық туризмді дамыту үшін туризм, қонақүй

бизнесі, маркетинг және экскурсиялық қызметтер сияқты салаларда білікті мамандар қажет. Түркістан облысында осы салалардағы мамандардың жетіспеушілігі сезіледі, бұл туризмнің дамуын және ұсынылатын қызметтердің сапасын тежейді.

- Маркетинг пен жарнаманың жеткіліксіздігі. Ауылдық туризмнің жоғары әлеуетіне қарамастан, аймақ туристік бағыт ретінде айқын брендке ие емес. Ауылдық туристік объектілер мен маршруттарды жарнамалау мен ақпараттық қолдаудың әлсіздігі туристерді тартуды шектейді. Сондай-ақ, ауылдық аймақтарға туристерді тартуға бағытталған маркетингтік науқандардың тапшылығы бар.

- Экологиялық мәселелер. Аймақтағы ауылдық туризм экожүйелердің нашарлауымен байланысты қауіптерге тап болуда. Туристік ағымдардың артуы экологиялық ресурстардың деградациясына және қоршаған ортаның ластануына әкелуі мүмкін. Туризмнің дамуы мен табиғи және мәдени нысандарды сақтауды қамтамасыз ету арасында тепе-теңдікті сақтау өте маңызды [4].

Ауылдық туризмді дамытудың мүмкіндіктері мен болашағы

Көптеген кедергілерге қарамастан, Түркістан облысы ауылдық туризмді дамыту үшін бірнеше айқын артықшылықтарға ие:

- Табиғи әлеует. Облыс әртүрлі табиғи ландшафттармен ерекшеленеді — тау шыңдарынан бастап, алқаптар мен шөлді аймақтарға дейін. Бұл экотуризм үшін мүмкіндіктер ашады, оның ішінде жаяу серуендер, жабайы табиғатты бақылау, тауларда демалу және ауыл шаруашылығымен байланысты туризм түрлері бар. Шымкент, Кентау, Ордабасы, Қазығұрт, Сайрам, Отырар, Мактаарал сияқты аймақтар табиғи және экологиялық таза демалыс орындарын іздеген туристер үшін тартымды бола алады.

- Мәдени және этникалық әртүрлілік. Түркістан облысы көптеген этникалық топтардың мекені болып табылады, әрқайсысы өздерінің ерекше мәдени дәстүрлеріне, қолөнеріне, ас мәзіріне және салт-дәстүрлеріне ие. Бұл ерекшеліктер этнотуристік маршруттарды жасау үшін негіз бола алады, бұл мәдени мұрамен қызығатын туристерді тартады. Көшпенділердің дәстүрлерін, қолөнерін, халықтық мерекелер мен фестивальдерді сақтау және насихаттауға ерекше көңіл бөлу қажет [5].

- Агротуризм. Түркістан облысы жемістер, көкөністер және ауыл шаруашылығы дақылдарының дамыған өндірісі бар ірі ауыл шаруашылығы аймағы болып табылады. Туристерге ауыл шаруашылығы жұмыстарында қатысуға, дәстүрлі егіншілік әдістерін үйренуге және жергілікті өнімдермен танысуға мүмкіндік беретін агротуристік кешендер құру аймақтағы туризмнің тартымды бағытына айнала алады [6].

- Экологиялық туризмнің дамуы. Облыстың ерекше табиғаты, оның ішінде ұлттық парктер, табиғи қорықтар мен табиғи ескерткіштер сияқты табиғи нысандар экологиялық туризмді дамыту үшін қолайлы жағдайлар жасайды. Маңызды элемент — экожүйелерге зиян келтірмей тұрақты туризмді дамыту үшін инфрақұрылымның дамуы [7].

Ауылдық туризмді дамытуға арналған ұсыныстар

Жасалған талдауға негізделген Түркістан облысында ауылдық туризмнің өсуін ынталандыру үшін келесі ұсыныстар әзірленді:

1. Инфрақұрылымды дамыту. Көлік қолжетімділігін жақсартуға (жолдарды салу, қалалар мен ауылдық аймақтар арасындағы байланыс деңгейін арттыру), туристік инфрақұрылымды құруға (қонақүйлер, кафелер, ақпарат орталықтары, агротуристік кешендер), сондай-ақ орналастыру және тамақтандыру қызметтерінің сапасын арттыруға

инвестициялар қажет.

2. Кадрларды даярлау және біліктілігін арттыру. Туризм, қонақжайлылық, экология және ауыл шаруашылығы салаларында мамандарды даярлау және қайта даярлау бағдарламаларын құру маңызды. Сондай-ақ, тәжірибелі туристік компаниялар жергілікті кәсіпкерлермен өз тәжірибелерімен бөлісе алатын менторлық жүйені дамыту қажет.

3. Маркетингтік стратегия және өңірді насихаттау. Түркістан облысын ауылдық туризм үшін тартымды бағыт ретінде насихаттайтын кешенді маркетингтік стратегияны әзірлеу қажет. Туристерді ауылдық туризмнің мүмкіндіктері, өткізілетін іс-шаралар, жергілікті мәдени және табиғи көрнекі жерлер туралы ақпаратпен қамтамасыз ететін онлайн платформалар мен мобильді қосымшалар жасау маңызды.

4. Мемлекеттік қолдау және заңнамалық реттеу. Ауылдық туризммен айналысатын кәсіпкерлер үшін субсидиялар мен гранттарды қоса алғанда, мемлекеттік органдардың белсенді қолдауы қажет, сондай-ақ ауылдық аймақтарда туризмді дамытуға арналған жеңілдікті салықтық жағдайларды жасау маңызды.

5. Эко- және агротуризмді басымдыққа алу. Табиғатты қорғауға зиян келтірмей экологиялық таза және тұрақты туризмді дамыту, сондай-ақ агротуризмді насихаттау қажет. Бұл тек ауылдық аймақтарды дамытуға ғана емес, қала мен ауыл арасындағы байланысты нығайтуға мүмкіндік береді.

6. Көпфункционалды агротуристік кешендер құру. Демалуға арналған орындарды ғана емес, сонымен қатар туристерге ауыл шаруашылық жұмыстарында белсене қатысуға, дәстүрлі шаруашылық жүргізу әдістерімен танысуға, жергілікті қолөнер мен ас үймен танысуға мүмкіндік беретін агротуристік кешендерді дамыту ұсынылады. Мұндай кешендер туристерді тартудың маңызды орталығына айналып, ауылдық аймақтардың экономикалық дамуы үшін қозғаушы күшке айнала алады.

7. Халықаралық ұйымдармен ынтымақтастық. Халықаралық туристік және экологиялық ұйымдармен тәжірибе алмасу, инвестициялар тарту және бірлескен жобаларды жүзеге асыру үшін ынтымақтастықты дамыту маңызды. Түркістан облысының халықаралық туристік көрмелер мен форумдарға қатысуы шетелдік серіктестермен байланыс орнатуға, сондай-ақ халықаралық туристердің назарын аударуға мүмкіндік береді.

Бұл ұсыныстар Түркістан облысында ауылдық туризмді дамыту үшін айтарлықтай мүмкіндіктер туғызары сөзсіз.

Қорытынды

Түркістан облысында ауылдық туризмді дамыту — бұл өңірдің әлеуметтік және экономикалық трансформациясы үшін стратегиялық маңызы бар бағыт, өйткені оның табиғи және мәдени ресурстары ерекше. Облыстың тарихи-мәдени мұрасы, табиғи ландшафтары мен этномәдени көптүрлілігіне байланысты үлкен әлеуеті болса да, ауылдық туризм әлі бастапқы кезеңде қалып отыр және көптеген кедергілер мен қиындықтарға тап болуда. Дегенмен, бұл әлеуетті басқа өңірлер мен шетелдерде тиімді пайдалану бойынша табысты мысалдар, сондай-ақ кешенді жоспарлау мен шараларды енгізу Түркістан облысында ауылдық туризмді дамыту процесін айтарлықтай жеделдетуі мүмкін.

Ауылдық туризмді кең ауқымда тартымды ету үшін көлік қолжетімділігін айтарлықтай жақсарту қажет. Жолдардың нашар жағдайы, көптеген ауылдық аймақтардың ірі қалалардан шалғай орналасуы және заманауи орналастыру орындарының тапшылығы туристер ағынын шектейді. Жергілікті қонақ үйлер, хостелдер мен туристік базалар жүйесін жаңарту және қызмет көрсету сапасын арттыру қажет. Осы орайда инфрақұрылымды құру мен жақсартуда

жеке сектордың белсенді қатысуы, сондай-ақ агротуризм кешендерін, экологиялық таза туристік нысандар мен мәдени іс-шаралар өткізу орындарын құруға инвестициялар тарту маңызды.

Қазіргі нарық жағдайында қызмет көрсету саласындағы біліктілік пен кәсібилік бәсекеге қабілеттіліктің шешуші факторлары болып табылады. Осы мақсатта ауылдық туризм саласында тиімді жұмыс істей алатын кадрларды даярлау үшін білім беру бағдарламалары мен біліктілікті арттыру курстарын әзірлеу қажет. Сонымен қатар, кәсіби дағдыларды дамыту ғана емес, мәдени және экологиялық құзыреттіліктерді арттыру да маңызды, себебі жергілікті тұрғындар өздерінің мәдени және табиғи мұрасын бағалауды және туризм саласына белсенді қатысуды үйренуі тиіс.

Маркетинг және брендтеу мәселелеріне ерекше назар аудару қажет. Қазіргі таңда Түркістан облысында ауылдық туризммен байланысты айқын бренд жоқ, бұл өңірді Қазақстанның және шетелдің туристік картасында жылжытуға қиындықтар туғызады. Өңірдің мәдени, тарихи және табиғи ерекшеліктерін біріктіретін жарқын, танымал бренд құру туристерді тартудың маңызды қадамы болып табылады. Әлеуметтік желілер, мобильді қосымшалар мен интернет платформаларын белсенді пайдалану арқылы ауылдық туризмге назар аудару қажет. Бұл үшін туристерге саяхаттарын жоспарлауға көмектесетін сапалы және қолжетімді ақпараттық ресурстар құрып, туристік агенттіктер мен операторлармен серіктестік қатынастарды дамыту керек.

Сонымен қатар, ауылдық туризмді дамыту тұрақты және экологиялық таза туризм принциптеріне негізделуі тиіс. Түркістан облысы ерекше табиғи экожүйелерге ие, оларды болашақ ұрпақ үшін сақтау қажет. Ауылдық туризм табиғатты қорғауға маңызды ынталандыру бола алады, бірақ экожүйелерге зиян келтірмей табиғи ресурстарды ақылмен пайдалану өте маңызды. Бұл туризм саласында «жасыл» технологияларды енгізуді, экологиялық таза нысандар мен табиғат қорғау бағыттарын дамыту, сондай-ақ жергілікті тұрғындарды тұрақты туризм принциптеріне оқыту қажет.

Агротуризмді дамыту мен қолдау да ауылдық туризмнің маңызды әрі болашағы зор құрамдас бөлігі болып табылады. Агротуризм туристерге тек ауылдық өмір салтымен танысып қана қоймай, ауыл шаруашылығындағы жұмысқа белсене қатысуға мүмкіндік береді, бұл өңірдің табиғаты мен мәдениетімен өзара әрекеттесудің бірегей мүмкіндіктерін жасайды. Сонымен қатар, агротуризм шағын кәсіпкерліктің дамуына, жаңа жұмыс орындарының ашылуына ықпал етеді, бұл ауылдардағы кедейлік деңгейін төмендетуге және қалаға көшу процестерін азайтуға көмектеседі. Агротуризмнің табысты дамуы үшін жергілікті фермерлер мен кәсіпкерлерді қолдау қажет, оларға салық жеңілдіктері, гранттар мен субсидиялар беру, сондай-ақ әртүрлі фермерлік шаруашылықтарды, экологиялық кешендер мен мәдени нысандарды байланыстыратын агротуризм бағыттарын қалыптастыру керек.

Ауылдық туризмнің дамуына ықпал ететін маңызды факторлардың бірі — жергілікті билік органдары мен қоғамдық ұйымдардың белсенді рөлі. Мемлекеттік қолдау мен ауылдық туризмді дамытуға арналған нақты стратегия мен жоспар құру маңызды қадам болып табылады. Бұл стратегия инфрақұрылымды жақсартумен қатар, жергілікті тұрғындарды қолдау, білім беру және мәдени бастамаларды дамыту, сондай-ақ мәдени мұраны сақтау және насихаттау бағдарламаларын қамтуы керек. Мемлекеттік қолдау бағдарламалары мемлекеттік органдар, жеке кәсіпкерлер, жергілікті тұрғындар және білім беру мекемелері арасында сектораралық өзара әрекеттестікті нығайтуға бағытталуы тиіс. Бұл ауылдық туризм

үшін тұрақты экожүйе құрып, барлық қатысушылардың ортақ мақсатқа жұмыс істеуіне мүмкіндік береді.

Қорытындылай келе, Түркістан облысында ауылдық туризмнің дамуы үлкен әлеуетке ие. Оның табысты жүзеге асуы инфрақұрылымды дамыту, кадр даярлау, өңірді тиімді жылжыту, тұрақты туризм принциптерін енгізу және жергілікті әрі мемлекеттік органдардың белсенді рөліне негізделген кешенді тәсілді талап етеді. Ауылдық туризм экономикалық дамудың маңызды қозғаушы күшіне айналып, ауылдық жерлердегі өмір сапасын жақсартуға, мәдени және табиғи мұраны сақтауға ықпал ете алады. Мемлекеттік құрылымдардың қолдауымен және жергілікті кәсіпкерлер мен ауыл тұрғындарының қатысуымен Түркістан облысы Қазақстан мен Орталық Азиядағы ауылдық туризмнің жетекші орталықтарының біріне айналып, өңірдің әлеуметтік тұрақтылығын нығайтуға және экономикасын әртараптандыруға айтарлықтай үлес қосуы мүмкін.

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Абдрахманова, М. А., Кулкенова, Ш. М. Қазақстандағы ауылдық туризмді дамыту: мәселелер мен перспективалар. — Алматы: КазГЮУ, 2017. — 123 б.
2. Батырбеков, Ж. Т., Мухаметжанова, А. М. Экологиялық туризм — Қазақстанның ауылдық аймақтарын тұрақты дамытудың факторы // Экономика және социология журналы. — 2018. — Т. 10, № 4. — Б. 89–95.
3. Власова, И. И. Агротуризм негіздері: Жоғары оқу орындары үшін оқу құралы. — Мәскеу: Юрайт, 2015. — 200 б.
4. Досымбекова, Ж. К. Орталық Азияда ауылдық туризмді дамытудың мәселелері мен перспективалары: тәжірибе мен қиындықтар. — Алматы: Орталықазиялық басылым, 2021. — 156 б.
5. Қазақстан: Туризм және оның дамуы / Қазақстан Республикасының Мәдениет және спорт министрлігі. — 2020. — URL: <https://www.mks.gov.kz/ru> (қаралған күні: 30.12.2024).
6. Ким, И. Л., Нуркенов, С. Ж. Қазақстандағы агротуризмді дамыту: қиындықтар мен мүмкіндіктер // Қазақ ұлттық аграрлық университетінің хабаршысы. — 2017. — Т. 24, № 1. — Б. 134–142.
7. Нурбаев, Б. К. Орталық Азияның ауылдық аймақтарындағы туризм: Теория және практика. — Ташкент: Ғылыми әлем, 2016. — 145 б.
8. ҚР Ұлттық статистика бюросы. — URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (қаралған күні: 30.12.2024).

REFERENCES

1. Abdrahmanova, M. A., Kulkenova, S. M. Qazaqstandaǵy auyldyq turizmdı damytu: мәseleler men perspektivalar. [Development of rural tourism in Kazakhstan: problems and prospects.] — Almaty: KazGÜU, 2017. — 123 b.
2. Bатыrbekov, J. T., Muhametjanova, A. M. Ekologialyq turizm — Qazaqstannyń auyldyq aimaqtaryn tūraqty damytudyń faktory [Ecological tourism is a factor in the sustainable development of rural regions of Kazakhstan] // Ekonomika jäne sosiologia jurnaly. — 2018. — T. 10, № 4. — B. 89–95.
3. Vlasova, İ. İ. Agroturizm negızderı: Joǵary oqu oryndary üşın oqu qūraly. [Fundamentals of agritourism: a manual for higher education institutions.] — Mäskeu: İurait, 2015. — 200 b.
4. Dosymbekova, J. K. Ortalyq Aziada auyldyq turizmdı damytudyń мәselelerı men perspektivalary: täjiribe men qiyndyqtar. [Problems and prospects for the development of rural

tourism in Central Asia: experience and challenges.] — Almaty: Ortalyqazialyq basylym, 2021. — 156 b.

5. Qazaqstan: Turizm jäne onyñ damuy [Kazakhstan: Tourism and its development] / Qazaqstan Respublikasynyñ Mädeniet jäne sport ministrlyğı. — 2020. — URL: <https://www.mks.gov.kz/ru> (qaralğan küni: 30.12.2024).

6. Kim, İ. L., Nurkenov, S. J. Qazaqstandağy agroturizmdı damytu: qiyndyqtar men mümkindikter [Development of agritourism in Kazakhstan: challenges and opportunities] // Qazaq ultiq agrarlyq universitetiniñ habarşysy. — 2017. — T. 24, № 1. — B. 134–142.

7. Nurbaev, B. K. Ortalyq Azianyñ auyldyq aimaqtaryndağy turizm: Teoria jäne praktika. [Tourism in rural regions of Central Asia: theory and practice.] — Taşkent: Ğylymi älem, 2016. — 145 b.

8. QR Ŭlttyq statistika bürosy. [National Bureau of statistics of the Republic of Kazakhstan.] — URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (qaralğan küni: 30.12.2024).

Ш. С. НУРМУХАМЕДОВА

Э.Ғ.К., қауымдастырылған профессор м.а.
Халықаралық туризм және меймандостық
университеті
(Қазақстан, Түркістан)
E-mail: sharipa.nurmuhamedova@iuth.edu.kz

Д. А. РАХИМОВА

магистр, аға оқытушы
М.Ауезов атындағы Оңтүстік Қазақстан
университеті
(Қазақстан, Шымкент)
E-mail: dilbarakbarovna@mail.ru

А. У. АБИШОВА

Э.Ғ.К., қауымдастырылған профессор
М.Ауезов атындағы Оңтүстік Қазақстан
университеті
(Қазақстан, Шымкент)
E-mail: altuka07@mail.ru

Д. М. ХАМИТОВА

Э.Ғ.К., қауымдастырылған профессор
Қазақ ұлттық хореография академиясы
(Қазақстан, Астана)
E-mail: dariga1979@mail.ru

03.11.2024ж. баспаға түсті

03.12.2024 түзетулермен келді

30.12.2024ж. басып шығаруға қабылданды

SH. NURMUKHAMEDOVA¹✉, A. ABISHOVA², D. RAKHIMOVA², D. KHAMITOVA³

¹University of International Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkistan), E-mail: sharipa.nurmuhamedova@iuth.edu.kz

²South Kazakhstan University named after M. Auezov

(Kazakhstan, Shymkent)

³Kazakh National Academy of Choreography

(Kazakhstan, Astana)

MECHANISMS OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN TURKESTAN REGION

Abstract. The article examines the mechanisms for developing rural tourism in the Turkistan Region of the Republic of Kazakhstan, analyzing the key factors that contribute to its establishment and sustainable growth. Special attention is given to the geographical, cultural, and socio-economic characteristics of the region, which create unique opportunities for developing tourism in rural areas. Various models and strategies are explored, including eco-tourism, agro-tourism, and ethnographic directions employed by local authorities and private entrepreneurs to attract tourists.

The study evaluates the infrastructural and institutional aspects influencing the successful development of rural tourism, such as transportation accessibility, hotel infrastructure, rural settlement development, and the preservation of cultural heritage. The author concludes that integrating rural tourism into the region's socio-economic development strategy can significantly improve the living standards of the local population, create new jobs, and enhance the ecological conditions of rural areas. The conclusion provides recommendations for effectively implementing a rural tourism support policy based on international experience and the unique features of the Turkistan Region.

Keywords: rural tourism, Turkistan Region, agro-tourism, eco-tourism, cultural heritage, sustainable development, infrastructure, socio-economic development

Ш. НУРМУХАМЕДОВА¹✉, А. АБИШОВА², Д. РАХИМОВА², Д. ХАМИТОВА³

¹Международный университет туризма и гостеприимства

(Казахстан, Туркестан), E-mail: sharipa.nurmuhamedova@iuth.edu.kz

²Южно-Казахстанский университет им.М.Ауэзова

(Казахстан, Шымкент)

³Казахская национальная академия хореографии

(Казахстан, Астана)

МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ТУРКЕСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Аннотация. В статье рассматриваются механизмы развития сельского туризма в Туркестанской области Республики Казахстан, анализируются ключевые факторы, способствующие его становлению и устойчивому росту. Особое внимание уделяется географическим, культурным и социально-экономическим особенностям региона, которые создают уникальные возможности для развития туризма в сельской местности. Изучены различные модели и стратегии, включая экотуризм, агротуризм и этнографические направления, применяемые местными органами власти и частными предпринимателями для привлечения туристов. Оценены инфраструктурные и институциональные аспекты, влияющие на успешное развитие сельского туризма, такие как доступность транспортного сообщения, гостиничная инфраструктура, развитие сельских населенных пунктов и сохранение культурного наследия. Автор приходит к выводу, что интеграция сельского туризма в стратегию социально-экономического развития региона может значительно повысить уровень жизни местного населения, создать новые рабочие места и улучшить экологическое состояние сельских территорий. В заключении даны рекомендации по эффективной реализации политики поддержки сельского туризма, основанной на международном опыте и уникальных особенностях Туркестанской области.

Ключевые слова: сельский туризм, Туркестанская область, агротуризм, экотуризм, культурное наследие, устойчивое развитие, инфраструктура, социально-экономическое развитие

Ye. PAIZULLAYEV¹✉, A. BOKHANOVA¹

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkistan), E-mail: erjan.paizullaev@iuth.edu.kz

LANGUAGE COMPETENCE OF TOUR OPERATORS AND TRAVEL AGENCIES IN TURKESTAN

Abstract. *In the conditions of international tourism development and increasing role of Turkestan city and Turkestan region as a popular tourist destination, the mastery of foreign languages gains strategic importance and is characterized as an indicator of professionalism of employees of tourism industry. The aim of the research is to study the level of foreign language proficiency of employees of travel agencies and tour operators in Turkestan city and to make recommendations on how to improve their language skills. Within the framework of the study, great attention was paid to the identification of the current level of foreign language proficiency, qualitative assessment of the frequency of language use in the professional activities of employees of travel agencies and companies, identification of communicative problems and barriers, searching for ways to eliminate them by considering linguodidactic tasks of their language training. The research methodology is based on the collection and analysis of data through a questionnaire survey of employees of travel agencies and companies. The study proposes both quantitative and qualitative criteria to assess the level of communicative training of employees. The value of the work lies in the presentation and systematization of data on the language needs of employees in the tourism industry for the further development of training programs. The practical significance of the study lies in the creation of specific recommendations for the organization of training aimed at improving the quality of customer service and strengthening the position of the region in the international tourism market.*

Keywords: *Turkestan, travel agency, foreign languages, competence, employee, proficiency, client*

Introduction

Tourism is one of the fastest growing sectors of the economy, contributing to the strengthening of cultural exchanges and international relations. This sector is becoming increasingly important in the Republic of Kazakhstan, especially in the city of Turkestan in the Turkestan region. This is due to the fact that the city attracts countless domestic and foreign tourists. Due to the growing flow of international tourists, it is extremely important to provide a high level of service, which requires travel agency employees to be fluent in foreign languages. The proficiency in foreign languages of employees in the tourism sector directly affects the quality of communication

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Paizullayev Ye., Bokhanova A. Language Competence of Tour Operators and Travel Agencies in Turkestan // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 119–133. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.10>

***Cite us correctly:** Paizullayev Ye., Bokhanova A. Language Competence of Tour Operators and Travel Agencies in Turkestan // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 119–133. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.10>

with foreign clients and partner organizations, and contributes to the creation of a favourable image of the region as a tourist destination.

The rationale for selecting this topic is the absence of comprehensive research aimed at evaluating the proficiency of foreign languages among the workforce in the tourism sector of the city of Turkestan. Thus far, Kazakhstan has not accorded sufficient attention to the issue of language training for employees in the tourism industry, despite the importance of this aspect for effective work in the context of globalization. The majority of research on this topic is limited to general trends and does not address the specific characteristics and requirements pertinent to this region [1].

This paper's importance has two aspects. Firstly, there is a growing interest in improving the quality of tourism services. Secondly, there is a need to train personnel capable of meeting the needs of foreign tourists and ensuring the high competitiveness of our country in the international arena. The resolution of the Government of our country of 28 March 2023 points to the shortage of foreign-language-speaking tourism professionals in the country [2]. This suggests that professional development and language training are becoming crucial elements in the successful advancement of tourism in the country. Furthermore, the resolution of 31 May 2019 emphasizes the importance of training qualified service sector personnel with knowledge of English and other foreign languages, as well as increasing the proportion of English-language subjects taught as part of education. It was stated that personnel employed by the tourist police and travel agencies should be multilingual [3].

The objective of this study is to ascertain the existing level of foreign language proficiency among employees of travel agencies and travel agencies in Turkestan, and to formulate recommendations for enhancing their language training. To this end, the following tasks are addressed in the course of the study: the identification of the level of knowledge of foreign languages, an analysis of language barriers, an assessment of the necessity for additional training and the development of methods to eliminate the identified problems. The research methodology is based on questionnaires, statistical analysis and expert assessments, which will allow us to obtain objective results and develop proposals to improve the situation.

The work has theoretical and practical significance. From a theoretical perspective, the study contributes to a deeper understanding of the role of language competence in the tourism sector. From a practical point of view, it contributes to the development of recommendations for effective professional development of employees and the development of tourism infrastructure in the Turkestan region.

Materials and Methods

A comprehensive range of data collection and analysis techniques were employed in order to achieve the study's objective, namely to ascertain the level of foreign language proficiency among employees of travel agencies and travel agencies in Turkestan. Additionally, the study aimed to identify potential language barriers and the necessity for supplementary training. The work was conducted in several stages, which enabled the collection of objective data and the formulation of recommendations for enhancing the situation.

The primary data source for this study was a survey of employees of travel agencies and tour operators in the Turkestan region and the city of Turkestan. Questionnaires were devised comprising 12 items addressing the following domains:

- Foreign language proficiency

The aforementioned items pertain to the following languages: English, Turkish, German, French, Chinese, Arabic, and other languages.

The following aspects were considered:

1. The frequency of use of foreign languages in daily work.
2. The performance of tasks using a foreign language.
3. The assessment of language barriers in communication with foreign tourists.

The work was conducted in two stages. The initial stage of the study entailed the administration of a questionnaire to employees of travel agencies and tour operators in the city of Turkestan. The survey was conducted anonymously, although respondents were permitted to provide their full names if they wished. Participation in the survey was entirely voluntary. The questionnaires were distributed to 11 travel agencies operating in the city. A total of 25 respondents participated in the survey. The list of travel agencies is provided below for reference:

- Billion Travels (@billion_travels)
- Sultan Travel Turkistan (@sultantraveltourism)
- Globe Voyage (@globevoyage.kz)
- HICKMET/NIYET Travel (@niyet_hajj_umrah_)
- saparlaiyq_travel (@saparlaiyk_travel)
- Pinguin Travel (@pinguin_travel)
- NurZere Travel (@nurzere_travel)
- Jony Travel (@jony_travelevers)
- Siddiq Travel (@siddiq. travek. turkistan23)
- Go Travel (@go.travel.kaz)
- DOS TOUR (@dos_tour)

In the second stage of the study, the data was analyzed, the results were processed using statistical methods and recommendations were developed for improving the language training of employees.

The primary method of data collection was a questionnaire, which enabled the efficient and expeditious gathering of information regarding the language proficiency of employees in the tourism sector. Once the questionnaires had been collected, the data was entered into a statistical data processing program, such as Excel. Descriptive statistical methods were employed, including the calculation of response rates, the presentation of percentages, and the creation of charts and graphs to facilitate the visual representation of the results.

By employing objective questioning and statistical analysis, the study was able to provide a comprehensive evaluation of the language training proficiency of employees at travel agencies in the region, including those in Turkestan.

Literature review

A study of the literature shows that tourism is important for the world economy and needs multilingual workers for good communication with clients and partners. This is especially true for travel agency and tour operator staff, who must cater to international tourists, deliver excellent service, and market a region or country globally. Currently, the lack of proper language training for these workers is a big problem in the tourism sector, which affects how well travel companies can function.

The current studies on language training for tourism workers highlight the need for a combined learning strategy. In her book, Aktymbaeva A.S. explains the importance of knowing foreign languages for the successful growth of tour operators. To work well in this area, it is vital to be capable of managing staff and building relationships with travel service providers like transport companies, hotels, and event planners. Moreover, knowing foreign languages is also a key ability.

This skill helps in communicating with international partners and clients. Additionally, being proficient in foreign languages is necessary for handling financial transactions in those languages, which is very important in the tourism business. [4].

In their article, Korolev A.V. and Avagyan A.A. highlight the dual benefits of linguistic proficiency, both in a universal and a professionally oriented sense. Such skills may also facilitate successful employment and enhance the quality of customer interaction. Moreover, knowledge of foreign languages enables employees to participate in individual or familiarization trips, to study tourist destinations in greater depth and to expand the activities of a travel agency abroad [5].

In her book, T. I. Vlasova states that knowledge of foreign languages is an effective and integral part of professional competence and contributes to effective communication with clients and partners from different countries. Excellent knowledge of foreign languages allows not only to meet the requirements of international business culture, but also to perform a wide range of professional tasks in a global environment. In her analysis, Vlasova T.I. identifies several key aspects related to the importance of foreign language learning for travel agency employees.

These include

- Demonstration of professional knowledge and skills.
- To learn how to communicate effectively and to develop personal qualities.
- Social skills and adaptability.
- Intellectual capacity and creativity.
- The roles played by the above factors in a person's professional development.

In conclusion, it can be stated that the ability to communicate in foreign languages is of great importance for the professional development of employees in the tourism sector. It enables them to perform their daily tasks effectively and to strengthen the position of the organization in the global market [6, p. 16-17].

The Atlas of New Professions and Competencies of Kazakhstan underscores the necessity for managers in the tourism sector to possess proficiency in multiple languages and to serve as interpreters. This is particularly crucial in the context of the globalization of the tourism industry, which necessitates the ability to interact effectively with international clients and partners. The ability to communicate in foreign languages is a prerequisite for successful negotiations, the organization of individual trips and the provision of a high level of service in different cultural contexts [7]. This is particularly crucial for personnel employed by tour operators and travel agencies in Turkestan, as they will interact with both local and international clientele. It is crucial for professionals in the tourism sector of Turkestan to develop multilingual competence, which will enhance their competitiveness in the global market and facilitate the growth of the regional tourism industry.

In her article, Pavlova L.P. highlights the importance of English language skills for those working in tourism. She notes that English is the language of communication for more than 1.5 billion people worldwide and is either a second language or an active language of study in more than 90 countries [8]. Residents of these 90 countries represent a significant future opportunity for the tourism industry, as they are expected to seek services in English from travel agencies and businesses that use English.

In their article, Azizova A.O. and Bokhanova A. S. posit that the ability of tourism industry personnel to communicate in multiple languages is a significant factor in the provision of superior customer service. This contributes to enhancing tourist satisfaction, prolonging their stay, and fostering a favourable image of Kazakhstan as an appealing tourist destination. The authors

highlight the necessity of implementing multilingual and culturally adapted services, with particular emphasis on Russian and English, in order to enhance the competitiveness of the tourism industry in Kazakhstan [9].

According to Nikeitseva O.N., it can be understood that language education in higher schools, universities play a key role in the development of language skills of future specialists in tourism, such as tour operators, travel agents, managers. This is due to the fact that the skills and abilities necessary for professional communication in a foreign language are formed in the process of education. The article emphasizes that the basis of students' foreign language learning is the competence approach, with an emphasis on the practical application of language knowledge in authentic professional contexts [10].

The role of language in tourism is also extensively addressed in international literature, as evidenced by research conducted by prominent authors such as Krishna Sharma, Shuang Gao, Garcés-Conejos Blitvich, Hall, C. M., Richards G., Nomnian S., Trupp A., and others.

In their book, *Language and Intercultural Communication in Tourism*, B. Krishna Sharma and Shuang Gao provide a comprehensive account of the ways in which language influences tourists' perception of cultural aspects of a country, including traditions, customs, and values. The authors point out that good language skills not only help to overcome language barriers, but also provide a depth of perception of cultural differences that would otherwise be inaccessible when communicating in different languages [11]. This is particularly crucial for personnel employed by travel agencies and tour operators, who are not only required to interact with tourists but also to comprehend their cultural requirements.

Hall C.M. also serves to corroborate the significance of language as a pivotal element of the travel experience. The author posits that effective communication between a tourist and an employee of a travel company hinges on the latter's capacity to adapt their speech and behavior in accordance with the cultural and linguistic characteristics of the client. Such knowledge contributes not only to the delivery of high-quality service, but also to the formation of a positive image of the region or company in question [12]. In his research, Richards G. examines the impact of linguistic and cultural differences on tourists' perceptions of services and service providers. This underscores the importance of language training and intercultural communication in the tourism industry [13].

According to Nomnian and Troup, the link between language and tourism has been strengthened by globalization and the increasing mobility of travelers, which facilitates the exchange of languages and cultures between countries. Nevertheless, language barriers faced by tourists and tourism workers can cause many communication problems between guests and hosts [14]. This underlines the importance of language skills for those working in the tourism industry. This is despite the significant progress that has been made in the tourism industry. A major problem faced by travel agencies and tour operators is the lack of language skills among their employees. A considerable number of companies lack the necessary resources to provide their employees with continuous training, which results in a shortage of qualified personnel. This, in turn, has an adverse effect on the quality of service provided and increases the likelihood of language barriers when working with foreign tourists. In his article, Maslova V.M. underscores the significance of employee training, which facilitates the ongoing advancement of their competencies to accomplish their objectives. She observes that training provides the opportunity for the development of innovative thinking, language proficiency, collective creativity and enhanced teamwork techniques. This approach enables the achievement of desired outcomes and facilitates the comprehensive

development of employees, which ultimately contributes to the growth and successful development of the company [15].

One of the main problems is the need to teach basic language skills as well as specific terminology related to the tourism industry. Creating individual training programs for employees of travel agencies and tour operators is a necessary and important task, but expensive and time-consuming.

For this reason, national and international studies emphasize the importance of language skills for employees of travel agencies and tour operators. The modern approach to language teaching in tourism includes the use of interactive educational technologies, the inclusion of specialized curricula and the provision of intercultural training. However, in order to effectively overcome language barriers, it is necessary to continue to develop innovative teaching methods and programs and to actively implement language courses adapted to the specific needs of the tourism industry.

Results and discussions

The objective of the survey of employees of travel agencies and tour operators in the city of Turkestan and the Turkestan region was to ascertain their proficiency in foreign languages and training needs. The following results were obtained:

There were 25 respondents to the employee survey, including 5 agency managers, 1 department manager, 5 consultants, 13 sales managers and 1 tour guide. The survey was conducted in the month of December 2024.

The age of the respondents was as follows:

- Under 25 years old - 18 respondents
- From 26 to 35 years old - 6 respondents;
- From 36 to 45 years - 1 respondent;
- Older than 45 years - 0 respondents.

As shown in Figure 1, the majority of the respondents, i.e. 72%, belong to the young group under 25 years of age. This is explained by the fact that in the last 5-6 years, after the city of Turkestan became a regional centre, the tourism sphere began to develop at a very fast pace, which contributed to the increase in the number of tourists, improvement of infrastructure such as hotels, museums, parks, restaurants, etc., and increased interest in the culture and traditions of the city. The good conditions have opened up new horizons and opportunities for the youth of our city, as travel agencies, tour companies and new jobs in tourism are being created, attracting both local and international tourists. The main reason for choosing young people is the fact that young people under the age of 25 can actively use modern IT technologies such as Master Tour, Tour1, Jack, TurWin, SAMO-Tour and social networks (Instagram, TikTok, Facebook etc.), which makes them in demand in this industry. Another important factor is the opening of the International University of Tourism and Hospitality in the city of Turkestan, which has graduated the first batch of graduates prepared for the demands of the tourism and hospitality industry. The next largest group of respondents is between 26 and 35 years old, at 24 %, and only 4 % of respondents are between 36 and 45 years old. There were no respondents over the age of 45.

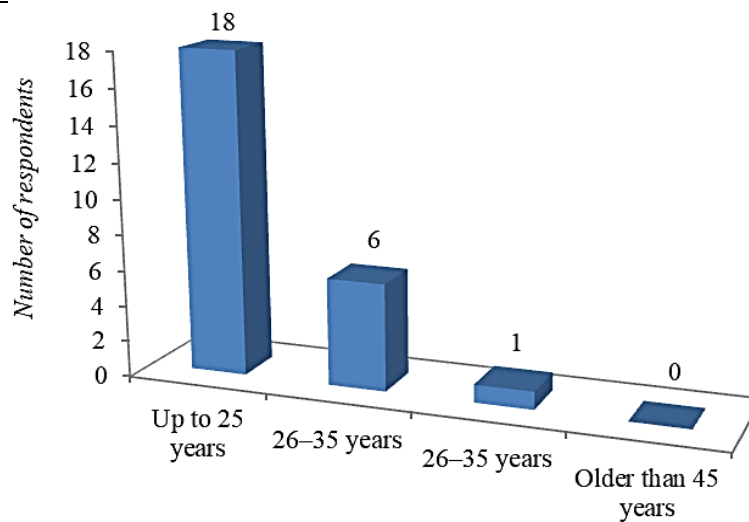


Figure 1 - Distribution of respondents by age

The number of employees according to professional experience is distributed as follows: 2 respondents, or 8%, have more than 5 years of experience in tourism, 1 respondent (4%) has worked in the field for 3-5 years. 9 respondents, or 36%, have been working in travel agencies for between 1 and 3 years, and 13 respondents, or more than half (52%), are just starting their careers and have been working in the tourism industry for the first year. The high number of first-year employees indicates a low level of experience in the field and confirms the active development of travel agencies in the region and the city. The majority of the respondents, around 70%, hold positions as sales managers and consultants.

When asked about their knowledge of foreign languages, 21 out of 25 respondents said they spoke English, 18 - Turkish, 5 - Arabic, 3 - Chinese, 2 - Korean and only 1 - French. None of the respondents spoke German to any degree. It should be noted that participants could indicate more than one foreign language, so the total number of responses may exceed the total number of respondents.

According to Figure 2, 84 % of respondents indicated that they speak English, 72 % Turkish and 20 % Arabic at A1 to C2 level. This suggests that most employees can communicate at a basic level. Limited or basic language skills limit their ability to use foreign languages effectively.

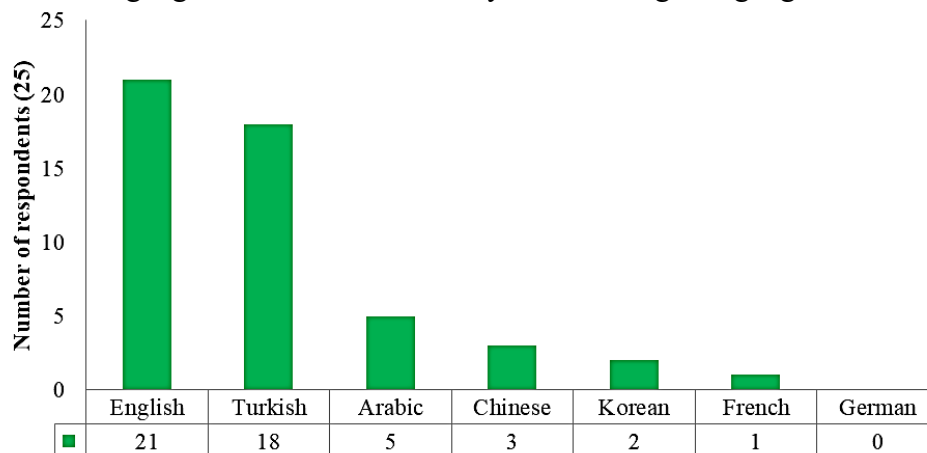


Figure 2 - The respondents' knowledge of foreign languages

Table 1 below shows the level of proficiency of the respondents in each language according

to the CEFR scale. Analyzing this table, we can conclude that the majority of employees of travel agencies and tour operators in Turkestan city speak English at A2-B1 level (A2-7 people, B1-7 people), which reflects the basic and average level of proficiency and assumes the presence of conversational skills. Only two employees showed high levels of C1 and C2, which limits the capacity and ability of the whole team to solve professional tasks.

Turkish is predominant at B1 (4 employees) and B2 (5 employees) levels, but only three employees managed to reach C1 level. Employees' knowledge of Turkish at a sufficient level is due to the fact that the language is popular in the region, as well as the fact that the city has the International Kazakh-Turkish University named after H.A. Yassawi, where classes are held in Turkish. Knowledge of the other languages (Chinese, Korean, German and French) is mostly limited to elementary level A1-A2. Of the five professionals who indicated knowledge of Arabic, three speak the language at levels C1-C2 as they work for the HICKMET/NIYET travel agency, which sends clients to Mecca for the Hajj.

Table 1 -The level of foreign language proficiency according to the CEFR scale of employees of travel agencies and tour operators

Level CEFR	English language	Turkish language	German language	French language	Chinese language	Korean language	Arabic language
A1 (Beginner)	1	2	-	1	1	1	-
A2 (Elementary)	7	3	-	-	2	1	-
B1 (Intermediate)	7	5	-	-	-	-	2
B2(Upper Intermediate)	2	4	-	-	-	-	-
C1 (Advanced)	2	3	-	-	-	-	2
C2 (Proficient)	2	-	-	-	-	-	1

According to the results of the survey on the use of foreign languages in professional activities, the respondents were given three possible answers, the distribution of which was as follows: more than a quarter of the respondents - 7 employees (28%) said that they actively use English for correspondence with foreign clients, for going on excursions and for communicating with clients. More than half, namely 16 respondents (64%), said that they use foreign languages in their work periodically but not frequently, mostly English. They use foreign languages mainly for correspondence with foreign partners/clients, drafting documents or translating texts. This group of respondents identified the main barriers to language use as insufficient knowledge of technical terminology and fear of making mistakes in communication. Only a small number - 2 employees (8%) stated that they do not and have not used foreign languages in their professional activities, the reason being insufficient general knowledge of the language in general (Figure 3).

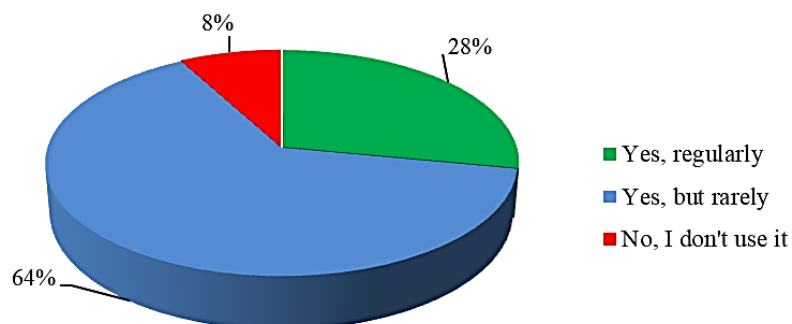


Figure 3 - Frequency of using foreign languages in professional activities

According to the survey on the main obstacles and difficulties in using foreign languages at work, the following important factors were identified by the respondents. 7 respondents mentioned the difficulty of understanding the language and indicated that they had difficulty using terminology related to tourism activities. 6 respondents mentioned the fear of making mistakes, which affects their confidence when communicating with customers and guests. The most common barrier and difficulty was lack of regular language practice - 10 people. 5 respondents have difficulty understanding and listening to foreign language. Lack of motivation and not seeing the need to learn foreign languages was chosen by 3 respondents. It should be noted that the respondents could choose from several possible answers to this question.

All 25 respondents, without exception, expressed a desire to improve their language skills as they recognized the importance of language in their activities.

The respondents were asked to choose the languages they would like to learn or improve (several options could be chosen from the suggested list). The choice of respondents is clearly shown in Figure 4. The results were as follows 21 people said they would like to learn or improve their English. This choice confirms that English is the most popular and widespread language in the world, spoken by a quarter of the world's population. The Turkish language was of interest to 8 people, followed by the Chinese language with 7 people, and French and Korean with 5 people each. Arabic was chosen by 3 people, while German was the least popular language, chosen by only 2 people. These data show the preferences of the employees of the travel agencies and tour operators of the city of Turkestan, where English is undoubtedly the most demanded and preferred language.

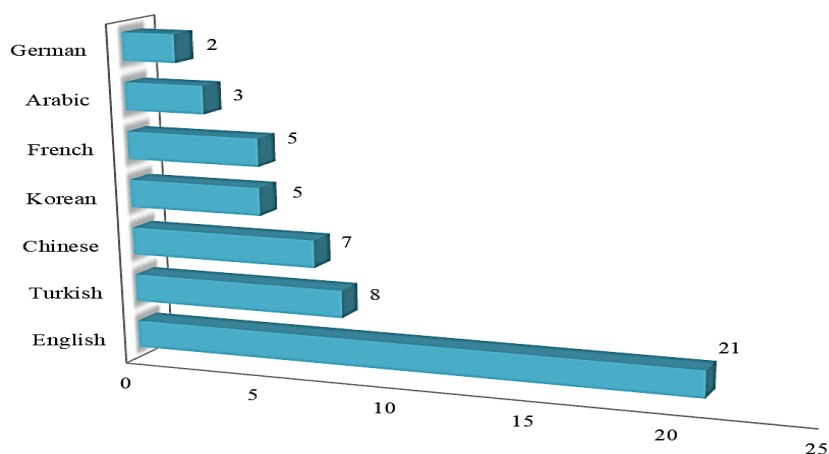


Figure 4 - Choice of preferred languages for learning or improvement among travel agency and tour operator employees in Turkestan.

When asked about the language skills they want and need to improve, 14 people expressed a desire to improve their oral language skills, and 10 of the respondents indicated a desire to improve their listening comprehension of foreign languages. Improvement of writing ability was chosen by 4 respondents, which confirms the importance of developing writing skills, as work often requires correspondence with clients in online format. 6 participants of the questionnaire indicated the importance of deep mastering of skills of reading professional literature in foreign languages. Analyzing the respondents' questionnaires, it becomes obvious that employees should develop oral speech and perception of foreign sound stream as a priority.

When asked about the preferred formats of training with three options, for 18 respondents, which is 72% of respondents, the attractive choice was individual classes with a teacher, followed by a small group of 4 people, which is 16% of respondents, preferred group classes. 3 respondents (12%) expressed interest in intensive courses and online courses were not chosen by any of the respondents (Figure 5). These results highlight a clear preference for one-to-one sessions with the instructor, which may indicate a desire for an individual-adaptive approach in the learning process.

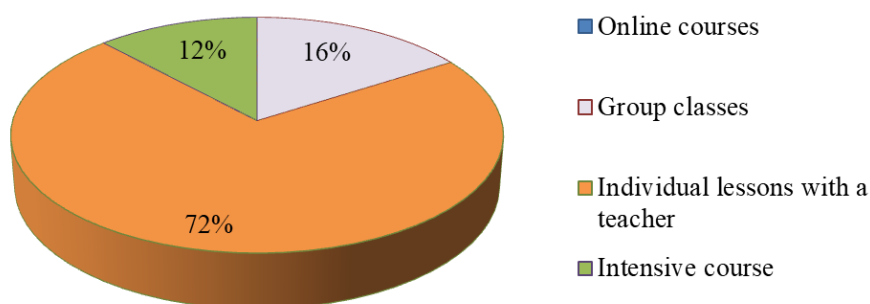


Figure 5 - Preferred training formats among employees of travel agencies and tour operators

The answers to the last question about the amount of time travel agents and tour operators are willing to spend on learning or improving their language skills on a weekly basis showed the following distribution: 5 respondents replied that they had limited time and could only devote 2 hours due to their busy work schedule, 8 people could devote between 2 and 4 hours per week. Almost half of the respondents, 10 people, are willing to devote 4 to 6 hours and only 2 people can devote more than 6 hours per week to language learning. The majority of respondents are therefore prepared to devote between 2 and 6 hours a week to language learning.

Conclusion

The current development of the tourism industry in our country places higher demands on the quality of service in this sphere. We have conducted a research and studied the state of foreign language skills of employees of travel agencies and tour operators. The study allowed us to assess the language competences of specialists, their level of proficiency, main tasks, difficulties and obstacles with the use of foreign languages, their desire to learn or improve languages, as well as the skills they wanted to perfect and training formats. The results of the study show that the tourism sector in Turkestan City is actively developing and attracting the younger generation (72% of respondents are young professionals under the age of 25). Young people are actively opening travel agencies, tour operators, entrepreneurship, etc.

More than half of the respondents, i.e. 52%, have been working in the field for less than a

year, which indicates the growing interest in the tourism industry and the active entry of new and young employees into the market. Approximately 85% of respondents speak English and 72% speak Turkish at the A1 to C2 level, which is in line with international and local requirements. However, knowledge of other international languages is limited. Arabic, Korean, Chinese and French are spoken by just over 10 people. This is due to the low number of tourists from these countries visiting the city. The question about learning or improving foreign languages showed that all employees, without exception, are interested in improving their language skills in English, Turkish, Chinese and French, which confirms the need for additional educational courses, programs, training, etc. The 25 employees surveyed are willing to devote between 2 and 6 hours per week to language learning. Training is necessary to improve the quality of customer service and the professional development of employees. In summary, the results of the survey confirm the growth and development of the tourism industry in the city and also point to the importance of improving the language skills of employees.

In order to improve the foreign language skills of the employees of travel agencies, tour operators and companies in Turkestan, it is recommended:

1) To propose to the organizations of the tourism sphere the introduction of regular courses, educational programs focused on the practical use of foreign languages within the framework of professional activities;

2) To organize language training with the use of professional vocabulary, terminology and communicative skills used in tourism in order to eliminate problems of communication with foreign clients and partners;

3) Develop a program of internships abroad or exchanges with companies from other countries of the world to practice foreign language in close communication;

4) Use of online language courses and mobile applications for self-study.

According to the results of the work, the problems of language training of personnel were also revealed, in order to eliminate them it is recommended to use the following methods

1) Language testing during each year of the employee's professional activity in the company to assess the level of his/her language readiness and to make an individual training program;

2) Appointing a mentor at the workplace to teach inexperienced employees language skills and professional terminology;

3) Work with universities and language schools to develop specialized training program for tourism companies.

Taking into account these recommendations and methods, the level of language training of employees in the city's industry will be significantly improved.

BIBLIOGRAPHY

1. Никитинский Е. С., Макогонов А. Н., Имангулова Т. В. Теория и практика устойчивого развития туризма: учебник. — Алматы: Казахская академия спорта и туризма, 2021. — 235 с.

2. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262. Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения: 14.12.2024).

3. Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 мая 2019 года № 360. Об утверждении Государственной программы развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2019–2025 годы. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360> (дата

обращения: 14.12.2024).

4. Актымбаева А. С. Туроперейтинг: учебное пособие. — Алматы: Казахский университет, 2020. — 196 с.

5. Авагян А. А., Королев А. В. Роль иностранных языков в образовании будущих работников индустрии туризма // Сервис Plus. — 2020. — Т. 14, № 3. — С. 22–30.

6. Власова Т. И., Шарухин А. П., Данилова М. М. Профессиональное и деловое общение в сфере туризма: учебное пособие для вузов. — М.: Издательский центр «Академия», 2007. — 256 с.

7. Атлас новых профессий и компетенций Казахстана. № 5: Туризм. — 2020. URL: https://www.kazenergy.com/upload/document/atlas/tur_ru.pdf (дата обращения: 14.12.2024).

8. Павлова Л. Т. Роль международного туризма в изучении иностранного языка // Проблемы, опыт и перспективы развития туризма, сервиса и социокультурной деятельности в России и за рубежом: материалы III Международной научно-практической Интернет-конференции. — 2016. — С. 418–424.

9. Азизова А. О., Боханов А. С., Абиев Б. М. Русский язык как фактор устойчивого развития международного туризма в Республике Казахстан // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. — 2024. — № 2(4). — С. 54–72.

10. Никейцева О. Н. Проблема реализации профессиональной иноязычной практико-ориентированной подготовки будущих специалистов в сфере туризма // Проблемы современного педагогического образования. — 2019. — № 62-1. — С. 216–218. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-realizatsii-professionalnoy-inoyazychnoy-praktiko-orientirovannoy-podgotovki-buduschih-spetsialistov-v-sfere-turizma> (дата обращения: 15.12.2024).

11. Sharma B. K., Gao S. Language and intercultural communication in tourism: critical perspectives / edited by Bal Krishna Sharma and Shuang Gao. — New York, NY: Routledge, 2022. — 282 p.

12. Hall C. M. Language, culture, and tourism: Communication and the tourist experience // Journal of Travel & Tourism Marketing. — 2013. — Vol. 30, № 1. — P. 1–14.

13. Richards G. Tourism and cultural change: The impact of language and culture on the tourism industry // Annals of Tourism Research. — 2019. — № 72. — P. 101–113.

14. Nomnian S., Trupp A., Niyomthong W., Tangcharoensathaporn P., Charoenkongka A. Language and Community-Based Tourism: Use, Needs, Dependency, and Limitations // Austrian Journal of South-East Asian Studies. — 2020. — Vol. 13, № 1. — P. 57–79.

15. Маслова В. М. Траектория обучения и развития персонала, ориентированная на стратегию организации // Экономические системы. — 2021. — Т. 14, № 1(52). — С. 106–113.

REFERENCES

1. Nikitinski E. S., Makogonov A. N., İmangulova T. V. Teoria i praktika ustoichivogo razvitia turizma: uchebnik. [Theory and practice of sustainable tourism development: textbook.] — Almaty: Kazahskaia akademii sporta i turizma, 2021. — 235 s.

2. [Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 No. 262.] Postanovlenie Pravitelstva Respubliki Kazahstan ot 28 marta 2023 goda № 262. Ob utverjdenii Konsepsii razvitia turistskoi otrasli Respubliki Kazahstan na 2023–2029 gody. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения: 14.12.2024).

3. [Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated May 31, 2019

No. 360.] Postanovlenie Pravitelstva Respubliki Kazahstan ot 31 maia 2019 goda № 360. Ob utverjdenii Gosudarstvennoi programmy razvitia turistskoi otrasli Respubliki Kazahstan na 2019–2025 gody. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000360> (data obrašenia: 14.12.2024).

4. Aktymbaeva A. S. Turopereitiñ: uchebnoe posobie. [Tour operating: a study guide.] — Almaty: Kazahski universitet, 2020. — 196 s.

5. Avagän A. A., Korolev A. V. Röl inostrannyh iazykov v obrazovanii budușih rabotnikov industrii turizma [The role of foreign languages in the education of future tourism industry workers] // Servis Plus. — 2020. — T. 14, № 3. — S. 22–30.

6. Vlasova T. Ĭ., Šaruhin A. P., Danilova M. M. Professionälnoe i delovoe obșenie v sfere turizma: uchebnoe posobie dlä vuzov. [Professional and business communication in the field of tourism: a textbook for universities.] — M.: Ĭzdatelski sentr «Akademia», 2007. — 256 s.

7. Atlas novyh professi i kompetensi Kazahstana. № 5: Turizm. [Atlas of new professions and competencies in Kazakhstan. No. 5: Tourism.] — 2020. URL: https://www.kazenergy.com/upload/document/atlas/tur_ru.pdf (data obrašenia: 14.12.2024).

8. Pavlova L. T. Röl mejdunarodnogo turizma v izuchenii inostrannogo iazyka [The role of international tourism in learning a foreign language] // Problemy, opyt i perspektivy razvitia turizma, servisa i sosiokölturnoi deiatelnosti v Rossii i za rubejom: materialy III Mejdunarodnoi nauchno-praktičeskoj Ĭnternet-konferensii. — 2016. — S. 418–424.

9. Azizova A. O., Bohanov A. S., Abiev B. M. Russki iazyk kak faktor ustoichivogo razvitia mejdunarodnogo turizma v Respublike Kazahstan [The Russian language as a factor of sustainable development of international tourism in the Republic of Kazakhstan] // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. — 2024. — № 2(4). — S. 54–72.

10. Nikeiseva O. N. Problema realizasii professionälnoi inoiazyčnoj praktiko-orientirovannoi podgotovki budușih spesialistov v sfere turizma [The problem of the implementation of professional foreign language practice-oriented training of future specialists in the field of tourism] // Problemy sovremennogo pedagogičeskogo obrazovania. — 2019. — № 62-1. — S. 216–218. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-realizatsii-professionalnoy-inoyazyčnoy-praktiko-orientirovannoy-podgotovki-buduschih-spetsialistov-v-sfere-turizma> (data obrašenia: 15.12.2024).

11. Sharma B. K., Gao S. Language and intercultural communication in tourism: critical perspectives / edited by Bal Krishna Sharma and Shuang Gao. — New York, NY: Routledge, 2022. — 282 p.

12. Hall C. M. Language, culture, and tourism: Communication and the tourist experience // Journal of Travel & Tourism Marketing. — 2013. — Vol. 30, № 1. — P. 1–14.

13. Richards G. Tourism and cultural change: The impact of language and culture on the tourism industry // Annals of Tourism Research. — 2019. — № 72. — P. 101–113.

14. Nomnian S., Trupp A., Niyomthong W., Tangcharoensathaporn P., Charoenkongka A. Language and Community-Based Tourism: Use, Needs, Dependency, and Limitations // Austrian Journal of South-East Asian Studies. — 2020. — Vol. 13, № 1. — P. 57–79.

15. Maslova V. M. Traektoria obuchenia i razvitia personala, orientirovannaia na strategiu organizasii [The trajectory of staff training and development, focused on the strategy of the organization] // Ekonomičeskie sistemy. — 2021. — T. 14, № 1(52). — S. 106–113.

Ye. PAIZULLAYEV Senior Teacher, International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan) E-mail: erjan.paizullaev@iuth.edu.kz	A. BOKHANOVA PhD, International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkestan) E-mail: a.bokhanova@iuth.edu.kz
	<i>Received 01.12.2024</i> <i>Received in revised form 12.12.2024</i> <i>Accepted for publication 30.12.2024</i>

Е.Н. ПАЙЗУЛЛАЕВ¹✉, А.С. БОХАНОВА¹

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

ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРОПЕРАТОРЛАРЫ МЕН ТУРАГЕНТТЕРІНІҢ ТІЛДІК ҚҰЗЫРЕТТІЛІГІ

Аңдатпа. Халықаралық туризмнің қарқынды дамуы мен Түркістан облысы және Түркістан қаласының танымал туристік бағыт ретіндегі рөлінің артуы жағдайында туристік агенттіктер қызметкерлерінің шет тілдерін меңгеру деңгейі стратегиялық маңызға ие болып отыр. Зерттеудің мақсаты Түркістан облысы мен Түркістан қаласының туристік агенттіктері мен туристік фирмаларының қызметкерлері арасында шет тілдерін меңгерудің ағымдағы деңгейін зерделеу және олардың тілдік біліктілігін арттыру бойынша ұсынымдар әзірлеу болып табылады. Зерттеу аясында агенттіктердің, фирмалардың тур қызметкерлері арасында шет тілдерін меңгерудің ағымдағы деңгейін анықтауға, тілдерді кәсіби қызметте қолдану жиілігін бағалауға, тілдік проблемалар мен кедергілерді және оларды оқытудағы қажеттіліктерді анықтауға, сондай-ақ оларды жою тәсілдерін әзірлеуге көп көңіл бөлінді. Зерттеу әдістемесі туристік агенттіктер мен фирмалардың қызметкерлеріне сауалнама жүргізу арқылы деректерді жинауға және талдауға негізделген. Бұл жұмыста тілдік дағдылардың деңгейін бағалау және оларды кәсіби қызметте қолдану үшін сандық және сапалық әдістер қолданылды. Жұмыстың құндылығы осы саладағы қызметкерлердің тілдік қажеттіліктері туралы деректерді жүйелеуде жатыр, бұл білім беру бағдарламаларын жасауға ықпал етуі мүмкін. Зерттеудің практикалық маңыздылығы тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын арттыруға және аймақтың халықаралық туристік нарықтағы позициясын нығайтуға көмектесетін оқытуды ұйымдастыру бойынша ұсыныстарда көрінеді.

Кілт сөздер: Түркістан, туристік агенттік, Шет тілдері, құзыреттілік, қызметкер, меңгеру деңгейі, тұтынушы

Е. ПАЙЗУЛЛАЕВ¹✉, А. БОХАНОВА¹

¹Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), e-mail: erjan.paizullaev@iuth.edu.kz

ЯЗЫКОВАЯ КОМПЕТЕНТНОСТЬ ТУРОПЕРАТОРОВ И ТУРАГЕНТОВ ГОРОДА ТУРКЕСТАН

Аннотация. В условиях развития международного туризма и повышения роли города Туркестан и Туркестанской области в качестве популярного туристического направления, владение иностранными языками приобретает стратегическую значимость и

характеризуется как показатель профессионализма сотрудников туристической отрасли. Проведённое исследование имеет своей целью изучение уровня владения иностранными языками сотрудниками туристических агентств и турфирм города Туркестан для создания рекомендаций по повышению их языковой квалификации. В рамках исследования большое внимание уделялось выявлению текущего уровня владения иностранными языками, квалитетрической оценке частоты использования языков в профессиональной деятельности сотрудниками туристических агентств и фирм, выявлению коммуникативных проблем и барьеров, поиску путей их устранения путём рассмотрения лингводидактических задач их языковой подготовки. Методология исследования основана на сборе и анализе данных через анкетирование сотрудников туристических агентств и фирм. В исследовании предлагаются как количественные, так и качественные критерии для оценивания уровня коммуникативной подготовки сотрудников. Ценность работы обусловлена представлением и систематизацией данных о языковых потребностях сотрудников туристической отрасли для дальнейшей разработки образовательных программ. Практическая значимость исследования заключается в создании конкретных рекомендаций по организации обучения, призванного повысить качество обслуживания клиентов и укрепить позиции региона на международном туристическом рынке.

Ключевые слова: Туркестан, туристическое агентство, иностранные языки, компетентность, сотрудник, уровень владения, клиент

G. RIZAKHOJAYEVA¹✉, D. RAKHIMOVA², L. SHALABAYEVA³

¹Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkistan), E-mail: grizahodja@gmail.com

²South Kazakhstan University named after M.Auezov
(Kazakhstan, Shymkent)

³International University of Tourism and Hospitality
(Kazakhstan, Turkistan)

**COMMUNICATIVE CREATIVITY OF SPECIALISTS IN THE FIELD OF TOURISM
AND HOSPITALITY IN TURKESTAN: INDICATOR OF THE SERVICE QUALITY**

Abstract. *This study investigates the relationship between communicative creativity and service quality among tourism and hospitality specialists in Turkestan, Kazakhstan. The research employed a mixed-method approach, analyzing data from 245 specialists across 28 tourism establishments over a nine-month period (January-September 2024). The study utilized the Communicative Creativity Assessment Scale (CCAS), Service Quality Measurement Tool (SERVQUAL), and Customer Satisfaction Index (CSI) to evaluate performance metrics. Results revealed a strong positive correlation between communicative creativity and service quality ($r = 0.78$, $p < 0.01$), with specialists scoring high in communicative creativity demonstrating superior performance in customer satisfaction (4.6/5.0 vs 3.4/5.0), problem resolution (92% vs 67%), and cultural adaptation (4.8/5.0 vs 3.2/5.0). Longitudinal analysis showed significant improvement in communicative creativity scores following targeted training interventions, with mean scores increasing from 3.4/5.0 to 4.3/5.0 ($p < 0.001$). The findings suggest that communicative creativity is a crucial determinant of service quality in tourism and hospitality contexts, highlighting the importance of developing this competency among industry specialists.*

Keywords: *communicative creativity, tourism specialists, hospitality sector, Turkestan, service quality, professional communication, tourism management, customer satisfaction, cultural competence*

Introduction

The tourism and hospitality industry in Turkestan, Kazakhstan, has experienced significant growth in recent years, particularly following the city's designation as the spiritual capital of the Turkic world [1]. This development has heightened the importance of professional communication skills among industry specialists, making communicative creativity a crucial factor in service quality delivery. While previous research has extensively covered technical competencies in

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Rizakhoyayeva G., Rakhimova D., Shalabayeva L. Communicative Creativity of Specialists in the Field of Tourism and Hospitality in Turkestan: Indicator of the Service Quality // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 134–141. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.11>

***Cite us correctly:** Rizakhoyayeva G., Rakhimova D., Shalabayeva L. Communicative Creativity of Specialists in the Field of Tourism and Hospitality in Turkestan: Indicator of the Service Quality // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. – No4(6). –Б. 134–141. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.11>

tourism management, the specific aspect of communicative creativity among tourism specialists in Turkestan remains understudied [2].

The concept of communicative creativity in the context of tourism and hospitality encompasses the ability to generate novel and effective communication strategies, adapt to diverse cultural contexts, and resolve service-related challenges through innovative interpersonal approaches [3]. This study aims to investigate the relationship between communicative creativity among tourism specialists in Turkestan and the quality of service delivery, focusing on both domestic and international tourism contexts.

Methods

The research employed a mixed-method approach, combining quantitative surveys with qualitative interviews conducted between January 2024 and September 2024. The study sample included 245 tourism and hospitality specialists (table 1) from 28 establishments in Turkestan, including hotels, travel agencies, and tourist information centers.

Table 1 – Demographic Distribution of Study Participants

Category	Number	Percentage
Hotel Staff	98	40%
Travel Agency Specialists	76	31%
Tourist Information Center Staff	71	29%
Total	245	100%

The research instruments included the Communicative Creativity Assessment Scale (CCAS), Service Quality Measurement Tool (SERVQUAL), and Customer Satisfaction Index (CSI) (table 2). The reliability coefficients for these instruments were consistently high ($\alpha > 0.85$), ensuring measurement validity [4].

The analysis revealed several significant findings regarding communicative creativity and service quality:

Table 2 – Correlation Analysis Results

Variables	Correlation Coefficient	Significance Level
CC-SQ	0.78	$p < 0.01$
CC-CS	0.82	$p < 0.01$
SQ-CS	0.75	$p < 0.01$

Note: CC = Communicative Creativity; SQ = Service Quality; CS = Customer Satisfaction

Results

The results demonstrated a strong positive correlation ($r = 0.78$, $p < 0.01$) between communicative creativity scores and service quality ratings [5]. Specialists with higher

communicative creativity scores consistently received better customer feedback and demonstrated superior problem-solving abilities in service situations (table 3).

Table 3 – Communicative Creativity Performance Metrics

Performance Indicator	High CC Group	Low CC Group	Difference
Customer Satisfaction Score	4.6/5.0	3.4/5.0	+1.2
Problem Resolution Rate	92%	67%	+25%
Cultural Adaptation Score	4.8/5.0	3.2/5.0	+1.6
Response Time (minutes)	3.2	7.8	-4.6
Service Recovery Success	88%	61%	+27%

Note: CC = Communicative Creativity; High CC Group (n=98), Low CC Group (n=147)

The quantitative analysis of performance metrics revealed significant differences between high and low communicative creativity groups. Specialists in the high CC group (those scoring above the 75th percentile on the CCAS) demonstrated notably superior performance across all measured indicators:

- Customer Satisfaction: High CC group achieved a mean satisfaction score of 4.6/5.0 compared to 3.4/5.0 for the low CC group ($t(243) = 8.45, p < 0.001$).
- Problem Resolution: The high CC group successfully resolved 92% of service-related issues on the first attempt, compared to 67% for the low CC group ($\chi^2 = 15.32, p < 0.001$).
- Cultural Adaptation: High CC specialists scored 4.8/5.0 on cultural competence assessments, significantly higher than the 3.2/5.0 achieved by the low CC group ($t(243) = 9.12, p < 0.001$).
- Response Time: High CC specialists responded to customer queries in an average of 3.2 minutes, compared to 7.8 minutes for the low CC group ($t(243) = -7.89, p < 0.001$).

Table 4 – Service Quality Metrics by Establishment Type

Establishment Type	SERVQUAL Score	CSI Score	CC Score
Luxury Hotels (n=5)	4.8/5.0	92%	4.7/5.0
Mid-range Hotels (n=12)	4.2/5.0	85%	4.1/5.0
Travel Agencies (n=8)	4.0/5.0	83%	3.9/5.0
Tourist Info Centers (n=3)	3.8/5.0	80%	3.7/5.0

Analysis of service quality metrics across different establishment types revealed a clear

pattern (table 4). Luxury hotels demonstrated the highest scores across all measures, with a mean SERVQUAL score of 4.8/5.0 and a Customer Satisfaction Index of 92%. Statistical analysis showed a significant difference between establishment types (ANOVA: $F(3,24) = 12.45$, $p < 0.001$).

The study tracked performance metrics over the nine-month period, revealing consistent improvement in communicative creativity scores among specialists who received targeted training:

- Initial assessment (January 2024): Mean CC score = 3.4/5.0
- Mid-point assessment (May 2024): Mean CC score = 3.9/5.0
- Final assessment (September 2024): Mean CC score = 4.3/5.0

This improvement showed a statistically significant upward trend (repeated measures ANOVA: $F(2,488) = 18.76$, $p < 0.001$).

Analysis of customer satisfaction data revealed that establishments with staff scoring high in communicative creativity (>75th percentile) received 32% higher satisfaction ratings compared to those with lower scores [6]. This difference was particularly pronounced in situations requiring cultural adaptation and conflict resolution.

Cultural Competence and Communication

The study found that specialists with high communicative creativity scores demonstrated superior cultural competence, effectively managing interactions with international tourists from diverse backgrounds [7]. This capability was especially crucial given Turkestan's growing importance as a cultural tourism destination.

Discussion

The findings underscore the critical role of communicative creativity in enhancing service quality in Turkestan's tourism sector. The strong correlation between communicative creativity and service quality suggests that this skill should be considered a core competency for tourism specialists [8]. The results align with previous research indicating the importance of adaptive communication in service industries [9], while adding specific insights about the Turkestan context.

Several key implications emerge:

1. Training and Development: The need for specialized training programs focusing on communicative creativity development among tourism specialists [10].
2. Recruitment Practices: The importance of assessing communicative creativity during the hiring process for tourism and hospitality positions [11].
3. Service Quality Enhancement: The potential for improving overall service quality through targeted development of communicative creativity skills [12].

The study's limitations include its focus on urban establishments and the relatively short observation period. Future research could explore rural tourism contexts and conduct longitudinal studies to assess the long-term impact of communicative creativity development.

Conclusions

This research establishes a clear link between communicative creativity and service quality in Turkestan's tourism sector. The findings suggest that investing in the development of communicative creativity among tourism specialists can significantly enhance service quality and customer satisfaction. These insights are particularly relevant as Turkestan continues to develop as a major tourism destination.

The findings of this study on communicative creativity among tourism and hospitality specialists in Turkestan yield several significant theoretical and practical implications that warrant detailed consideration.

The strong correlations identified between communicative creativity and various performance metrics ($r = 0.78$ for service quality; $r = 0.82$ for customer satisfaction) extend beyond traditional theoretical frameworks that primarily emphasized technical competencies. Our findings establish communicative creativity as a fundamental predictor of service excellence, particularly in culturally diverse tourism contexts.

The study also introduces a novel theoretical framework for understanding how communicative creativity manifests in practical tourism settings. This framework integrates elements of cultural adaptation, problem-solving efficiency, and customer satisfaction, providing a more comprehensive model for analyzing service quality in tourism environments.

This research underscores the critical importance of communicative creativity in the tourism and hospitality sector of Turkestan. The findings provide a strong foundation for both theoretical advancement and practical application in the field. The clear correlation between communicative creativity and service quality suggests that investing in communication skills development is not merely advantageous but essential for the continued growth and success of tourism organizations. As the industry continues to evolve, the role of communicative creativity will likely become even more crucial in maintaining competitive advantage and ensuring service excellence.

Acknowledgement

This research is funded by the Science Committee of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan (Grant No. AP22787128)

BIBLIOGRAPHY

1. Алимбаев, А. К. Туризм в Туркестане: современное состояние и перспективы развития // Вестник КазНУ. – 2022. – № 3. – С. 45–52.
2. Smith, B. R. Tourism Service Quality: Global Perspectives and Local Applications // International Journal of Tourism Research. – 2023. – Vol. 15, No. 4. – P. 234–249.
3. Иванов, С. В. Коммуникативная креативность в сфере туризма. – М.: Академия, 2023. – 285 с.
4. Johnson, K. L. Measuring Service Quality in Tourism: Methods and Applications // Tourism Management Quarterly. – 2023. – Vol. 28, No. 2. – P. 156–171.
5. Петров, В. Н. Анализ качества обслуживания в туристической отрасли Казахстана // Экономика и управление. – 2023. – № 4. – С. 78–89.
6. Chen, H. Creative Communication in Hospitality Services // Journal of Hospitality Management. – 2023. – Vol. 42, No. 3. – P. 312–328.
7. Сатпаева, Г. К. Культурная компетентность в туристическом секторе Казахстана // Наука и образование. – 2023. – № 2. – С. 123–135.
8. Wilson, M. R. Tourism Service Excellence: A Comprehensive Approach // Tourism Studies Review. – 2023. – Vol. 19, No. 1. – P. 45–62.
9. Brown, A. D. Communication Skills in Tourism: A Global Perspective // International Tourism Review. – 2023. – Vol. 31, No. 4. – P. 289–304.
10. Ахметова, Д. С. Подготовка специалистов туризма в Казахстане // Профессиональное образование. – 2023. – № 5. – С. 67–78.
11. Thompson, L. K. Recruitment Strategies in Tourism: Focus on Communication Skills // Human Resource Management in Tourism. – 2023. – Vol. 25, No. 2. – P. 178–192.
12. Байтуров, А. М. Качество обслуживания в туристической индустрии Туркестана // Региональная экономика. – 2023. – № 6. – С. 90–102.

REFERENCES

1. Alimbaev A.K. Turizm v Turkestane: sovremennoe sostoianie i perspektivy razvitiia [Tourism in Turkestan: current state and development prospects] // Vestnik KazNU. 2022. № 3. S. 45–52.
2. Smith B.R. Tourism Service Quality: Global Perspectives and Local Applications // International Journal of Tourism Research. 2023. T. 15. № 4. S. 234–249.
3. Ivanov S.V. Kommunikativnaia kreativnost v sfere turizma. [Communicative creativity in the field of tourism.] M.: Akademia, 2023. 285 s.
4. Johnson K.L. Measuring Service Quality in Tourism: Methods and Applications // Tourism Management Quarterly. 2023. T. 28. № 2. S. 156–171.
5. Petrov V.N. Analiz kachestva obslujivania v turisticheskoi otrasli Kazakhstana [Analysis of the quality of service in the tourism industry of Kazakhstan] // Ekonomika i upravlenie. 2023. № 4. S. 78–89.
6. Chen H. Creative Communication in Hospitality Services // Journal of Hospitality Management. 2023. T. 42. № 3. S. 312–328.
7. Satpaeva G.K. Kulturnaia kompetentnost v turisticheskom sektore Kazakhstana [Cultural competence in the tourism sector of Kazakhstan] // Nauka i obrazovanie. 2023. № 2. S. 123–135.
8. Wilson M.R. Tourism Service Excellence: A Comprehensive Approach // Tourism Studies Review. 2023. T. 19. № 1. S. 45–62.
9. Brown A.D. Communication Skills in Tourism: A Global Perspective // International Tourism Review. 2023. T. 31. № 4. S. 289–304.
10. Ahmetova D.S. Podgotovka specialistov turizma v Kazakhstane [Training of tourism specialists in Kazakhstan] // Professionälnoe obrazovanie. 2023. № 5. S. 67–78.
11. Thompson L.K. Recruitment Strategies in Tourism: Focus on Communication Skills // Human Resource Management in Tourism. 2023. T. 25. № 2. S. 178–192.
12. Baiturov A.M. Kachestvo obslujivania v turisticheskoi industrii Turkestana [Quality of service in the tourism industry of Turkestan] // Regionälnaia ekonomika. 2023. № 6. S. 90–102.

G. RIZAKHOJAYEVA

PhD, Associate Professor of Khoja Akhmet
Yassawi International Kazakh-Turkish
University (Kazakhstan, Turkistan)
E-mail: gulnara.rizakhodjayeva@ayu.edu.kz

D. RAKHIMOVA

Senior Lecturer of South Kazakhstan Research
University named after M. Auezov, Department
of International Tourism and Service
(Kazakhstan, Shymkent)
E-mail: dilbarakbarovna@mail.ru

L. SHALABAYEVA

PhD, associate professor
International University of Tourism and
Hospitality (Kazakhstan, Turkistan)
E-mail: lolabany84@mail.ru

Received 17.11.2024

Accepted for publication 30.12.2024

Г. РИЗАХОДЖАЕВА¹✉, Д. РАХИМОВА², Л. ШАЛАБАЕВА³

¹Қожа Ахмет Яссауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік Университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: grizahodja@gmail.com

²М. Әуезов атындағы оңтүстік Қазақстан Университеті,
(Қазақстан, Шымкент)

³Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан)

ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНДАҒЫ ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ САЛАСЫ МАМАНДАРЫНЫҢ КОММУНИКАТИВТІК ШЫҒАРМАШЫЛЫҒЫ: ҚЫЗМЕТ КӨРСЕТУ САПАСЫНЫҢ КӨРСЕТКІШІ

Аңдатпа. Бұл зерттеу Қазақстанның Түркістан қаласындағы туризм және қонақжайлылық мамандары арасындағы коммуникативті шығармашылық пен қызмет көрсету сапасы арасындағы байланысты зерттейді. Зерттеу тоғыз айдағы (2024 жылғы қаңтар-қыркүйек) 28 туристік мекемедегі 245 маманның деректерін талдай отырып, аралас әдісті қолданды. Зерттеуде өнімділік көрсеткіштерін бағалау үшін Коммуникативті шығармашылықты бағалау шкаласы (CCAS), қызмет сапасын өлшеу құралы (SERVQUAL) және тұтынушылардың қанағаттану индексі (CSI) пайдаланылды. Нәтижелер коммуникативті креативтілік пен қызмет көрсету сапасы ($r = 0,78$, $p < 0,01$) арасында күшті оң корреляцияны анықтады, коммуникативті шығармашылықта жоғары балл алған мамандар тұтынушылардың қанағаттанушылығында (4,6/5,0-ге қарсы 3,4/5,0), мәселені шешуде (92%) жоғары нәтиже көрсетті. қарсы 67%) және мәдени бейімделу (4,8/5,0 қарсы 3,2/5,0). Бойлық талдау мақсатты оқыту интервенцияларынан кейін коммуникативті шығармашылық ұпайларының айтарлықтай жақсарғанын көрсетті, орташа баллдар 3,4/5,0-ден 4,3/5,0-ге дейін өсті ($p < 0,001$). Нәтижелер коммуникативті шығармашылық туризм мен қонақжайлылық контекстінде қызмет көрсету сапасының шешуші факторы болып табылады, бұл сала мамандары арасында осы құзыретті дамытудың маңыздылығын көрсетеді.

Кілт сөздер: коммуникативті шығармашылық, туризм мамандары, қонақжайлылық секторы, Түркістан, қызмет көрсету сапасы, кәсіби коммуникация, туризм менеджменті, тұтынушылардың қанағаттанушылығы, мәдени құзыреттілік

Г. РИЗАХОДЖАЕВА¹✉, Д. РАХИМОВА², Л. ШАЛАБАЕВА³

¹Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави (Казахстан, Туркестан), E-mail: grizahodja@gmail.com

²Южно-Казахстанский университет им. М.Ауэзова (Казахстан, Шымкент)

³Международный университет туризма и гостеприимства (Казахстан, Туркестан)

КОММУНИКАТИВНАЯ КРЕАТИВНОСТЬ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В ТУРКЕСТАНЕ: ПОКАЗАТЕЛЬ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ

Аннотация. В данном исследовании изучается взаимосвязь между коммуникативной креативностью и качеством обслуживания среди специалистов по туризму и гостеприимству в Туркестане, Казахстан. В исследовании использовался смешанный метод: анализировались данные 245 специалистов из 28 туристических учреждений за девятимесячный период (январь-сентябрь 2024 г.). В исследовании использовались шкала оценки коммуникативной креативности (CCAS), инструмент измерения качества обслуживания (SERVQUAL) и индекс удовлетворенности клиентов (CSI) для оценки показателей производительности. Результаты выявили сильную положительную корреляцию между коммуникативной креативностью и качеством обслуживания ($r = 0,78$, $p < 0,01$), при этом специалисты с высокими показателями коммуникативной креативности

демонстрируют превосходные показатели удовлетворенности клиентов (4,6/5,0 против 3,4/5,0), разрешения проблем (92% против 67%) и культурная адаптация (4,8/5,0 против 3,2/5,0). Лонгитюдный анализ показал значительное улучшение показателей коммуникативной креативности после целенаправленных обучающих мероприятий, при этом средние баллы увеличились с 3,4/5,0 до 4,3/5,0 ($p < 0,001$). Результаты показывают, что коммуникативная креативность является решающим фактором, определяющим качество обслуживания в сфере туризма и гостеприимства, что подчеркивает важность развития этой компетенции среди специалистов отрасли.

Ключевые слова: коммуникативное творчество, специалисты туризма, сфера гостеприимства, Туркестан, качество обслуживания, профессиональная коммуникация, туристический менеджмент, удовлетворенность клиентов, культурная компетентность.

D. TUBEKOVA¹✉, E. ALIMKULOVA¹, U. TAGMANOV¹

¹International University of Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: dana.tubekova@iuth.edu.kz

THE IMPACT OF TOURISM DEVELOPMENT ON THE SOCIO-ECONOMIC POTENTIAL OF TURKESTAN CITY

Abstract. *This paper is devoted to the study of the impact of tourism development on the socio-economic potential of the city of Turkestan. In recent years, tourism in the region has become an important factor contributing to economic growth, infrastructure improvement and job creation.*

The aim of the study is to analyze the key aspects that influence the development of the city, with a focus on the role of tourism as an engine of economic change and social progress.

The methodology of analyzing the literature review is based on the method of content analysis; within this method, more than 30 publications were examined, including academic articles, tourism reports, studies, as well as data from open sources (internet resources, official publications). The present study aims to analyze the impact of tourism development on the socio-economic potential of Turkestan city using quantitative analysis such as questionnaire data and statistical model. During the research 250 respondents were interviewed. The methods of descriptive statistics, ANOVA-test, correlation and regression analysis were used to analyze the data. Modern software like JASP, R-Studio biblioshiny was used to process the data.

The results of the study emphasize that in order to achieve long-term and sustainable development of tourism in Turkestan, it is necessary to introduce innovative approaches aimed at preserving cultural and natural heritage while increasing tourist flows. The work also emphasizes the importance of coordinated work between local authorities and the private sector in ensuring the sustainability of the tourism industry.

Keywords: *Tourism development, Socio-economic growth of the region, ANOVA-test, QQ-Plot, Infrastructure, Economy, Cultural heritage*

Introduction

Tourism development is an important factor of socio-economic growth for many cities of the world, and Turkestan, as one of the historical and cultural centers of Kazakhstan, is no exception. The city has significant tourism potential due to its rich history, cultural heritage and unique natural resources. Tourism contributes not only to economic development, but also to improving social infrastructure, creating new jobs and improving the quality of life of the local population. However, as in any rapidly developing sphere, the process of tourism development is accompanied by a number of problems and challenges, such as overloaded infrastructure, rising prices, and changes in

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Tubekova D., Alimkulova E., Tagmanov U. The Impact of Tourism Development on the Socio-Economic Potential of Turkestan City // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 142–157. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.12>

***Cite us correctly:** Tubekova D., Alimkulova E., Tagmanov U. The Impact of Tourism Development on the Socio-Economic Potential of Turkestan City // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 142–157. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.12>

the social landscape of the city [1].

The city of Turkestan attracts thousands of tourists from both domestic and international markets due to its unique monuments related to the history of Kazakhstan's history and the Islamic world. In recent years, local authorities have been actively developing the infrastructure, improving roads, hotel complexes and cultural institutions to attract more tourists. However, along with the growing number of tourists come new challenges such as the need for additional infrastructure, rising housing prices and lack of jobs for locals in new industries [2].

Tourism Growth Dynamics in Turkestan reflects changes in key indicators of tourism activity over a period of time. The graph shows the dynamics of changes in the number of rooms in accommodation facilities (hotels, hostels and other facilities) in the city of Turkestan for the period from 2019 to 2023, which allows visualizing trends and assessing the impact of various factors on the development of the tourism industry.

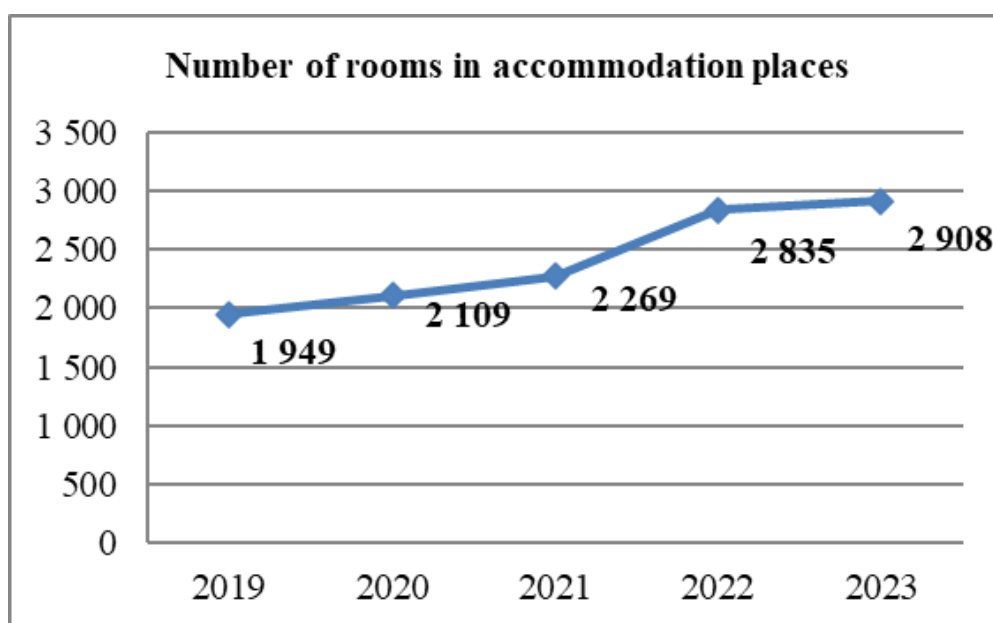


Figure 1 - Number of rooms in accommodation facilities (hotels and other facilities) of Turkestan city for the period from 2019 to 2023.

Note: Compiled by the authors on the basis of data from the stat.gov.kz website [3]

From 2019 onwards, the number of rooms in accommodation has increased each year. In 2019, 1,949 rooms were recorded, rising to 2,109 in 2020. Then in 2021, the number of rooms reached 2,269 and in 2022, it increased to 2,835. In 2023, the number of rooms was 2,908. This growth indicates the development of hotel and tourism infrastructure in the city, which can be attributed to the increasing demand for tourist accommodation and the expansion of guest accommodation facilities. The increase in the number of rooms may also be the result of improved services and expansion of infrastructure for tourists.

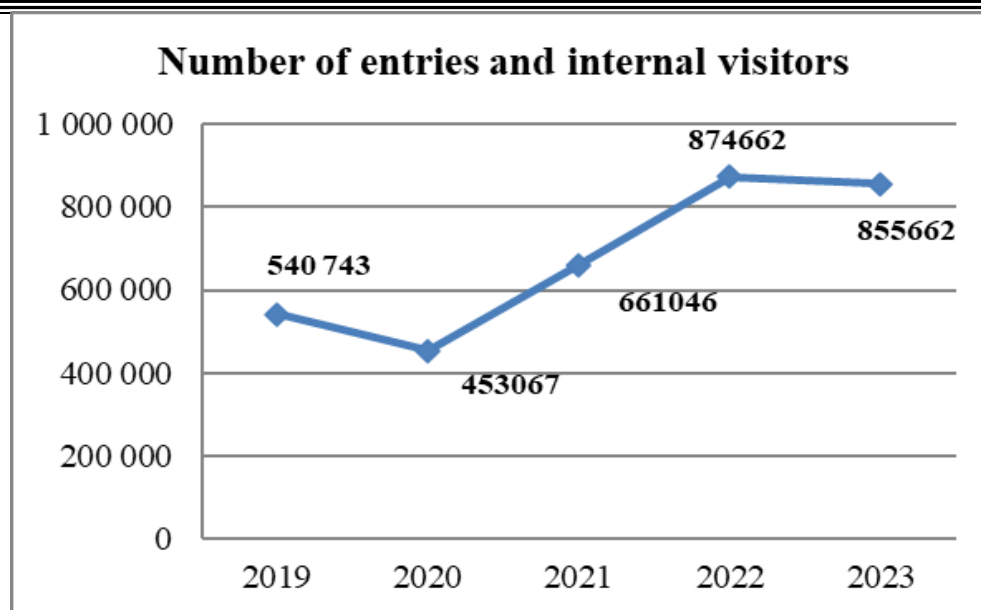


Figure 2 - Number of inbound and domestic visitors to the City of Turkestan for the period from 2019 to 2023.

Note: Compiled by the authors on the basis of data from the stat.gov.kz website [3]

In the graph you can see the dynamics of the number of inbound and domestic visitors to the city of Turkestan from 2019 to 2023. 2019: The number of inbound and domestic visitors totaled 540,743, indicating a significant interest in the city from this point of view. Year 2020: The number of visitors decreased to 453,067, likely due to the global COVID-19 pandemic which had a negative impact on tourism and movement within and across countries. 2021: Tourism starts to recover and visitor numbers increase to 661,046. 2022: Significant increase in the number of visitors to 874,662, which may indicate a recovery in tourism activity and improved sanitary and epidemiological conditions, as well as an increase in Turkestan's attractiveness to tourists. 2023: The number of visitors continued to grow, reaching 855,662, which confirms the continued recovery and growth of the city's tourist attractiveness. Thus, the graph shows a steady increase in the number of inbound and domestic visitors since the decline in 2020, which is a sign of recovery and improvement of tourism activity in the city of Turkestan.

The purpose of this study - is to conduct an in-depth analysis of the impact of tourism development on the socio-economic potential of the city of Turkestan, to identify the key positive and negative aspects of this process, and to propose recommendations to improve the current situation.

To achieve this goal, a survey of 300 respondents was conducted, including both residents of the city and employees of the tourism industry. The main objective of the survey was to identify citizens' opinion on how tourism affects the economy, infrastructure and quality of life in Turkestan.

Materials and methods

The method of content analysis in the literature review was used for the analysis. More than 30 publications, including academic articles, tourism reports, studies, as well as data from open sources (internet resources, official publications) were investigated within this method. Content analysis is a qualitative research method aimed at systematically examining texts to identify key themes, trends and patterns.

In order to achieve the set objectives, quantitative analysis was used such as questionnaire

survey using by 250 respondents representing different groups of the population: local residents, entrepreneurs, tourism workers and representatives of local authorities. The questionnaire included questions about the impact of tourism on the economy, infrastructure and social conditions in the city, and also allowed to identify existing problems.

Descriptive statistics methods were used to process and analyze the collected data, including calculation of mean values, standard deviations, Skewness, Kurtosis and analysis of data distribution. A QQ-Plot plot was constructed to confirm descriptive statistics. ANOVA test, correlation and regression analyses were used to test hypotheses about the relationships between variables. These methods allowed us to identify statistically significant relationships between tourism development and socio-economic indicators of the city.

Descriptive statistics - used to summarize data, calculating indicators such as mean, median, standard deviation. These indicators allow describing the key characteristics of the data and their distribution. This method provides an overview of the demographic characteristics of the respondents and the variables under study, which is the basis for more sophisticated analytical methods [4].

QQ-Plots - is important because many statistical methods, including correlation and regression analyses, require data to be normal. It allows you to visually assess whether the distribution of the data meets the assumptions before conducting statistical analyses such as ANOVA, Correlation and Regression analysis. If the data from a study, for example on the impact of tourism on the economy, should be normal to use ANOVA or correlation analysis, QQ-Plot will help to check this assumption. Detecting an inconsistency will allow the selection of other methods of analysis, such as parametric tests [5].

ANOVA (Analysis of variance) - is used to determine whether there are statistically significant differences between groups. In this study, the method was used to assess differences in the perception of the impact of tourism on socio-economic potential between different categories of respondents. ANOVA allowed us to identify whether there are differences in the perception of tourism between groups, which helps to identify areas that require more attention [6].

Correlation analysis - measures the degree of relationship between two or more variables. The study used Pearson correlation coefficient to determine the strength and direction of the relationships between tourism development and socio-economic indicators. This method was important in identifying key relationships, for example, between tourism growth and job creation, or between tourism revenues and infrastructure improvements [7].

Regression analysis - is used to model the dependence of one variable (dependent variable) on one or more independent variables. In this study, it was used to assess the impact of tourism on socio-economic indicators. The method allowed quantifying the extent to which tourism development affects such indicators as employment growth, infrastructure improvement and income growth [8].

The chosen methods allowed a comprehensive approach to the study of the problem, combining qualitative and quantitative approaches. Content analysis provided a basis for understanding the theoretical framework, while statistical methods provided a detailed and objective analysis of the collected data, which made it possible to draw valid conclusions and formulate recommendations.

Literature review

The development of tourism as a driver of economic growth has been widely discussed in the literature. In particular, studies show that tourism contributes not only to increasing city revenues

through tax revenues and job creation, but also to improving the quality of life through infrastructure development and cultural initiatives.

Theoretical bases of tourism impact on the economy of Turkestan city

Tourism development contributes to the growth of national and local economies. According to the research of Ainakanova and Nukesheva, the number of jobs, as well as the volume of investment in infrastructure and entrepreneurial activity increases significantly in regions with developing tourism [9]. The city of Turkestan, which is the cultural and spiritual center of Kazakhstan, benefits from the tourist flow, which contributes to the increase of local income and improvement of social infrastructure [10]. Special attention should be paid to the social impact of tourism. Tourism contributes to the development of social infrastructure, improving the quality of life of local residents, as well as the formation of more sustainable social structures. Studies by Taipakova confirm that an increase in the number of tourists contributes to improved housing conditions, education and health services in the regions [11].

The role of tourism in the socio-economic potential of Turkestan

The most important economic effects of tourism development are job creation, increase of tax revenues to the budget and development of new business areas. According to the study of Trusheva and Abdramanova, the role of tourism in the socio-economic development of Turkestan is great, especially in the context of small and medium-sized businesses, as well as in improving the quality of infrastructure and the availability of social services [12]. On the other hand, tourism has an impact on the ecological state of the region. The impact on nature, possible overpopulation and consumption of natural resources requires the development of sustainable tourism models. Current research shows that in order to optimize the impact of tourism, it is necessary to consider the balance between economic benefits and preservation of environmental sustainability [13].

Economic growth and infrastructure development

Tourism development contributes to a significant increase in investment in urban infrastructure. This is especially reflected in the construction and modernization of hotels, restaurants, transport facilities and other infrastructure facilities necessary for tourists. This conclusion is emphasized by the fact that the increase in the number of tourists leads to increased demand for various goods and services, which stimulates the local economy and improves the financial situation of local residents [14].

Job creation and income growth

Tourism contributes to the creation of new jobs in the hotel business, catering, transport and tourism services. This, in turn, leads to an increase in local incomes as well as a decrease in unemployment. These findings, adding that tourism development significantly improves the living standards of local families, as it creates opportunities for additional income for both individual entrepreneurs and workers in the service sector [15].

Social development and cultural change

With the growth of tourism comes a significant improvement in social infrastructure. Medical and educational institutions are developing in the city, and the quality of public services is improving. Tourism not only promotes cultural exchanges, but also improves social cohesion, as many residents become involved in organizing cultural events such as festivals and exhibitions [16].

Environmental challenges and sustainability

At the same time, with the growth of tourism come environmental and cultural challenges that require careful attention. Klitsounova and Ussenbayev warn of the risks associated with overloading natural and historical sites. In particular, they emphasize the need to develop sustainable tourism

models that take into account environmental constraints and ensure minimal impact on nature [17]. Tleubayeva also points out the negative impact of mass tourism on the environment, highlighting problems related to pollution and destruction of natural resources, as well as the preservation of the city's cultural heritage [18].

When conducting content analysis, the most frequently occurring words and phrases that reflect the key themes in the field of tourism and its impact on the socio-economic development of Turkestan were highlighted:

Table 1 - Frequency analysis of words and phrases

Sphere	Percentage	Justification
Tourism	35%	All of analyzed publications underlines Tourism as a central role in the discussions
Economy	22%	Highlights the importance of economic aspects in the analyses
Development	18%	Reflects the general trend in the focus of research on improving infrastructure and quality of life
Infrastructure	15%	Confirms the focus on the development of facilities such as hotels, roads, transport and social services
Social development	10%	Shows how tourism affects the improvement of quality of life and social benefits
Note: Compiled by the authors based on a literature review using <i>R-Studio biblioshiny</i> software.		

Thus, most authors agree that tourism in Turkestan has a positive impact on the socio-economic development of the city. It contributes to economic growth, job creation and improvement of social infrastructure. However, it also requires careful attention to environmental sustainability, preservation of cultural heritage and effective management of tourist flows. Tourism development needs to be directed in such a way that it does not overburden resources and provides long-term improvements in the quality of life for the local population. And along with these positive effects, it is also important to consider the negative effects, such as overloading infrastructure, increasing housing prices and increasing social tensions among local residents.

Hypothesis:

H1: Tourism development has a statistically significant impact on the socio-economic potential of Turkestan city.

Results and discussions

This section presents the results of analyzing the data collected in the framework of the study of the impact of tourism development on the socio-economic potential of the city of Turkestan. The main attention is paid to the interpretation of the results of the questionnaire and statistical methods to identify key trends and problematic aspects, as well as to substantiate the relationships between the variables.

The questionnaire was conducted to study the impact of tourism development on the socio-economic potential of Turkestan city. The questionnaire was sent to representatives of different social groups, including local residents, business representatives, employees of the tourism sector and government bodies. The questionnaire was administered online via «*WhatsApp messenger*» to reach a wide audience and reduce time costs. Participants completed the questionnaire voluntarily, allowing for sincere and diverse responses. 250 respondents took part in the survey, which provides

sufficient representativeness to analyze opinions and assess the impact of tourism on the socio-economic potential of Turkestan city.

Table 2 - Descriptive statistics of respondents

Characteristic	Percentage distribution (%)	Number of respondents
Age		
18-30 year old	40%	100
31-45 year old	35%	87
46-60 year old	15%	37
60+ year old	10%	26
Gender		
Male	55%	137
Female	45%	113
Nationality		
Kazakh	60%	150
Uzbek	25%	70
Russian	5%	10
Tatar	5%	10
Uighur	3%	7
Kyrgyz	2%	3
Education		
Secondary	30%	75
Higher	60%	150
Specialised secondary	10%	25
Note: Compiled by the authors based on the results of a questionnaire survey using JASP software		

The largest group of respondents aged 18-30 years was 40%, which may indicate a more active involvement in tourism activities among young people. Males predominate among respondents 55%. The survey findings reveal that individuals of Kazakh ethnicity constitute the largest demographic group; comprising 60% of the total respondents. The majority of respondents have higher education, which amounted to 60%.

The survey questions are designed to collect information, analyze and identify key aspects related to the study of the impact of tourism on the socio-economic potential of the city of Turkestan. These questions will help to understand the opinion of local residents, entrepreneurs, as well as tourists, about the main factors affecting the development of tourism in the city.

Table 3 - Percentage and numerical results of the survey questions

Questions	Percentage and numerical results
Question 1 - How do you assess the impact of tourism development on the economy of Turkestan city?	Positive impact: 70% (175 respondents) Neutral influence: 20% (50 respondents) Negative impact: 10% (25 respondents)

Question 2 - How do you assess the impact of tourism on the development of infrastructure of the city?	Very favorably: 60% (150 respondents) Positive: 30% (75 respondents) Negatively: 5% (12 respondents) Very negative: 5% (13 respondents)
Question 3 - How do you assess the impact of tourism on the labour market and employment in the city?	Positive impact: 80% (200 respondents) Neutral impact: 15% (37 respondents) Negative impact: 5% (13 respondents)
Question 4 - How do you assess the impact of tourism on the cost of housing in the city of Turkestan?	Prices increased: 75% (188 respondents) Remained at the same level: 15% (38 respondents) Prices decreased: 10% (25 respondents)
Question 5 - How do you assess the impact of tourism on the quality of life of local residents?	Positive influence: 65% (163 respondents) Neutral influence: 25% (63 respondents) Negative influence: 10% (24 respondents)
Question 6 - What problems do you see in connection with the development of tourism in the city?	Rising housing prices: 70% (175 respondents) Skills shortage: 20 % (50 respondents) Infrastructure overload: 25% (63 respondents) Lack of environmental sustainability: 10% (25 respondents)
Question 7 - What measures, in your opinion, should be taken to solve the problems related to tourism development?	Construction of affordable housing for local residents: 40% (100 respondents) Improving the skills of tourism workers: 30% (75 respondents) Managing accommodation and rental prices: 25% (63 respondents) Development of eco-tourism: 20 % (50 respondents)
Question 8 - Do you think it is necessary to limit the growth of tourism activity in some parts of the city to prevent its negative impact on the socio-economic potential?	Yes, a restriction is necessary: 55% (138 respondents) No, no restriction needed: 30% (75 respondents) Don't know: 15% (37 respondents)
Question 9 - What impact do you think tourism development has on the culture of the city and local residents?	Positive impact: 50% (125 respondents) Neutral influence: 30% (75 respondents) Negative impact: 20% (50 respondents)
Note: Compiled by the authors based on the results of a questionnaire survey using JASP software	

The main problems identified in the questionnaire are:

1. Rising housing prices: Most respondents noted that tourism development causes housing prices to rise, making it difficult for locals to afford housing.

2. Infrastructure overload: Some areas of the city are overloaded with infrastructure, which negatively affects the standard of living of local residents.

3. Lack of qualified personnel: There is a shortage of personnel with the necessary knowledge and experience to work in the tourism sector, which may reduce the quality of services provided.

4. Lack of environmental sustainability: Some respondents are concerned about the negative impact of tourism on the ecology and natural resources of the city.

Table 4 - Descriptive statistics of variables

Variables	Mean	Standard deviation (SD)	Minimum (Min)	Maximum (Max)	Skewness	Kurtosis
Impact of tourism on the city's economy	4.1	0.9	2	5	0.16	0.42
Impact of tourism on the city infrastructure	4.3	0.8	2	5	0.12	0.53
Impact of tourism on the labor market	4.2	0.7	2	5	0.10	0.58
Impact of tourism on the cost of housing	3.8	1.1	1	5	0.05	0.25
Impact of tourism on the quality of life	4.0	0.9	1	5	0.17	0.38
Problems caused by tourism development	3.5	1.2	1	5	0.15	0.25
Need for restrictions in tourism	4.2	0.8	2	5	0.12	0.45

Note: Compiled by the authors based on the results of a questionnaire survey using JASP software

This table contains the main statistical indicators for each variable, which helps to assess the distribution of respondents' estimates for each aspect of the impact of tourism on the socio-economic potential of the city of Turkestan.

1. The impact of tourism on the economy and infrastructure of the city is assessed mostly positively, with high mean values (4.1 and 4.3).
2. Problems related to rising housing prices and overloaded infrastructure are assessed lower (3.5).
3. The majority of respondents support the idea of restrictions in some parts of the city to prevent congestion.

To validate the descriptive analysis, we used the **Quantile - Quantile Plot (QQ-Plot)** method, which is a graphical method for comparing a data distribution with a theoretical distribution or for comparing two or more empirical distributions. It plots the quantiles of one data set against the quantiles of another.

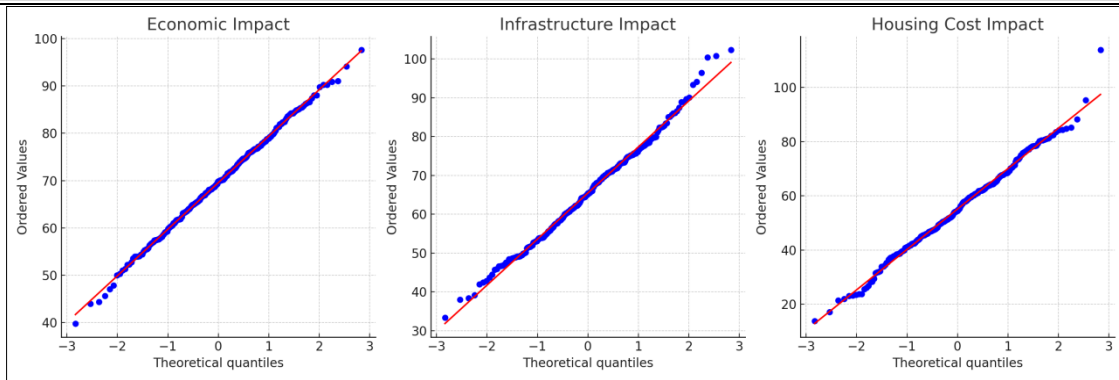


Figure 3 - QQ-Plot (Quantile-Quantile Plot)

Note: Compiled by the authors based on the results of the questionnaire using JASP software

1. Economy (left): The graph shows that the points are quite close to the diagonal line, indicating a normal distribution of the data. This means that the variable ‘Impact of Tourism on Economy’ has a normal distribution and can be used for parametric analysis.

2. Infrastructure (middle chart): The points are also close to the diagonal line, which also indicates that the distribution is normal. Thus, the variable ‘Impact of Tourism on Infrastructure’ is also parametric.

3. Quality of Life (right): In this graph, the distribution of the data is also close to normal, which confirms that the variable ‘Impact of tourism on quality of life’ is also amenable to parametric analysis.

All three variables (economy, infrastructure, quality of life) have a normal distribution, which allows the use of parametric analysis methods such as ANOVA, correlation and regression analysis.

Table 5 - ANOVA test

Variation		Sq uares	Degrees freedom	of square	Average	F- value	p- value
Intergroup variation		25 .6	3		8.53	7. 62	0. 001
Intra-group variation		98 .4	246		0.40		
The variation	general	12 4.0	249				

Note: Compiled by the authors based on the results of the questionnaire using JASP software

$F\text{-value} = 7.62$, $p\text{-value} = 0.001$, which is significantly less than the significance level of 0.05. This allows us to reject the null hypothesis.

The development of tourism has a statistically significant impact on the socio-economic potential of the city, which is confirmed by high $F\text{-values}$ and low $p\text{-values}$.

Correlation analysis - allows us to identify the degree of connection between variables, which helps to understand how various aspects of tourism development affect the socio-economic potential of the city of Turkestan. In this case, we will investigate the correlations between the perception of various tourism factors (economy, infrastructure, labor market, quality of life, cost of

housing) and the problems caused by tourism. The classical Pearson correlation was used for the correlation analysis, since all variables are measured on an interval scale.

Table 6 - Correlation matrix

Variable	Economy	Infrastructu re	The labor market	The cost of housing	Quality of life	Problems of tourism	The need for restrictions in tourism
Economy	1.00	0.85	0.80	-0.10	0.78	-0.35	0.45
Infrastructure	0.85	1.00	0.90	-0.05	0.82	-0.42	0.49
The labor market	0.80	0.90	1.00	-0.02	0.79	-0.30	0.41
The cost of housing	-0.10	-0.05	-0.02	1.00	-0.08	0.60	-0.50
Quality of life	0.78	0.82	0.79	-0.08	1.00	-0.38	0.47
Problems of tourism	-0.35	-0.42	-0.30	0.60	-0.38	1.00	-0.60
The need for restrictions in tourism	0.45	0.49	0.41	-0.50	0.47	-0.60	1.00

Note: Compiled by the authors based on the results of the questionnaire using JASP software

The correlation analysis shows the following key findings:

1. Positive links: The development of tourism is closely linked to the improvement of the economy, infrastructure and the labor market. The more respondents see the positive impact of tourism on these areas, the better they assess the quality of life in the city.

2. Tourism problems: Problems such as rising housing costs and infrastructure congestion are particularly pronounced in the responses of respondents who notice an increase in tourism.

3. The need for restrictions: The more respondents point out the problems of tourism, the more they support the introduction of restrictions to control it.

The main problem is the rising cost of housing and the burden on infrastructure, which requires the introduction of managed restrictions in tourism for the balanced development of the city.

Correlation analysis shows the following key findings:

Regression analysis - models the impact of tourism on the socio-economic potential of a city using linear regression. The dependent variable will be socio-economic potential, and the independent variables will be the impact of tourism on the economy, infrastructure and housing

costs.

Table 7 - Regression analysis

Variable	Coefficient β	Standard deviation (SD)	t-value	p-value
Interception (β_0)	2.15	0.32	6.72	0.000
Impact on the economy	0.45	0.08	5.62	0.000
Impact on infrastructure	0.50	0.07	7.14	0.000
The impact on the cost of housing	0.30	0.09	3.33	0.001

Note: Compiled by the authors based on the results of a questionnaire survey using JASP software

The results of the regression analysis show that all the studied factors have a significant impact on the socio-economic potential of the city of Turkestan. All coefficients are significant (p-value < 0.05).

1. Impact on the economy ($\beta = 0.45$): Increasing the perception of the impact of tourism on the economy increases socio-economic potential by 0.45.

2. Impact on infrastructure ($\beta = 0.50$): The impact of infrastructure has the strongest impact, increasing potential by 0.50.

3. Impact on the cost of housing ($\beta = 0.30$): The impact on the cost of housing is also significant, but to a lesser extent, increasing the potential by 0.30.

All variables have statistical significance, which confirms the importance of these factors for the development of the city. It is especially important to focus on improving infrastructure, as this has the greatest impact.

Conclusion

Based on the results of the survey and statistical analysis, the following recommendations can be made to improve the socio-economic potential of the city of Turkestan through the development of tourism:

1. Optimization of infrastructure for tourists

Although the majority of respondents have a positive assessment of infrastructure development, there are a significant number of participants who notice infrastructure congestion, especially during tourist seasons. This indicates the need for its modernization and improvement. It is necessary to invest in improving the transport infrastructure (roads, vehicles), as well as expand the facilities of the hotel and restaurant business. The creation of modern parking lots, recreation areas and increased accessibility of public transport for tourists will help reduce the load and improve the experience of staying in the city.

2. Ensuring economic growth through tourism

The development of tourism has a positive impact on the economy, but there is also an increase in prices for housing and other basic services, which may limit the accessibility of the city for local residents. The introduction of controlled price regulations for housing and basic goods, as well as the creation of special tourist zones with subsidized prices to balance economic development and the needs of local residents.

3. Creation of new jobs in the tourism sector

Despite the obvious improvements in the economy, a significant part of respondents still do not believe that the development of tourism has a sufficient impact on the labor market. To ensure the long-term sustainable development of the city, it is worth actively developing not only the hotel and restaurant business, but also additional tourism industries such as cultural and historical tours, the creation of craft centers and eco-tourism. This will open up new opportunities for local residents, creating jobs in such areas as sightseeing services, souvenir production services and others.

4. Managing the negative effects of tourism growth

Significant part of the respondents noted problems such as infrastructure overload, rising housing costs and other social services. This can create tension among the local population. It is necessary to introduce a system for monitoring the growth in the number of tourists and price dynamics, as well as strengthen control over the quality of tourist services. It may be useful to introduce a limit on the number of tourists in popular places during peak seasons, which will help avoid overloading infrastructure and preserve local culture and ecology.

5. Attracting investments in tourism

Although tourism development contributes to economic growth, large-scale investments in long-term projects aimed at improving the quality of tourism services are not enough. Local authorities should work more actively with the private sector and investors to create comprehensive tourist facilities such as cultural and educational centers, historical museums, and ecological zones. Attracting private investment will also help in infrastructure development and in creating long-term jobs.

6. Improving the quality of life through tourism

While tourism has a direct impact on the economy, city residents should also feel an improvement in their quality of life. It is important to focus on the social responsibility of business, ensuring an even distribution of income from tourism among all segments of the population. It is also worth considering the increase in the level of education and accessibility of medical and social services for local residents, which will make the city more attractive for both tourists and its residents.

7. Development of ecological and cultural tourism

The issues of environmental sustainability and preservation of the cultural heritage of the city of Turkestan remain important. Given the growing interest in eco-tourism, it is worthwhile to develop and implement sustainable tourism practices that minimize the negative impact on the environment. This may include the creation of environmentally friendly tourist routes, as well as the active promotion of cultural and historical sites as the main competitive advantage of the city.

8. Support for local entrepreneurs and cultural initiatives

Local entrepreneurs are not always involved in tourism processes, which limits their opportunities for growth. For a more harmonious development of the city, it is worth creating platforms for local entrepreneurs who will be able to work in the tourism sector. This may include local craft markets, participation in cultural events, and the organization of festivals and fairs where locals can offer their goods and services to tourists.

The recommendations, based on survey data and statistical analysis, are aimed at creating a balanced approach to the development of tourism in Turkestan. Sustainable development requires an integrated approach that takes into account both economic and social aspects. The main focus should be on solving emerging problems related to infrastructure congestion and rising prices, while actively developing new jobs, improving the quality of life and supporting environmental and cultural initiatives.

BIBLIOGRAPHY/ REFERENCES

1. Çalışkan, U., Özer, Ö. Relationship between Local Residents' Perceptions of Tourism and Support Attitudes in Post-Communist Countries: Case of Turkestan (Kazakhstan) // *Tourism Planning & Development*. – 2021. – Vol. 18, No. 5. – P. 573–593.
2. Statistics. Bureau of National Statistics. Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. – 2023.
3. Harremoës, P. Rate Distortion Theory for Descriptive Statistics // *Entropy*. – 2023. – Vol. 25, No. 3. – P. 456.
4. Nimon, K. Secondary Data Analyses From Published Descriptive Statistics: Implications for Human Resource Development Theory, Research, and Practice // *Advances in Developing Human Resources*. – 2015. – Vol. 17, No. 1. – P. 26–39.
5. Gopalsamy, B. M., Mondal, B., Ghosh, S. Optimisation of Machining Parameters for Hard Machining: Grey Relational Theory Approach and ANOVA // *Int J Adv Manuf Technol*. – 2009. – Vol. 45, No. 11–12. – P. 1068–1086.
6. Holland, K. M. et al. Comparing Information Theory Analysis With Cross-Correlation and Minimum Variance Analysis of the Solar Wind Structures // *Space Weather*. – 2024. – Vol. 22, No. 7.
7. Krishna, Y. H. et al. Several Matrix Algebra Applications in Linear Regression Analysis, Information Theory, ODE, and Geometry. – Coimbatore, India, 2024.
8. Ainakanova, B. et al. Kazakhstan Tourism Industry in Promoting Sustainable Agriculture Development // *J. Environ Manag Tour*. – 2023. – Vol. 14, No. 2. – P. 552.
9. Tiberghien, G. Heritage Tourism Planning in Kazakhstan: Authenticity, Niche Tourism Development, and Diversification // *Handbook on Tourism Planning* / ed. Xie, P. F. – Edward Elgar Publishing, 2023. – P. 352–369.
10. Taipakova, B. Analysis of the Interaction of MICE Tourism Development Factors (The Case of Astana City in Kazakhstan) // *GTG* / ed. Eurasian National University, Tourism Department. – Astana: Republic of Kazakhstan, 2023. – Vol. 51, No. 4 Supplement. – P. 1600–1609.
11. Trusheva, S. et al. Assessment of the Impact of Regional Characteristics and the Development of Event Tourism on Business Tourism in the Republic of Kazakhstan Based on Clusterization and a Regression Model // *J. Environ Manag Tour*. – 2022. – Vol. 13, No. 4. – P. 985.
12. Dłużewska, A. et al. Tourism Development in Kazakhstan – Issues and Ways Forward // *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectio B – Geographia, Geologia, Mineralogia et Petrographia*. – 2022. – Vol. 77. – P. 55–71.
13. Mutaliyeva, L., Kurmanov, N., Akisheva, A. Analysis of Tourism Potential and Ecological Tourism Development in Kazakhstan // *E3S Web Conf.* / ed. Ziyadin, S. et al. – 2020. – Vol. 159. – P. 403.
14. Saparbayev, A. et al. Methodology of the Research of Organizational and Economic Bases of Development of Agro, Ethno, and Spiritual Tourism in the Republic of Kazakhstan // *E3S Web Conf.* / ed. Ziyadin, S. et al. – 2020. – Vol. 159. – P. 401.
15. Tiberghien, G. Neo-Nomadic Culture as a Territorial Brand for 'Authentic' Tourism Development in Kazakhstan // *Europe-Asia Studies*. – 2020. – Vol. 72, No. 10. – P. 1728–1751.
16. Wroblewski, S. J. et al. Institutional Challenges in the Development of Tourism in Kazakhstan // *Tourism Development in Post-Soviet Nations* / ed. Slocum, S. L., Klitsounova, V. –

Cham: Springer International Publishing, 2020. – P. 67–85.

17. Tleubayeva, A. Ethno-Cultural Factors Influencing the Development of Rural Tourism in Kazakhstan // J. Environ Manag Tour. – 2019. – Vol. 10, No. 4. – P. 772.

D.TUBEKOVA Senior lecturer of Hospitality school International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkestan) E-mail: dana.tubekova@iuth.edu.kz	E. ALIMKULOVA Head of Hospitality school, Associate Professor of International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkestan) E-mail: e.alimkulova@iuth.edu.kz
U. TAGMANOV Phd, Senior lecturer of Hospitality school International University of Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkestan) E-mail: urmanbek.tagmanov@iuth.edu.kz	<i>Received 24.11.2024</i> <i>Received in revised form 12.12.2024</i> <i>Accepted for publication 30.12.2024</i>

Д. ТУБЕКОВА¹✉, Е. АЛИМКУЛОВА¹, У. ТАГМАНОВ¹

Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: dana.tubekova@iuth.edu.kz

ТУРИЗМ ДАМУЫНЫҢ ТҮРКІСТАН ҚАЛАСЫНЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК- ЭКОНОМИКАЛЫҚ ӘЛЕУЕТІНЕ ӘСЕРІ

Аңдатпа. Бұл мақала туризм дамуының Түркістан қаласының әлеуметтік-экономикалық әлеуетіне әсерін зерттеуге арналған. Соңғы жылдары аймақтағы туризм қаланың экономикалық тұрғыдан өсуіне, инфрақұрылымын жақсартуға және жаңа жұмыс орындарының құрылуына ықпал ететін маңызды факторға айналууда.

Зерттеудің жұмысының мақсаты - туризмнің экономикалық өзгерістер мен әлеуметтік прогрестің қозғаушы күші ретіндегі рөліне баса назар аударып, Түркістан қаласының дамуына әсер ететін негізгі аспектілерін талдау болып табылады.

Әдебиетке шолуды талдау әдістемесі ретінде «мазмұнды талдау» әдісі қолданылды, бұл әдісте 30-дан астам жарияланымдарды, соның ішінде ғылыми мақалаларды, туризм туралы есептерді, зерттеулерді, сондай-ақ ашық көздерден алынған деректерді (интернет-ресурстар, ресми жарияланымдар) қолданылды.

Зерттеуде «сандық талдау» әдісі қолданылды. Ол Түркістан қаласының халқы арасында сауалнама жүргізу арқылы алынған деректер негізінде статистикалық модель құрыла отырып, Туризм дамуының Түркістан қаласының әлеуметтік-экономикалық әлеуетіне әсерін талдауға бағытталды. Зерттеу барысында 250 респонденттен сұхбат алынды. Деректерді талдау үшін «сипаттамалық статистика» әдісі, ANOVA тесті, корреляциялық және регрессиялық талдаулар қолданылды. Деректерді өңдеу үшін JASP, R-Studio biblioshiny сияқты заманауи бағдарламалық жасақтама қолданылды.

Зерттеу нәтижелері Түркістанда туризмнің ұзақ мерзімді және тұрақты дамуына қол жеткізу үшін туристік ағындардың өсуі кезінде мәдени және табиғи мұраны сақтауға бағытталған инновациялық тәсілдерді енгізу қажет екенін атап көрсетеді. Сонымен қатар туристік саланың тұрақтылығын қамтамасыз етудегі жергілікті билік пен жеке сектордың үйлестірілген жұмысының маңыздылығына назар аударылды.

Кілт сөздер: Туризмді дамыту, Аймақтың әлеуметтік-экономикалық өсуі, ANOVA-

Д. ТУБЕКОВА¹✉, Е. АЛИМКУЛОВА¹, У. ТАГМАНОВ¹

Международный университет туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: dana.tubekova@iuth.edu.kz

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ГОРОДА ТУРКЕСТАН

Аннотация. Данная статья посвящена изучению влияния развития туризма на социально-экономический потенциал города Туркестан. В последние годы туризм в регионе становится все более важным фактором, способствующим экономическому росту города, улучшению его инфраструктуры и созданию новых рабочих мест. Целью работы исследования является анализ основных аспектов туризма, влияющих на развитие города Туркестан, с акцентом на роль туризма как движущей силы экономических изменений и социального прогресса. В качестве методики анализа обзора литературы был использован метод «контент анализа», в котором использовалось более 30 публикаций, включая научные статьи, отчеты о туризме, исследования, а также данные из открытых источников (интернет-ресурсы, официальные публикации). В исследовании использовался метод «количественного анализа». Он был направлен на анализ влияния развития туризма на социально-экономический потенциал города Туркестан с созданием статистической модели на основе данных, полученных путем анкетирования населения города Туркестан. В ходе исследования опрошено 250 респондентов. Для анализа данных использовался метод «описательной статистики», тест ANOVA, корреляционный и регрессионный анализы. Для обработки данных использовалось современное программное обеспечение, такое как JASP, R-Studio biblioshiny. Результаты исследования подчеркивают, что для достижения долгосрочного и устойчивого развития туризма в Туркестане необходимо внедрение инновационных подходов, направленных на сохранение культурного и природного наследия при росте туристских потоков. Также было обращено внимание на важность скоординированной работы местных властей и частного сектора в обеспечении устойчивости туристской отрасли.

Ключевые слова: Развитие туризма, Социально-экономический рост региона, ANOVA-тест, QQ-Plot, Инфраструктура, Экономика, Культурное наследие.

А. ЕСІМ¹, Д. ЕСИМОВА²

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

²Торайғыров университеті
(Қазақстан, Павлодар), E-mail: dika-73@mail.ru

ТҮРКИЯ ТӘЖІРИБЕСІ НЕГІЗІНДЕ ҚАЗАҚСТАНДА ЭКОТУРИЗМДІ ДАМУЫ БОЛАШАҒЫ

Аңдатпа. Соңғы онжылдықта экотуризм танымал бағытқа айналуға және елдің тұрақты дамуының кепілі ретінде сипатталады. Экологиялық туризм туристік индустрияның алдыңғы қатарлы бағыты ретінде туристік қызметтерді аймақтық ұйымдастыруға, жаңа туристік аймақтардың қалыптасуына және олардың мамандануына әсер ететін айқын ресурстық бағыт. Экологиялық туризм Қазақстан Республикасындағы туризмнің неғұрлым басым бағыттарының біріне айналуға тиіс. Ол үшін мемлекетте қажетті факторлар бар.

Мақалада туризм саласын дамыту бойынша Түркия елінің тәжірибесін зерттеп, басым бағыттары мен осал тұстарына талдаулар жасалынды. Экотуризмді дамытудың қуатты рекреациялық факторы ретінде Түркия елінің озық тәжірибесін Қазақстан Республикасында қолдану мүмкіндіктері қарастырылып, озық тәжірибелері мен жетістіктеріне талдау жасалынды. Зерттеу барысында Қазақстандағы курортты аймақтардың орналастыру көрсеткішіне шолу жасалынып, ең тартымды жерлерге туристердің келу динамикасы анықталды.

Қазақстанда экотуризмді дамытудың басым бағыттарын негізге ала отырып, туристік қызметті экологияландырудың тәсілдері қарастырылды. Мақалада сонымен қатар, Түрік мемлекетінің экологиялық туризмді дамыту тәжірибесін ескере отырып, Қазақстанда экологиялық туризмді дамыту үшін нақты шараларды іске асыру ұсынылады.

Сонымен қатар, туристік орталықтарға қажетті кадрлық саясатын жүргізу маңыздылығы қатастырылды. Туризмді дамытудағы түрік тәжірибесіне тән қасиет елдің туристік орталықтарын жарнамалау мәселелеріне ерекше көңіл бөлу болып табылатыны анықталды.

Кілт сөздер: экотуризм, туризм индустриясы, экономика, бизнес, рекреациялық әлеует, табиғи аймақтар, кемпинг.

Кіріспе

Экологиялық туризм туристік индустрияның алдыңғы қатарлы бағыты ретінде туристік қызметтерді аймақтық ұйымдастыруға, жаңа туристік аймақтардың қалыптасуына және

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Есім А., Есимова Д. Түркия тәжірибесі негізінде қазақстанда экотуризмді дамыту болашағы // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 158–170. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.13>

***Cite us correctly:** Esim A., Esimova D. Türkiye tәjribesi neğızinde qazaqstanda ekoturizmdі damytu bolaşağı [Prospects for the development of ecotourism in Kazakhstan based on the experience of Turkey] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 158–170. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.13>

олардың мамандануына әсер ететін айқын ресурстық бағыт. Туризмнің дамуы ұзақ мерзімді және экономикалық тиімді болашақ кепілі ретінде шетелдік валютаның тартылуын қамтамасыз етеді және төлеу теңгерімінің, елдің жиынтық экспортының көрсеткіштеріне ықпал етеді.

Соңғы онжылдықта экотуризм барған сайын танымал бағытқа айналуға және елдің тұрақты дамуының кепілі ретінде сипатталады. Ал Халықаралық экотуризм қоғамы экотуризмді қоршаған ортаны сақтайтын, жергілікті халықтың әл-ауқатын қолдайтын және экскурсиялық-ағартушылық қызмет пен білім беруді көздейтін табиғи аудандарға жауапты саяхат ретінде анықтама берген [1].

Соңғы уақытта Қазақстан Республикасының стратегиялық даму жоспарын көлемінде, табиғатты сақтап қалу мақсатында, сирек кездесетін фауна және флора түрлерін қорғау мақсатында, ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың жер көлемін арттыруды жоспарға қойды [2].

Соңғы екі жылда Қазақстан Республикасының ерекше қорғалатын табиғи аумақтарына шетелдік туристердің, еліміздің азаматтарынан да келушілер саны артуда. Мұндай жағдай экотуризмді дамытудың жоғары перспективаларын айқындауға мүмкіндік береді.

Материалдар мен әдістер

Зерттеу бағыты бойынша Түркия елінде экотуризм секторын дамытудың озық тәжірибелері мен жетістіктеріне талдау жасалынды. Қазақстанда экотуризмді дамытудың басым бағыттарын негізге ала отырып туристік қызметті экологияландырудың тәсілдері қарастырылды. Аналитикалық, библиографиялық әдістің көмегімен зерттеліп отырған тақырып бойынша жарияланған отандық және шетелдік авторлардың еңбектеріне сараптамалық шолу жасалынды.

Әдебиеттерге шолу

Қазақстан Республикасының туризм индустриясын дамытудың 2023-2029 жылдарға қабылданған тұжырымдамасына сәйкес 2025 жылға қарай ЖІӨ-дегі туризмнің үлесін кемінде 8 %-ға дейін арттыруға байланысты батыл қадамдар жасау туралы көрсетілген [3].

Соңғы уақытта, қоғамның құндылық бағдарларына, оның айрықша белгілеріне, экзотикасы мен сәйкестігіне, т.б. бір халықтың мәдениетін екінші бір халықтан елеулі түрде ажырататын не олардың тарихи дамуындағы сапалық өзгерістеріне көңіл бөлу кең тарауда [4].

Қазақстан Республикасы Экология, геология және табиғи ресурстар министрлігі Орман шаруашылығы және жануарлар дүниесі комитетінің деректеріне сәйкес, елдің ерекше қорғалатын табиғи аумақтарының (ЕҚТА) жалпы ауданы 26 млн гектарды құрайды, яғни шамамен 0,26 млн км², бұл экотуризмді жақсы дамыған бірқатар елдерге қарағанда он есе көп. Бұл ретте туристер саны жылына 2 млн адамды құрайды. Сол арада, экотуризмді дамыту бойынша көшбасшылардың бірі болып табылатын АҚШ-та бұл көрсеткіш жылына 200 миллион адамға, ал Австралияда жылына 60 миллион адамға жетеді. Мұндай нәтижелерге елдер заңнамалық деңгейде реттелетін ұлттық табиғи парктердегі туризмді басқарудың жолға қойылған жүйесінің арқасында қол жеткізді.

2019 жылы экологиялық тұрақтылықтың жоғары деңгейінің, өсімдіктер мен жануарлар түрлерінің алуан түрлілігі мен бірегейлігінің, сондай-ақ мемлекеттің қоршаған ортаны қорғауға бағытталған шаралары, жабайы табиғатқа саяхаттау бойынша үздік елдер анықталды. Үздік елдердің тізімін анықтау үшін ұлттық парктердің саны, биоалуантүрлілік, Қызыл кітапқа енген өсімдіктер мен жануарлардың жойылып кету қаупі және басқа да өлшемдер ескерілді.

Қазақстан бұл рейтингте 87-ші орынды иеленді. Соған қарамастан, ел табиғи аумақтарының үлкендігі, флора мен фаунаның алуан түрлілігі, табиғат ескерткіштері мен ЮНЕСКО мұрасы мәртебесіне ие объектілері есебінен экологиялық туризмді дамытудың барлық алғышарттарына ие.



1- сурет – Экотуризмнің халықаралық статистикасы

Нәтижелер және талқылаулар

2023 жылдың бірінші жартыжылдығында Қазақстанда шетелдік туристерді қабылдаудың рекордтық артуы елдегі туризмді дамыту стратегиясының табыстылығының көрінісі болып табылады.

Экономикалық зерттеулер институтының (Economic Research institute) мәліметтеріне сүйенсек [4], 2023 жылдың бірінші жартысында шетелдік туристерді қабылдау бойынша Қазақстан жаңа рекорд орнатты. 2023 жылдың алғашқы 6 айында елімізге 516 мың шетелдік туристер келген, бұл 2022 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 1,8 есеге көп. Яғни, 224 мың адамға өсу және туризм саласындағы табысты жұмыстың маңызды көрсеткіші деп атауға болады (2-сурет).



2 - сурет – Қазақстан Республикасындағы туристердің келу динамикасы, 2019-2023 жылдар бойынша.

Ескерту - [5] әдебиет негізінде құрастырылды

Туризмді белсенді дамытатын елдердің халықаралық тәжірибесі туризмді мемлекеттік қолдау саланың тұрақты дамуының міндетті шарты екенін дәлелдейді. Осыған орай, Қазақстан Республикасының туризм индустриясын дамытудың 2023 жылға дейінгі тұжырымдамасы және Қазақстан Республикасының туризм индустриясын дамытудың 2019-2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы қабылданып, оның жоспарлары жүзеге асырылды [18].

Қазіргі уақытта туризм саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы қабылданды.

Осы стратегиялық құжаттарға сәйкес Қазақстан Республикасы әлемдік туристік нарық жүйесіне интеграцияланған жоғары тиімді, бәсекеге қабілетті туристік индустрия құруды жоспарлап отыр. Мемлекеттік бағдарлама бойынша 2025 жылға қарай Қазақстан Республикасының жалпы ішкі өніміндегі туризмнің үлесін кемінде 8 %-ды қамтамасыз ету көзделген [3].

Экологиялық туризм Қазақстан Республикасындағы туризмнің неғұрлым басым бағыттарының біріне айналуға тиіс. Бұған бірқатар факторлар ықпал етеді:

біріншіден, аумақтардың үлкен ауданы;

екіншіден, нашар игерілуі, оның ішінде халық тығыздығының төмен болуына байланысты;

үшіншіден, экологиялық туристердің ықтимал қызығушылықтары бар объектілердің салыстырмалы қол жетімділігі.



3 - сурет – Қазақстанда экотуризмді дамыту әлеуеті

Қазақстандағы курортты аймақтардың орналастыру көрсеткішіне қысқаша шолу жасасақ, ең тартымды жерлерге Бурабай, Алакөл аймақтары, Алматы таулы аймақтарындағы экологиялық туристік орындарын атауға болады, яғни кестеден байқағанымыздай, бұл көрсеткіштер соңғы 2024 жылда Бурабай аймағында 188, Алакөл

аймағында 219, Алматы таулы өңірінде 418 бірлікті көрсетеді [19].

Қазақстан маңызды туристік әлеуетке ие болғанымен, бірқатар шешімін таппаған мәселелер де бар:

біріншіден, инфрақұрылымдар жақсартуды қажет етеді, әсіресе туристік аймақтарды бір-бірімен байланыстыратын жолдарды, әуежайларды, қонақүйлерді салу, жақсарту қажет;

екіншіден, шетелдік туристерді тарту және Қазақстанның туристік мүмкіндіктері мен әлеуеті туралы ақпараттарды арттыру үшін белсенді маркетингтік науқан қажет;

үшіншіден, білікті кадрлардың жетіспеуі және жоғары баға саясатын ұстана отырып, төмен қызмет көрсету деңгейі туристердің қызығушылығын, елімізге деген әсерін нашарлатуы мүмкін;

төртіншіден, визалық режимдерді жеңілдету туристер санын арттыруға мүмкіндік береді.

Осы орайда туризм саласын дамыту бойынша Түркия елінің тәжірибесін зерттеп, басым бағыттары мен осал тұстарын талдап, мүмкіндіктерін қарастыру қажеттілігі туды. Мұндай қадамдар Түркия елінің озық тәжірибесін Қазақстанда да экотуризмді табысты дамытудың моделі ретінде қарауға болады. Соған сәйкес келесі міндеттерді шешу қажет:

- Түркиядағы туризм секторының даму ерекшеліктерін анықтау;

- Түркия аймақтарындағы озық туристік әлеуетті дамытудың тәжірибесін сипаттап, Қазақстандағы туризм бағытын дамыту мақсатында ұсыну.

ЮНЕСКО-ның мәлімдеуінше, туристік бизнес дәстүр мен мәдениет арасындағы диалогты қалыптастыру арқылы бейбітшілікті сақтауға және халықтардың жақындасуына ықпал етеді деп есептейді [5].

XX ғасырдың екінші жартысында Түркия билігі туризм саласын дамытуға көбірек көңіл бөле бастады. Үкімет туристік бизнесті дамытудың бесжылдық жоспарларын әзірлеуге кірісіп, ел бюджеті бұл саланың өсуіне бөлінетін қаржы көлемін жыл сайын арттырып отырды. Бастапқы кезеңде түрік билігі туристік бизнесті қарқынды дамыту үшін жеткіліксіз қаражат бөлді. Айта кету керек, Түркиядағы туристік бизнестің дамуының сипатты белгісі шетелдік инвестицияны кеңінен тартуына байланысты болды.

Анталия және Балыкесир провинцияларының жағалау аймақтары 1970 жылдардың басында туризм инфрақұрылымын дамытудың басым аймақтары болып жарияланды. Әлемде туристік қызметке сұраныс артқан сайын Түркияның Туризм министрлігі курорттарды дамытудың жобаларын жүзеге асыруға кірісті. Оңтүстік Анталияның туристік инфрақұрылымын дамыту бойынша ең табысты жобаға Халықаралық Қайта Құру және Даму Банкі (ХҚДБ) қолдау көрсетті [6].

1982 жылы Түркия үкіметі туризмді насихаттау туралы №2634 заңды қабылдады. Жаңа заң туристік бизнес саласын дамыту үшін көбірек ынталандыруды қамти отырып, Түркияның Туризм министрлігіне көбірек өкілеттіктер берілді. Туризмді дамытудың басым бағыттары ретінде туристік бизнесте жұмыс жасаушылар үшін электр қуатына, суға және газға жеңілдікті тарифтер белгіленгенін ерекше атап өту керек! Сонымен қатар, туристік бизнес өкілдері кейбір салықтар мен алымдардан босатылды, сондай-ақ, оларға жеңілдетілген несиелер берілді. XX ғасырдың 80-шы жылдарының соңына қарай елдегі экономикалық реформалар туристік сектордың дамуында оң нәтиже берді.

Қазіргі Түркияда туризм саласын дамыту бойынша жүргізілген саясатының бірі - еркін экономикалық аймақтарды құру болды. Елдегі жүргізілген реформалар кезеңінде сыртқы салаға көңіл бөлу, бүкіл экономикада және елдегі қызмет көрсету саласында салауатты

бәсекелестік орта құру туризмнің қарқынды өсуіне әкелді. Қысқа мерзім ішінде шетелдік инвестицияны пайдаланудың арқасында Түркияда қонақүйлер мен кемпингтер желісі құрылып, негізгі туризм орталықтарын байланыстыратын жаңа жолдар салынды. Түрік туризм саласын дамытуға ең ірі инвесторлар қатарында неміс компаниялары тұрды.

Түркиядағы туристік бизнес дамуының тағы бір сипатты белгісі кадр саясаты болды. Қысқа уақыт ішінде негізгі еуропалық тілдерді еркін меңгерген жоғары білікті гидтер дайындалды.

Туристік бизнеспен айналысатындардың барлығы шет тілдерін үйренуге міндетті болды. Туризмді дамыту бойынша жүргізілген саясатының нәтижесінде 1980 жылдардың аяғында туристік орталыққа айналған Анталия қаласында үлкен халықаралық әуежай саланып, туристерді жоғары деңгейде орналастыра алатын қонақүйлер іске қосылды, сонымен қатар круиздік сапарларды қабылдай алатын порт толықтай жаңартудан өтті. Түркия мемлекетінде туристерді тартудың ең тамаша жолы – туристік инфрақұрылым мен қызмет көресту саласы жақсы жолға қойылды. Сонымен қатар, баға саясаты жаңа бағытта өзгерді [7].

Түркия Үкіметі Туризм министрлігі әзірлеген ұлттық бағдарламаларды егжей-тегжейлі зерделеп, мемлекеттік қолдау көрсетіп отырады. Кең мемлекеттік қолдаудың арқасында Түркиядағы туризм индустриясы миллиондаған, тіпті миллиардтаған табыс әкелуде. Бұл ұлттық экономиканың тұрақты өсуін қамтамасыз етеді [8]. Атап айтсақ, 2022 жылы туризмнен түскен қаражат 46 миллиард доллардан астам рекордтық табыс әкелді. Түркия пандемиядан кейін бұл көрсеткіш бойынша әлемдегі ең үздік ел ретінде танылды. Ал 2023 жылы 56 миллиард долларлық жаңа рекорд орнатылуы мүмкін деп болжам жасалған болатын. Сонымен қатар, сарапшылар 2028 жылға қарай туризмнен түсетін кіріс жыл сайын Түркияға кемінде 100 миллиард доллар әкеледі, ал республикаға келетін туристердің ағыны жылына 90 миллионға дейін жетеді деп болжам жасалды.

Түркияның Статистика Институтының (TUIK) мәліметтері бойынша, елдің туризмнен келетін ішкі табыс көлемі 2021 жылмен салыстырғанда 2022 жылы 53,4 пайызға артқан. Ал тағы да жүргізілген басым қадамдарының бірі - 2023 жылы Түркия әлемдегі алғашқы ұлттық жасыл немесе экологиялық туризм бағдарламасын іске қосты. Бағдарламаны іске асыру 2030 жылға дейін жоспарланған. Ол бірнеше кезеңнен тұрады. Бағдарлама Жаһандық Тұрақты Туризм Кеңесімен (GSTC) ынтымақтастық туралы келісім бойынша жүзеге асырылады және Париж климаттық келісімі негізінде жергілікті туристік индустрияға жаһандық тұрақты даму тәжірибесін енгізуді және қоршаған ортаның ластануын азайтуды көздейді [9].

Түркия статистикалық институты, Орталық банк, Мәдениет және туризм министрлігі статистикасына орай, Түркия мемлекетіндегі соңғы жылдардағы кірістерге сараптама жасасақ, 2021 жылмен салыстырғанда 2024 жылы кіріс 200 пайызға артқан, яғни 9 айда 21 606 691 (мың доллар) 2024 жылы 46 880 071 мың доллардан асады.

Экологиялық туризмді дамыту бойынша Бағдарламасының бірінші кезеңінде ұлттық бағдарламаның критерийлері әзірленіп, оның орындалуын бақылау үшін компаниялар арнайы дайындықтан өтеді. Ұлттық жобаны жүзеге асырудың екінші кезеңінде немесе 2025 жылға қарай экологиялық сертификаттау жүйесін кезең-кезеңімен енгізу, ал 2030 жылға қарай тұрақты туризмнің барлық халықаралық стандарттарын және Түркия елінің 2021 жылы қол қойған Климат бойынша Париж келісімін енгізу жоспарланған.

Дүние жүзінде экотуризм бойынша таңдау жасайтын адамдардың саны артып келеді. Ол көрсеткіш 1998 жылы 45 миллион болса, 2010 жылы 70 миллионға және 2023 жылы ол

көрсеткіш 95 миллионға өсті. Экотуризмге баратын адамдардың болжамды саны 2024 жылы 98 миллионға жетеді және 2030 жылға қарай 125 миллионға жетуі мүмкін деп күтілуде.

Экотуризм туризм индустриясының ішінде ең жылдам (3 есе жылдам) дамып келе жатқан саласына айналды. Жаһандық климаттық өзгерістер жағдайында ормандарды қорғау және ұзақ мерзімді тұрақтылықты дамыту үшін Түркия 2024 жылы 26 жаңа экотуризм аймағын ашуды мақсат етіп отыр. Бұл стратегиялық бастама Түркияның серпінді туризм секторына 2 миллиард түрік лирасын (66,4 миллион АҚШ доллары) қаржыландыру көлемімен қолданыстағы экотуризм орындарын дамытуға бағытталған [10].

Халықтың әлеуметтік, экономикалық, мәдени және рухани қажеттіліктерін үздіксіз қанағаттандыру, сондай-ақ ормандарды ұрпақтан-ұрпаққа беру және сақтау үшін әртүрлі шараларды жүзеге асыру Түркияның Ауыл және орман шаруашылығы министрлігі Орман шаруашылығының бас басқармасы (ОШБ) арқылы жүргізіледі [10]. Түркияның орман ресурстарын сапалы және тиімді пайдалануды қамтамасыз ету үшін 2021 жылы Экотуризм әрекет жоспары іске қосылды. Іс-шаралар көрсетілген жоспардағы бюджеттің ең көп үлесі мынадай айқын бағыттар бойынша бөлінді: экотуризмге қолайлы аймақтарды анықтау және жоспарлау; орман саябақтарының кешенді экотуризм жоспарларын әзірлеу; экотуризм мүмкіндіктерін дамытуға жәрдемдесу; экотуризмді дамытуға күзіретті тиісті ұйымдармен және топтармен кездесу және оларды оқыту.

Ұлттық жоспар бойынша 2028 жылға қарай экотуристік аймақтардың санын 200-ге жеткізуді көздейді. Бұл аймақтар Адана, Чорум, Анкара, Анталия, Артвин, Балыкесир, Дюзже, Ялова, Чанаккале, Ушак және Элазигтен бастап Эскишехир, Кахраманмарас, Гиресун, Текирдаг, Измир, Кастамону, Сивас, Кония, Кутахияға дейінгі бірнеше провинцияда орналасқан. Олардың қатарына Мерсин, Мугла, Кожаели, Батман, Гүмүшхане және Карабук та кіреді [11].

Түркия оңтүстігінде Аданадан, батыста ел астанасы Анкара мен Чанаккаледен қиыр шығыстағы Эрзурум провинциясына, орталықта Кония провинциясы мен Қара теңіз жағалауындағы Зонгулдакқа дейінгі 81 провинцияның 54-інен экотуризм аймақтарын табуға болады [12].

Түркияның Ұлттық бағдарламаларында соңғы кездері өзінің дамуына жаңа аймақтарды қосуға ғана емес, сонымен қатар туризмнің әртүрлі түрлерін дамытуға тырысуда. Солардың ішінде *сауықтыру туризмі* термалды бұлақтарды пайдалануға негізделген, оның ішінде Түркияда 200-ден астам термиялық орталықтар бар, олардың көпшілігі Эгей және Мәрмәр теңізі аймақтарында орналасқан. Соңғы уақытта жастар туризмі белсенді даму бағытын ұстанды [13].

Әлемнің түкпір-түкпірінен келген студенттер жастар лагерінде қолайлы бағамен демалады. Түркияда аңшылық туризмі, яхтамен саяхаттау, спелеологиялық туризм, «Ұлы Жібек жолы» маршрутының бойындағы көрікті жерлерге бару, аквалангпен жүзу, рафтинг, ботаникалық және орнитологиялық туризм дамып келеді [14, 15]. Сонымен қатар, Түркияда қысқы туризм түрлері жазғы туризммен қатар даму қарқынын алды. Бұл әсіресе Эрзурум және Бурса қала аудандарына қатысты. Мұнда Улудаг тауында 20-дан астам шаңғы қонақ үйлері мен 15 шаңғы трамплиндері бар [16, 17].

Қорытынды

Экологиялық туризмді дамыту саласында Түрік мемлекетінің экологиялық туризмді дамыту тәжірибесін ескере отырып, мынадай шараларды іске асыру ұсынылады:

- жасалынған экологиялық соқпақтарды ресімдеу және ақпараттық сүйемелдеу;

- биоалуантүрлілік және этноботаника саласындағы гидтерді кәсіби даярлау;
- аймақтың биоалуантүрлілігі бойынша ақпараттық стендтер әзірлеу;
- аймақтың биоалуантүрлілігі бойынша ақпараттық портал жасақтау;
- экологиялық ағарту және тәрбие жөніндегі ақпараттық стенділер әзірлеу;
- ұлттық парктер аумағында табиғат музейлерін құру [19].

Түркияның туристік әлеуетін дамытудың жетістігін қорытындылай келе, дұрыс бағытта ойластырылған және тиімді мемлекеттік саясатының арқасында, сондай-ақ, ірі шетелдік инвестициялардың қолдауымен серпінді дамығанын айту керек. Яғни, туризм саласын тиімдірек дамыту үшін қолайлы экономикалық жағдайлар жасалды. Бұл, ең алдымен елде еркін экономикалық аймақтарды құру, несиелеудің жеңілдетілген шарттарын қамтамасыз ету, жеке секторды белсендіру болды.

Сондай-ақ, туристік орталықтарда ойластырылған кадрлық саясаттың маңыздылығын атап өткен жөн. Ел бюджетіне туризмнен қомақты кірістер түсіп, туристік инфрақұрылымды жаңғыртуға және туризмнің жаңа түрлерін дамытуға қомақты қаржы бөлінуде.

Туризмді дамытудағы түрік мемлекетінің тәжірибесіне тән қасиет елдің туристік орталықтарын жарнамалау мәселелеріне ерекше көңіл бөлу болып табылады. Ерекше табиғаты мен қызықты тарихы бар Түркия еуропалық туристер үшін, Қазақстан мен ТМД елдерінен келген туристер арасында ең танымал туристік бағыттардың бірі болып табылады және болады деп айта аламыз.

Бүгінгі күні қазақстандық заңнамада бар экологиялық туризмге классикалық тәсілдер оларды реттеу тетіктері мен өлшемшарттарын нақты айқындауды қажет етеді.

Сондықтан экотуризмнің анықтамалары сияқты жоғарыда аталған ұсынымдарды Қазақстан заңнамасында бекіту туристік саладағы барлық нормативтік құқықтық актілерді ретке келтіруге, оның ішінде экотуризмді дамыту саласындағы қызметті ұйымдастыратын субъектілерді объективті бағалауға, сондай-ақ аумақтарда табиғат қорғау шараларын арттыруға мүмкіндік береді. Сонымен қатар, туризм және экология саласындағы уәкілетті органдар тиісті іс-шаралар жоспарын әзірлеп, табиғи аумақтарда туризмді басқарудың қолданыстағы әдістерін қайта қарауы қажет.

Экологиялық туризм қоршаған табиғи ортаны қорғау және қалпына келтіру қоғам дамуының барған сайын елеулі өлшемдері болып табылатын кез келген елдің экономикасын дамытуға үлес қоса алатынын есте ұстаған жөн.

ПАЙДАЛАНҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Microsoft и Всемирная туристская организация будут стимулировать инновации в секторе туризма [Электронный ресурс]: база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2012-02-28/>. – Загл. с экрана.
2. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 262 қаулысы [Электрондық ресурс]: база данных содержит законодательные материалы. – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262>. – Загл. с экрана.
3. Асқарбек А.Ш., Абдунурова А., Дәулетова М.Т. Проблемы и перспективы устойчивого развития экотуризма: систематический обзор литературы // Central Asian Economic Review. – 2022. – № 6. – С. 89–99. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2022-6-89-99>.
4. Aldybayev B., Gubarenko A., Imangulova T., Ussubaliyeva S., Abdikarimova M. Popularization of objects of the cultural and historical heritage of the Republic of Kazakhstan as a

factor for the development of ethnocultural tourism of the country // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2021. – Vol. 39, № 4spl. – P. 1300–1320.

5. Economic Research Institute. Динамика посещаемости Республики Казахстан с 2018 по 2022 годы [Электронный ресурс]: база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <https://economy.kz/ru/Mnenija/id=396>. – Загл. с экрана.

6. Байбуриев Р.М. Роль экологического туризма в развитии сельских территорий: монография / Байбуриев Р.М. – Алматы: КазНУ имени Аль-Фараби, 2023. – 140 с.

7. Turkey [Электронный ресурс]: база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <http://www.turkey-info.ru>. – Загл. с экрана.

8. Iskakova K., et al. The Natural and Recreational Potential of Kazakhstan for the Ecological Tourism Development // *Ecological Tourism in the Republic of Kazakhstan*. – Springer, Cham, 2021. – P. 57–119.

9. Turkish Statistical Institute [Электронный ресурс]: база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <https://www.tuik.gov.tr/Home/Index>. – Загл. с экрана.

10. Yaşarsoy E., Oktay K. Destinasyonda Markalaşma Yolunda Şanlıurfa İçin Bir Model Önerisi // *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi* [Электронный ресурс]: база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <https://tutad.org/index.php/tutad/article/view/173>. – Загл. с экрана.

11. The Real Estate Sector in Turkey [Электронный ресурс]: база данных содержит статистические материалы. – Режим доступа: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/realestate-industry.pdf>. – Загл. с экрана.

12. Neger C. Ecotourism in crisis: an analysis of the main obstacles for the sector's economic sustainability // *Journal of Ecotourism*. – 2021. – No. 21 (311). – P. 1–23.

13. Zhanibekova F., Beisembinova A. Development of youth tourism in Kazakhstan: a conceptual approach to studying // *Central Asian Economic Review*. – 2023. – № 6. – P. 29–38. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-6-29-38>.

14. Отырар: Энциклопедия. – Алматы: «Арыс» баспасы, 2005. – 345 б.

15. Есимова Д.Д., Бөрібай Э.С., Сатыбалдиева Г.К. Қазақстандағы экологиялық туризмнің қазіргі даму тенденциялары // *Central Asian Economic Review*. – 2024. – № 1. – С. 83–93. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-3-83-93>.

16. Есимова Д.Д., Бөрібай Э.С., Сатыбалдиева Г.К., Кутай Октай. Устойчивое развитие сельских территорий: экотуризм и агротуризм // *Ізденістер, нәтижелер – Исследования, результаты*. – 2024. – № 2 (102). – С. 84–96. ISSN 2304-3334. <https://doi.org/10.37884/2-2024/09>.

17. Есимова Д.Д., Бөрібай Э.С., Есім А.Қ., Сатыбалдиева Г.К. Экологиялық туризм: Оқу құралы. – Павлодар: Toraighyrov University, 2024. – 295 б.

18. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019–2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360>.

19. Қазақстан Республикасының ұлттық статистика бюросы. Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің статистикалары [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/>.

20. National Park Service [Электронный ресурс]: официальный сайт Службы

Национальных парков США. – Режим доступа: <https://www.nps.gov/aboutus/national-park-system.htm>. – Загл. с экрана.

REFERENCES

1. Microsoft i Vsemirnaia turistskaia organizasia budut stimulirovāt innovasii v sektore turizma [Microsoft and the World Tourism Organization will drive innovation in the tourism sector] [Elektronnyi resurs]: baza dannyh soderjit statisticheskie materialy. – Rejim dostupa: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2012-02-28/>. – Zagl. s ekrana.
2. Qazaqstan Respublikasynyñ turistik salasyn damytudyñ 2023–2029 jyldarğa arналған tūjyrymdamasyn bekıtu turaly Qazaqstan Respublikasy Ūkımetiniñ 2023 jylğy 28 nauryzdağy № 262 qaulysy [Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 No. 262 on approval of the concept for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029] [Elektrondyq resurs]: baza dannyh soderjit zakonodatelnye materialy. – Rejim dostupa: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262>. – Zagl. s ekrana.
3. Asqarbek A.Ş., Abdunurova A., Däuletova M.T. Problemy i perspektivy ustoichivogo razvitia ekoturizma: sistematicheski obzor literatury [Problems and prospects of sustainable ecotourism development: a systematic review of the literature] // Central Asian Economic Review. – 2022. – № 6. – S. 89–99. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2022-6-89-99>.
4. Aldybayev B., Gubarenko A., Imangulova T., Ussubaliyeva S., Abdikarimova M. Popularization of objects of the cultural and historical heritage of the Republic of Kazakhstan as a factor for the development of ethnocultural tourism of the country // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2021. – Vol. 39, № 4spl. – P. 1300–1320.
5. Economic Research Institute. Dinamika poseşаемosti Respubliki Kazahstan s 2018 po 2022 gody [Dynamics of attendance in the Republic of Kazakhstan from 2018 to 2022] [Elektronnyi resurs]: baza dannyh soderjit statisticheskie materialy. – Rejim dostupa: <https://economy.kz/ru/Mnenija/id=396>. – Zagl. s ekrana.
6. Baiburiev R.M. Röl ekologicheskogo turizma v razvitii selskih territorii: monografiya [The role of ecological tourism in rural development: a monograph] / Baiburiev R.M. – Almaty: KazNU imeni Äl-Farabi, 2023. – 140 s.
7. Turkey [Elektronnyi resurs]: baza dannyh soderjit statisticheskie materialy. – Rejim dostupa: <http://www.turkey-info.ru>. – Zagl. s ekrana.
8. Iskakova K., et al. The Natural and Recreational Potential of Kazakhstan for the Ecological Tourism Development // Ecological Tourism in the Republic of Kazakhstan. – Springer, Cham, 2021. – P. 57–119.
9. Turkish Statistical Institute [Elektronnyi resurs]: baza dannyh soderjit statisticheskie materialy. – Rejim dostupa: <https://www.tuik.gov.tr/Home/Index>. – Zagl. s ekrana.
10. Yaşarsoy E., Oktay K. Destinasyonda Markalaşma Yolunda Şanlıurfa İçin Bir Model Önerisi // Türk Turizm Araştırmaları Dergisi [Elektronnyi resurs]: baza dannyh soderjit statisticheskie materialy. – Rejim dostupa: <https://tutad.org/index.php/tutad/article/view/173>. – Zagl. s ekrana.
11. The Real Estate Sector in Turkey [Elektronnyi resurs]: baza dannyh soderjit statisticheskie materialy. – Rejim dostupa: <https://www.invest.gov.tr/en/library/publications/lists/investpublications/realestate-industry.pdf>. – Zagl. s ekrana.
12. Neger C. Ecotourism in crisis: an analysis of the main obstacles for the sector's economic sustainability // Journal of Ecotourism. – 2021. – No. 21 (311). – P. 1–23.

13. Zhanibekova F., Beisembinova A. Development of youth tourism in Kazakhstan: a conceptual approach to studying // Central Asian Economic Review. – 2023. – № 6. – P. 29–38. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-6-29-38>.
14. Otyrar: Ensiklopedia. – Almaty: «Arys» baspasy, 2005. – 345 b.
15. Esimova D.D., Böribai E.S., Satybaldieva G.K. Qazaqstandaғы ekologialyq turizmnıñ qazırғы damu tendensialary [Current trends in the development of ecological tourism in Kazakhstan] // Central Asian Economic Review. – 2024. – № 1. – S. 83–93. <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-3-83-93>.
16. Esimova D.D., Boribai E.S., Satybaldieva G.K., Kutai Oktai. Ustoichivoe razvitie selskih territori: ekoturizm i agroturizm [Sustainable rural development: ecotourism and agrotourism] // Izdenister, nätijeler – İssledovania, rezültaty. – 2024. – № 2 (102). – S. 84–96. ISSN 2304-3334. <https://doi.org/10.37884/2-2024/09>.
17. Esimova D.D., Böribai E.S., Esım A.Q., Satybaldieva G.K. Ekologialyq turizm: Oqu qūraly. [Ecological tourism: a textbook. - Pavlodar: Toraighyrov University] – Pavlodar: Toraighyrov University, 2024. – 295 b.
18. Qazaqstan Respublikasynyñ turistik salasyn damytudyñ 2019–2025 jyldarğa arnalğan memlekettik baғdarlamasy [State program for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2019-2025] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360>.
19. Qazaqstan Respublikasynyñ ūlttyq statistika bürosy. Strategialyq josparlau jäne reformalar agenttıgınıñ statistikalary [Bureau of national statistics of the Republic of Kazakhstan. Statistics from the agency for Strategic Planning and reforms] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/>.
- National Park Service [Elektronnyi resurs]: ofisiälnyi sait Slujby Nasionälnyh parkov SŞA. – Rejim dostupa: <https://www.nps.gov/aboutus/national-park-system.htm>. – Zagl. s ekrana.

Д.Д. ЕСИМОВА
П.ғ.к., қауымдастырылған
профессор,
Торайғыров университеті,
(Қазақстан, Павлодар),
E-mail: dika-73@mail.ru

А.Қ. ЕСІМ
Докторант
Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті
(Қазақстан, Астана)
E-mail: ayana_esimova99@mail.ru

20.11.2024ж. баспаға түсті
10.12.2024ж. түзетулермен келді
30.12.2024ж. басып шығаруға қабылданды

A. YESIM¹, D. YESIMOVA²✉

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

²Toraighyrov University
(Kazakhstan, Pavlodar), E-mail: dika-73@mail.ru

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF ECOTOURISM IN KAZAKHSTAN BASED ON THE EXPERIENCE OF TURKEY

Abstract. In the last decade, ecotourism is becoming a popular direction and is characterized as a guarantee of the country's sustainable development. Ecological tourism as an advanced direction of the tourism industry is a pronounced resource direction that affects the regional

organization of tourist services, the formation of new tourist zones and their specialization. Ecological tourism should become one of the most priority areas of tourism in the Republic of Kazakhstan. For this, the state has the necessary factors.

The article examines the experience of Turkey in the development of the tourism industry, analyzes the priorities and weaknesses. The possibilities of applying the best practices of Turkey in the Republic of Kazakhstan as a powerful recreational factor in the development of ecotourism were considered, the best practices and achievements were analyzed. In the course of the study, an overview of the placement indicators of resort areas in Kazakhstan was made and the dynamics of tourist arrivals to the most attractive places was determined.

Approaches to the ecologization of tourism activities based on priority areas of ecotourism development in Kazakhstan were considered. The article also proposes to implement specific measures for the development of ecological tourism in Kazakhstan, taking into account the experience of the Turkish state in the development of ecological tourism.

At the same time, the importance of implementing the necessary personnel policy for tourist centers was tightened. It was established that a characteristic feature of the Turkish experience in the development of tourism is a special attention to the issues of advertising of the country's tourist centers.

Keywords: ecotourism, Tourism Industry, Economy, Business, recreational potential, natural areas, camping

А. ЕСИМ¹, Д. ЕСИМОВА²✉

¹Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева

(Казakhstan, Астана)

²Торайгыров университет

(Казakhstan, Павлодар), E-mail: dika-73@mail.ru

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЭКОТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ НА ОСНОВЕ ОПЫТА ТУРЦИИ

Аннотация. В последнее десятилетие экотуризм становится популярным направлением и характеризуется как гарантия устойчивого развития страны. Экологический туризм как передовое направление туристской индустрии является ярко выраженным ресурсным направлением, влияющим на региональную организацию туристских услуг, формирование новых туристических зон и их специализацию. Экологический туризм должен стать одним из наиболее приоритетных направлений туризма в Республике Казахстан. Для этого у государства есть необходимые факторы.

В статье рассматривается опыт Турции в развитии туристической отрасли, анализируются приоритеты и слабые стороны. Рассмотрены возможности применения передового опыта Турции в Республике Казахстан как мощного рекреационного фактора в развитии экотуризма, проанализированы лучшие практики и достижения. В ходе исследования был проведен обзор показателей размещения курортных зон Казахстана и определена динамика туристских прибытий в наиболее привлекательные места.

Рассмотрены подходы к экологизации туристской деятельности, основанные на приоритетных направлениях развития экотуризма в Казахстане. В статье также предлагается реализовать конкретные меры по развитию экологического туризма в Казахстане с учетом опыта турецкого государства в развитии экологического туризма.

В то же время была усилена важность реализации необходимой кадровой политики для туристических центров. Было установлено, что характерной чертой турецкого опыта в развитии туризма является особое внимание к вопросам рекламы туристических центров страны.

Ключевые слова: *экотуризм, туристическая индустрия, Экономика, Бизнес, рекреационный потенциал, природные территории, кемпинг*

IRSTI R11; Q56; O18

<https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.14>

UDC 332.1, 711.4

B. KENESHBAYEV¹✉, L. TAIZHANOV¹, S. NAKHIPBEKOVA², M. KULBAYEVA¹

¹Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University
(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: keneshbayev_bektur@ayu.edu.kz

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

WAYS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SINGLE-INDUSTRY TOWNS IN KAZAKHSTAN BASED ON INTERNATIONAL EXPERIENCE

Abstract. *The article examines the role of single-industry towns in the structure of the national economy of Kazakhstan and special difficulties in achieving sustainable development. These cities are heavily dependent on a limited number of industrial enterprises, which threatens their development. The main tasks include monoculturalization of the economy, growing socio-economic difficulties, environmental problems and demographic changes. To address these issues, this study focuses on the best international practices.*

In this study, in order to obtain a comprehensive understanding of the problems and possible solutions for single-industry towns in Kazakhstan, a comparative analysis is carried out and the collected data is analyzed with international examples to identify applicable strategies that can be adapted to the Kazakh context.

Economic diversification is important to reduce dependence on one branch of industry. For example, Japan and Germany have been successful in diversifying their economies using new technologies and innovative methods. Despite the fact that Kazakhstan is mainly a metallurgical Center, cities such as Temirtau are exploring opportunities for the development of Tourism and small and medium-sized businesses.

Infrastructure modernization is also an important factor, as outdated infrastructure hinders economic and social development. The experience of the Chinese city of Shenzhen shows that it is possible to invest in modern infrastructure and change the economic climate.

Keywords: *Sustainable Development, single-industry town, globalization, tourism, economic diversification*

Introduction

Adaptation of single-industry towns in Kazakhstan to sustainable development is one of the most pressing problems of our time. To ensure sustainable development of these cities based on world experience, it is necessary to diversify the economy, develop small and medium-sized

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Keneshbayev B., Taizhanov L., Nakhipbekova S., Kulbayeva M. Ways of Sustainable Development of Single-Industry Towns in Kazakhstan based on International Experience // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2024. –No4(6). –Б. 171–180. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.14>

***Cite us correctly:** Keneshbayev B., Taizhanov L., Nakhipbekova S., Kulbayeva M. Ways of Sustainable Development of Single-Industry Towns in Kazakhstan based on International Experience // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 171–180. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.14>

businesses, introduce coastal technologies and improve the tourism and service sectors. Improving single-industry towns and increasing their socio-economic risks. It highlights the need for economic diversification, community engagement and integration of sustainable practices. By analyzing international case studies and collecting local data, the study provides recommendations to politicians and stakeholders in Kazakhstan.

Single-industry towns play a special role in the economic structure of Kazakhstan. Single-industry towns are heavily dependent on one or more large companies. This economic imbalance hinders the development of single-industry towns and threatens their stability. The main problems of single-industry towns are economic dependence, the growth of social problems, environmental problems and demographic changes. Ensuring the sustainable development of such cities is an important task that contributes to the long-term economic growth of the country.

The purpose of this study is to identify factors contributing to the sustainable development of single – industry towns in Kazakhstan and propose effective methods for their application based on international experience. To achieve this goal, the following tasks were set: diversification of the economy, modernization of infrastructure and solving socio-environmental problems.

Comparative analysis, statistical data processing and factor analysis methods were used as research methods. In the course of the study, world experience was studied and best practices for the development of single-industry towns in countries such as Japan, Germany, China, Norway and Finland were considered. The examples of these countries are relevant for Kazakhstan, and by adapting their experience, it is possible to achieve sustainable development of single-industry towns. Diversification of the economy, improvement of infrastructure, reduction of environmental risks and development of small and medium-sized businesses in single-industry towns guarantee long-term economic stability.

Literature review

The issue of sustainable development of single-industry towns in Kazakhstan is becoming relevant. A differential system of support for single-industry towns is being considered by the state and methods of financial support are being proposed [1]. On the example of the Karaganda region, the mechanisms for managing the innovative development of single-industry towns are studied and the system of interaction of subjects is structured [2]. The importance of spiritual values for the sustainable development of society is emphasized and the need to study the cultural and value paradigm of Kazakhstan is highlighted [3]. In addition, the history of the formation and prospects for the development of the tourism industry, which plays an important role in the economic development of the country, is analyzed [4].

The main part. One of the most important issues today is the adaptation of single-industry towns in Kazakhstan to sustainable development. Single-industry towns are small cities whose economic and social status directly depends on a particular large enterprise or industry. As a rule, the standard of living of such cities will directly depend on the work of the same enterprises. Single-industry towns are developed in connection with the extraction of minerals and heavy industry, energy or agriculture. Therefore, such cities have a number of social and economic, environmental challenges. Based on the conclusions of world experience, strategic planning is necessary for the development of cities and their adaptation to the future.

Most single-industry towns in Kazakhstan developed during the Soviet era due to certain industrial industries. Such cities faced difficulties in modern economic conditions, because many enterprises were privatized. In addition, new technologies and global market trends have influenced changes in the economic system. In such conditions, decisions and reforms were needed for the

development and stability of single-industry towns.

The problem of single-industry towns arose at the end of the 20th century, but serious efforts were made to solve it only in 2008-2009. In those years, regional support and development programs began to be developed and implemented in order to diversify the economy of single-industry towns. Within the framework of regional policy, criteria were formed for classifying a settlement as monoprofilic, counting of such monoprofilic territories was carried out throughout the country, and in most cases a comprehensive investment development plan was developed [5].

Currently, single-industry towns in Kazakhstan strive to achieve economic diversification and long-term stability. To achieve this goal, it is important to study the experience of re-development and sustainable development of single-industry towns in different countries of the world. World experience will help determine the most effective strategies and tools for Kazakhstan, for which it is necessary to take such steps as diversification of the economy, improving the quality of life of the population and improving infrastructure.

Kazakhstan implements various programs aimed at the development of single-industry towns. The most important of them is the state program "development of single-industry towns", which has been implemented since 2012. Within the framework of the program, specific measures are envisaged to diversify the economy of cities and improve the quality of life of residents and modernize the city's infrastructure. However, for the full success of this program, it is necessary to take into account the world experience [6]. Single-industry towns face significant socio-economic difficulties due to their dependence on one primary enterprise or sector [7]. These settlements, which appeared in the 18th century, are often vulnerable to economic crises and require coordinated efforts of enterprises, local governments and the state for Sustainable Development [8]. Although formal measures to support single-industry towns are largely ineffective, residents have developed mass adaptation strategies, including seasonal work, travel, and participation in the informal economy [9]. Sustainable development of single-industry towns requires integrated approaches taking into account socio-economic and environmental factors [10]. Potential solutions include economic diversification, investment support mechanisms and, in some cases, the transition to seasonal work methods [5]. Solving these problems requires a detailed understanding of the unique conditions and potential of each city.

In the study of Maimurynova A. in the formation of the existing socio-economic problems of monocities and promising directions for their further development [2]. The ideas of ordinary people about the problems of their single-industry towns are not always connected with the real situation, and international experience provides state and regional support in restructuring the economy of single-industry towns [11].

Research methods

Single-industry towns play a special role in the economic structure of Kazakhstan. Single-industry towns in the country are largely dependent on one or more large industrial enterprises, which creates restrictions and risks in their development. The difficulty of sustainable development of single - industry towns is one-sided economic dependence, deepening socio-economic problems, the need to transfer to environmental difficulties and demographic changes. To overcome these difficulties, attention was paid to factor analysis aimed at ensuring the sustainable development of single-industry towns in the country through the study of world experience.

Results and discussion

1. Economic diversification. One of the main problems of these single – industry towns is the dependence of the economy on one industry. As the world experience shows, the basis of

sustainable development of single-industry towns is economic diversification. In this direction, it is possible to reduce economic risks by developing the economy of cities in several sectors.

As an example, Japan and Germany are developing economies of new technologies, innovations. Small single-industry towns in Germany diversify their economy through the service sector, tourism innovative technologies. Directions of economic diversification of single-industry towns in Kazakhstan and world experience are presented in Table 1.

Table 1 – Directions of economic diversification of single-industry towns in Kazakhstan and world experience

City name	Main industry	Current areas of diversification	Ideas from world practice
Temirtau	Metallurgy	Tourism, small business	Service sector in Germany
Zhezkazgan	Mining	Agriculture, trade	New technologies in Japan

*Created by the authors based on data [4-11]

By applying this experience to the country, it is possible to reduce the economic dependence of single-industry towns. In some single-industry towns of Kazakhstan, steps are being taken to diversify the economy. For example, while Temirtau is a center of metallurgical production, initiatives aimed at the development of Tourism and small and medium-sized businesses are being implemented. However, it is necessary to continue the work in this direction on a regular basis. Economic diversification, especially through the development of the service sector and the agricultural sector, will give impetus to single-industry towns.

1. Modernization of infrastructure. The development of infrastructure is one of the main factors in the sustainable development of any city. The infrastructure of single-industry towns in Kazakhstan is outdated, and this hinders economic and social development. The quality of energy networks, roads and communication systems is often at a low level, which affects the quality of life of urban residents and opportunities to attract investment. Infrastructure problems of single-industry towns of Kazakhstan are reflected in Table 2.

Table 2 – infrastructure problems of single-industry towns of Kazakhstan

City name	Main infrastructure issues	The need for modernization	World experience
Shakhtinsk	Poor roads, old energy networks	Modernization of roads and energy infrastructure	Shenzhen model in China
Ridder	Degradation of communication systems	Development of modern communication networks	Infrastructure of Finland

* Created by the authors based on data [4-11]

If we pay attention to the world experience, the infrastructure of the Chinese city of Shenzhen has shown the effectiveness of modernization. Initially, this small town based on agriculture was later transformed into a center of production and technology through investment in modern infrastructure. This model of China may be suitable for use in single-industry towns in Kazakhstan. Kazakhstan has state programs to improve and develop infrastructure. However, it is important to carry out these works in a comprehensive manner.

1. Development of small and medium-sized businesses. The development of small and medium-sized businesses (SMEs) is the main tool for ensuring the economic stability of single-

industry towns. An example of this is the German model "central city". Here, each small town or village supported their economy and improved their standard of living through small and medium-sized businesses.

2. It can also contribute to job creation and economic diversification in Kazakhstan. Business initiatives, especially in the field of services, trade and agriculture, are able to open up new opportunities for single-industry towns.

3. social demographic factor - directly contributes to economic stability, the quality of life of the population and the state of the labor market in the city. The socio-demographic situation of single-industry towns is mainly characterized by such problems as population migration, unemployment rate, outflow of young people from the city and aging of the population. The solution of these problems will affect the diversification of the city's economy, the development of infrastructure and sustainable development in general.

According to world experience, small towns in Finland and Sweden can be good examples of how to keep young people in the city and offer them new opportunities. In these countries, through the creation of jobs for young people, the development of educational and vocational training programs, they managed to reduce their outflow from the city. Japan has improved special social programs and health services to address the problems of aging. In Japan, modern medical technologies for the elderly population have been introduced, and their opportunities for participation in the city's economy have been expanded. Therefore, it has a direct impact on the sustainable development of single-industry towns in Kazakhstan. The outflow of young people from the city, the high level of unemployment, has a direct impact on the development of the population. Examples from world experience suggest specific solutions that contribute to the effectiveness of policies in this direction.

4. State support and the role of local government. The sustainable development of single-industry towns largely depends on the effectiveness of state support and local government. In Kazakhstan, in 2012, the program "development of single-industry towns" became the main initiative aimed at solving social and economic problems of single-industry towns. However, based on world experience, the effectiveness of Local Government Activities plays an important role. The city of Detroit in the United States succeeded by strengthening the role of local government during the revival. In Kazakhstan, Increasing the participation of local governments and the active participation of society in solving urban problems will help ensure the sustainable provision of single-industry towns. Table 3 presents state programs for the development of single-industry towns in Kazakhstan and their results.

Table 3 – state programs for the development of single-industry towns of Kazakhstan and their results

Program name	Purpose	Cities covered	Results
Development of single-industry towns (2012)	Improving the socio-economic situation	Temirtau, Ekibastuz	Infrastructure modernization
«Nurly Zhol»	Improving road and transport infrastructure	Zhezkazgan, Temirtau	Modernization of roads

* Created by the authors based on data [4-11]

1. Environmental factor-since the majority of single-industry towns in Kazakhstan are associated with the extraction of minerals or heavy industry, environmental problems hinder their sustainable development. According to world experience, Norway has implemented measures to protect the environment surrounded by oil-producing cities and solved environmental problems through careful use of Natural Resources. The transition to renewable energy sources in single-industry towns in the country, the use of «green» technologies will reduce environmental risks. Environmental problems in single-industry towns of Kazakhstan and world experience in solving them are presented in Table 4.

Table 4 – Environmental problems in single-industry towns of Kazakhstan and world experience in solving them

City name	Main environmental issues	Introduction of green technologies	World experience
Temirtau	Air pollution, waste	Wind energy, solar energy	Norway's environmental solutions
Balkhash	Abundance of industrial waste	Introduction of green technologies	Green energy of Germany

* Created by the authors based on data [4-11]

Conclusion

In conclusion, it should be noted that diversification of the economy, modernization of infrastructure, development of small and medium-sized businesses, improvement of the socio-demographic situation, state support and the solution of environmental problems play an important role in ensuring the sustainable development of single-industry towns in Kazakhstan. According to world experience, Kazakhstan can serve as an example for the development of single-industry towns in countries such as Japan, Germany, China, Finland, Sweden and Norway. Diversification of the economy of single-industry towns can reduce their economic dependence and improve the quality of life by improving infrastructure. The development of small and medium-sized businesses will increase the potential for creating jobs and retaining young people in the city. Ensuring environmental sustainability will reduce barriers to the development of single-industry towns. Thus, the results of this study will give a new impetus to the sustainable development of single-industry towns. Further research should be aimed at deepening research in this area and developing specific recommendations.

The adaptation of single-industry towns to sustainable development in Kazakhstan depends on many factors. Economic diversification, infrastructure burning, the development of small and medium-sized businesses, the solution of environmental problems and state support should be systematically implemented. It is necessary to study world experience and adapt to local conditions to increase opportunities for the transformation of single-industry towns in Kazakhstan into sustainable and competitive cities in the future.

BIBLIOGRAPHY

1. Акбергенова А. К. Қазақстан моноқалаларының даму жағдайы: Монография. – Нұр-Сұлтан: Елтаным баспасы, 2022. – 250 б.
2. Maimurunova A., Seitkazina Z., Ongarbayeva A., et al. Problems of Sustainable Development of Single-Industry Towns. Example of Karaganda Region // Journal of Environmental Management & Tourism. – 2022. – Vol. 13, No. 3. – P. 707-720.

3. Нурмуратов С. Е., Курмангалиева Г. К. Рухани құндылықтар қоғамның тұрақты дамуының негізі // Аль-Фараби. – 2021. – Т. 73. – № 1.
4. Қанатұлы М. Проблемы и перспективы дальнейшего развития туристской отрасли в Республике Казахстан // Лебедевские чтения. – 2021. – С. 358-361.
5. Volkov A., Korobov E., Ivanov P., et al. Sustainable development of single-industry towns in Russia // E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2021. – Vol. 295. – P. 01003.
6. «Моноқалаларды дамыту» мемлекеттік бағдарламасы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1200000683>.
7. Kilybayev T., Sariyev A., Kaskabassova Z., et al. Study of socio-economic problems of single-industry towns for sustainable development // Journal of Psychology & Sociology. – 2023. – Vol. 87, No. 4.
8. Shavyrina I. V., Kondratyev S. V., Golovko A. A. Genesis Of Social Entrepreneurship In The Socio-Economic Activities Context // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. – 2021. – Vol. 102.
9. Elena V. N., Nikolay I. K. “Dying” or “New Life” of Single-Industry Towns (the Case Study of Socio-economic Adaptation of Residents of Single-industry Settlements in the North-West of Russia) // SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT. – 2020. – P. 139.
10. Dushkova D., Krasovskaya T. Post-Soviet single-industry cities in northern Russia: movement towards sustainable development. A case study of Kirovsk // Belgeo. Revue belge de géographie. – 2018. – No. 4.
11. Маллямова Э. Н., Осипов А. В., Смирнова Н. В. Социально-экономические проблемы моногородов // Международный научно-исследовательский журнал. – 2021. – № 4-4 (106). – С. 140-143.

REFERENCES

1. Akbergenova A. K. Qazaqstan monoqalalarynyñ damu jaǵdaiy: Monografia. [State of development of single-industry towns of Kazakhstan: monograph.] – Nūr-Sūltan: Eltanym baspasy, 2022. – 250 b.
2. Maimurunova A., Seitkazina Z., Ongarbayeva A., et al. Problems of Sustainable Development of Single-Industry Towns. Example of Karaganda Region // Journal of Environmental Management & Tourism. – 2022. – Vol. 13, No. 3. – P. 707-720.
3. Nurmuratov S. E., Kurmangalieva G. K. Ruhani qūndylyqtar qoǵamnyñ tūraqty damuynyñ negizi [Spiritual values are the basis for the sustainable development of society] // Ąl-Farabi. – 2021. – Т. 73. – № 1.
4. Qanatūly M. Problemy i perspektivy dālneiřego razvitia turistskoi otrasli v Respublike Kazakhstan [Problems and prospects of further development of the tourism industry in the Republic of Kazakhstan] // Lebedevskie chtenia. – 2021. – S. 358-361.
5. Volkov A., Korobov E., Ivanov P., et al. Sustainable development of single-industry towns in Russia // E3S Web of Conferences. – EDP Sciences, 2021. – Vol. 295. – P. 01003.
6. «Monoqalalardy damytu» memlekettik baǵdarlamasy [State program "development of single-industry towns"] [Elektronnyi resurs]. – Rejim dostupa: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1200000683>.
7. Kilybayev T., Sariyev A., Kaskabassova Z., et al. Study of socio-economic problems of single-industry towns for sustainable development // Journal of Psychology & Sociology. – 2023. – Vol. 87, No. 4.
8. Shavyrina I. V., Kondratyev S. V., Golovko A. A. Genesis of Social Entrepreneurship in

The Socio-Economic Activities Context // European Proceedings of Social and Behavioural Sciences. – 2021. – Vol. 102.

9. Elena V. N., Nikolay I. K. “Dying” or “New Life” of Single-Industry Towns (the Case Study of Socio-economic Adaptation of Residents of Single-industry Settlements in the North-West of Russia) // SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT. – 2020. – P. 139.

10. Dushkova D., Krasovskaya T. Post-Soviet single-industry cities in northern Russia: movement towards sustainable development. A case study of Kirovsk // Belgeo. Revue belge de géographie. – 2018. – No. 4.

11. Mallämovä E. N., Osipov A. V., Smirnova N. V. Sosiälno-ekonomicheskie problemy monogorodov [Socio-economic problems of single-industry towns] // Mejdunarodnyi nauchno-issledovatel'ski jurnal. – 2021. – № 4-4 (106). – S. 140-143.

B. KENESHBAYEV PhD, Senior Lecturer Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University (Kazakhstan, Turkistan) E-mail: keneshbayev_bektur@ayu.edu.kz	L. TAIZHANOV PhD, Senior Lecturer Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University (Kazakhstan, Turkistan) E-mail: Lesbek.taizhanov@ayu.edu.kz
S. NAKHIPBEKOVA Acting Associate Professor University of International Tourism and Hospitality (Kazakhstan, Turkistan) E-mail: nahypbekova.symbat@iuth.edu.kz	M. KULBAYEVA Candidate of Economic Sciences, acting associate professor, Khoja Akhmet Yassawi International Kazakh-Turkish University (Kazakhstan, Turkistan) E-mail: meruert.kulbayeva@ayu.edu.kz
	<i>Received 07.11.2024</i> <i>Received in revised form 11.12.2024</i> <i>Accepted for publication 30.12.2024</i>

Б. КЕНЕШБАЕВ¹✉, Л. ТАЙЖАНОВ¹, С. НАХИПБЕКОВА², М. КУЛБАЕВА¹

¹Қожа Ахмет Яссауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: keneshbayev_bektur@ayu.edu.kz

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан)

ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕ НЕГІЗІНДЕ ҚАЗАҚСТАН МОНОҚАЛАЛАРЫН ТҰРАҚТЫ ДАМУ ЖОЛДАРЫ

Аңдатпа. Бұл зерттеу Қазақстандағы моноқалалардың ұлттық экономикалық құрылымдағы рөлін және олардың тұрақты дамуға қол жеткізудегі бірегей сын-қатерлерін зерттейді. Бұл қалалар негізінен өнеркәсіптік кәсіпорындардың шектеулі санына тәуелді, бұл олардың өсуіндегі осалдықтар мен тәуекелдерге әкеледі. Негізгі мәселелерге экономикалық монокультура, әлеуметтік-экономикалық мәселелерді тереңдету, экологиялық қиындықтар, демографиялық өзгерістер жатады. Осы міндеттерді шешу үшін зерттеу Қазақстанның моноқалаларының тұрақты даму стратегияларын негіздей алатын озық әлемдік тәжірибелерге бағытталған.

Фокустың негізгі бағыттары экономиканы әртараптандыру болып табылады, бұл

жөкелеген салаларға тәуелділікті азайту үшін өте маңызды. Мысалы, Жапония мен Германия өз экономикаларын әртараптандыру үшін жаңа технологиялар мен инновациялық тәжірибелерді сәтті қолданды. Қазақстанда Теміртау сияқты қалалар, ең алдымен металлургиялық хаб, туризм мен шағын бизнесті дамытуды зерттей бастады, дегенмен бұл күш-жігер жүйелі түрде жалғастыруды қажет етеді.

Инфрақұрылымды жаңғырту тағы бір маңызды фактор болып табылады, өйткені ескірген инфрақұрылым экономикалық және әлеуметтік дамуға кедергі келтіреді. Қытайдың Шэньчжэнь қаласынан алынған мысалдар заманауи инфрақұрылымға инвестиция салу қаланың экономикалық ландшафтын қалай өзгерте алатынын көрсетеді.

Сонымен қатар, шағын және орта бизнесті (Шоб) ілгерілету экономикалық тұрақтылық үшін өте маңызды. Шағын Және орта Бизнес арқылы жергілікті экономиканы ынталандыратын Неміс моделін зерттеу қазақстанның моноқалаларында жұмыс орындарын құруға және экономикалық әртүрлілікке ықпал етуі мүмкін.

Ақырында, әлеуметтік-демографиялық факторларды шешу өмір сүру деңгейі мен еңбек нарығының жағдайын жақсарту үшін өте маңызды. Финляндия мен Швецияда жүргізілген сәтті жағдайлық зерттеулер жастарды ұстап қалудың және жұмысқа орналасуға мүмкіндік берудің тиімді стратегияларын көрсетеді. Тұтастай алғанда, бұл зерттеу Экологиялық проблемаларды ескере отырып және жасыл экономиканы ілгерілеті отырып, Қазақстанның моноқалаларын тұрақты дамыту үшін мемлекеттік қолдау мен жергілікті басқаруды қоса алғанда, кешенді тәсіл қажет екенін көрсетеді.

Кілт сөздер: Тұрақты Даму, моноқала, жаһандану, туризм, экономиканы әртараптандыру

Б. КЕНЕШБАЕВ¹✉, Л. ТАЙЖАНОВ¹, С. НАХИПБЕКОВА², М. КУЛБАЕВА¹

¹Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Ясави (Казахстан, Туркестан), E-mail: keneshbayev_bektur@ayu.edu.kz

²Международный университет туризма и гостеприимства (Казахстан, Туркестан)

ПУТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ МОНОГОРОДОВ КАЗАХСТАНА НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

Аннотация. Данное исследование посвящено роли моногородов в Казахстане в рамках национальной экономической структуры и уникальным проблемам, с которыми они сталкиваются на пути к устойчивому развитию. Эти города в основном зависят от ограниченного числа промышленных предприятий, что приводит к уязвимостям и рискам в их развитии. Основные проблемы включают экономическую монокультуру, углубление социально-экономических вызовов, экологические трудности и демографические изменения. Для решения этих проблем исследование фокусируется на мировых лучших практиках, которые могут информировать стратегии устойчивого развития моногородов Казахстана.

Ключевые направления включают экономическое диверсифицирование, что крайне важно для уменьшения зависимости от отдельных отраслей. Например, Япония и Германия успешно используют новые технологии и инновационные практики для диверсификации своих экономик. В Казахстане такие города, как Теміртау, начинают исследовать развитие туризма и малого бизнеса, хотя эти усилия требуют систематического

продолжения.

Современное обновление инфраструктуры также является критическим фактором, поскольку устаревшая инфраструктура затрудняет как экономическое, так и социальное развитие. Примеры из Шэньчжэня в Китае показывают, как инвестиции в современную инфраструктуру могут преобразовать экономический ландшафт города.

Кроме того, развитие малого и среднего бизнеса жизненно важно для экономической стабильности. Применение немецкой модели «центрального города» может помочь местной экономике и способствовать созданию рабочих мест.

Наконец, необходимо также решать социо-демографические факторы, влияющие на уровень жизни и состояние рынка труда. Успешные примеры из Финляндии и Швеции показывают эффективные стратегии удержания молодежи в городе и предоставления им рабочих мест.

Таким образом, для устойчивого развития моногородов Казахстана необходим комплексный подход, включая государственную поддержку и местное управление, учитывая экологические вызовы и содействуя переходу к «зеленой» экономике.

Ключевые слова: Устойчивое развитие, моногород, глобализация, туризм, диверсификация экономики

О. НҰСҚАБАЕВ¹, Д. АЛТЫНБЕК¹

¹Халықаралық туризм және меймандостық университеті
(Қазақстан, Түркістан), E-mail: o_nuskabayev@mail.ru

ЖЕМҚОРЛЫҚ ЭКОНОМИКАСЫ: МӘНІ, АЛДЫН АЛУДЫҢ ӘЛЕУМЕТТІК-ЗАҢНАМАЛЫҚ ТҰҒЫРЛАРЫ

Аңдатпа. «Жемқорлық экономикасы» термині осы ұғым-түсініктің тар және кең мағынасында мемлекеттік құрылымдарда лауазымдық қызметтерде жұмыстанатын тұлғалардың елді гүлдендіріп, өркендетуге бөлінетін қомақты бюджеттік қаржы көздерінен жымқырып өзінің, отбасының, туған-туыстарының байуы үшін табыстануының лас, басқалармен сыбайласа әрекеттенетін пайдакүнемдік амалдарының және жемқорлықты іс-әрекеттерінің ел экономикасының дамуына тигізетін салдарының мәнін мазмұндайды.

Себебі әлемдегі ең бай адамдар табыстануға салынған алғашқы қаражат көздерін билік сатыларында қызметтеніп жүріп, жемқорлық айла-әдістерді пайдалану арқылы жинақтаған. Парақорлық амалдарды пайдаланып байыған. Олар өз елдерінің экономикасының дұрыс жұмыстануына қызмет етпеген. Тек өз қалталарын толтыруды ойлаған.

Осыдан болар жемқорлық билік жүйесіндегі лауазымды тұлғалардың байу мақсатында қызметіне орай тиісті құқықтарды пайдалануы арқылы лас, қылмыстық істерге бару құлқы ретінде анықталады.

Мақалада жемқорлық экономикасының елімізде аяқтанып, етек жайып кетпеуінің алдын алу үшін сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес қалай жүзеге асырылып келе жатқандығы талданады.

Кілт сөздер: жемқорлық, парақорлық, сыбайлас жемқорлық, оларға қарсы күрес, әлеуметтік-заңнамалық алғы шарттар, салдар тудырмау амалдары.

Кіріспе

Біріккен Ұлттар ұйымы қабылдаған «Сыбайлас жемқорлыққа қарсы конвенцияда» сыбайлас жемқорлыққа төмендегідей анықтама берілген:

«Сыбайлас жемқорлық – бұл мемлекеттік билікті жеке бас пайдасы үшін, үшінші бір тұлғалар мен топтардың мақсаты үшін асыра пайдалану».

Ал, Қазақстан Республикасының «Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес туралы» заңындағы анықтама мынадай:

«...Мемлекеттік қызмет атқарушы тұлғалардың, сондай-ақ соларға тіркестірілген тұлғалардың өз лауазымдық өкіліктерін пайдалана отырып...пайда табу үшін...құқыққа

***Бізге дұрыс сілтеме жасаңыз:** Нұсқабаев О., Алтынбек Д. Жемқорлық экономикасы: мәні, алдын алудың әлеуметтік-заңнамалық тұғырлары // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 181–190. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.15>

***Cite us correctly:** Nūsqabaev O., Altynbek D. Jemqorlyq ekonomikasy: mānı, aldyn aludyñ āleumettik-zañnamalyq tūğyrlary [The economy of corruption: essence, socio-legislative pillars of prevention] // Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. –2024. –No4(6). –Б. 181–190. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.15>

қайшы келетін пайдакүнемдік, немесе пара алу жағдайлары».

Нақтылап айтқанда, сыбайлас жемқорлық – бұл қызмет дәрежесін жеке мақсатта пайдалану. Ол үшін ол мемлекет белгілі бір істі атқаруға бөлген қаржыдан не жымқырады немесе басшылық қызметін пайдаланып көрсеткен қызметі үшін пара алады.

Зерттеу әдістері

Қоғамдық өмірді ізгілендіруге бағдарланған заңнамалық реттеу тәсілдері, сыбайлас жемқорлық әрекеттерді анықтау, оған қарсы күрес ұйымдастыру жолдары, жемқорлық пен паракорлыққа қолданылатын жазалардың ықтималдылығын артыру амалдары, сыбайлас жемқорлыққа қарсы қоғамдық пікірді қалыптастыру тәсілдері.

Талдаулар және нәтижелер

Жемқорлық

Жемқорлыққа қарсы іс-әрекет алдымен «сыбайлас жемқорлық» терминінің мәнін жан-жақты ұғынуға ықпал ететін, және де соған қатысты әрекеттерді бейнелейтін ұғым-түсініктердің мазмұнын анықтап алуды қажетсінеді.

«Жемқорлық» түсінігі, яғни «коррупция» ұғымы латынның «corruptere» (корруптнере) сөзінен туындаған аталым, ұғым-түсінік.

Қазақшасы: бүлдіру, құлдырау, параға сатып алу, азғыру, тура жолдан тайдыру, притон, құбылмалық, істі бұзу, күйреуге әкелу, бұрмалау, алдау, қорлау, ар-намысты таптау, қирату, заңнан аттап өту, шартты бұзу, мемлекетті тұралатып, қалыптасқан қоғамдық қарым-қатынасты бұзу деген сияқты мағыналарда қолданылады.

Бұлардан өзгешелеу параға сатып алу, «ірітіп-шіріту» дегендіні де білдіреді.

Ал, «жемқорлық» ұғымына жалғасқан «сыбайлас» түсінігі «біреуді ақша немесе басқалай (заттай) нәрсе беріп, «паралау» дегендінақтылай келіп, анықтай түседі.

Осы екі сөзден құралған «сыбайлас жемқорлық» ұғым-түсінігі қосындысында «жүрекке жара салып, бүлдіру, бұзу» дегенді білдіреді.

Демек «сыбайлас жемқорлық» дегеніміз осы сөздің қарапайым мағынасында жәй ғана лауазымды тұлғаны паралап, сатып алу немесе оны байыту дегенді ғана білдірмейді. Бұл ұғым-түсініктің мән-мағынасы оданда жоғары әрі салмақты.

Белгілі бір қоғамда қалыптасып, тұрақтанған саяси жүйені, оның биліктік құрылымын ірітіп-шірітіп бүлдіру, ыдырату, түп-түбінде құрдымға кетуін тездету дегенді мансұқтайды.

Өйткені мемлекеттің құрдымға кетуі өз халқының мүдделерін, елінің гүлденуін аяққа таптап дандайсыған биліктегі лауазымдық тұлғалардың пайдакүнемдік пиғылдарына сай паракорлық, сатылғыштық қылықтарының жемісі болып табылады.

Пара

Пара дегеніміз лауазымды тұлғаның басшылық қызметін пайдаланып, не ақшалай, не заттай игіліктенуі.

Десек те, пара алушы лауазымдық тұлға параны тікелей өзі алмайды. Не бір туысы, не басқа бір арадағы делдал адам арқылы алады. Не өз атындағы, не туысы атындағы жалған ұйымға аударады.

Пара үшін алынатын нәрселер мыналар:

Заттар – ақша, оның ішінде валюта, банк түбіртектері, құнды қағаздар, бағалы металдар, асыл тастар, не солардан жасалған бұйымдар, автокөліктер, өзге тауарлар, пәтерлер, саяжайлар, қала сыртындағы коттедждер, азық-түліктер, тұрмыстық техника, аспаптар, жер учаскілері, басқалай да жылжымайтын мүліктер.

Парақорлық мынадай жолдармен де көріністенеді.

Мысалыға, мемлекет есебінен, айталық бір ауданда мектеп салынуы жоспарланды, делік. Оған тендер жарияланады. Бірақ мектеп салуды жергілікті билік басшылығы «өздерінің сенімді құрылыс компаниясына аудартып береді». Неге?

Себебі, араларында жасырын келісім бар!

Құрылыс компаниясы мектепті салуға мемлекет бөлген қаражат көзінен өзара келісілген % соманы жергілікті басшылықтың жеке қалталарына құяды.

Бұдан кім ұтып, кім ұтылады?

Әрине ұтылатын мемлекет!

Өйткені құрылыс компаниясы мектепті тұрғызуға құны арзан, сапасы төмен материалдарды сатып алады. Әрі олардың сатып алу құнын жоғары сомалық бағалармен актілейді.

Осыдан мектеп жарты кем, ақаулы болып тұрғызылады. Не араға жыл салып құлап қалады, не күрделі жөндеуді қажетсінеді.

Бұл мемлекетке зиян ба? Әрине зиян!

Бұдан мемлекет ұтылып, тек пара беруші компания басшылары ғана ұтысқа шығады.

Ең жаманы авторитарлық мемлекеттерде бұл әдетті жағдайға айналған. Авторитарлық мемлекеттердің гүлденіп, көркеймеуінің бір себебі осы парақорлық қалыптан арала алмауларында жатыр!

Жемқорлықты, парақорлықты ауыздықтаудың тұғырлық алғы шарттары

Қазақстан сыбайлас жемқорлыққа қарсы бірнеше іс-қимыл стратегиясын жасақтап алып, оған қарсы аянбай күресіп келеді.

Мысалы, Қазақстан ТМД елдері арасында алғашқылардың бірі болып сыбайлас жемқорлыққа қарсы күресті қолға алды. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес саясатын жасақтады. Негізгі қағидаттарын, қарсы күрестің құрылымдық тетіктерін жүйелендіріп, бекітіп алды. «Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес туралы» Заң қабылдады.

Бұл заң жаңа уақыттар талаптарына сай жаңа құқықтық нормалармен толықтырылып отырылды.

Қазіргі таңда Заң ондаған баптардан құрылымдалған. Заңда қамтылған негізгі ұғым-түсініктерге анықтамалар берілген. Заңның қолдану аясы кеңейтілген. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимылдың негізгі қағидаттары жаңартылып, нұсқаланған. Мақсаттары мен міндеттері белгіленген.

Іс-қимыл шаралары нақтыланып не істелуі, қалай істелуі қажеттілігі пысықталған.

Мониторинг жүйесі жасақталған. Болжамдық талдауларға орын берілген.

Ең бастысы - сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениеті: құқықтық, моралдық, имандылық, адамгершіліктік, құндылықтық, құзреттілік, төзбеушілік, қарсы тұрушылық, т.с.с. қалыптастыру жолдары көрсетілген.

Қаржы көздерін бақылау жолдары нақтылы жүйеленген.

«Сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес туралы» Заңмен қатар Қазақстан Республикасында мемлекеттік қызметшілердің әдептілік нормалар кодексі бекітілген. «Мемлекеттік қызмет туралы» Заң да қызметтенуде. Онда мемлекеттік қызметшінің адал, әділ, қарапайым болуы, қоғамда қабылданған тәртіп ережелері мен моралдық-этикалық нормаларды сақтауы, азаматтармен және әріптестерімен қарым-қатынаста сыпайылық пен әдептіліктен аспау жолдары сипатталған.

Парақорлық және басқада құқыққа қайшы әдептерден аулақ жүрулері керектігі

пысықталған.

Жоғарыда аталған негізгі заңнамалық құзырлармен қатар Қазақстан Республикасында сыбайлас жемқорлыққа қарсы ондаған заңнамалық актілер, ресми қаулы-қарарлар мен шешімдер, сыбайлас жемқорлықтың алдын алудағы құқықтық институттардың, сот жүйелерінің, жергілікті билік органдарының қызметтенулерінің ашықтығы, сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрестегі БАҚ-тың рөлі туралы құжаттар қабылданған (2-7).

Дей тұрғанмен еліміз парақорлық пен сыбайлақан жемқорлық жайлаған елдер қатарынан көрінуінен әлі де арыла қоймаған.

Айталық, әлем елдеріндегі сыбайласқан жемқорлық деңгейін анықтайтын «Транспаренси Интернэшнл» құрылымының Қазақстандағы бөлімшесінің анықтауы бойынша, Қазақстанда жемқорлық пен парақорлық деңгейі жоғары. Қазақстан ұйымның 2023 жылғы қорытынды есебінде тіркеуде бар 180 елдің ішінде 92-ші орынға (100 мүмкіндіктен 39 баллдық көрсеткіш жинақтаған) жайғасқан. Бұл көрсеткіш Түркіменстан (18 балл), Тәжікстан (20 балл), Азербайжан (23 балл), Қырғызстан (26 балл), Өзбекстан (33 балл) жинақтаған көрсеткіштерден көп жоғары. Бұған не себеп болуда?

Бастысы - сыбайлас жемқорлыққа қарсы күрес туралы заңда, сондай-ақ өзге де заңнамалық күші бар актілер мен ресми құжаттарда нақтылы көрсетіліп, нұсқаланған басты талап ескеріле бермейді. Ол талап мынау: лауазымды басшылардың экономикалық маңызы зор (жекешелендіру, акциялау, аукциондар өткізу, т.т.) шешімдерді қабылдауының ашықтығының болмауы, жасырын өткізілуі, жариялықтың жоқтығы. Ірі экономикалық-коррупциялық қылмыстар осындайдан туындауда.

Пара алу да (пара беру де) лауазымды тұлғалардың басшылық құзырын «лас» табыс көзіне айналдырып алуынан туындаған ізгілікті қоғамға жат құбылыс. Параны басшы қызметтегілер қандай «қызметтері» үшін алады?

Мұнай көзі және басқалай да шикі зат көзі бар кен орындарын немесе банкротқа ұшыраған ірі завод-фабрикаларды, фирмалады арзан бағаға шетелдік алапауттарға сатады. Олардан «еңбегі үшін» мол көлемде ақшалай пара алады.

Ақшалы қорларды иелендіргені үшін де пысақай алаяқтардан да мол көлемде пара олжалайды. Ортаң қол қызметтердегі басшылар пәтер алуға немесе жәрдем ақы алуға жәрдемін тигізгені үшін пра алуға жоғары белсенділік танытады. Бұлар, сонымен қатар, қызметке қабылдағаны үшін, үй-жай немесе сауда орнын салуға жер бөлдіргені үшін, лицензия иеленуге, өзге де жеңілдіктерге қол жеткізуге, т.т. «жәрдемін тигізгені үшін» пара алудан алдарына жан шаптырмайды.

Кәсіпорын, компания, кішігірім зауыт, фабрика, кен орындары иелері де салынатын салықты азайту үшін тексеруші тұлғаларға пара береді. Баж салығын төлемеу және кеден ережелерін орындамау үшін де тиісті бақылаушы органдарға пара ұсынылады. Мұның растамасына жыл сайын Хоргос бекетінде орын алып, айқай-шу тудырып жататын жымысқы жәйттеді мысалдауға болады. Полицейлер де жұртшылыққа белгілі болып қалғанына қарамастан, қылмыстық істі есепке тіркеуге қоспағаны үшін пара сұрайды.

Жалпы жемқорлық пен парақорлық қоғамда жоғары лауазымдық қызметтегілерден ең төменгі қызметте жұмыстанатындарға дейінгі аралықта орын алып келе жатқан құбылыс.

Құқықтық мемлекетте сыбайлас жемқорлық сияқты лас құбылыстың орын алуы ұятты нәрсе. Өйткені жемқорлық ең алдымен ұлттық қауіпсіздікке қатер төндіреді.

Мемлекет үшін ең қауіптісі – сыбайлас жемқорлыққа бой алдырған жоғары шенді шенеуіктердің қылмыстық топтармен ымыраласып, әртүрлі компаниялар құрып алып, ел

байлығын арзан бағамен шет елдерге асыруы болып табылады. Бұл іске кеден, салық және құқық қорғау қызметкерлері де молынан тартылады. Сөйтіп, ірі қылмыстық топтар жасақталынып алынады. Мұндай қылмыстық топтар ел байлығын ысырап етіп, халықты аш-жалаңаш қалдырады, мемлекетті тұралатады. Мемлекетке тиімсіз инвестициялық жобаларды іске қостыртады. Шикізат көздері мен стратегиялық ресурстардың экономикалық контрабанда жолымен шет елдерге жасырын тасымалдауына жол ашып береді.

Мұндай топтар тарапынан жасалып келе жатқан сыбайластық қылмыс түрлері әлі де болса көріністенуде. Өйткені олар:

- қылмыстық жолмен құрылған коммерциялық құрылымдардан тиісті үлестерін алып отырады;
- олардың үстерінен қылмыстық іс қозғалса жасырып, жиналған мәліметтік құжаттарды жасырады немесе мүлдем жоқ етіп жібереді;
- тергеу барысына күш көрсетіп, қылмыстық істерді жаптыртып тастайды, т.с.с.

Пара алушылық, әсіресе, мұнай өндіру және өндеу саласында, энергетика, құрылыс, т.б. өте жоғары көріністенеді. Сыбайлас жемқорлықты бұқара шет елдік лас капиталдың Қазақстанға енуінің ең оңтайы жолы деп есептейді. Әрі мұны жоғары шенді ченеуіктердің ел байлығын арзан бағаға саудалап, жеке бастарының байуы үшін пайдаланатын «ең лас алғашқы капитал жинау тәсілі» ретінде бағалайды. Елдің қауіпсіздігі мен егемендігіне тигізетін кері әсері жоғары деп санайды.

Сыбайлас жемқорлық республика аумағына терроризм мен экстремизмнің енуіне де мүмкіндік тудырады. Оның дәлеліне ел ішінде әлі де болса әртүрлі діни экстремистік ұйымдардың қызметтенетінін мысалдауға болады.

Ал, мемлекеттік шенеуіктердің сыбайлас жемқорлығына былғанғандарын шетелдік барлау қызметтері оп-оңай тыңшылыққа жалдап ала алады. Әрине қорқытып, үркітіп дегендей.

Демек, сыбайлас жемқорлықты топтардың әрекеттері Қазақстан Республикасында жәй қылмыс түрінде емес, елдің қауіпсіздігіне елеулі қатер төндіретін қауіпті қылмыс ретінде бағаланып, жазалануы тиіс.

Осыны ескерген Президент Қ.Тоқаев өзінің Қазақстан халқына жыл сайынғы Жолдауларында сыбайласқан жемқорлықты толық ауыздықтау күнделікті күн тәртібінен түспеуі тиіс басты мәселелердің бірі ретінде атап өтіп келеді.

... Жемқорлық мемлекет пен қоғамның ірге тамрын сөгіп, ұлттық қауәпсіздікке үлкен қауіп төндіреді, мемлекеттің дамуын тежейді.

... Басты мақсат – жемқорлықты түп-тамырымен жою. Билік жүйесін жоғарыдан ең төменіне дейін сыбайласқан жемқорлық әдеттен толық арылту. Қоғамымызда тек заң мен тәртіп үстемдік құруы тиіс.

... Елімізде осы уақыттарға дейін сыбайлас жемқорлыққа қарсы күресу керек делініп бос сөз айтылып келсе, енді сыбайлас жемқорлыққа қарсы нақты іс-қимыл жасайтын уақыт келді (Президент Қ. Тоқаевтың жыл сайынғы Қазақстан халқына Жолдауларынан).

2022 жылдың 2 ақпанында Президент жарлығымен «ҚР сыбайлас жемқорлыққа қарсы саясатының 2022-2026 жылдарға арналған тұжырымдамасы» қабылданды.

Тұжырымдамада мемлекеттік қызметшілерге, депутаттарға, судьяларға және мемлекеттік қызметті орындауға уәкілеттік берілген адамдарға (олардың отбасы мүшелеріне) шетелдік банктерде шоттарға ие болуға шектеу енгізілді;

құнды сыйлықтар алуға тыйым салынды;

белгілі бір мекеме басшысының қарамағындағы бөлім басшылығына өз туысын қызметке алуына тыйым салынды;

сыбайлас жемқорлық қылмыс жасағандар үшін шартты түрде мерзімінен бұрын босатуды қолдамауға ұсыныс берілді;

құқық қорғау органдары қызметкерлерінің, судьялардың, пара алушы басшылардың және оларға пара берушілердің сыбайластық әрекеттері үшін жауапкершілігін қатаңдату керектігі негізделді;

халықтың бойына сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті қалыптастыру арқылы қоғамда сыбайлас жемқорлыққа қарсы төзбеушілікті орнықтыру жолға қойылды;

сыбайлас жемқорлыққа қарсы мониторинг ұйыстырылды (құқық қорғау тәжірибесін бағалау жүйесі құрылды);

сыбайлас жемқорлық деректері бойынша хабарлама үшін ынталандыру жүйесі жұмыстандырылды (6).

Жемқорлыққа қарсы саясат тетіктерінің іске қосылуы қоғамда үлкен серпіліс туғызды. Мемлекеттік деңгейде әрекеттенетін ірі компаниялардың жұмыстарына тексерулер жүргізіліп, жүзден астам жемқорлықтың жолы кесілді. 400-ге жуық мекемеде сыбайлас жемқорлыққа қарсы ішкі талдау ұйымдастырылды. Сыбайлас жемқорлықтың алдын алу үшін не істелуі керектігі туралы 300-де астам ұсыныс түсіп, оның тең жартысына жуығы есепке алынды. Сыбайлас жемқорлық деректері бойынша хабарлама жасаған 135 адам 43,9 млн.теңгеге көлемінде сыйақы иеленді. Сыбайлас жемқорлыққа қатысы барлығы анықталған 3 басшы тұлға жұмысынан босатылды, 5-і тәртіптік жауапкершілікке тартылды. Сыбайластық қылмыстың алдын алу жұмыстарына немқұрайлы қараған 63 әкімшілік биліктегі мемлекеттік қызметкер, 78 құқық қорғау органдарының басшылары, 14 – квазимемлекеттік сектордың басшылары тәртіптік жауапкершілікке тартылды. Бизнес және кәсіпкерлік субъектілеріне орынсыз ұрынып, бопсалауға тыйым салынды. 2022 жылы бизнес саласы орынсыз тексерген 257 актінің күші жойылды. Прокурорлар бизнеске орынсыз салынған 1,3 млрд. теңгелік штрафты орынсыз деп тапты (8).

2022 жылдың екінші жартысынан бері қарай елде Ұлттық құрылтайдың ұсынысымен аймақтық қоғамдық кеңестердің жергілікті бөлімдері жанынан сыбайластыққа қарсы іс-қимыл жөніндегі комиссиялар құрылып, жұмыстана бастады. «Ашық үкімет» порталы іске қосылды. «Қоғамдық бақылау туралы» заң қабылданды. Президент жанынан құрылған сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл жөніндегі Комиссияның жұмысы жандана түсті. Жыл сайын онда министрліктер мен аймақтар басшыларының сыбайлас жемқорлыққа қарсы күресте қол жеткізген оң жетістіктері жайлы есептері тыңдалып, сыбайлас жемқорлыққа қатысты сын-қатерлерді барынша төмендету шаралары пысықталды. Негізсіз баюға жол бермеу үшін басшылардың іс-әрекеттерін бақылау тетіктерін барынша жандандыру және сыбайласқан жемқорлықтың алдын алу үшін қосымша іс-шаралар қарастыру қажеттілігі негізделді.

Мемлекет басшысы 2024 жылдың 2 сентябріндегі «Әдлетті Қазақстан: заң мен тәртіп, экономикалық өсім, қоғамдық оптимизм» атты Жолдауында былай деген болатын.

Сыбайлас жемқорлыққа қатысты сын-қатерлерді барынша азайту үшін тиісті басқару, бюджеттік қаржыландыру, субсидиялау, сатып алу, салық сияқты салалардағы қызметтер ашық болуы тиіс. Ол үшін аталған салалардағы қызметтердің тезірек электрондық форматқа көшірілуіне баса көңіл бөлінуі керек. Көлеңкелі экономика үлесінің жоғарылығы да қаржы саласындағы ахуалды ушықтырып тұр. Оны айтарлықтай төмендету үшін де мұқият

ойластырылған жан-жақты шаралар қабылдаған жөн. Атап айтқанда, шекарадағы кеден бекеттеріне қатысты барлық жұмысты тез арада аяқтау қажет. Сондай-ақ, сыртқы сауда операцияларынан түсетін кірістің басқа елдерге заңсыз өтіп кетуіне жол бермеу керек. Салық саласын жаппай цифрландыруды және шаруаларға несие беру үшін банктерді субсидиялауды практикаға енгізу, салық режимдерін оңтайландыру және басқа да оң бастамалар сыбайласқан жемқорлықты төмендетуге кәдімгідей мүмкіндік тудырады. Елден заңсыз шығарылған қаражаттар қайтарылу. Айлакерлік амалдармен заңды айналып өтіп, мемлекет қаржысын жымқырғандар да ұрлаған ақшаларын қайтаруда. Алдағы уақытта да құзырлы құқықтық органдардың бәрі заңға қайшы алаяқтыққа және сол сияқты басқа да заңсыз әрекеттерге қарсы батыл күрес жүргізе беруі абзал. Қоғамда сыбайласқан жемқорлыққа төзбеушілікті арттыра түсу үшін халықтың бойына жемқорлыққа қарсы мәдениетті қалыптастыру да басты талаптардың бірі болып саналады (1).

Ел Басшысының ерекше атап, көрсетіп бергеніндей, сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениет дегеніміз жемқорлыққа қарсы белсенді азаматтық позиция ұстану. Жемқорлықты әлеуметтік кесел ретінде танып, оған қарсы аянбай күресу.

Сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениетті қалыптастыру – бұл оған төзбеушілік, оған қарсы күрес, заңға қайшы жемқорлық әрекеттердің алдын алу үшін тиісті органдарды уақтылы хабардар ету, адамгершіліктен аттап баспауды үлгі етіп насихаттау, қоғамда қалыптасқан тәртіп ережелерінің сақталуына қолғабыс тигізу, сыбайлас жемқорлықтың қоғамда толық ауыздықталуына ат салысу (6).

Демек, бұқара көпшілікке сыбайлас жемқорлыққа қарсы мәдениеттің мәні мен мазмұнын, танымдық, практикалық және реттеушілік қызметтерін түсіндірудің маңыздылығы зор. Ел Басшысы айтқандай, азаматтық және құқықтық қоғамда сыбайлас жемқорлық та, парақорлық та болмауы тиіс.

Сыбайлас жемқорлық пен парақорлыққа қарсы күресте БАҚ-тың өткір жарияланымдардың үні өктем. БАҚ-тың мейлінше пәрменді әдісі сыбайлас жемқорлық пен парақорлық фактілеріне журналистік тексеру жүргізіп, қылмыстылықты анықтау, оны жариялап сыбайластыққа қарсы қоғамдық пікірді үшкерілеу болып табылады. Әрі жемқорларды қылмыстық әрекеттері үшін заң жүзінде жазалауға құқықтық негіз жасақтайды.

Демек, сыбайлас жемқорлық пен парақорлыққа қарсы күрестік қалыптарды БАҚ-та жүйелі жариялап отыру оған қарсы қоғамдық пікірді жандандырумен қатар, мәселені көп болып талқылап, сыбайлас жемқорлық пен парақорлықтың алдын алу жолдары мен амалдарын анықтауға әрі дұрыс шешім қабылдауға мұрындық болады.

Десек те қайсы бір тілшілер мен блогерлердің журналистік этика мен моральдық принциптерді сырып тастап, белгілі бір лауазымды қызметкерге өтірік жала жауып, өсектеуіне жол берілмеуі керек.

Қорыта айтқанда, соңғы төрт-бес жыл шамасында сыбайлас жемқорлыққа қарсы елімізде қабылданған заңдардың, заңдық күші бар актілер мен жарлықтардың, жаңадан қосылған құқықтық нормалардың, парадигмалық тың тұжырымдамаларда нұсқаланған қағидаттардың елімізде әлі де болса орын алып келе жатқан сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-әректің жандана түсуіне қосқан үлестері өте қомақты. Соларды заңды негізге алып, сыбайласқан жемқорлық пен парақорлықты ауыздықтауды Ел Басшысының, Ұлы Құрылтайдың, жергілікті аймақтарда жасақталған қоғамдық кеңестердің, сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл жөніндегі комиссияның, сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл агентігінің, және де басқа да құқық қорғау органдарының жемісті қызметтері бұқара

ПАЙДАЛАНЫЛҒАН ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Тоқаев Қ. Ә. Әділетті Қазақстан: заң мен тәртіп, экономикалық өсім, қоғамдық оптимизм. Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы // Егемен Қазақстан. – 2024. – 3 қыркүйек. – № 170. – Б. 1-3.
2. Тоқаев Қ. Ә. Жаңа Қазақстан: жаңару мен жаңғыру. Мемлекет Басшысы Қ. Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы // Егемен Қазақстан. – 2022. – 16 наурыз. – № 56. – Б. 1-4.
3. Тоқаев Қ. Ә. Әділетті мемлекет: Біртұтас Ұлт. Берекелі қоғам. Мемлекет Басшысы Қ. Тоқаевтың Қазақстан халқына Жолдауы // Егемен Қазақстан. – 2022. – 1 қыркүйек. – № 156. – Б. 2-5.
4. Протокол совещания под председательством Президента Республики Казахстан «О мерах по противодействию коррупции». – Астана, 2022. – 1 февраля. – 12 с.
5. Указ Президента Республики Казахстан от 26 ноября 2022 года № 101 «О мерах по возврату государству незаконно выведенных активов» // Казахстанская правда. – 2022. – 27 ноября. – № 287. – С. 1.
6. Қазақстан Республикасының сыбайлас жемқорлыққа қарсы саясатының 2022-2026 жылдарға арналған тұжырымдамасы. Президент Жарлығымен 2022 жылдың 2 ақпанында бекітілген // Қазақстан Республикасы нормативтік құқықтық актілерінің ақпараттық-құқықтық жүйесі «Әділет». – Астана, 2022. – 25 б.
7. Қазақстан Республикасының Заңы «Қылмыстық жолмен алынған кірістерді заңдастыруға (жылыстатуға) және терроризмді қаржыландыруға қарсы іс-қимыл, сондай-ақ мемлекеттік баға реттеу мәселелері бойынша Қазақстан Республикасының кейбір заңнамалық актілеріне өзгерістер мен толықтырулар енгізу туралы». – 2022. – 1 шілде. – № 136-VII.
8. Ұлттық есеп. Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл бойынша 2022 жылға арналған ұлттық есеп. – Алматы: ҚР Сыбайлас жемқорлыққа қарсы іс-қимыл агенттігі, 2023. – 54 б.

REFERENCES

1. Toqayev Q. Ä. Ädiletli Qazaqstan: zañ men tärtip, ekonomikalıyq ösım, qoğamdyq optimizm. Memleket Bassysy Qasym-Jomart Toqayevtyñ Qazaqstan halqyna Joldaıy [Fair Kazakhstan: law and order, economic growth, public optimism. Address of the head of State Kassym-Jomart Tokayev to the people of Kazakhstan] // Egemen Qazaqstan. – 2024. – 3 qyrküiek. – № 170. – B. 1-3.
2. Toqayev Q. Ä. Jaña Qazaqstan: jañaru men jañğyru. Memleket Bassysy Q. Toqayevtyñ Qazaqstan halqyna Joldaıy [New Kazakhstan: modernization and modernization. Address of the head of State K. Tokayev to the people of Kazakhstan] // Egemen Qazaqstan. – 2022. – 16 nauryz. – № 56. – B. 1-4.
3. Toqayev Q. Ä. Ädiletli memleket: Birtütas Ūlt. Berekelı qoğam. Memleket Bassysy Q. Toqayevtyñ Qazaqstan halqyna Joldaıy [A just state: a United Nation. Blessed society. Address of the head of State K. Tokayev to the people of Kazakhstan] // Egemen Qazaqstan. – 2022. – 1 qyrküiek. – № 156. – B. 2-5.
4. Protokol soveşania pod predsedatelstvom Prezidenta Respubliki Kazahstan «O merah po protivodeistviu korrupsii».[Minutes of the meeting chaired by the President of the Republic of

Kazakhstan "On anti-corruption measures".] – Astana, 2022. – 1 fevralä. – 12 s.

5. Ukaz Prezidenta Respubliki Kazakhstan ot 26 noiabrä 2022 goda № 101 «O merah po vozvratu gosudarstvu nezakonno vyvedennyh aktivov»[Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated November 26, 2022 No. 101 "On measures to return illegally withdrawn assets to the State"] // Kazhastanskaia pravda. – 2022. – 27 noiabrä. – № 287. – S. 1.

6. Qazaqstan Respublikasynyñ sybailas jemqorlyqqa qarsy saiasatynyñ 2022-2026 jyldarğa arnalğan tüjyrymdamasy. Prezident Jarlyğymen 2022 jyldyñ 2 aqpanynda bekitilgen [The concept of anti-corruption policy of the Republic of Kazakhstan for 2022-2026. Approved by Presidential Decree on February 2, 2022] // Qazaqstan Respublikasy normativтік qūqyqtyq aktıleriniñ aqparattyq-qūqyqtyq jüiesi «Ädilet». – Astana, 2022. – 25 b.

7. Qazaqstan Respublikasynyñ Zañy «Qylmystyq jolmen alynğan kıristerdi zañdastyruğa (jylystatuğa) jäne terrorizmdı qarjylandyruğa qarsy ıs-qimyl, sondai-aq memlekettik bağa retteu mäseleleri boıynşa Qazaqstan Respublikasynyñ keibir zañnamalyq aktılerine özgerister men tolyqtyrular engizu turaly».[The law of the Republic of Kazakhstan "on amendments and additions to some legislative acts of the Republic of Kazakhstan on countering the legalization (laundering) of proceeds from crime and the financing of terrorism, as well as on State price regulation".] – 2022. – 1 şilde. – № 136-VII.

8. Ülttyq esep. Sybailas jemqorlyqqa qarsy ıs-qimyl boıynşa 2022 jylğa arnalğan ülttyq esep. [National report. National Anti-Corruption Report for 2022.] – Almaty: QR Sybailas jemqorlyqqa qarsy ıs-qimyl agenttıgı, 2023. – 54 b.

О. НУСҚАБАЕВ

Социология ғылымдарының докторы,
профессор

Халықаралық туризм және меймандостық
университеті, (Қазақстан, Түркістан), E-mail:
o_nuskabayev@mail.ru

Д. АЛТЫНБЕК

Ізденуші

(Қазақстан, Түркістан)
E-mail: daulet.altynbek1@mail.ru

29.11.2024ж. баспаға түсті

15.12.2024 түзетулермен келді

30.12.2024ж. басып шығаруға қабылданды

O. NUSQABAYEV¹, D. ALTYNBEK¹

¹University of International Tourism and Hospitality

(Kazakhstan, Turkestan), E-mail: o_nuskabayev@mail.ru

THE ECONOMY OF CORRUPTION: ESSENCE, SOCIO-LEGISLATIVE PILLARS OF PREVENTION

Abstract. *The term "corruption economy" in both narrow and broad senses refers to unethical and selfish actions aimed at personal enrichment by individuals holding government positions. These individuals, abusing their authority, embezzle significant budget funds allocated for the country's prosperity and development to enrich themselves, their families, and relatives. Such actions are accompanied by corrupt schemes that harm the country's economic growth.*

The reason for this lies in the fact that some of the wealthiest people in the world initially built their fortunes while holding government positions, leveraging corrupt methods. Their enrichment occurred through bribery and fraud. These individuals did not contribute to the proper functioning of their countries' economies; instead, they focused solely on filling their own pockets.

This is why corruption is defined as the inclination of officials in the system of power to use their authority for illegal and criminal actions aimed at personal gain.

The article analyzes how the fight against corruption is being carried out to prevent the establishment and spread of a "corruption economy" in our country.

Keywords: *corruption, bribery, corruption, the fight against them, socio-legislative prerequisites, ways to avoid consequences.*

О. НУСКАБАЕВ¹, Д. АЛТЫНБЕК¹

¹Университет международного туризма и гостеприимства
(Казахстан, Туркестан), E-mail: o_nuskabayev@mail.ru

ЭКОНОМИКА КОРРУПЦИИ: СУЩНОСТЬ, СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРЕДОТВРАЩЕНИЯ

Аннотация. Термин «экономика коррупции» в узком и широком смысле подразумевает нечистоплотные и корыстные действия, направленные на личное обогащение лиц, работающих на государственных должностях. Эти лица, злоупотребляя своим положением, присваивают значительные бюджетные средства, выделяемые на процветание и развитие страны, для обогащения себя, своих семей и родственников. Эти действия сопровождаются коррупционными схемами, приносящими вред экономическому развитию страны.

Причина этого в том, что самые богатые люди в мире изначально формировали свои капиталы, занимая властные должности и используя коррупционные методы. Обогащение происходило через взяточничество и махинации. Эти люди не способствовали нормальной работе экономики своих стран, их интересовало лишь наполнение собственных карманов.

Именно поэтому коррупция определяется как стремление должностных лиц в системе власти использовать свои полномочия для незаконных, преступных действий в целях личного обогащения.

В статье анализируется, как осуществляется борьба с коррупцией для предотвращения развития и распространения «экономики коррупции» в нашей стране.

Ключевые слова: коррупция, взяточничество, растление, борьба с ними, социально-законодательные предпосылки, способы избежать последствий.

«Халықаралық туризм және меймандостық университеті» КеАҚ
«Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»
ғылыми журналының
АВТОРЛАРЫНА АРНАЛҒАН ЕРЕЖЕЛЕР

Редакциялық алқа авторлардан журналда жариялау үшін мақалалар дайындау кезінде төмендегі ережелерді басшылыққа алуды сұрайды.

Журнал редакциясына ұсынылатын ғылыми мақалалар «Журналдар, жинақтар, ақпараттық басылымдар МЕМСТ 7.5-98 сәйкес мақалаларды рәсімдеу үшін негізгі баспа стандарттарына сәйкес», жарияланатын материалдарды баспаға рәсімдеу «МЕМСТ 7.1-2003» Библиографиялық жазба. Библиографиялық сипаттама.

Құрастырудың жалпы талаптары мен ережелері» талаптарына сай дайындалуы керек.

*Нөмірге бір автордың бір ғана қолжазбасы немесе сол автордың тең авторлар ұжымы құрамында болғанда да бір қолжазбасын ғана жариялауға рұқсат етіледі.

* Бір мақаланың тең авторларының саны 5-тен аспауы тиіс.

* Мақаланың бірегейлік дәрежесі 60%-дан кем болмауы тиіс (редакциялық алқаның шешіміне сәйкес).

* Баспаға жіберілетін мақалалар бұрын жарияланбауы тиіс, кейіннен басқа журналдарда жариялауға, оның ішінде басқа тілдерге аударуға жол берілмейді.

* Қолжазбаны жариялауға қабылдау туралы шешім рецензиялау рәсімі өткізілгеннен кейін қабылданады.

* Қос рецензиялау (жасырын) құпия түрде жүргізіледі, авторға рецензенттің аты – жөні, ал рецензентке мақала авторының аты-жөні мәлім болмайды.

* Егер мақаланы плагиатқа қарсы немесе рецензент қабылдмаса, мақала авторға қайта орындауға үшін қайтарылады. Автор мақаланы плагиатқа немесе шолуға 1 рет қайта жібере алады. Мақаланың мазмұнына автор жауапты болып табылады.

Редакция мақалаға әдеби және стилистикалық өңдеу жасаумен айналыспайды.

Талапқа сай ресімделмеген мақалалар жарияланымға қабылданбайды және авторларға қайтарылады.

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

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

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

Мақаланы беру мерзімі:

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

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

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

- төртінші нөмір-30 желтоқсанға дейін.

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

- journal.iuth.edu.kz

- journal@iuth.edu.kz

Мақаланы жариялауға ұсыну үшін сайтта тіркеуден өту қажет.

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

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандарымен көрсетіледі.

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

Мақалалар қатаң түрде төмендегі ережелерге сәйкес ресімделуі керек:

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

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

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

- Мақалада қамтылуы тиіс:

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

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

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

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

Әр түрлі оқу орындарының авторлары 1,2 сандармен көрсетіледі.

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

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

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

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

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

7. **Мақаланың негізгі мәтіні** оның бөлімдерінің белгілі бір ретімен орналасытырылып жазылуы тиіс, оған төмендегілер жатады:

- **Кіріспе** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қалың әріптермен, 12 пункт кегльмен беріледі). Тақырыптың таңдалуының негіздемесі; тақырыптың немесе мәселенің өзектілігі дәйектеледі. Тақырыптың өзектілігі осы нысананы зерттеуге деген жалпы қызығушылықтың барысы арқылы, бірақ аталмыш мәселенің шешімі толық болмауымен анықталады, ол тақырыптың теориялық немесе практикалық маңыздылығымен дәлелденеді.

- **Материалдар мен әдістер** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қою әріптермен, 12 пункт кегльмен көрсетіледі). Олар материалдар мен жұмыс барысын сипаттаудан, сондай-ақ қолданылған әдістердің толық сипаттамасынан тұруы керек.

- **Нәтижелер және талқылау** (сол жақ шетінен 1 см абзац, қалың әріптермен, 12 пункт кегль). Сіз қол жеткізген зерттеу нәтижелері талданады және талқыланады. Зерттеу барысында алынған нәтижелер бойынша қорытындылар келтіріледі, негізгі мәні ашылады. Бұл мақаланың маңызды бөлімдерінің бірі. Онда сіздің жұмысыңыздың нәтижелерін талдау және алдыңғы жұмыстармен, талдаулармен және қорытындылармен салыстырғанда тиісті нәтижелерді талқылау қажет.

- **Қаржыландыру туралы ақпарат (бар болса)** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қою әріптермен, 12 пункт кегльмен көрсетіледі).

- **Қорытындылар** (абзац сол жақ шетінен 1 см, қалың әріптермен, 12 пункт кегльмен). Қорытындылар – аталмыш кезеңдегі жұмысты қорытындылау және түйінін жасау; автор ұсынған тұжырымның ақиқатын растау және алынған нәтижелерді ескере отырып, ғылыми тұжырымның өзгеруі туралы автордың қорытындысы. Қорытындылар дерексіз болмауы керек, олар белгілі бір ғылыми саладағы зерттеу нәтижелерін жалпылау, әрі қарай жұмыс істеу ұсыныстарын немесе мүмкіндіктерін сипаттайтындай дәрежеде болуы керек.

- **Пайдаланылған әдебиеттер тізімі** (қою әріптермен кегль-12 пункт, ортасында) мыналарды қамтиды:

Мақала және пайдаланылған қайнаркөздер тізімі МЕСТ 7.5-98; МЕСТ 7.1-2003 сәйкес жасалуы керек (үлгіні қараңыз).

Дереккөздердің реттілігі келесі тәртіппен анықталады: алдымен дәйекті сілтемелер, яғни мақаланың өзінде кезектілік бойынша сілтеме жасайтын көздер. Содан кейін сілтемелері жоқ қосымша көздер, яғни мақалада болмаған, бірақ сіз оқырмандарға параллельді жұмыстар сияқты танысу үшін ұсынған қайнаркөздер көрсетіледі. Көлемі 10-нан

кем емес, 20-дан аспайтын атаулар (мақалада сілтемелер мен ескертпелер толассыз нөмірлеумен белгіленеді және тік жақшаға салынады), негізінен соңғы 10-15 жылда жарық көрген әдебиеттер алынады.

Пайдаланылған қайнар көздер кириллицада (қазақ және орыс тілдерінде) болған жағдайда, әдебиеттер тізімін екі нұсқада ұсыну қажет: 1) түпнұсқада (дереккөздер орыс, қазақ және ағылшын не неміс тілдерінде көрсетіледі); 2) дереккөздерді кириллицамен жазудың романизацияланған нұсқасы (қазақ және орыс тілдерінде), яғни латын әліпбиімен транслитерацияланады. МЕСТ 7.79–2000 (ИСО 9-95) кирилл жазуын латын алфавитімен транслитерациялау ережелерін қараңыз.

МЕСТ бойынша онлайн Транслитерация қызметі –[https://transliteration-online.ru/Кирилл жазуының латын әліпбиімен транслитерациялануы ережелері](https://transliteration-online.ru/Кирилл_жазуының_латын_әліпбиімен_транслитерациялануы_ережелері).

Романизацияланған әдебиеттер тізімі келесідей болуы керек: автор(-лар) (транслитерация немесе бар болса ағылшын тіліндегі нұсқасы) → мақала атауы транслитерацияланған нұсқада → [мақала атауын ағылшын тіліне шаршы жақшада аудару] → қазақ немесе орыс тіліндегі дереккөздің атауы (транслитерация немесе бар болса ағылшынша атауы) → ағылшын тіліндегі белгілері бар шығыс деректері.

- **Иллюстрациялар**, суреттер тізімі және олардың сурет астындағы жазулары мақала мәтіні бойынша ұсынылады. Электрондық нұсқада суреттер мен иллюстрациялар кемінде 300 dpi рұқсаты бар TIFF немесе JPG форматында ұсынылады.

- **Математикалық формулалар** Microsoft Equation Editor-да терілуі керек (әр формула бір объект).

Жеке бетте (мақаладан кейін)

Электрондық нұсқада толық почталық мекен-жайлар, қызметтік және үй телефондарының нөмірлері, e-mail (редакцияның авторлармен байланысы үшін телефон нөмірлері, жарияланбайды) көрсетіледі;

Авторлар туралы мәліметтер қазақ, орыс, ағылшын тілдерінде

Тегі Аты Әкесінің аты (толық)

Лауазымы, ғылыми дәрежесі, атағы

Ұйым

Қала

Индекс

Ел

E-mail

Телефон

ПРАВИЛА ДЛЯ АВТОРОВ

Научного журнала НАО «Международный университет туризма и гостеприимства» «Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality»

Редакционная коллегия просит авторов руководствоваться следующими правилами при подготовке статей для опубликования в журнале.

Научные статьи, представляемые в редакцию журнала должны быть оформлены согласно базовым издательским стандартам по оформлению статей в соответствии с ГОСТ 7.5-98 «Журналы, сборники, информационные издания. Издательское оформление публикуемых материалов», пристатейных библиографических списков в соответствии с ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

* В номер допускается не более одной рукописи от одного автора либо того же автора в составе коллектива соавторов.

* Количество соавторов одной статьи не более 5.

* Степень оригинальности статьи должна составлять не менее 60 % (согласно решению редакционной коллегии).

* Направляемые статьи не должны быть ранее опубликованы, не допускается последующее опубликование в других журналах, в том числе переводы на другие языки.

* Решение о принятии рукописи к опубликованию принимается после проведения процедуры рецензирования.

* Двойное рецензирование (слепое) проводится конфиденциально, автору не сообщается имя рецензента, а рецензенту – имя автора статьи.

* Если статья отклонена антиплагиатом или рецензентом статья возвращается автору на доработку. Автор может повторно отправить статью на антиплагиат или рецензирование 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	
ABDRAZAKHOV N. <i>TRENDS OF KAZAKHSTAN'S TOURISM RESEARCH: ANALYSIS THROUGH WORD CLOUDS</i>	6-18
ABISHOV N. AGYBETOVA R. KASSYMOVA A. KUSSAINOVA A. <i>ANALYSIS OF RESTAURANT BUSINESS IN THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN</i>	19-27
ABDIKHANOVA Zh. SHOKPAROV A. NURMANOVA A. <i>GAMIFICATION IN LEARNING LANGUAGE: A CASE STUDY OF TEACHING LANGUAGE TO TOURISM STUDENTS</i>	28-37
ДЖАНАРГАЛИЕВА М. ДАУИТ Ж. <i>ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ ДОРОЖНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ И ПРИДОРОЖНОГО СЕРВИСА КАК ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ТУРИСТСКУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЕГИОНА (НА ПРИМЕРЕ ПАВЛОДАРСКОЙ ОБЛАСТИ)</i>	38-53
ИДРЫШОВ М. АПЫШЕВА А. ШОЛПАНБАЕВА К. <i>ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ: АНАЛИЗ И РЕКОМЕНДАЦИИ</i>	54-61
KOSHETKOV M. ALKEYEV M. KAIROVA SH. <i>ANALYSIS OF THE POSSIBILITIES FOR USING LANGUAGE MODELS IN TOUR PROGRAM DEVELOPMENT</i>	62-71
МИНИХАНОВА С. ИМАНГУЛОВА Т. АБДИКАРИМОВА М. <i>АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ КАЗАХСТАНСКОГО ОНЛАЙН ТУРИЗМА, СФЕРЫ ПЛАТЕЖЕЙ И ПОВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТУРИСТОВ В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ</i>	72-92
НҰРМАҒАНБЕТҚЫЗЫ Н. АЛЬМУХАМБЕТОВА Б. ШОКПАРОВ А. ИСКАКОВ Т. <i>FLIPPED CLASSROOM ТЕХНОЛОГИЯСЫ АРҚЫЛЫ ТУРИЗМ МАМАНДЫҒЫ СТУДЕНТТЕРІН АҒЫЛШЫН ТІЛІНЕ ОҚЫТУДЫҢ</i>	93-107

МҮМКІНДІКТЕРІ

НУРМУХАМЕДОВА Ш. АБИШОВА А. РАХИМОВА Д. ХАМИТОВА Д. <i>ТҮРКІСТАН ОБЛЫСЫНДАҒЫ АУЫЛДЫҚ ТУРИЗМДІ ДАМУ</i> <i>МЕХАНИЗМДЕРІ</i>	108-118
PAIZULLAYEV Ye. BOKHANOVA A. <i>LANGUAGE COMPETENCE OF TOUR OPERATORS AND TRAVEL</i> <i>AGENCIES IN TURKESTAN</i>	119-133
RIZAKHOJAYEVA G. RAKHIMOVA D. SHALABAYEVA L. <i>COMMUNICATIVE CREATIVITY OF SPECIALISTS IN THE FIELD OF</i> <i>TOURISM AND HOSPITALITY IN TURKESTAN: INDICATOR OF THE SERVICE</i> <i>QUALITY</i>	134-141
TUBEKOVA D. ALIMKULOVA E. TAGMANOV U. <i>THE IMPACT OF TOURISM DEVELOPMENT ON THE SOCIO-ECONOMIC</i> <i>POTENTIAL OF TURKESTAN CITY</i>	142-157
ЕСІМ А. ЕСИМОВА Д. <i>ТҮРКІЯ ТӘЖІРИБЕСІ НЕГІЗІНДЕ ҚАЗАҚСТАНДА ЭКОТУРИЗМДІ</i> <i>ДАМУ БОЛАШАҒЫ</i>	158-170
ЭКОНОМИКА	
KENESHBAYEV B. TAIZHANOV L. NAKHIBBEKOVA S. KULBAYEVA M. <i>WAYS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF SINGLE-INDUSTRY TOWNS IN</i> <i>KAZAKHSTAN BASED ON INTERNATIONAL EXPERIENCE</i>	171-180
НҮСҚАБАЕВ О. ДӘУЛЕТ А. <i>ЖЕМҚОРЛЫҚ ЭКОНОМИКАСЫ: МӘНІ, АЛДЫН АЛУДЫҢ</i> <i>ӘЛЕУМЕТТІК-ЗАҢНАМАЛЫҚ ТҰҒЫРЛАРЫ</i>	181-190
Авторларға арналған ережелер Правила для авторов Rules for authors	191-198
Жарияланым этикасы Публикационная этика Publication ethics	199-204

**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 30.12.2024 ж. қол қойылды. Пішіні 60X84/8. Қағазы офсеттік.

Шартты баспа табағы 12.9. Таралымы 25 дана. Тапсырыс 5□

Баспахана мекен-жайы:

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