

Ғылыми-теориялық журнал
Научно-теоретический журнал
Scientific-theoretical journal



ТУРИЗМ, ДЕМАЛЫС ЖӘНЕ
ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ

ТУРИЗМ,
ДОСУГ И ГОСТЕПРИИМСТВО

TOURISM,
LEISURE AND HOSPITALITY

№ 2(9) 2025

Журнал поставлен на учет в Министерстве информации и общественного развития
Республики Казахстан - Свидетельство № KZ26VPY00061350 от 15 декабря 2022 года

Главный редактор

Агелеуова Айгуль Токтархановна – кандидат философских наук,
Казахская академия спорта и туризма (Казахстан)

Заместитель главного редактора

Лютерович Олег Григорьевич – кандидат педагогических наук,
Казахская академия спорта и туризма (Казахстан)

Выпускающий редактор

Винокурова Елена Ивановна, магистр истории, Казахская академия
спорта и туризма (Казахстан)

Редакционный совет

Атасой Эмин – PhD, Университет Улудаг (Bursa Uludağ University)
(Турция)

Вуков Николай – PhD, Институт этнологии и фолклорологии
Болгарской академии наук (Болгария)

Кадырбекова Динара Сериковна – PhD, Казахская академия
спорта и туризма (Казахстан)

Мадиярова Диана Макаевна – доктор экономических наук, про-
фессор, Казахская академия спорта и туризма (Казахстан)

Макогонов Александр Николаевич – доктор педагогических
наук, Казахская академия спорта и туризма (Казахстан)

Меликова Ширин Яшар кызы, PhD, Азербайджанский на-
циональный музей искусств (Азербайджан)

Рокицкая-Хебел Магдалена – PhD, Высшая Школа Туризма и
Гостиничного дела (Польша)

Плохих Роман Вячеславович – доктор географических наук, доцент,
Казахский национальный университет им. аль-Фараби (Казахстан)

Саипов Абдимажит Аманжолович – доктор педагогических
наук, профессор, Евразийский национальный университет им.
Л.Н. Гумилева (Казахстан)

Скалий Александр – PhD, Высшая школа экономики (Польша)

Шайкенова Рашида Рашидовна – магистр туризма, директор
Казахстанской туристской ассоциации (Казахстан)

Шалабаева Лаура Исмаилбековна – PhD, ассоциированный профес-
сор, Международный университет туризма и гостеприимства (Казахстан)

Учредитель и собственник:
**КАЗАХСКАЯ АКАДЕМИЯ
СПОРТА И ТУРИЗМА**

Адрес редакции:

Республика Казахстан,
г. Алматы, пр. Абая, 85,
Телефон: 8 (727) 292-14-81
URL: <http://tlh.kz/>

При перепечатке ссылка на журнал
«Туризм, демалыс және қонақжайлылық.
Туризм, досуг и гостеприимство.
Tourism, leisure and hospitality» обязательна.
Рукописи и фотоснимки не рецензируются
и не возвращаются.

Приказом Комитета по обеспечению качества в
сфере науки и высшего образования Министерства
науки и высшего образования Республики Казахстан
№ 1153 от 10.12.2024 г. научно-теоретический
журнал «Туризм, досуг и гостеприимство»
включен в Перечень изданий, рекомендуемых
Комитетом по обеспечению качества в сфере
науки и высшего образования Министерства науки
и высшего образования Республики Казахстан
для публикации основных результатов научной
деятельности по научным направлениям «Туризм»,
«Гостеприимство» (третий список).

**Компьютерная верстка
и дизайн обложки**
Калиева Гайша

Подписано в печать 26.06.2025.
Формат 70x100 ¹/₈. Бумага офсетная.
Печать цифровая. Объем 9 пл.
Тираж 500 экз.

Отпечатано в типографии издательство
«Smart University Press».
050028, г. Алматы, БЦ Бизнес-Сити,
ул. Жамбыла, 114/85, блок Ж.

В журнале публикуются результаты научных исследований по актуальным проблемам фундаментальных и прикладных исследований в области туризма, досуга и гостеприимства по направлениям: «Экономика, планирование, организация туризма и гостеприимства», «Региональные проблемы развития туристского бизнеса в мире и Казахстане», «Профессиональное образование в сфере туризма и гостеприимства», «Экскурсионная и краеведческая деятельность в мире и Казахстане», «Активные виды туризма в мире и Казахстане», «Культурное наследие и туризм: возможности устойчивого взаимодействия». Материалы публикуются на казахском, русском и английском языках.

МАЗМҰНЫ // СОДЕРЖАНИЕ // CONTENT

ЭКОНОМИКА, ЖОСПАРЛАУ, ТУРИЗМ МЕН ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ

ЭКОНОМИКА, ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

ECONOMICS, PLANNING AND ORGANIZING OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

Алиясова В.Н., Мусагажинова А.А., Конуспаева Г.С., Амутова Ф.Б., Біләл З.С.

Оценка привычек и особенностей потребления традиционных блюд казахской кухни в разных социально-профессиональных категориях потребителей..... 6

Ахмедова С.Ж., Мадиярова Д.М., Тульбаева А.Т., Болат К.Б., Винокурова Е.И.

Анализ влияния инновационного менеджмента на экономические показатели туристской деятельности 16

Болат А.А., Касымова А.М., Акимов Ж.М.

Қарусыздану аймақтарындағы туристік жобаларды ынталандырудағы халықаралық қаржы институттары мен қорларының рөлі 31

Karimov D.Zh., Kadyrbekova D.C., Mazbayev O.B., Akhmetjanova D.Zh.

Analysis of foreign and Kazakhstani studies in the field of health and wellness tourism..... 41

Kopes N.G., Assipova Z.M., Kulakhmetova G.A., Zhilkibaeva M.I.

Ranking in tourism and hospitality: approaches of classifications and impact 52

Tleubayeva A.T., Trusheva S.A., Rsaldin Y.S., Siyeubayeva M.S, Amrenova G.K.

Kazakhstan's business tourism prospects in the context of digitalization..... 61

ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИСТІК БИЗНЕСТІ ДАМУ ТУРАЛЫ ӨНІРЛІК МӘСЕЛЕЛЕРІ

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ

REGIONAL PROBLEMS OF DEVELOPMENT OF THE TOURIST BUSINESS IN THE WORLD AND KAZAKHSTAN

Yessengabylova A.K., Tokpanov E.A., Jetimov M.A., Tuleubayev Z.Z.

Elaboration of effective mechanisms for the development of recreational tourism on the Alakol coast..... 74

Зиявдинова А.К., Болат К.Б., Қуандықова Ә.Қ.

Туристік қызметтерді сатып алуына онлайн-платформалар мен әлеуметтік желілердегі пікірлердің тұтынушы туристерге әсері: дүниежүзілік және қазақстандық контекст 87

Онаева Б.Т., Хамидов О.Х., Муканов А.Х.

Soft туризмді дамытудың халықаралық тәжірибесі және оны Қазақстанда бейімдеу 102

Ушчулакова Г.М., Жаксыбекова Д.К., Шокпаров А.Ж.

Алматы облысындағы ауыл туризмінің дамуы және мәселелері 115

ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИЗМНІҢ БЕЛСЕНДІ ТҮРЛЕРІ

АКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ

ACTIVE TYPES OF TOURISM IN THE WORLD AND KAZAKHSTAN

Рахметов Ә.Х., Нурашева К.К.

Қазақстандағы экстремалды туризм: географиялық ерекшеліктері мен әлеуеті..... 124

Сведения об авторах 133

ЭКОНОМИКА, ЖОСПАРЛАУ,
ТУРИЗМ МЕН ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫ
ҰЙЫМДАСТЫРУ

ЭКОНОМИКА, ПЛАНИРОВАНИЕ,
ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА И
ГОСТЕПРИИМСТВА

ECONOMICS, PLANNING AND
ORGANIZING OF TOURISM AND
HOSPITALITY INDUSTRY

¹Алиясова В.Н.^а, ²Мусагажинова А.А., ³Конуспаева Г.С.,
³Амутава Ф.Б., ³Біләл З.С.

¹Павлодарский педагогический университет им. Элкей Марғұлан, г. Павлодар, Казахстан

²Республиканское общественное объединение «QazaqGeography», г. Астана, Казахстан

³Казахский национальный университет имени аль-Фараби / Научно-производственное предприятие «Антиген», г. Алматы, Казахстан

ОЦЕНКА ПРИВЫЧЕК И ОСОБЕННОСТЕЙ ПОТРЕБЛЕНИЯ ТРАДИЦИОННЫХ БЛЮД КАЗАХСКОЙ КУХНИ В РАЗНЫХ СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КАТЕГОРИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Алиясова Валентина Нурмагамбетовна, Мусагажинова Айгорым Александровна,
Конуспаева Гаухар Сапаркалиевна, Амутава Фариди Бахтияровна,
Біләл Зәуреш Спандиярқызы

**Оценка привычек и особенностей потребления традиционных блюд казахской кухни
в разных социально-профессиональных категориях потребителей**

Аннотация. Особое значение и внимание в казахской культуре уделяется гостеприимству, важным элементом которого является угощение. Традиционные блюда и напитки казахской кухни являются одним из символов гостеприимства и доброжелательности, а вкусовые привычки и предпочтения в выборе продуктов остаются важной частью культурной идентичности. В данной статье рассматриваются особенности потребления традиционных казахских блюд среди различных социальных и профессиональных групп населения. Проведенный анализ основан на данных социологических опросов. В опросе приняли участие 443 респондента. В статье также освещаются тенденции изменения гастрономических привычек в условиях урбанизации, влияния глобализации и модернизации кулинарной культуры. Выявлены различия в пищевых предпочтениях среди различных социальных слоев и предложены рекомендации по сохранению и популяризации традиционной казахской кухни в современных условиях.

Ключевые слова: традиционная казахская кухня, потребительские предпочтения, гастрономическая культура, пищевая идентичность, социальные группы, гастрономический туризм, социологический опрос.

Алиясова Валентина Нурмагамбетовна, Мусагажинова Айгорым Александровна,
Конуспаева Гаухар Сапаркалиевна, Амутава Фариди Бахтияровна,
Біләл Зәуреш Спандиярқызы

**Тұтынушылардың әртүрлі әлеуметтік-кәсіптік санаттарындағы қазақ тағамдарының
дәстүрлі тағамдарын тұтыну әдеттері мен ерекшеліктерін бағалау**

Аңдатпа. Қазақ мәдениетінде қонақжайлыққа ерекше маңыз бен көңіл бөлінеді, оның маңызды элементтерінің бірі – тамақ ұсыну. Қазақ тағамдары мен сусындары қонақжайлық пен ізгілік символдарының бірі болып табылады, ал дәмдік әдеттер мен азық-түлік таңдауындағы таңдаулар мәдени бірегейлігінің маңызды бөлігі болып қала береді. Осы мақалада әртүрлі әлеуметтік және кәсіби топтар арасында дәстүрлі қазақ тағамдарын тұтынудың ерекшеліктері қарастырылады. Жүргізілген талдау әлеуметтік сауалнама деректеріне негізделген. Сауалнамаға 443 респондент қатысты. Мақалада сонымен қатар урбанизация жағдайындағы гастрономиялық әдеттердің өзгеру тенденциялары жаһанданудың әсері және аспаздық мәдениетті модернизациялау туралы айтылады. Әр түрлі әлеуметтік топтар арасында тағамдық артықшылықтардағы айырмашылықтар анықталды және қазіргі жағдайда дәстүрлі қазақ тағамдарын сақтау және насихаттау бойынша ұсыныстар ұсынылған.

Түйін сөздер: дәстүрлі қазақ тағамдары, тұтынушылық артықшылықтар, гастрономиялық мәдениет, тағамдық сәйкестілік, әлеуметтік топтар, гастрономиялық туризм, социологиялық сауалнама.

Aliyassova Valentina, Mussagazhinova Aigorym, Konuspayeva Gaukhar,
Amutova Farida, Bilal Zauresh

**Assessment of habits and characteristics of consumption of traditional dishes of Kazakh cuisine
among different socio-professional categories of consumers**

Abstract. Special importance and attention in Kazakh culture are given to hospitality, an important element of which is the offering of food. Traditional dishes and drinks of Kazakh cuisine are among the symbols of hospitality and goodwill, and culinary habits and preferences in food choices remain an important part of cultural identity. This article examines the characteristics of consumption of traditional Kazakh dishes among various social and professional groups of the population. The analysis conducted is based on data from sociological surveys. A total of 443 respondents took part in the survey. The article also highlights trends in gastronomic habits under the influence of urbanization, globalization, and modernization of culinary culture. Differences in food preferences among different social groups are revealed, and recommendations are offered for preserving and popularizing traditional Kazakh cuisine under contemporary conditions.

Key words: traditional Kazakh cuisine, consumer preferences, gastronomic culture, food identity, social groups, gastronomic tourism, sociological survey.

Введение. Казахская кухня является важной составляющей культурного наследия Казахстана, отражающей национальные традиции, климатические особенности и географические условия региона. Одной из центральных характеристик гастрономической культуры казахского народа выступает традиционное гостеприимство, тесно связанное с кочевым образом жизни, мировоззрением и социальными нормами. В кочевой культуре сформировались устойчивые обычаи, в том числе связанные с угощением путников — так, проходящих мимо аулов встречали женщины, предлагая «белую пищу» (айран, курт), что символизировало чистоту намерений и выражение добрых пожеланий в пути.

Кулинарная традиция казахов включает блюда, предназначенные для определённых обрядов, торжеств и категорий гостей, что свидетельствует о глубокой культурной и философской значимости питания в социокультурной структуре казахского общества. Так, особое место в традициях гостеприимства занимают блюда ерулік, асату, құйрык-бауыр и др. [1, с. 139]. Значимость феномена гостеприимства в культурной и социальной жизни казахов отмечается также рядом исследователей [2, с. 375].

В прошлом связь приготовления блюд с проведением определенных мероприятий была четко закреплена, однако после окончания советской эпохи в условиях современной глобализации наблюдаются существенные изменения. Тем не менее, многие традиции сохранились, хотя и претерпели определенную адаптацию. В современном мире - с развитием урбанизации, глобализации и изменением образа жизни - традиции, связанные с едой, несколько ослабели. Некоторые блюда, связанные с определенными мероприятиями, готовятся, но чаще всего эти блюда становятся частью повседневной жизни, а не только праздничных или ритуальных событий. Несмотря на современные изменения, многие традиции в отношении кухни казахов сохранились, особенно в сельской местности и среди старших поколений. Некоторые исследователи отмечают отсутствие строгого соблюдения рецептуры и правил подачи блюд в зависимости от региона: «В разных регионах одни и те же блюда могли готовить иначе, там, где преобладают низкие температуры, люди ели больше мяса, пища была жирной и сытной, в жарких областях добавляли много овощей и круп, в районе Каспия рыба нередко заменяла мясо» [3].

Современные направления развития казахской кухни отражаются в акценте на формирование принципов рационального питания и ведения

здорового образа жизни. Возрастает интерес населения к услугам нутрициологов, а также к национальным традициям питания, включая вкусовые предпочтения, связанные с культурным наследием казахской кухни. В научной среде усиливается внимание к изучению диетологических свойств традиционных казахских блюд и напитков, основанных на мясных, молочных, зерновых продуктах, а также хлебобулочных изделиях. Исследования охватывают различные технологии обработки и приготовления этих продуктов. Работы в области гастрономии направлены, в частности, на выявление влияния способов термической обработки и сочетания продуктов – например, мяса и мясопродуктов – на пищевую ценность и усвояемость [4]. Кроме того, представлены труды, посвящённые описанию древних обычаев и обрядов, особенностей кухни отдельных исторических популяций и этнических групп. Существенный вклад вносят и этнографические исследования, в которых описываются рецепты, сезонные и географические особенности казахской кухни [5].

В ряде казахстанских научных изданий представлены данные исследований, направленных на выявление предпочтительных локаций для дегустации блюд казахской кухни, а также продуктов питания и напитков, которые, по мнению местного населения, следует включить в практику гастрономического туризма в Казахстане. Авторы рассматривают результаты этих исследований как основу для формирования идеального меню казахской кухни, способного представить национальную гастрономическую культуру иностранным гостям. Проведённый онлайн-опрос был сосредоточен на готовых блюдах, которые, по мнению респондентов, наиболее уместны для угощения туристов, посещающих страну [6, с. 49-54].

Внимание настоящего исследования сосредоточено на анализе привычек и особенностей потребления традиционных блюд казахской кухни среди различных социально-профессиональных групп населения Казахстана. Основное направление работы – изучение повседневного рациона и определение значимости отдельных продуктов в структуре питания.

Проведение подобных исследований не только углубляет научное понимание специфики потребления традиционных блюд, но и имеет прикладное значение – в частности, для разработчиков стратегий в области питания, гастрономии и развития гастрономического туризма.

Следует отметить, что пищевые привычки являются элементом коллективной культурной памяти и выходят за рамки одной социальной или

этнической группы. Совокупность представлений о характерных для определённого этноса гастрономических предпочтениях формирует концепт «национальной кухни», который играет важную роль в самоидентификации и культурной принадлежности [7, с. 122].

Актуальность темы подтверждается растущим интересом зарубежных исследователей к восприятию традиционной кухни в других странах. Так, в Индонезии с помощью онлайн-анкетирования изучалось восприятие потребителями оригинальных и модернизированных версий традиционных блюд [8, с. 61]. Аналогичные исследования проводились в Бельгии, Франции, Италии, Норвегии, Польше и Испании. Результаты опросов показали, что традиционная еда воспринимается европейскими потребителями исключительно положительно, несмотря на её сравнительно высокую стоимость и трудоёмкость приготовления. Потребители ценят традиционные продукты за вкус, качество, внешний вид, пищевую ценность, полезность и безопасность [9, с. 131].

Цель исследования – изучение особенностей потребления традиционных казахских блюд среди различных социально-профессиональных, половых и возрастных групп современного населения Казахстана, а также анализ степени сохранности национальной кулинарной идентичности в современных условиях.

Задачи исследования:

- проанализировать данные онлайн-анкетирования «Оценка привычек и особенностей потребления традиционных блюд казахской кухни в разных социально-профессиональных категориях потребителей»;

- определить роль традиционных продуктов питания и казахских национальных блюд в семейных и культурных праздниках.

Материалы и методы. Для достижения целей исследования были использованы методы анкетирования, а также количественный и качественный анализ полученных данных. Исследование включало проведение онлайн-опроса, в котором приняли участие 443 респондента из различных регионов Казахстана (Алматы, Шымкент, Астана, Туркестан, Кызылорда, Павлодар), охватывающего как городское, так и сельское население. В опросе приняли участие представители различных социально-профессиональных групп: предприниматели, государственные служащие, студенты, пенсионеры, работники сферы услуг и сельского хозяйства. Сегментация аудитории проводилась по возрасту, полу и уровню дохода, при этом региональный аспект не являлся при-

оритетным в рамках данного исследования. На основе анализа научной литературы, а также с учётом практического опыта в области питания и использования традиционных продуктов была разработана анкета, включающая 16 вопросов, из которых 15 – закрытые, 1 – открытый. Структура анкеты предусматривала три тематических блока: социально-демографические характеристики респондентов (5 вопросов); потребительские предпочтения в отношении традиционных продуктов питания (5 вопросов); отношение к традиционным блюдам казахской кухни (6 вопросов).

Дополнительно в исследовании использовался метод анализа медийных и маркетинговых данных, отражающих популярность традиционной казахской кухни в сфере общественного питания. Рассматривались материалы из новостных источников, блогов, социальных сетей, отзывы потребителей, а также ассортимент ресторанных меню, ориентированных на продвижение казахской гастрономической культуры.

Результаты. Результаты исследования подтверждают, что социально-профессиональный статус оказывает значительное влияние на пищевые привычки и особенности питания казахстанцев. Несмотря на процессы глобализации, традиционная кухня сохраняет важное значение как элемент культурной идентичности, хотя и требует определённой адаптации к современным условиям. Независимо от уровня дохода, традиционные продукты питания остаются основой ежедневного рациона и продолжают выполнять функцию культурного маркера. К числу таких продуктов относятся мясо, молочные изделия, хлеб и зерновые, исторически связанные с кочевым образом жизни и природными условиями Казахстана.

Анкетирование показало, что основное место в повседневном питании респондентов занимают мясные и молочные блюда, а также хлебобулочные изделия. Зафиксирована устойчивая приверженность традиционной кухне, особенно в части мясных блюд. При этом молодёжь и студенческая аудитория чаще заменяют традиционные блюда продуктами фастфуда, однако проявляют интерес к гастрономическим инновациям, основанным на казахской кулинарной традиции.

Значительная часть участников опроса отмечает, что традиционные казахские блюда занимают центральное место в семейных и культурных торжествах. В числе наиболее упоминаемых национальных блюд названы бешбармак (72 %) и баурсаки (80,3 %), а из напитков наибольшую популярность сохраняет чай (с молоком, без молока, с добавлением трав) – 67 %.

Среди факторов, влияющих на изменение гастрономических предпочтений, респонденты указали рост цен на мясо и молочные продукты, что снижает их доступность, а также ускоренный ритм жизни, сокращающий время на приготовление пищи и способствующий росту спроса на продукцию ресторанного сектора и полуфабрикаты. В то же время традиционные казахские блюда продолжают эволюционировать в русле современных гастрономических трендов: в ресторанном меню всё чаще появляются авторские версии бешбармака с морепродуктами, тартары из конины, десерты на основе айрана и кумыса.

Обсуждение. В изучении привычек потребления традиционных блюд казахской кухни в разных социально-профессиональных категориях был использован один из самых удобных и востребованных методов – анкетирование. При разработке тематического опросника были определены общие ключевые вопросы для отражения объективной картины (возраст, пол, уровень доходов, наличие повседневной физической нагрузки) и специальные.

Анкета из 16 вопросов была предложена различным социальным группам и категориям населения различных регионов Казахстана. К анкетированию было привлечено как сельское, так и городское население, люди различных профессий, пенсионеры и студенты. Общее количество респондентов составило 443 человека. Возрастная градация представлена следующим образом:

1 группа - от 18 до 35 лет (молодой возраст, молодость) составила – 53,2 %;

2 группа от 36 до 63 лет (средний возраст, зрелость) составила – 45,8 %;

3 группа от 64 и выше (пожилой возраст, ранняя старость) составила – 1 %.

Важным фактором, оказывающим влияние на анализ анкетных данных и интерпретацию резуль-

татов, выступают пол, профессиональная деятельность и уровень дохода респондентов. Эти параметры отражаются в различиях потребительских предпочтений в отношении традиционной кухни. Так, мужчины, как правило, потребляют больше калорий и отдают предпочтение более сытным, высококалорийным блюдам, что обусловлено большей мышечной массой и уровнем физической активности. Женщины, напротив, склонны уделять больше внимания качеству и полезности пищи, выбирая менее калорийные и более сбалансированные варианты. Целью настоящего исследования было получение усреднённого представления о потребительских привычках, поскольку структура питания населения во многом определяет состав так называемой потребительской корзины, в которую обычно включаются основные группы продуктов: зерновые, мясо, молочные продукты, овощи, фрукты, жиры и масла. Полученные данные позволяют глубже понять особенности потребления, а также экономические и социальные факторы, влияющие на питание и здоровье населения.

В казахстанском контексте, что также подтверждено результатами анкетирования, женщины традиционно играют ключевую роль в планировании питания и приготовлении пищи для семьи. Это обстоятельство объясняет их более глубокое вовлечение в темы, связанные с питанием, и высокую долю участия в исследовании — 74,2 % от общего числа респондентов.

Аналогичные выводы делают польские исследователи А. Barska и J. Wojciechowska-Solis, установившие по результатам опроса, что женщины демонстрируют более высокий уровень осведомлённости при выборе и приобретении продуктов. Указанное они связывают с устойчивыми гендерными ролями в традиционной польской модели семьи, где функции планирования питания преимущественно возложены на женщин [10, с. 1998].



Рисунок 1 – Диаграмма по половой принадлежности респондентов

Питание мужчин находится в прямой зависимости от уровня физической активности, которая, в свою очередь, влияет на здоровье, энергетический баланс и физическую работоспособность. Как мужчины, так и женщины с регулярной физической нагрузкой нуждаются в повышенном потреблении белков и углеводов для поддержания метаболических процессов и восполнения энергетических затрат. В исследовании доля мужчин, принявших участие в анкетировании, составила 25,3 %, при этом положительно на вопрос «Ваша профессиональная деятельность связана с еже-

дневной физической нагрузкой?» ответили 23,3 % респондентов.

Уровень дохода также оказывает значительное влияние на структуру и качество питания. Этот фактор отражается в таких аспектах, как доступность продуктов, возможность выбора более качественной пищи, планирование бюджета и влияние социальной среды. В частности, уровень дохода определяет доступ к заведениям общественного питания (ресторанам, кафе и пр.), что, в свою очередь, формирует определённые пищевые привычки.

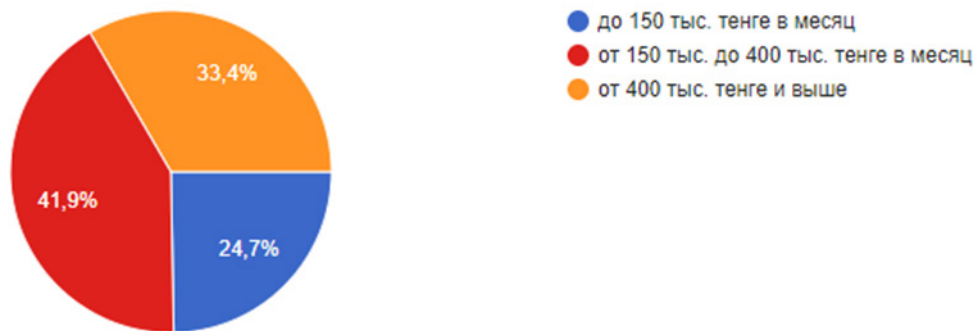


Рисунок 2 – Диаграмма «Каков ваш уровень доходов?»

Первая группа респондентов в возрасте от 18 до 35 лет, составившая 53,2 % от общего числа участников, характеризуется сравнительно низким уровнем дохода. Это обусловлено присутствием в данной категории студентов и молодых специалистов, чьими основными источниками дохода являются стипендии и начальные должностные оклады. Ограниченные финансовые возможности сказываются на характере социального взаимодействия: молодёжь реже посещает заведения общественного питания, что ограничивает их гастрономический опыт. В результате участники этой группы чаще выбирают доступные по цене, но менее питательные продукты, включая полуфабрикаты и блюда фаст-фуда.

Респонденты из второй и третьей возрастных групп, обладающие более высоким доходом, чаще демонстрируют готовность к гастрономическим экспериментам, в том числе с рецептами национальной кухни. Это способствует расширению пищевого репертуара, повышает осознанность

при выборе продуктов и, как следствие, может способствовать улучшению качества питания и общего состояния здоровья.

Употребление мясных, молочных блюд, хлебобулочных изделий и круп прочно укоренено в казахской национальной кулинарной традиции и занимает значительное место в повседневной жизни. Согласно результатам опроса, 296 респондентов ежедневно включают в рацион мясные продукты. На втором месте по частоте потребления — хлебобулочные изделия (271 респондент), далее – молочная продукция (236 респондентов), и крупы/цельнозерновые продукты (218 респондентов).

При анализе частоты потребления в течение дня лидируют хлебобулочные изделия: 115 респондентов указали, что употребляют их более одного раза в сутки. Крупы и цельнозерновые продукты, согласно вкусовым предпочтениям, респонденты чаще включают в рацион 2–3 раза в неделю – так ответили 131 человек.

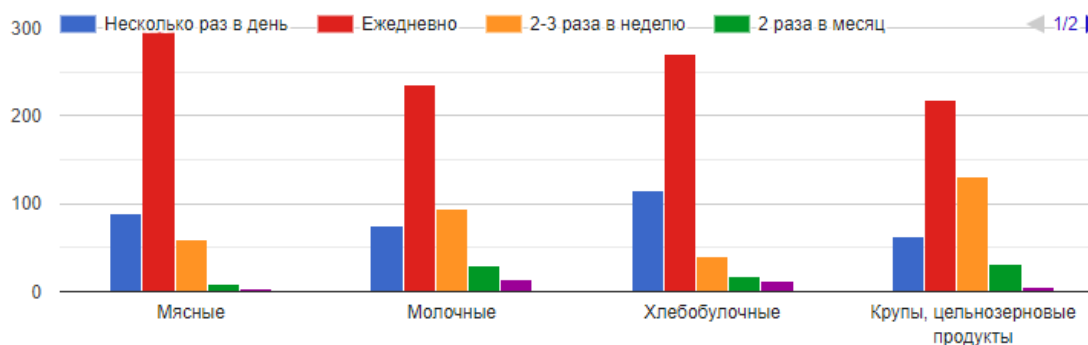


Рисунок 3 – Диаграмма «Как часто вы употребляете следующие группы продуктов?»

Преобладание мяса в рационе казахстанцев обусловлено историческими, культурными и экономическими аспектами, что делает его неотъемлемой частью гастрономической традиции казахского народа. В казахской культуре мясо нередко воспринимается как символ благосостояния и статуса, а его потребление связано с определёнными социальными нормами, обрядами и образом жизни. Мясные блюда играют важную роль в проведении традиционных обрядов и торжеств, таких как свадьбы, поминальные мероприятия, встречи почётных гостей.

Особое место в национальной кухне занимает конина, которую отметили 80,9 % респондентов. Лошадиное мясо традиционно считается делика-

тесом и используется в приготовлении таких блюд, как казы, шужук, бешбармак и др. В частности, бешбармак был назван наиболее предпочитаемым блюдом – его указали 317 респондентов, что свидетельствует о его лидирующей позиции среди национальных кулинарных предпочтений.

Говядина по вкусовым предпочтениям уступает конине на 8,5 %, и чаще используется не в национальных, а в повседневных блюдах. Баранина, несмотря на традиционное присутствие в казахской кухне, не вошла в тройку наиболее популярных мясных продуктов, уступив мясу птицы (51,1 %). Это может быть связано с большей доступностью птицы по цене, а также с диетологическими рекомендациями в пользу более лёгких видов мяса.

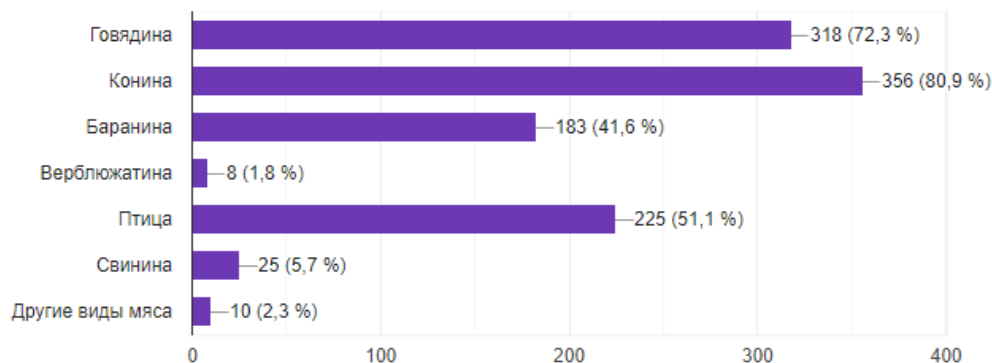


Рисунок 4 – Диаграмма «Какие вы имеете предпочтения в выборе мяса?»

Высокая оценка мясу и мясной продукции, полученная в ходе анкетирования, представляет собой положительный показатель, поскольку мясо является ценным источником белка, жиров, витаминов и минеральных веществ. Это особенно актуально в условиях континентального климата Казахстана и при наличии высокой физической активности, характерной для определённых групп населения.

Несмотря на устойчивое представление о значимости хлеба и хлебобулочных изделий в казахской гастрономической культуре, результаты анкетирования не подтвердили их лидирующих позиций в структуре вкусовых предпочтений. Так, мясу и мясной продукции респонденты отдали предпочтение с перевесом в 5,6 %. Тем не менее, хлеб продолжает занимать важное место в повседневном питании

и сохраняет высокую частоту употребления в течение дня.

Хлеб традиционно рассматривается в казахской культуре не только как базовый продукт питания, но и как символ гостеприимства, уважения

и благополучия. Его подача на стол приёма гостей отражает глубоко укоренившиеся ценности щедрости и открытости, что делает хлеб значимым элементом не только рациона, но и культурной идентичности казахского народа.

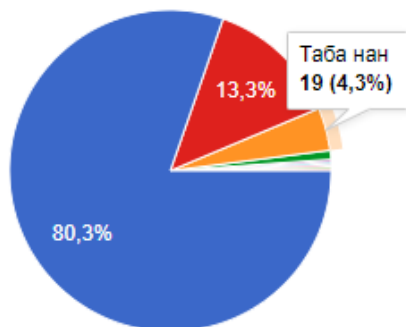


Рисунок 5 – Диаграмма «Какое казахское хлебобулочное изделие для вас символизирует домашний уют и традиции?»

На вопрос анкеты «Какое казахское хлебобулочное изделие для вас символизирует домашний уют и традиции?» 80,3 % респондентов выбрали бауырсак. Также в тройку символов уюта и культурной преемственности вошли шелпек (13,3 %) и таба нан (4,3 %). Остальные хлебобулочные изделия получили менее 1 % голосов.

Истоки традиционного питания казахов восходят к скотоводству — в особенности к разведению крупного рогатого скота и лошадей, что

сформировало основу для широкого использования молочных продуктов. Производство и потребление кумыса, шубата, айрана, курта и других молочных изделий было неотъемлемой частью кочевого образа жизни и обеспечивало не только питание, но и сохранение пищевых ресурсов. Молочные продукты по-прежнему занимают важное место в рационе казахстанцев, что было подтверждено результатами настоящего исследования.

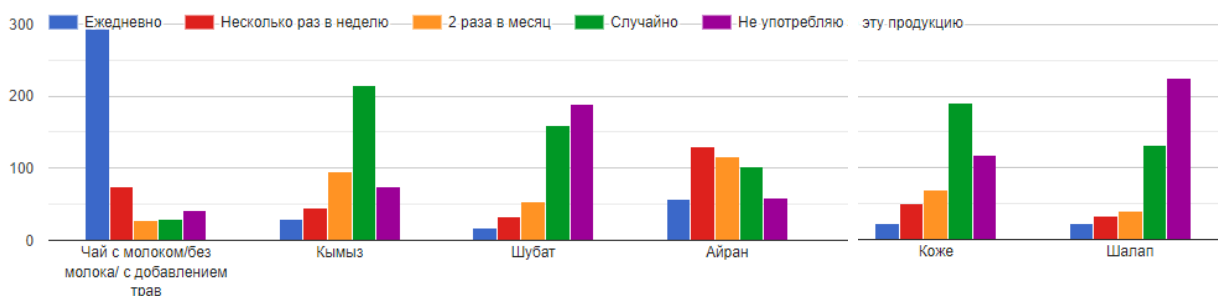


Рисунок 6 – Диаграмма «Какие традиционные казахские напитки вы предпочитаете?»

Несомненным лидером среди напитков в предпочтениях казахстанцев является чай – его в различных вариантах (с молоком, без молока, с добавлением трав) отметили 294 респондента, что составляет 67 % от общего числа опрошенных. Чай наиболее часто употребляется в повседневной жизни, подаётся как в горячем, так и в охлаждённом виде, сопровождаясь различными закусками. Он традиционно занимает центральное место в практике гостеприимства, символизируя уважение и доброжелательность хозяев. Чаепитие в казах-

ской культуре выполняет важную социальную функцию, способствуя общению, укреплению связей и сохранению культурных традиций.

Из традиционных молочных и кисломолочных напитков наибольшую популярность сохраняет айран, который устойчиво присутствует в повседневном рационе. Остальные напитки, такие как кумыз, коже, шалап и шубат, потребляются значительно реже. В частности, шубат и шалап не вызывают интереса у 43 % и 51 % респондентов соответственно. Более ста участников опроса

указали на редкое употребление большинства этих напитков, за исключением айрана, чья популярность после чая остаётся наиболее высокой.

В казахской кухне отдельное внимание в структуре питания уделяется крупам. В традиционной казахской кухне широко используются такие злаки, как пшено, пшеница, рис, ячмень и гречка. На вопрос «Какую крупу или зерновую основу вы считаете наиболее важной для традиционных казахских блюд?» респонденты распределили предпочтения следующим образом:

- пшено (тары) — 34,7 %;
- пшеница — 34,5 %;
- рис — 24,3 %;
- гречка — 2,5 %;
- остальные виды круп — менее 1 %.

Наиболее значимым в культурном и гастрономическом контексте респонденты признали пшено, традиционно используемое в таких блюдах, как тары, талкан и жент. Пшено занимает устойчивое место в традиционном рационе и отражает культурные ценности казахского народа. В последние годы наблюдается рост интереса к этой крупе со стороны диетологов и нутрициологов в связи с её полезными свойствами: отсутствие

глютена, способность регулировать уровень глюкозы и холестерина, выведение токсинов и жиров, улучшение обмена веществ, укрепление костной ткани и ускорение заживления тканей [10, с. 35].

Не менее важным элементом традиционного питания остаётся рис. Он используется в приготовлении таких популярных блюд, как плов, который подаётся на праздничных и семейных мероприятиях, а в некоторых регионах — и на поминальных обрядах.

Исследование также выявило сезонные особенности потребления продуктов: в холодное время года увеличивается употребление мяса (48 %) и хлебобулочных изделий (53 %). Однако 47 % респондентов отметили, что включают мясные блюда в рацион вне зависимости от сезона. Хлебобулочные изделия, молочные продукты, крупы и цельнозерновые культуры сохраняют стабильное присутствие в рационе круглый год (по 50–53 % респондентов).

Традиционные казахские блюда являются неотъемлемой частью семейных и культурных праздников, выполняя множество функций, от укрепления связей до передачи культурной идентичности.

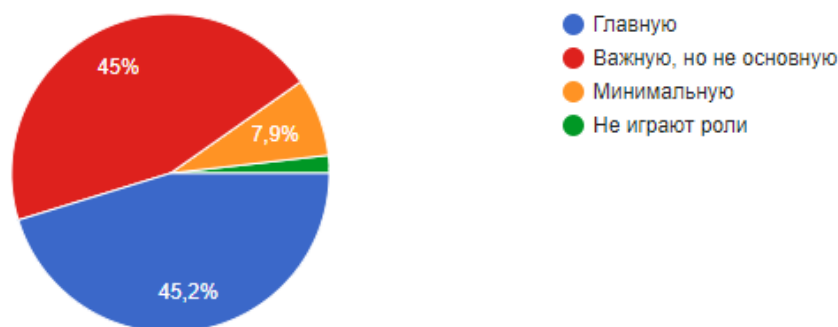


Рисунок 7 – Диаграмма «Какую роль играют традиционные казахские блюда в ваших семейных и культурных праздниках?»

Традиционные казахские блюда обладают многогранной значимостью в жизни казахстанцев, охватывая не только пищевую, но и культурную, символическую и социальную сферы. Они выступают как символ гостеприимства, преемственности поколений, средство сохранения и передачи уникальных традиций и обычаев, неразрывно связанных с историей, образом жизни и менталитетом казахского народа.

Согласно результатам опроса, большинство респондентов отводят традиционным блюдам центральное место: 45,2 % считают их главными в системе питания, а ещё 45 % – важными. Условия потребления также иллюстрируют устойчивость этих блюд в повседневной жизни: 65,6 % респондентов отмечают, что регулярно употребляют их в домашней обстановке; 30,5 % – преимущественно во время праздников и торжественных мероприятий; и лишь 3,8 % – в ресторанах.

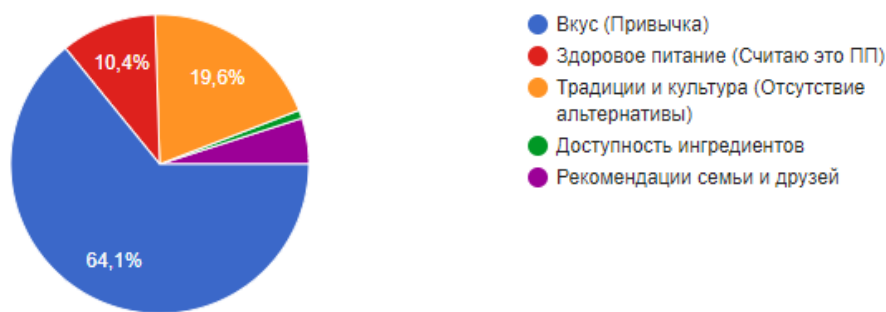


Рисунок 8 - Диаграмма «Что вами двигает при выборе традиционной казахской кухни?»

Основным мотиватором при выборе традиционных казахских блюд респонденты назвали вкусовые предпочтения и привычки – их отметили 64,1 % участников исследования. Существенную роль также играют культурные традиции и обычаи (19,6 %), а также представление о традиционных блюдах как о составляющей здорового питания (10,4 %). Следует подчеркнуть стремление респондентов сохранять и передавать культурные традиции, связанные с национальной кухней, что способствует укреплению внутрисемейных и межличностных связей.

Важным аспектом является и высокая пищевая ценность традиционных блюд: богатое содержание белков, витаминов и минеральных веществ делает их не только вкусными, но и полезными для здоровья – эта точка зрения подтверждается значительной частью респондентов.

Заключение. Более 90 % участников опроса выразили мнение о необходимости широкой репрезентации традиционной казахской кухни в современных ресторанах и кафе. По их мнению, развитие казахской гастрономии важно не только в контексте культурного наследия, но и как ресурс для продвижения Казахстана на международной арене через гастрономический туризм. Особое внимание респонденты уделяют необходимости эстетического и визуального оформления блюд, подаваемых в общественном питании.

Таким образом, основываясь на данных опроса и интервьюирования можно предложить некоторые рекомендации. В меню ресторанов и кафе, которые специализируются на казахской

кухне, вводить современные элементы, такие как: 1) создание меню с фокусом на традиционные казахские блюда, адаптированные под современные вкусовые предпочтения и здоровое питание; 2) использование местных, экологически чистых продуктов и акцент на происхождение продуктов (например, мясо от местных фермеров, молочные продукты из местных хозяйств).

Повышение осведомленности о богатстве и многообразии казахской кухни можно осуществлять через разработку образовательных программ по правильному приготовлению традиционных казахских блюд, а также о пользе использования местных локальных продуктов.

Развитие гастрономического туризма через создание специализированных туров, включающих кулинарные мастер-классы по приготовлению традиционных блюд.

Казахская кухня, несмотря на влияние урбанизации и изменения образа жизни, сохраняет свою актуальность в культурной идентичности народа. Однако для её дальнейшего развития необходимо учитывать современные тенденции питания и адаптировать традиционные блюда под новые гастрономические реалии. Интеграция традиций с инновациями позволит сохранить и передать будущим поколениям уникальный вкус казахской кухни.

Информация о финансировании. Это исследование было профинансировано Комитетом науки Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан (грант № AP23489759 - Изучение диететических свойств традиционных блюд казахской кухни).

Список литературы

- 1 Мусагажинова А.А., Кабиденова Ж.Д. Ритуальные и обрядовые функции пищи казахов Сарыарки (XX–XXI вв.) // Вестник археологии, антропологии и этнографии. – 2021. – №2 (53). – С. 138-145. URL: <https://doi.org/10.20874/2071-0437-2021-53-2-13>.

- 2 Егенисова А.К., Ерубасева А.Р. Психологические особенности национального менталитета казахского народа // Международный журнал экспериментального образования. – 2015. – №4-2. – С. 371-376. URL: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=7380> (дата обращения: 25.02.2025).
- 3 Молдабаев Д. Духовное наследие Великой степи. URL: <https://kazpravda.kz/n/duhovnoe-nasledie-velikoy-stepi/>.
- 4 Halagarda M., Wójciak K. M. Health and safety aspects of traditional European meat products. A review // Meat Science – 2022. – Vol. 184. – Article 108623. URL: https://www.researchgate.net/publication/353145279_Health_and_safety_aspects_of_traditional_European_meat_products_A_review.
- 5 Мусагажинова А., Синявский Ю. Қазақтың бірегей тағамдары. Unique dishes of Kazakh cuisine / Уникальные блюда казахской кухни. – Алматы: Luxe Media Publishing, 2023. – 200 с.
- 6 Tagmanov U., Şevki U. Forming the ideal Kazakh cuisine menu for foreign tourists: local population preferences and perspective gastronomy tourism destinations in Kazakhstan // Туризм, досуг и гостеприимство. – 2025 – №1(8). – С. 49-54. DOI: 10.59649/2959-5185-2025-1-47-54.
- 7 Андреева Л.А. Хопийянен О.А., Филимонова Н.В. Национальная кухня как фрагмент этнической идентичности // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2017. – Т. 9. №6. – С. 121-126. DOI: 10.17748/2075-9908-2017-9-6/1-121-126.
- 8 Dwi Larasatie Nur Fibri, Michael Bom Frost. Consumer perception of original and modernised traditional foods of Indonesia // Appetite. – 2019. – Vol. 133. – pp. 61-69. DOI: 10.1016/j.appet.2018.10.026.
- 9 Valérie Lengard Almlı, Wim Verbeke, Filip Vanhonacker, Tormod Næs, Margrethe Hersleth, General image and attribute perceptions of traditional food in six European countries // Food Quality and Preference. – 2011. – Vol. 22. – Iss. 1. – pp. 129-138 DOI: 10.1016/j.foodqual.2010.08.008.
- 10 Barska A., Wojciechowska-Solis J. Traditional and regional food as seen by consumers – research results: the case of Poland // British Food Journal. – 2018. – Vol. 120. – № 9. – pp. 1994-2004. DOI: 10.1108/BFJ-01-2018-0054.
- 11 Кузембаева Г., Кузембаев К., Шакир Ж., Хабиева С. Национальные продукты из проса в Казахстане // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ). – 2020. – № 7(76). – С. 34-36.

References

- 1 Musagazhinova A.A., Kabidenova Zh.D. Ritual'nye i obrjadovye funkciı pishhi kazahov Saryarki (XX–XXI vv.) // Vestnik arheologii, antropologii i jetnografii. – 2021. – №2 (53). – S. 138-145. URL: <https://doi.org/10.20874/2071-0437-2021-53-2-13>.
- 2 Egenisova A.K., Erubasova A.R. Psihologicheskie osobennosti nacional'nogo mentaliteta kazahskogo naroda // Mezhdunarodnyj zhurnal jeksperimental'nogo obrazovanija. – 2015. – №4-2. – S. 371-376. URL: <https://expeducation.ru/ru/article/view?id=7380> (data obrashhenija: 25.02.2025).
- 3 Moldabaev D. Duhovnoe nasledie Velikoj stepi. URL: <https://kazpravda.kz/n/duhovnoe-nasledie-velikoy-stepi/>.
- 4 Halagarda M., Wójciak K. M. Health and safety aspects of traditional European meat products. A review // Meat Science – 2022. – Vol. 184. – Article 108623. URL: https://www.researchgate.net/publication/353145279_Health_and_safety_aspects_of_traditional_European_meat_products_A_review.
- 5 Musagazhinova A., Sinjavskij Ju. Қазақтың бірегей тағамдары. Unique dishes of Kazakh cuisine / Unikal'nye bljuda kazahskoj kuhni. – Алматы: Luxe Media Publishing, 2023. – 200 с.
- 6 Tagmanov U., Şevki U. Forming the ideal Kazakh cuisine menu for foreign tourists: local population preferences and perspective gastronomy tourism destinations in Kazakhstan // Turizm, dosug i gostepriimstvo. – 2025 – №1(8). – S. 49-54. DOI: 10.59649/2959-5185-2025-1-47-54.
- 7 Andreeva L.A. Hopijajnen O.A., Filimonova N.V. Nacional'naja kuhnja kak fragment jetnicheskoj identichnosti // Istoricheskaja i social'no-obrazovatel'naja mysl'. – 2017. – Т. 9. №6. – S. 121-126. DOI: 10.17748/2075-9908-2017-9-6/1-121-126.
- 8 Dwi Larasatie Nur Fibri, Michael Bom Frost. Consumer perception of original and modernised traditional foods of Indonesia // Appetite. – 2019. – Vol. 133. – pp. 61-69. DOI: 10.1016/j.appet.2018.10.026.
- 9 Valérie Lengard Almlı, Wim Verbeke, Filip Vanhonacker, Tormod Næs, Margrethe Hersleth, General image and attribute perceptions of traditional food in six European countries // Food Quality and Preference. – 2011. – Vol. 22. – Iss. 1. – pp. 129-138 DOI: 10.1016/j.foodqual.2010.08.008.
- 10 Barska A., Wojciechowska-Solis J. Traditional and regional food as seen by consumers – research results: the case of Poland // British Food Journal. – 2018. – Vol. 120. – № 9. – rr. 1994-2004. DOI: 10.1108/BFJ-01-2018-0054.
- 11 Kuzembaeva G., Kuzembaev K., Shakir Zh., Habieva S. Nacional'nye produkty iz prosa v Kazahstane // Evrazijskij Sojuz Uchenyh (ESU). – 2020. – № 7(76). – S. 34-36.

Хат-хабарларга арналған автор (бірінші автор)	Автор для корреспонденции (первый автор)	The Author for Correspondence (The First Author)
Алиясова Валентина Нурмагамбетовна, мәдениеттану кандидаты, Павлодарский педагогический университет им. Әлкей Марғұлан, г. Павлодар, Қазақстан, e-mail: alijasova@mail.ru ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1423-0339	Алиясова Валентина Нурмагамбетовна, кандидат культурологии, Павлодарский педагогический университет им. Әлкей Марғұлан, г. Павлодар, Қазақстан, e-mail: alijasova@mail.ru ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1423-0339	Aliyasova Valentina Nurmagambetovna, Candidate of Cultural Sciences, Pavlodar Pedagogical University named after Alkey Margulan, Pavlodar, Kazakhstan, e-mail: alijasova@mail.ru ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1423-0339

Дата поступления статьи: 15.04.2025
Дата принятия к публикации: 24.06.2025

¹Ахмедова С.Ж.^а, ¹Мадиярова Д.М., ¹Тұльбаева А.Т., ²Болат К.Б.,
¹Винокурова Е.И.

¹Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

²Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан

АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ ИННОВАЦИОННОГО МЕНЕДЖМЕНТА НА ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ТУРИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Ахмедова Салтанат Жолдасбековна, Мадиярова Диана Макаевна,
Тұльбаева Айгерим Тұрлыбековна, Болат Кенжебек Болатович, Винокурова Елена Ивановна

Анализ влияния инновационного менеджмента на экономические показатели туристской деятельности

Аннотация. Статья посвящена исследованию инновационного менеджмента в сфере туристской деятельности. Авторы рассматривают современные тенденции и подходы к внедрению инноваций в туристскую отрасль, анализируют ключевые инновационные технологии, такие как цифровизация, внедрение искусственного интеллекта, автоматизация обслуживания клиентов и использование новых форм маркетинга. Основной целью исследования является оценка влияния инноваций на повышение конкурентоспособности туристских компаний и улучшение качества обслуживания клиентов. В работе также рассмотрены барьеры и вызовы, с которыми сталкивается индустрия туризма при внедрении инновационных решений, а также пути преодоления этих препятствий. Произведен анализ ключевых показателей развития туризма Республики Казахстан за период с 2014 по 2022 годы, включая такие показатели, как добавленная стоимость туристской отрасли, потребление туристских услуг, количество посетителей и юридических лиц. В статье также представлены данные о прибыли туристского агентства «Kazakh Tourism» и деятельности Казахстанской туристской ассоциации (КТА). В заключении формулируются практические рекомендации по эффективному управлению инновациями в туристской сфере с целью обеспечения устойчивого развития и повышения привлекательности туристских услуг.

Ключевые слова: инновационный менеджмент, туристская экономика, инвестиции, цифровизация туризма, эффективность управления, экономические показатели, стратегическое развитие.

Ахмедова Салтанат Жолдасбековна, Мадиярова Диана Макаевна,
Тұльбаева Айгерим Тұрлыбековна, Болат Кенжебек Болатович, Винокурова Елена Ивановна

Инновациялық менеджменттің туристік қызметтің экономикалық көрсеткіштеріне әсерін талдау

Андапта. Мақалада туристік қызмет саласындағы инновациялық менеджментті зерттеуге арналған. Авторлар туристік салаға инновацияларды енгізудің заманауи тенденцияларын, цифрландыру тәсілдерін қарастырады, жасанды интеллект енгізу, тұтынушыларға қызмет көрсетуді автоматтандыру және маркетингтің жаңа түрлерін пайдалану сияқты негізгі инновациялық технологиялар қарастырылған. Зерттеудің негізгі мақсаты инновациялық туристік компаниялардың бәсекеге қабілеттігін арттыруға және тұтынушыларға қызмет көрсету сапасын жақсартуға әсерін бағалау. Сондай-ақ, жұмыста туризм индустриясында инновациялық шешімдерді енгізу кезінде кездесетін кедергілер мен қиындықтарды жеңу жолдары қарастырылған. Туристік салалардың қосылған құны, туристік қызметтерді тұтыну, келушілер саны және заңды тұлғалар сияқты көрсеткіштерді қоса алғанда 2014-2022 жылдар аралығында Қазақстан Республикасының туризмін дамытудың негізгі көрсеткіштеріне талдау жасалған. Мақалада «Kazakh Tourism» туристік агенттігінің пайдасы және Қазақстанның туристік қауымдастығы (ҚТК) қызметі туралы деректер ұсынылған. Қорытындылай келе, тұрақты дамуды қамтамасыз ету мен туристік қызметтердің тартымдылығын арттыру мақсатында туризм саласындағы инновацияларды тиімді басқару бойынша практикалық ұсыныстар тұжырымдалған.

Түйін сөздер: инновациялық менеджмент, туристік экономика, инвестициялар, туризмді цифрландыру, басқару тиімділігі, экономикалық көрсеткіштер, стратегиялық даму.

Akhmedova Saltanat Zholdasbekovna, Madiyarova Diana Makaevna,
Tulbayeva Aigerim Turlybekovna, Bolat Kenzhebek Bolatovich, Vinokurova Elena Ivanovna
Analysis of the impact of innovative management on economic indicators of tourism activities

Abstract. The article is devoted to the study of innovative management in the field of tourism. The authors consider modern trends and approaches to the implementation of innovations in the tourism industry, analyze key innovative technologies, such as digitalization, the introduction of artificial intelligence, automation of customer service and the use of new forms of marketing. The main objective of the study is to assess the impact of innovations on increasing the competitiveness of tourism companies and improving the quality of customer service. The work also considers the barriers and challenges faced by the tourism industry in the implementation of innovative solutions, as well as ways to overcome these obstacles. An analysis of key indicators of tourism development in the Republic of Kazakhstan for the period from 2014 to 2022 was made, including such indicators as the added value of the tourism industry, consumption of tourism services, the number of visitors and legal entities. The article also presents data on the profit of the travel agency "Kazakh Tourism" and the activities of the Kazakhstan Tourism Association (KTA). In conclusion, practical recommendations are formulated for the effective management of innovations in the tourism sector in order to ensure sustainable development and increase the attractiveness of tourism services.

Key words: innovation management, tourism economics, investments, digitalization of tourism, management efficiency, economic indicators, strategic development.

Введение. Travel-индустрия представляет собой сложную социально экономическую систему, играющую важную роль в развитии мировой экономики. В условиях глобализации геополитических изменений, пандемийного кризиса, усиления конкуренции туризм становится динамичным социально-экономическим явлением, подвергающимся постоянным изменениям под влиянием этих факторов. Туризм как один из главных драйверов мировой экономики способствует расширению интеграционных связей между различными странами и регионами, его массовый характер оказывает влияние на все аспекты современного общества: экономику, политику и культуру. Развитие travel-индустрии способствует созданию новых рабочих мест, увеличению доходов и привлечению инвестиций. Эффективное управление инновациями в сфере туризма играет ключевую роль в обеспечении экономического процветания, социальной стабильности и устойчивого развития стран и регионов.

Инновации в сфере управления туризмом охватывают широкий спектр возможностей и вызовов, возникающих в условиях жесткой конкуренции среди поставщиков услуг. На рынок travel-индустрии оказывают влияние различные аспекты общественной жизни, такие как геополитические изменения, экономические кризисы, климатические катастрофы, террористические угрозы и другие факторы. Участники конкурентного рынка туризма обязаны учитывать эти риски, уметь прогнозировать развитие ситуации и своевременно реагировать на изменения, что в конечном итоге должно приводить к принятию обоснованных управленческих решений. Travel-индустрия продолжает активно развиваться не только в мире, но и в Казахстане. На рынке появляются новые игроки, включая стартапы и онлайн-платформы,

предлагающие инновационные подходы в сфере туристских услуг.

Туризм, наряду с экономическими и социальными выгодами, способен оказывать разрушительное воздействие на природные экосистемы - в частности, через вырубку лесов, загрязнение окружающей среды и нарушение природных ландшафтов. Кроме того, под угрозой оказываются объекты культурного наследия, испытывающие чрезмерную туристскую нагрузку. В этих условиях особенно важным становится внедрение современных управленческих технологий, способствующих снижению негативного воздействия и обеспечению устойчивого развития отрасли.

Тема настоящего исследования связана с анализом влияния инновационного менеджмента на экономические показатели туристской деятельности. Данный аспект вызывает устойчивый интерес у исследователей, поскольку охватывает ключевые вопросы стратегического развития, повышения устойчивости и адаптации отрасли к изменениям современного мира. Современные научные исследования в этой области затрагивают широкий спектр проблем туристской индустрии, что позволяет выявить основные барьеры и факторы успеха, с которыми сталкиваются участники рынка, а также разработать эффективные стратегии и методы управления.

А. Тolepov и В. Pikkemaat и их соавторы в своих исследованиях выделяют влияние инноваций на развитие travel-индустрии, подчеркивая, что для эффективной адаптации к постоянно меняющимся рыночным условиям и поддержания конкурентоспособности туристских компаний необходимо постоянно совершенствовать инновационные методы и управления в маркетинге [1, 2]. Работа С. Işik и соавторов, применивших практический

подход к исследованию инноваций в туристской сфере, направлена на анализ эффективных кейсов внедрения бизнес-идей, что позволило выделить стратегии, способствующие повышению конкурентоспособности туристских компаний [3]. Технологический аспект инноваций в туризме стал основой исследований, проведённых М. Ramazanova и А.М. Elshaer с соавторами. В своих работах они уделили внимание важности для современной туристской индустрии информационно-коммуникационных технологий, а также особенностям развития электронного туризма [4, 5]. Исследование А. Mohammed и соавторов посвящено изучению роли социальных онлайн-платформ и приложений в эффективности гостиничного бизнеса. Данная работа позволяет оценить успешность стратегии использования социальных медиа для привлечения клиентов и улучшения качества обслуживания [6]. S. Domi и соавторы изучили концептуализацию и методы оценки принятия инноваций в туризме, сосредоточившись на разработке новых подходов для измерения эффективности инновационных процессов в данной отрасли [7]. F. Brandão и G. Arcese с соавторами проанализировали успешные стратегии развития и применения инноваций в сегменте туристской индустрии, включая развитие зимних видов спорта, экологические туры и новые формы развлечений для туристов [8, 9]. М. В. Cavalheiro с соавторами изучили различные инновационные подходы и практики, направленные на уменьшение негативного воздействия туризма на окружающую среду и социокультурные аспекты. Данное исследование также помогает выявить ключевые стратегии и методы, способствующие устойчивому развитию туризма [10].

Исследования данных авторов подтверждают, что инновации играют ключевую роль в развитии туристской отрасли, способствуя адаптации к изменяющимся условиям рынка и повышению конкурентоспособности бизнеса. Технологические инновации, сотрудничество между участниками отрасли и устойчивые практики играют важную роль в создании благоприятной среды для успешного внедрения и развития инноваций в туризме. Однако остаются недостаточно исследованными такие вопросы, как влияние экономических кризисов на инновационные процессы в туристской индустрии, влияние глобальных тенденций, таких как цифровизация, на потребительское поведение и требования к инновациям в туризме. Кроме того, не исследована роль инноваций в предприятиях в туристском секторе и не оценена эффективность инновационных стратегий в различных регионах и контекстах развития туризма.

Цель исследования заключается в комплексном анализе влияния инновационного менеджмента на экономические показатели туристской деятельности и выявлении новых направлений для дальнейших исследований.

Задачами исследования является:

- изучение влияния кризисов на инновационные процессы в туризме;
- оценка эффективности инновационных стратегий в различных регионах с учетом их специфики и особенностей развития туристской индустрии.

Материалы и методы. Для проведения исследования по экономическим аспектам управления в туристской индустрии Казахстана был использован аналитический метод, включающий анализ статистических данных, финансовых отчетов и законодательных актов, регулирующих деятельность туристских предприятий. В качестве источников данных была использована информация, предоставленная Национальным статистическим бюро Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [11, 12], а также отчеты компании «Kazakh Tourism» и статистические данные, опубликованные в открытых источниках [13, 14].

Основным методом исследования являлся сравнительный анализ динамики ключевых показателей развития туристской отрасли Республики Казахстан за период с 2014 по 2022 годы. На момент проведения анализа статистические данные по туризму были доступны лишь до 2022 года, что определило временные рамки исследования. В качестве основных индикаторов были выделены: валовая добавленная стоимость туристских отраслей, их доля в валовом внутреннем продукте (ВВП), внутренний спрос на туристские услуги, объем потребления туристских услуг внутри страны и за её пределами, а также количественные данные о туристских посетителях, зарегистрированных юридических лицах и численности занятых в сфере туризма.

Для анализа развития туризма в регионах Казахстана была использована статистическая информация об объеме услуг, предоставленных гостиничными и иными размещающими объектами в различных регионах страны за период с 2014 по 2023 годы [12]. Данные были собраны и сопоставлены для оценки динамики развития туризма в различных регионах и выявления тенденций. Такой подход позволил получить комплексное представление о состоянии и динамике развития туризма в различных частях Казахстана, что в свою очередь способствует более точной

оценке эффективности региональных программ и стратегий развития туризма.

Для проведения анализа финансовой деятельности туристского агентства «Kazakh Tourism» были использованы финансовые отчеты компании за период с 2017 по 2022 годы [14]. Выбор компании обосновывается тем, что она является одним из ведущих туристских агентств и операторов в стране, играющим значительную роль в продвижении туризма. Основным методом анализа состоял в изучении динамики чистой прибыли компании за указанный период и выявлении факторов, оказывающих влияние на ее финансовое состояние. Помимо этого, в ходе анализа были изучены цели и задачи компании, а также ее основные направления деятельности. Это позволило получить более полное представление о стратегических целях и планах развития «Kazakh Tourism», а также выявить связь между финансовыми показателями и стратегическими приоритетами компании.

Для изучения деятельности Казахстанской туристской ассоциации (КТА) была проведена аналитическая работа на основе открытых источников информации, включающая изучение целей и задач ассоциации, ее участников и основных направлений деятельности [15]. Были проанализированы отчеты об активностях ассоциации, организационная структура и функциональные обязанности, а также проведен обзор ключевых инициатив и программ, реализуемых КТА.

Важной частью исследования был анализ законодательных актов, регулирующих туристскую деятельность в Казахстане. Были изучены такие ключевые документы, как Закон «О туристской деятельности в Республике Казахстан» от 13 июня 2001 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.03.2025 г.) [16] и Закон Республики Казахстан «О защите прав потребителей» от 4 мая 2010 года (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) [17].

Общий объем исследования включал в себя сравнительный анализ данных, сбор информации из различных источников и выявление основных тенденций развития туризма в Казахстане. Методология исследования была адаптирована для анализа экономических аспектов управления в туризме с учетом специфики отрасли и доступных данных. Результаты анализа были представлены в соответствии с поставленными целями и задачами исследования.

Результаты. Экономические аспекты управления в индустрии туризма играют ключевую роль в успешном функционировании и развитии предприятий в данном секторе. Они включают в

себя широкий спектр вопросов, связанных с финансовым управлением, маркетингом, учётом и анализом данных, а также стратегическим планированием. Финансовое управление в туризме – это основа устойчивости бизнеса. Сезонность, колебания валютных курсов, инфляция и другие экономические факторы могут серьезно повлиять на доходы и расходы туристских компаний. В данных условиях критически важными задачами для управления туристским и гостиничным бизнесом выступают такие показатели как эффективное управление бюджетом, контроль за расходами, а также разработка инвестиционных стратегий [18].

В travel-индустрии именно маркетинг выступает в качестве решающего фактора при привлечении потока клиентов и увеличения объема продаж. Туризм становится все более привлекательной сферой экономики для многих стран мира, в связи с чем увеличивается конкуренция и все сложнее привлечь свою целевую аудиторию.

В принятии обоснованных решений ключевым аспектом является сбор и анализ данных, что позволяет изучать уровень потребительского спроса, конкурентную среду, финансовые показатели, помогающие руководству туристских компаний быть в курсе текущей ситуации, а также разрабатывать стратегии продвижения услуг, ценообразования, инвестирования и т.д. [19].

Для определения долгосрочных целей и приоритетов развития бизнеса весьма эффективным компонентом выступает стратегическое планирование, включающее в себя определение целей и приоритетов, создание плана действий и контроль за их реализацией. Именно фактор стратегического планирования помогает туристским компаниям эффективно адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям и обеспечивать их поступательный стабильный рост. Ключевым элементом управления в туризме является умение быстро перестраиваться, учитывая экономические, социально-политические, природные и технологические риски [20]. Только постоянный анализ и контроль за ситуацией позволяет управлять этими рисками и минимизировать угрозы для туристского бизнеса, поддерживая стабильность в сложных условиях современного постоянно меняющегося мира.

Инновационный менеджмент играет ключевую роль в развитии туризма. Конкурентные преимущества для туристских компаний несут инновации, информационные технологии, появление новых способов коммуникации, новых, более эффективных способов реализации travel-индустрии. Такие инновации очень удобны для пользователей услуг туристских компаний, осо-

бенно при планировании и бронировании своих путешествий, а сами компании оптимизируют свои операции и тем самым повышают качество предоставляемых услуг [21]. Одним из ключевых элементов инновационного менеджмента в туризме является устойчивое развитие. В настоящее время все острее стоит вопрос экологии и сохранения природных ресурсов. Туристским компаниям необходимо соблюдать баланс между стремлением удовлетворить потребности путешественников и охраной окружающей среды. Для достижения долгосрочного успеха важную роль играют инновационные решения, такие как внедрение экологически чистых технологий, создание систем и подходов, направленных на эффективное управление процессами сбора, сортировки, переработки, утилизации и минимизации отходов. Немаловажна и поддержка местных сообществ. Для конкурентной среды travel-индустрии исключительную роль играет разработка новых туристских продуктов и их адаптация к меняющимся запросам клиентов. Инновационные маркетинговые стратегии, такие как персонализированные предложения и использование цифровых каналов коммуникации, помогают создать уникальный опыт для каждого туриста и повысить их лояльность к бренду.

Казахстан обладает огромным туристским потенциалом, включающим в себя разнообразные природно-климатические зоны, флору и фауну, богатое культурное наследие, отражающее многовековую историю. Города-мегаполисы Казахстана – Алматы, Астана, Шымкент – являются средоточием архитектурных памятников, музеев, галерей, дающих возможность посетителям погрузиться в историю, культуру, традиции местного населения [22, 23]. В последнее десятилетие Казахстан становится все более привлекательным не только для местных туристов, но и для зарубежных. Однако это становится своеобразным вызовом для туристского и ресторанного бизнеса Казахстана,

пока недостаточно конкурентоспособного по сравнению со странами и регионами, предлагающими более качественные услуги. Это отталкивает и внутренних туристов, и тем более въездных, предпочитающих качественный сервис популярных мировых туристских центров. Республика Казахстан предпринимает ряд усилий для развития туристской индустрии, принимаются программы, проекты, однако они не всегда имеют должный успех. Одной из главных проблем можно указать недостаточную координацию между государственными органами, местными властями и частными предпринимателями, что в итоге приводит к неэффективному использованию ресурсов.

Казахстанской travel-индустрии нужно прикладывать усилия для диверсификации туристского продукта, расширяя предложения на рынке с целью привлечения новых групп потребителей, повышения конкурентоспособности и снижения рисков. Большая часть туров, предлагаемых местными операторами, направлена на посещение культурных и природных достопримечательностей. Менее развитыми в Казахстане считаются другие сегменты туризма: экологический, спортивный, медицинский и др. Казахстан, обладая огромным туристским потенциалом, пока, к сожалению, не вывел данную отрасль в число конкурентоспособных, востребованных на мировом рынке, отраслей экономики.

В таблице 1 представлены основные параметры развития туризма в Казахстане за период, начиная с 2014 года до 2022 года включительно. Статистические данные за указанный период характеризуют такие показатели, как валовая добавленная стоимость, доля валовой добавленной стоимости, создаваемая в отраслях туризма в ВВП (валовом внутреннем продукте), внутреннее предложение (выпуск) отраслей туризма, потребление, относящееся к въездному и выездному туризму, число посетителей, въехавших и выехавших из Казахстана и другие.

Таблица 1 – Основные показатели развития туризма в Казахстане (2014-2022 гг.)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Валовая добавленная стоимость, создаваемая в отраслях туризма (млрд. тенге)	1308,1	1630,8	1932,3	2089,9	2454,6	2771	2185,5	2871	3270,1
Доля валовой добавленной стоимости, создаваемая в отраслях туризма в ВВП (в %)	3,3	4	4,1	3,9	4	4	3,1	3,4	3,2
Внутреннее предложение (выпуск) отраслей туризма (млрд. тенге)	7887,9	7736,1	9827,6	11382,7	13755,6	11202,6	6721	9828	13574,5

Продолжение таблицы 1

Потребление, относящееся к въездному туризму (млрд. тенге)	304,8	384,4	582,7	768,8	915,8	1120,1	233,1	324,5	804,4
Потребление, относящееся к выездному туризму (млрд. тенге)	387,7	477,8	605,4	870,1	981,4	1132,2	351	727,7	1163
Число посетителей, въехавших в Казахстан (тыс. человек)	6332,7	6430,2	6509,4	7701,2	8789,0	8515,0	2034,8	1330,2	4728,8
Число посетителей, выехавших из Казахстана (тыс. человек)	10450	11302,5	9755,6	10260,8	10646	10707,3	2865	3501,4	7670
Число юридических лиц, зарегистрированных в отраслях туризма (единиц)	17934	20973	22303	27760	48750	51482	39816	42301	47905
Число занятых в отраслях туризма (тыс. человек)	412,8	428,5	414,1	442,5	463,7	469,9	458,3	463,1	488,6
Доля занятых в туризме в общей численности занятых (в %)	4,9	5,1	4,8	5,2	5,3	5,4	5,2	5,3	5,4
Разработано авторами на основе данных Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [11]									

Показатели последнего десятилетия (2014-2022 гг.), представленные в таблице 1 ярко свидетельствуют о стабильном росте валовой добавленной стоимости туристской отрасли Казахстана. Однако следует отметить спад, наблюдающийся с 2020 года, связанный с пандемией COVID-19. Пандемия серьезно отразилась на многих отраслях мировой экономики, в том числе и на туризме. С течением времени наблюдается рост объема внутреннего предложения туристских отраслей, демонстрирующий повышение интереса к туристским услугам как среди местных жителей, так и со стороны иностранных посетителей. Положительная динамика отмечается и по показателям въездного и выездного туризма, хотя имеются некоторые колебания, отражающие изменения в мировой экономике и политической обстановке.

Travel-индустрия значительно пострадала во время пандемии COVID-19, когда по всему миру были введены ограничения на передвижения, что отразилось на количестве въехавших в Казахстан, а также выехавших из него туристов. Свидетельством повышения интереса к сфере туризма является постепенное повышение количества зарегистрированных юридических лиц в туристской отрасли, а также число занятых в этой сфере работников. В целом необходимо отметить общий положительный тренд развития туризма в Республике Казахстан с 2014 по 2022 год.

В таблице 2 представлены услуги, оказанные объектами туристского размещения в период с 2014 по 2023 годы в целом для всего Казахстана, а также в разрезе по областям и городам-мегаполисам.

Таблица 2 – Объем туристских услуг, оказанный местами размещения (2014-2023 гг., млрд. тенге)

Регионы	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Республика Казахстан	72,4	72,6	82,9	108,4	103,9	120,5	66,9	109,0	182,9	229,2
Абай	-	-	-	-	-	-	-	-	3,8	6,0
Акмолинская	4,0	4,3	5,0	5,7	6,3	7,5	6,4	10,5	17,2	21,1
Актюбинская	1,7	1,4	1,5	2,1	2,0	2,2	1,1	2,2	3,2	3,7
Алматинская	2,2	3,2	4,8	8,3	9,8	9,7	5,3	8,4	6,6	8,9
Атырауская	5,5	6,8	7,1	7,2	7,5	8,1	3,2	1,7	5,5	6,0
Восточно-Казахстанская	3,7	3,3	3,9	4,3	5,9	6,3	3,3	5,6	4,9	5,9
Жамбылская	0,7	0,9	1,0	1,3	1,4	1,5	1,0	1,5	1,9	2,3

Продолжение таблицы 1

Жетысуская	-	-	-	-	-	-	-	-	5,2	4,6
Западно-Казахстанская	1,5	2,0	2,9	3,1	2,7	3,2	2,0	3,2	3,7	4,6
Карагандинская	3,4	3,4	3,9	4,2	4,3	4,9	3,0	4,6	5,5	6,3
Костанайская	1,1	1,1	1,1	1,5	1,7	1,8	1,0	1,8	2,6	2,9
Кызылординская	0,9	0,7	0,8	0,9	1,0	1,1	0,7	1,1	1,3	1,6
Мангистауская	5,1	4,7	3,9	4,2	4,9	5,1	4,4	7,3	11,5	15,1
Павлодарская	1,6	1,6	1,6	1,9	2,1	3,4	1,3	2,4	3,6	4,3
Северо-Казахстанская	0,5	0,6	0,8	1,0	1,1	1,2	0,7	1,4	1,7	2,1
Южно-Казахстанская/ Туркестанская	1,5	1,9	2,7	3,7	1,3	1,8	1,3	3,8	5,0	5,6
Улытауская	-	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,6
г. Астана	18,5	18,2	22,1	36,7	22,8	26,1	11,6	20,3	35,2	45,4
г. Алматы	20,6	18,6	19,7	22,5	25,7	32,3	16,8	27,9	56,2	74,1
г. Шымкент	-	-	-	-	3,3	4,1	3,7	5,2	8,1	8,2
Разработано авторами на основе данных Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан [12]										

Показатели, представленные в таблице 1, свидетельствуют о постоянном росте спроса на туристские услуги в Казахстане. Лидерами выступают самые крупные города Казахстана – Алматы, Астана, увеличивается спрос услуг в Шымкенте. Среди областей первые позиции занимают Ақмолинская и Мангистауская, что может быть обусловлено улучшением инфраструктуры данных регионов, проведением рекламных кампаний по привлечению туристов, проведением различных знаковых мероприятий и т.д. Не все регионы Казахстана одинаково развиты, в некоторых областях Казахстана рост показателей объема туристских услуг незначительный. Для изменения данной ситуации необходимо предпринимать ряд мер, направленных на развитие инфраструктуры всего Казахстана, а не отдельных его частей, внедрение инновационных технологий, улучшение качества предоставляемых туристских услуг. Тем более, как уже указывалось, Казахстан обладает значительным потенциалом для развития travel-индустрии.

Внедрение цифровых технологий становится неотъемлемой частью во всех сферах современной жизни, в том числе и в travel-индустрии. Ежегодно появляются новые онлайн-приложения и сайты, где путешественники могут получить всю необходимую для них информацию. Но нельзя сказать, что Казахстан лидирует в данной сфере, тем не менее необходимо отметить появление и казахстанских онлайн-платформ. Некоторые банки Казахстана используют свои приложения, в том числе и для предоставления туристских продуктов. Примером можно назвать отдельную карту Forte bank – Travel Card, которая предлагает туристам специальные

предложения, но в основном они ориентированы на казахстанцев, путешествующих в другие страны [24]. Данная карта предоставляет удобный сервис для туристов, включающий:

- бронирование отелей, билетов, экскурсий столиков в ресторанах;
- страхование, в том числе медицинское страхование, страхование автомобилей, багажа;
- роуминг и многое другое.

Имеются аналогичные услуги и у других наиболее крупных банков Казахстана, таких как Kaspi Bank, Halyk Bank и др., которые предлагают услуги для бронирования и покупки билетов на авиаперелёты и железнодорожный транспорт, покупку туров и т.д. [25, 26]. Появляются свои сайты и мобильные предложения у крупных туристских операторов Казахстана. В качестве примера можно привести онлайн приложение агентства «По-едем», где не только можно подобрать удобный тур в онлайн формате, но и изучить фото, почитать отзывы [27].

Число сервисов, сайтов, онлайн-платформ, удобных для туристов и путешественников, постоянно растет, что напрямую влияет в том числе и на качество предлагаемых услуг. Одним из основополагающих принципов развития travel-индустрии является устойчивый туризм, под которым понимается вид туризма, предлагающий учитывать все последствия: экономические, социальные, экологические и т.д. К одному из видов туризма, соответствующего критериям устойчивого, относится экотуризм, который становится все более популярным в Казахстане. Примером такого тура можно назвать визит-центр Charun, предлагаю-

щий современный сервис, включающий в себя возможность получить консультацию на стойке регистрации, узнать об экскурсиях и турах, купить сувениры, посетить кафе, посмотреть фильм о национальном парке [28].

Tourism of Kazakhstan – это интерактивный портал о туризме Казахстана, который в том числе имеет мобильное приложение для удобства путешественников. Tourism of Kazakhstan представляет собой сайт, который в удобном формате содержит всю необходимую информацию для путешественников. Информация размещена по регионам. О каждом регионе есть краткая информация, включающая в себя краткую географическую справку, информацию о климате, информацию о текущей погоде и т.д. [13].

АО «Национальная компания Kazakh Tourism», основанная в 2017 году, является бренд менеджером Казахстана по туризму, обеспечи-

вая позиционирование страны на внутреннем и международном рынке туризма. Одной из задач компании является маркетинг и привлечение инвестиций в туризм. Своей миссией компания выдвигает цель сделать туризм в Казахстане популярным, комфортным и доступным. В своей работе компания опирается на принципы деловой этики - профессионализм, соблюдение законов и правил, равные возможности, взаимоуважение справедливость, экологичность [13].

Агентство активно использует цифровые платформы для продвижения своих услуг и обеспечения комфортного клиентского опыта, а именно: онлайн-бронирование туров, информационные ресурсы на веб-сайте, приложения для смартфонов, а также интерактивные возможности для общения с клиентами [13]. На рисунке 1 изображена чистая прибыль агентства с 2018 по 2022 год.

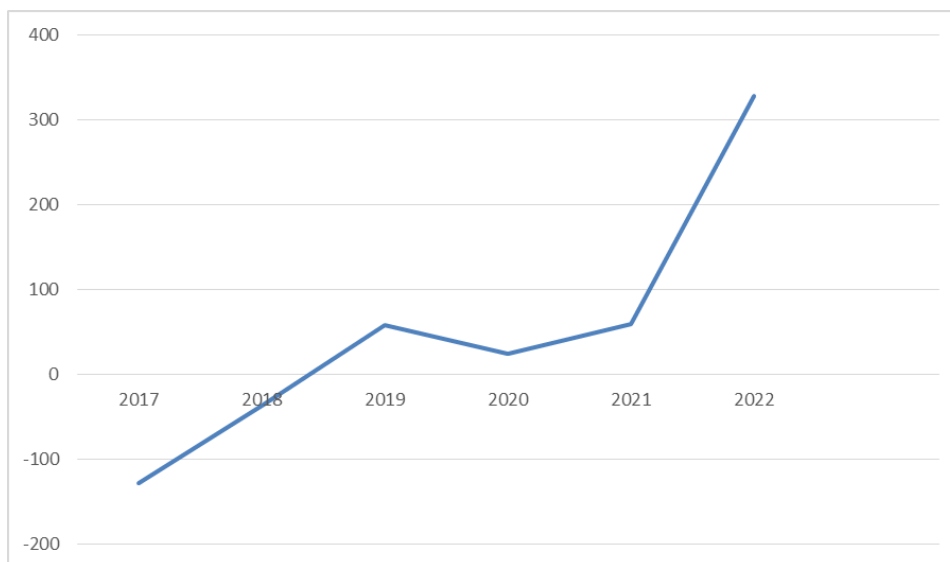


Рисунок 1 – Чистая прибыль «Kazakh Tourism» с 2017 по 2022 год, млн тенге

Источник: разработано автором на основе данных финансовых отчетов компании «Kazakh Tourism» [14]

В начале периода (2017-2018 годы), компания показывала отрицательную чистую прибыль, что может быть связано с различными факторами, такими как стартовые расходы, неэффективное управление, низкая спрос на услуги и другие. Однако с 2019 года Kazakh Tourism начал демонстрировать положительную динамику, увеличивая свою чистую прибыль с 58,2 миллионов тенге в 2019 году до 328,1 миллиона тенге в 2022 году. Это свидетельствует о том, что компания реализует успешные стратегии и управленческие решения, которые привели к увеличению прибыли. Этот положительный тренд в чистой прибыли может быть результатом улучшения операционной эффектив-

ности, расширения клиентской базы, внедрения инноваций, улучшения качества предоставляемых услуг и других факторов.

Казахстанская туристская ассоциация (КТА) также является важным игроком в туристской индустрии Казахстана. КТА представляет собой объединение туроператоров и агентств, целью которого является содействие развитию туризма в стране и повышение его конкурентоспособности на мировом рынке. В составе КТА - туристские компании (туроператоры и турагенты), страховые компании, авиакомпания, национальные парки, учебные заведения и СМИ (средства массовой информации). Одной из важных функций альян-

са является развитие инноваций и современных стандартов в сфере туризма. КТА также активно содействует разработке и внедрению инновационных методов и технологий в сфере туризма. Она организует обучающие мероприятия, семинары и тренинги для специалистов отрасли с целью повышения их квалификации и освоения современных методик работы. Продвижение туристского продукта Казахстана на мировом рынке также является важным направлением деятельности альянса. Он организует мероприятия по привлечению иностранных туристов и развитию международного туризма в стране, что способствует расширению туристского потока и увеличению выручки от туристских услуг. Ассоциация активно взаимодействует с государственными и частными структурами для создания новых туристских объектов, развития инфраструктуры и повышения уровня сервиса для туристов [15].

Регулирование деятельности travel-индустрия осуществляется на основании законодательной базой Республики Казахстан. Основными документами являются следующие:

- Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.03.2025 г.) [16];

- Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2025 г.) [29];

- Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.) [17];

- Кодекс Республики Казахстан от 2 января 2021 года № 400-VI «Экологический кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.03.2025 г.) [30];

- Закон Республики Казахстан «О дорожном движении» от 17 апреля 2014 года № 194-V ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 04.12.2024 г.) [31].

Данные законы направлены на регулирование деятельности туристских объединений Казахстана, соблюдение прав туристов, являющихся потребителями продуктов travel-индустрии.

Инновация является важным аспектом развития любой отрасли. Происходят изменения в и законодательстве Республики Казахстан, которые необходимо учитывать при стратегическом планировании в сфере туризма [32]. Для эффективного развития сферы туризма Казахстана необходимо улучшать качество предоставляемых услуг, расши-

рять ассортимент туристического продукта. На это направлены такие изменения в законодательной базе Республики Казахстан, как:

- упрощение процедуры лицензирования и регистрации бизнеса в сфере туризма;

- обеспечение четкости и прозрачности всех процессов, связанных с законодательной базой Республики Казахстан [33];

- введение налоговых преференций для отечественных представителей бизнеса в сфере туризма;

- оказание государственной поддержки на всех этапах, начиная от момента создания новых объектов туризма до их дальнейшей деятельности и функционирования;

- адаптация законодательной базы Республики Казахстан под сферу индустрии туризма.

Развитие инновационного менеджмента в туристской индустрии Казахстана имеет стратегическое значение для увеличения конкурентоспособности отрасли и привлечения большего числа туристов. Были выделены ключевые аспекты и рекомендации по улучшению инновационного менеджмента в туризме Казахстана. В первую очередь, внедрение инновационных технологий в сфере туризма может значительно улучшить качество предоставляемых услуг и повысить уровень комфорта для туристов. Примером может служить использование цифровых технологий для бронирования отелей, экскурсий и транспортных услуг, что сокращает временные и финансовые затраты и увеличивает удобство для путешественников. Также развитие инновационного менеджмента требует активного внедрения маркетинговых стратегий, направленных на привлечение туристов [34]. Это включает в себя использование цифровых маркетинговых инструментов, анализ данных о потребностях и предпочтениях туристов, а также создание уникальных и привлекательных туристских продуктов и маршрутов.

Важным аспектом является укрепление партнерских отношений и сотрудничества внутри отрасли. Это включает в себя создание платформ для обмена опытом и лучшими практиками между туристскими компаниями, государственными органами, академическими институтами и НПО (научно-производственными объединениями). Коллективные усилия в направлении развития инноваций позволят создать благоприятную среду для развития индустрии. Кроме того, важно поддерживать и развивать талантливые кадры в сфере туризма, обеспечивая им доступ к образовательным программам и тренингам по инновационному менеджменту. Это способствует выращиванию

профессионалов, способных эффективно управлять инновационными проектами и процессами в отрасли [35]. Содействие со стороны государства в создании благоприятной правовой и экономической среды для инноваций также играет важную роль. Это может включать в себя разработку инновационных стимулов, налоговых льгот и государственных программ поддержки инноваций в туризме.

В целом, развитие инновационного менеджмента в туризме Казахстана требует комплексного подхода, включающего в себя внедрение новых технологий, маркетинговых стратегий, развитие партнерских отношений, образование кадров и поддержку со стороны государства. Реализация этих рекомендаций может способствовать развитию индустрии и увеличению ее конкурентоспособности на мировом рынке туризма.

Обсуждение. Туристская индустрия оказывает значительное влияние на экономику многих стран, и Республика Казахстан не исключение. Этот сектор играет ключевую роль в создании рабочих мест, привлечении инвестиций и формировании положительного имиджа страны на мировой арене. Анализ результатов подчеркивает, что Казахстан обладает огромным туристским потенциалом, который лежит в его разнообразных природных и культурных достопримечательностях. Среди главных туристских магнитов страны – Тянь-Шаньские горы, озеро Балхаш, Чарынский каньон и исторические города, привлекающие внимание путешественников со всего мира своей уникальностью и красотой. P. Figini и C. Cannonier с соавторами проводили исследование, в рамках которого они уделили особое внимание влиянию туризма на экономику, рассматривая такие аспекты, как создание новых рабочих мест, увеличение доходов и привлечение инвестиций. Они утверждают, что туризм играет ключевую роль в стимулировании экономического роста и развития ВВП (Валового внутреннего продукта) во многих странах. Авторы подчеркнули, что туризм может стать существенным источником доходов для государства, а также способствовать развитию различных отраслей экономики, включая торговлю, транспорт и услуги [36, 37]. Подобный подход сопоставим с текущими результатами, где также отмечается значимость туризма для экономического развития Казахстана. Была подчеркнута важная роль туризма в экономике страны, отмечен его потенциал как источника доходов и создания рабочих мест. Таким образом, анализ автора соответствует текущим выводам относительно влияния туризма на экономику.

A. Leask также фокусировался на значимости культурных и природных достопримечательностей в привлечении туристов. Его исследование выявляет, что уникальные культурные аттракции и природные объекты играют важную роль в мотивации туристов посещать конкретную страну [38]. В отличие от текущих результатов, которые подчеркивают значение культурного и природного наследия Казахстана для развития туризма, автор придавал большее значение другим аспектам, а именно культурным мероприятиям по типу фестивалей, выставок и т. д., которые также могут привлечь внимание туристов.

Несмотря на значительный туристский потенциал Казахстана, существуют серьезные препятствия на пути развития туризма в стране. Одной из главных проблем является недостаточный уровень развития инфраструктуры и услуг, особенно в удаленных и малонаселенных регионах. Это ограничивает доступ туристов к различным природным и культурным достопримечательностям, снижает качество обслуживания и уровень комфорта для путешественников. Более того, недостаточная координация между государственными органами, местными властями и частным сектором также создает препятствия для эффективного продвижения туристского продукта Казахстана на мировом рынке. A. Khan и соавторы также провели анализ препятствий, с которыми сталкиваются страны в развитии туризма. Они выделили сложности в формировании эффективной туристской политики, несовершенство законодательства в сфере туризма, а также проблемы, связанные с финансированием инфраструктуры и рекламы туристских направлений [39]. X. Zhuang и соавторы, в свою очередь, сосредотачивались на социокультурных и экологических аспектах, и том, как они могут влиять на развитие туризма [40].

Для решения выявленных проблем необходим системный и всеобъемлющий подход, требующий совместных усилий всех заинтересованных сторон. Государственные и местные органы должны активно сотрудничать с представителями частного сектора и общественностью для совершенствования инфраструктуры, повышения качества предоставляемых услуг и эффективного продвижения туристского продукта страны как на внутреннем, так и на мировом рынках. Непосредственное участие всех заинтересованных сторон (государственных, частных и общественных структур) может привести к значительным достижениям в туристской индустрии Казахстана.

Для решения задач улучшения качества услуг в туристском бизнесе Казахстана необходимо внедрять инновации во все сферы:

- строительство новых и реконструкция старых, не соответствующих мировым стандартам, гостиниц и отелей;

- создание новых туристских маршрутов, включая реконструкцию всей инфраструктуры;

- обучение персонала, связанного с туристским и гостиничным бизнесом, а также проведение повышения квалификации на постоянной основе.

М. Ramyar, N. Halim с своей работе, посвященной развитию инфраструктуры национального парка в Иране, отметили ключевую роль инфраструктуры в удовлетворении потребностей туристов [41]. S. Carlisle с соавторами на основе анализа опроса респондентов из ряда европейских стран изучили разрыв цифровых навыков, отмечая важность регулярного обучения персонала. Среди ключевых были отмечены навыки онлайн-маркетинга, умение работать в социальных сетях, использовать операционные системы, навыки мониторинга онлайн-обзоров и другие. Все перечисленные компетенции являются инвестицией в улучшение качества услуг travel-индустрии [42].

Для повышения конкурентоспособности и уменьшения рисков в travel-индустрии важное место отводится диверсификации отрасли, включающей в себя несколько аспектов, предполагающих расширение сферы предоставляемых услуг, таких как, например, разработка новых туристских маршрутов и направлений, представление новых нестандартных услуг, новых форм отдыха, услуг для разных сегментов рынка, например, для пенсионеров или людей с ограниченными возможностями и т.д. С. М. Hall в своей работе, посвященной построению устойчивого развития туризма, проанализировал преимущества, которые могут получить страны, обмениваясь опытом и знаниями, новыми технологиями и ресурсами [43]. В настоящей работе авторы ориентированы на анализ внутреннего рынка туристской отрасли, однако в контексте глобализации необходимо учитывать и внешние риски, которые оказывают влияние на развитие туризма Казахстана.

Как уже отмечалось выше, проблема устойчивого развития туризма и экологическая составляющая выступают ключевыми факторами современной travel-индустрии. Для снижения воздействия на природную среду немаловажное влияние может оказывать внедрение новых технологий, а также сотрудничество с местными органами власти и общественностью на местах.

D. Streimikiene D. Ristić и соавторы сосредоточились на аспектах устойчивого развития в туризме, особенно на экологической устойчивости и социальной ответственности. Они исследовали влияние туризма на окружающую среду, а также на жизнь и культуру местных сообществ, подчеркивая важность учета этих факторов при разработке стратегии развития туризма в стране. Их исследования акцентируют внимание на важности сохранения окружающей среды и уважения к местным сообществам в контексте развития туризма [44, 45].

В целом исследования авторов акцентируют внимание на необходимости комплексного подхода к развитию туризма. Исследователи выделяют такие проблемы, как нехватка инфраструктуры, низкое качество обслуживания, недостаточное обучения персонала, важность сохранения культурных и природных достопримечательностей, а также подчеркивают значимость устойчивого развития и международного сотрудничества. Всё это подтверждает необходимость прилагать совместные усилия всех заинтересованных сторон для успешного развития туризма.

Заключение. В результате проведенного комплексного анализа влияния инновационного менеджмента на экономические показатели travel-индустрии можно сделать вывод о том, что на управление туристской отрасли оказывают влияние различные аспекты, такие как маркетинг, эффективность финансового управления, стратегическое планирование, внедрение инновационных технологий. Для создания конкурентной среды в travel-индустрии необходимо учитывать все факторы и риски, включая социально-экономические, геополитические, техногенные и экологические. Прогнозирование и анализ данных минимизируют данные риски, содействуя устойчивому развитию индустрии.

Как уже отмечалось, Казахстан обладает огромным потенциалом для дальнейшего развития туристской отрасли и сферы услуг. Огромная территория страны, включающая различные природно-климатические зоны, является важным преимуществом, но, в то же время, несет в себе определенные риски для развития туризма, так как пока не обладает качественным легкодоступным удобным транспортом для быстрого преодоления огромных просторов. В то же время Казахстан уникален тем, что имеет зоны, слабо доступные для посещения, где сохранились уголки дикой природы. При разумном подходе именно эти районы могут привлечь новых туристов.

В последние десять лет туристская отрасль Казахстана демонстрирует поступательный и

стабильный рост, за исключением периода пандемии COVID-19, который существенно повлиял на глобальный туризм. При этом наблюдаются выраженные региональные различия: в отдельных регионах страны развитие туристской индустрии идет более активно, что выражается в устойчивом спросе на услуги сферы travel.

Одним из ключевых факторов прогресса в отрасли стало активное внедрение цифровых технологий. Казахстан стремительно развивает инновационные решения в туристском бизнесе, направленные на улучшение качества сервиса, расширение спектра услуг и повышение привлекательности для внутренних и иностранных туристов. В этом процессе важную роль играют профессиональные объединения, такие как Казахстанская туристская ассоциация, содействующие распространению инноваций и укреплению делового сотрудничества в сфере туризма.

Нормативное регулирование туристской деятельности осуществляется через такие законодательные акты, как Закон Республики Казахстан «О туристской деятельности» и Закон «О защите прав потребителей». Эти документы определяют порядок функционирования туристской отрасли, регулируют права и обязанности участников

рынка, а также включают положения по налоговому регулированию. Введение законодательных инициатив, направленных на поддержку и стимулирование инновационных проектов, способно усилить темпы развития отрасли, однако требует тщательной предварительной проработки и оценки возможных последствий.

Развитие инновационного управления в туризме Казахстана предполагает комплексный подход, включающий цифровизацию, разработку актуальных маркетинговых стратегий, расширение партнерств и государственную поддержку. Эффективная реализация этих направлений способна значительно повысить конкурентоспособность отечественной туристской индустрии на международной арене.

Ограничением данного исследования является ограниченный доступ к данным о конкретных инновационных инициативах в казахстанском туризме, что затрудняет всесторонний анализ динамики развития отрасли. Перспективные направления для дальнейших исследований включают оценку влияния геополитической обстановки на туристскую активность, анализ эффективности программ государственной поддержки инноваций в отрасли, а также изучение вклада цифровых технологий в устойчивое развитие туристского сектора.

Список литературы

- 1 Tolepov A., Tlesova, A., Moldasheva A., Musabaev K., Orynassarova Y., Saparova B. Improving the innovative activity of the region with impact upon tourism // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – 2022. - Vol. 13. - Iss. 6 (62). – pp. 1728-1739. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1114152> (дата обращения 29.03.2025.).
- 2 Pikkemaat B., Peters M., Bichler B. F. Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. - 2019. - Vol. 41. – pp. – 184-196. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.10.007.
- 3 Işık, C. Kūçūkaltan E. G., Taş, S., Akoğul E., Uyrun A., Hajiyeva T., Bayraktaroglu E. Tourism and innovation: A literature review // *Journal of Ekonomi*. – 2019. - Vol. 1(2). - pp. 98-154. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/915158> (дата обращения 29.03.2025.).
- 4 Ramazanova M., Ibragimov K., Saspugayeva G. Analysis of the use of digital technologies in the tourism sector: Evidence from Kazakhstan // *In Technology Application in Tourism in Asia: Innovations, Theories and Practices*. – 2022 - pp. 165-182. DOI: 10.1007/978-981-16-5461-9_10.
- 5 Elshaer A. M., Marzouk A. M. Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations // *Tourism Recreation Research*. – 2024. - Vol. 49(3). - pp. 445-457. DOI: 10.1080/02508281.2022.2027203.
- 6 Mohammed A., Al-Swidi A. The influence of CSR on perceived value, social media and loyalty in the hotel industry // *Spanish Journal of Marketing-ESIC*. - 2019. - Vol. 23. – Iss 3. – pp. 373-396. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sjme-06-2019-0029/full/pdf> (дата обращения 29.03.2025.).
- 7 Domi S., Keco R., Capelleras J. L., Mehmeti G. Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism SMEs performance // *The case of Albania. Economics and sociology*. – 2019. - Vol. 12(3). - pp. 67-85. DOI:10.14254/2071-789X.2019/12-3/5.
- 8 Brandão F., Breda Z., Costa C. Innovation and internationalization as development strategies for coastal tourism destinations: The role of organizational networks // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2019. - Vol. 41. - pp. 219-230. DOI:10.1016/j.jhtm.2019.10.004.
- 9 Arcese G., Valeri M., Poponi S., Elmo G. C. Innovative drivers for family business models in tourism // *Journal of Family Business Management*. – 2021. - Vol. 11(4). - pp. 402-422. DOI:10.1108/JFBM-05-2020-0043.
- 10 Cavalheiro M. B., Joia L. A., Cavalheiro, G. M. do C. Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values // *Tourism Planning and Development*. – 2020. - Vol. 17(3). - pp. 237-259. DOI:10.1080/21568316.2019.1597763.
- 11 Вспомогательный счет туризма Республики Казахстан // Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/national-accounts/publications/181504/> (дата обращения 29.03.2025.).

- 12 Статистика туризма. Динамические ряды // Бюро национальной статистики агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 13 АО Национальная компания «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 14 Отчетность АО Национальной компании «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/reporting/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 15 Казахстанская туристская ассоциация (КТА). URL: <https://kaztour-association.com/o-nas/o-cta/> (дата обращения 29.03.2025.).
- 16 Закон Республики Казахстан от 13 июня 2001 года № 211 «О туристской деятельности в Республике Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 03.03.2025 г.). https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211_ (дата обращения 29.03.2025.).
- 17 Закон Республики Казахстан от 4 мая 2010 года № 274-IV «О защите прав потребителей» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 08.06.2024 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30661727 (дата обращения 29.03.2025.).
- 18 Rina L. The Achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) in Social, Economic, and Environmental Aspects: The Role of the Private Sector in Tourism Villages // IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. – 2023. DOI:10.1088/1755-1315/1248/1/012009.
- 19 Aratuo D. N., Etienne X. L. Industry level analysis of tourism-economic growth in the United States // *Tourism Management*. – 2019. - Vol. 70. - pp. 333-340. DOI:10.1016/j.tourman.2018.09.004.
- 20 Sedarati P., Santos S., Pintassilgo P. System dynamics in tourism planning and development // *Tourism Planning and Development*. – 2019. - Vol. 16(3). - pp. 256-280. DOI:10.1080/21568316.2018.1436586.
- 21 Asif M., Fazel H. Digital technology in tourism: a bibliometric analysis of transformative trends and emerging research patterns // *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. – 2024. - Vol. 7 (3). - pp. 1615-1635. DOI: 10.1108/JHTI-11-2023-0847.
- 22 Койтанова А.Ж., Аяганова М.П. Анализ современного состояния туристского потенциала Республики Казахстан // Вестник Карагандинского университета. Серия «Экономика». – 2014. – №2 (74). - С. 156-164. URL: https://economy-vestnik.ksu.kz/apart/srch/2014_economy_2_74_2014.pdf#page=156 (дата обращения 31.03.2025.).
- 23 Tiberghien G. Managing the planning and development of authentic eco-cultural tourism in Kazakhstan // *Tourism Planning and Development*. – 2019. - Vol. 16. - Iss. 5. - pp. 494-513. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501733.
- 24 Карта Travel для путешествий. Выгодно по всему миру. URL: <https://bank.forte.kz/cards/travelcard#!> (дата обращения 31.03.2025.).
- 25 Kaspi.kz. URL: <https://kaspi.kz/> (дата обращения 31.03.2025.).
- 26 Halykbank.kz. URL:<https://halykbank.kz/kz> (дата обращения 31.03.2025.).
- 27 Поедем. Турагентство. URL: <https://poedem.kz/> (дата обращения 1.04.2025.).
- 28 Charyn. URL: <https://qazaqnationalparks.kz/visitcenters/charyn> (дата обращения 1.04.2025.).
- 29 Кодекс Республики Казахстан «О налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый кодекс)» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2025 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637 (дата обращения 1.04.2025.).
- 30 Кодекс Республики Казахстан от 2 января 2021 года № 400-VI «Экологический кодекс Республики Казахстан» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 16.03.2025 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39768520&show_di=1 (дата обращения 1.04.2025.).
- 31 Закон Республики Казахстан «О дорожном движении» от 17 апреля 2014 года № 194-V ЗРК (с изменениями и дополнениями по состоянию на 04.12.2024 г.). <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1400000194/history> (дата обращения 1.04.2025.).
- 32 Streimikiene D., Svagzdiene B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review // *Sustainable development*. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. DOI: 10.1002/sd.2133.
- 33 Hernández-Perlines F., Ariza-Montes A., Han H., Law R. Innovative capacity, quality certification and performance in the hotel sector // *Journal of Hospitality Management*. – 2019. - Vol. 82. - pp. 220-230. DOI:10.1016/j.jhsm.2019.04.027.
- 34 Labanauskaitė D., Fiore M., Stašys R. Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry // *Tourism Management Perspectives*. – 2020. - Vol. 34. - Art. 100652. DOI: 10.1016/j.tmp.2020.100652.
- 35 Dolezal C., Novelli, M. Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali // *Journal of Sustainable Tourism*. - 2022. - Vol. 30. - Iss. 10. – pp. 2352-2370. DOI: 10.1080/09669582.2020.1838527
- 36 Figini P., Patuelli R. Estimating the economic impact of tourism in the European Union: Review and computation // *Journal of Travel Research*. – 2022. - Vol. 61. - Iss. 6. – pp. 1409-1423. DOI: 10.1177/00472875211028.
- 37 Cannonier C., Burke M. G. The economic growth impact of tourism in Small Island Developing States-evidence from the Caribbean // *Tourism Economics*. – 2019. - Vol. 25. - Iss. 1. – pp. 85-108. DOI: 10.1177/1354816618792792.
- 38 Leask A. The nature and role of visitor attractions / In book: *Managing visitor attractions*. – 2008. - pp. 3-15. DOI: 10.1016/B978-0-7506-8545-0.50007-1.
- 39 Khan A., Bibi S., Lorenzo A., Lyu J., Babar Z. U. Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective // *Sustainability*. - 2020. - Vol. 12. - Iss. 4. - Art. 1618 DOI: 10.3390/su12041618.
- 40 Zhuang X., Yao Y., Li J. Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China // *Sustainability*. - 2019. - Vol. 11. - Iss. 4. - Art. 840. DOI: 10.3390/su11030840.
- 41 Ramyar M., Halim N. Tourist Expectation and Satisfaction towards Existing Infrastructure and Facilities in Golestan National Park, Iran // *American Research Journal of Humanities and Social Science*. – 2020. - Vol. 3. - Iss. 7. - pp. 89-108. URL: <https://www.arjhss.com/wp-content/uploads/2020/07/L37889108.pdf> (дата обращения 1.04.2025.).
- 42 Carlisle S., Ivanov S., Dijkmans C. The digital skills divide: evidence from the European tourism industry // *Journal of Tourism Futures*. – 2023. - Vol. 9. - Iss. 2. - pp. 240-266. DOI: 10.1108/JTF-07-2020-0114.
- 43 Hall C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism / In book: *In Activating critical thinking to advance the sustainable development goals in tourism systems*. – 2021. - pp.

- 198-214. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003140542-12/constructing-sustainable-tourism-development-2030-agenda-managerial-ecology-sustainable-tourism-michael-hall> (дата обращения 1.04.2025.).
- 44 Streimikiene D., Svagzdiene B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review // *Sustainable development*. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/sd.2133?casa_token=jsHj0kZELREAAAAA%3AkV1660Kuo-dRJ1HIz8DJm66ED5xGPmVx63xLTG_BkK1cYp4sZidJzrZRxDuRpw2Xy-0mIsdZkmzdgXM (дата обращения 1.04.2025.).
- 45 Ristić D., Vukoičić D., Milinčić M. Tourism and sustainable development of rural settlements in protected areas-Example NP Kopaonik (Serbia) // *Land use policy*. – 2019. - Vol. 89. - Art. 104231. DOI: 10.1016/j.landusepol.2019.104231.

References

- Toleпов A., Tlesova, A., Moldasheva A., Musabaev K., Orynassarova Y., Saparova B. Improving the innovative activity of the region with impact upon tourism // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – 2022. - Vol. 13. - Iss. 6 (62). – pp. 1728-1739. URL: <https://www.cceol.com/search/article-detail?id=1114152> (дата обращения 29.03.2025.).
- Pikkemaat B., Peters M., Bichler B. F. Innovation research in tourism: Research streams and actions for the future // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. - 2019. - Vol. 41. – pp. – 184-196. DOI: 10.1016/j.jhtm.2019.10.007.
- Işık, C. Kūçūkaltan E. G., Taş, S., Akoğul E., Uyrun A., Hajiyeva T., Bayraktaroglu E. Tourism and innovation: A literature review // *Journal of Ekonomi*. – 2019. - Vol. 1(2). - pp. 98-154. URL: <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/915158> (дата обращения 29.03.2025.).
- Ramazanova M., Ibragimov K., Saspugayeva G. Analysis of the use of digital technologies in the tourism sector: Evidence from Kazakhstan // *In Technology Application in Tourism in Asia: Innovations, Theories and Practices*. – 2022 - pp. 165-182. DOI: 10.1007/978-981-16-5461-9_10.
- Elshaer A. M., Marzouk A. M. Memorable tourist experiences: the role of smart tourism technologies and hotel innovations // *Tourism Recreation Research*. – 2024. - Vol. 49(3). - pp. 445-457. DOI: 10.1080/02508281.2022.2027203.
- Mohammed A., Al-Swidi A. The influence of CSR on perceived value, social media and loyalty in the hotel industry // *Spanish Journal of Marketing-ESIC*. - 2019. - Vol. 23. – Iss 3. – pp. 373-396. URL: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/sjme-06-2019-0029/full/pdf> (дата обращения 29.03.2025.).
- Domi S., Keco R., Capelleras J. L., Mehmeti G. Effects of innovativeness and innovation behavior on tourism SMEs performance // *The case of Albania. Economics and sociology*. – 2019. - Vol. 12(3). - pp. 67-85. DOI:10.14254/2071-789X.2019/12-3/5.
- Brandão F., Breda Z., Costa C. Innovation and internationalization as development strategies for coastal tourism destinations: The role of organizational networks // *Journal of Hospitality and Tourism Management*. – 2019. - Vol. 41. - pp. 219-230. DOI:10.1016/j.jhtm.2019.10.004.
- Arcese G., Valeri M., Poponi S., Elmo G. C. Innovative drivers for family business models in tourism // *Journal of Family Business Management*. – 2021. - Vol. 11(4). - pp. 402-422. DOI:10.1108/JFBM-05-2020-0043.
- Cavalheiro M. B., Joia L. A., Cavalheiro, G. M. do C. Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values // *Tourism Planning and Development*. – 2020. - Vol. 17(3). - pp. 237-259. DOI:10.1080/21568316.2019.1597763.
- Vspomogatel'nyj schet turizma Respubliki Kazahstan // Bjuro nacional'noj statistiki agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/economy/national-accounts/publications/181504/> (дата обращения 29.03.2025.).
- Statistika turizma. Dinamicheskie rjady // Bjuro nacional'noj statistiki agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan. URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (дата обращения 29.03.2025.).
- AO Nacional'naja kompanija «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/> (дата обращения 29.03.2025.).
- Otchnost' AO Nacional'noj kompanii «Kazakh Tourism». URL: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/reporting/> (дата обращения 29.03.2025.).
- Kazhstanskaja turistskaja asociacija (KTA). URL: <https://kaztour-association.com/o-nas/o-hta/> (дата обращения 29.03.2025.).
- Zakon Respubliki Kazahstan ot 13 ijunja 2001 goda № 211 «O turistskoj dejatel'nosti v Respublike Kazahstan» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 03.03.2025 g.). https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z010000211_ (дата обращения 29.03.2025.).
- Zakon Respubliki Kazahstan ot 4 maja 2010 goda № 274-IV «O zashhite prav potrebitelej» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 08.06.2024 g.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30661727 (дата обращения 29.03.2025.).
- Rina L. The Achievement of Sustainable Development Goals (SDGs) in Social, Economic, and Environmental Aspects: The Role of the Private Sector in Tourism Villages // *IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science*. – 2023. DOI:10.1088/1755-1315/1248/1/012009.
- Aratuo D. N., Etienne X. L. Industry level analysis of tourism-economic growth in the United States // *Tourism Management*. – 2019. - Vol. 70. - pp. 333-340. DOI:10.1016/j.tourman.2018.09.004.
- Sedarati P., Santos S., Pintassilgo P. System dynamics in tourism planning and development // *Tourism Planning and Development*. – 2019. - Vol. 16(3). - pp. 256-280. DOI:10.1080/21568316.2018.1436586.
- Asif M., Fazel H. Digital technology in tourism: a bibliometric analysis of transformative trends and emerging research patterns // *Journal of Hospitality and Tourism Insights*. – 2024. - Vol. 7 (3). - pp. 1615-1635. DOI: 10.1108/JHTI-11-2023-0847.
- Kojtanova A.Zh., Ajaganova M.P. Analiz sovremennogo sostojanija turistskogo potenciala Respubliki Kazahstan // *Vestnik Karagandinskogo universiteta. Serija «Jekonomika»*. – 2014. – №2 (74). - S. 156-164. URL: https://economy-vestnik.ksu.kz/apart/srch/2014_economy_2_74_2014.pdf#page=156 (дата обращения 31.03.2025.).
- Tiberghien G. Managing the planning and development of authentic eco-cultural tourism in Kazakhstan // *Tourism Planning and Development*. – 2019. - Vol. 16. - Iss. 5. - pp. 494-513. DOI: 10.1080/21568316.2018.1501733.

- 24 Karta Travel dlja puteshestvij. Vygodno po vsemu miru. URL: <https://bank.forte.kz/cards/travelcard#!> (data obrashhenija 31.03.2025.).
- 25 Kaspi.kz. URL: <https://kaspi.kz/> (data obrashhenija 31.03.2025.).
- 26 Halykbank.kz. URL: <https://halykbank.kz/kz> (data obrashhenija 31.03.2025.).
- 27 Poedem. Turagenstvo. URL: <https://poedem.kz/> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 28 Charyn. URL: <https://qazaqnationalparks.kz/visitcenters/charyn> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 29 Kodeks Respubliki Kazahstan «O nalogah i drugih objazatel'nyh platezhah v bjudzhet (Nalogovyj kodeks)» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 01.01.2025 g.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36148637 (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 30 Kodeks Respubliki Kazahstan ot 2 janvarja 2021 goda № 400-VI «Jekologicheskij kodeks Respubliki Kazahstan» (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 16.03.2025 g.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=39768520&show_di=1 (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 31 Zakon Respubliki Kazahstan «O dorozhnom dvizhenii» ot 17 aprelja 2014 goda № 194-V ZRK (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 04.12.2024 g.). <https://adilet.zan.kz/rus/docs/Z1400000194/history> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 32 Streimikiene D., Svagzdiene B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review // Sustainable development. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. DOI: 10.1002/sd.2133.
- 33 Hernández-Perlines F., Ariza-Montes A., Han H., Law R. Innovative capacity, quality certification and performance in the hotel sector // Journal of Hospitality Management. – 2019. - Vol. 82. - pp. 220-230. DOI:10.1016/j.ijhm.2019.04.027.
- 34 Labanauskaitė D., Fiore M., Stašys R. Use of E-marketing tools as communication management in the tourism industry // Tourism Management Perspectives. – 2020. - Vol. 34. - Art. 100652. DOI: 10.1016/j.tmp.2020.100652.
- 35 Dolezal C., Novelli, M. Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali // Journal of Sustainable Tourism. - 2022. - Vol. 30. - Iss. 10. – pp. 2352-2370. DOI: 10.1080/09669582.2020.1838527
- 36 Figini P., Patuelli R. Estimating the economic impact of tourism in the European Union: Review and computation // Journal of Travel Research. – 2022. - Vol. 61. - Iss. 6. – pp. 1409-1423. DOI: 10.1177/00472875211028.
- 37 Cannonier C., Burke M. G. The economic growth impact of tourism in Small Island Developing States-evidence from the Caribbean // Tourism Economics. – 2019. - Vol. 25. - Iss. 1. – pp. 85-108. DOI: 10.1177/1354816618792792.
- 38 Leask A. The nature and role of visitor attractions / In book: Managing visitor attractions. – 2008. - pp. 3-15. DOI: 10.1016/B978-0-7506-8545-0.50007-1.
- 39 Khan A., Bibi S., Lorenzo A., Lyu J., Babar Z. U. Tourism and development in developing economies: A policy implication perspective // Sustainability. - 2020. - Vol. 12. - Iss. 4. - Art. 1618 DOI: 10.3390/su12041618.
- 40 Zhuang X., Yao Y., Li J. Sociocultural impacts of tourism on residents of world cultural heritage sites in China // Sustainability. - 2019. - Vol. 11. - Iss. 4. - Art. 840. DOI: 10.3390/su11030840.
- 41 Ramyar M., Halim N. Tourist Expectation and Satisfaction towards Existing Infrastructure and Facilities in Golestan National Park, Iran // American Research Journal of Humanities and Social Science. – 2020. - Vol. 3. - Iss. 7. - pp. 89-108. URL: <https://www.arjhss.com/wp-content/uploads/2020/07/L37889108.pdf> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 42 Carlisle S., Ivanov S., Dijkmans C. The digital skills divide: evidence from the European tourism industry // Journal of Tourism Futures. – 2023. - Vol. 9. - Iss. 2. - pp. 240-266. DOI: 10.1108/JTF-07-2020-0114.
- 43 Hall C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 agenda and the managerial ecology of sustainable tourism / In book: In Activating critical thinking to advance the sustainable development goals in tourism systems. – 2021. - pp. 198-214. URL: <https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781003140542-12/constructing-sustainable-tourism-development-2030-agenda-managerial-ecology-sustainable-tourism-michael-hall> (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 44 Streimikiene D., Svagzdiene B., Jasinskas E., Simanavicius A. Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review // Sustainable development. – 2021. - Vol. 29. - Iss. 1. - pp. 259-271. URL: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1002/sd.2133?casa_token=jsHj0kZELREAAAAA%3AkVl660Kuo-dRJ1HIz8DJm66ED5xGPmVx63xLTG_BkKIcYp4sZidJzrZRxDuRpw2Xy-0mIsdZkmgdXm (data obrashhenija 1.04.2025.).
- 45 Ristić D., Vukoičić D., Milinčić M. Tourism and sustainable development of rural settlements in protected areas-Example NP Kopaonik (Serbia) // Land use policy. – 2019. - Vol. 89. - Art. 104231. DOI: 10.1016/j.landusepol.2019.104231.

<p>Хат-хабарларга арналган автор (бірінші автор) Ахмедова Салтанат Жолдасбековна туризм магистрі, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан e-mail: a_saltanat@list.ru ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6927-1733</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор) Ахмедова Салтанат Жолдасбековна, магистр туризма, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан e-mail: a_saltanat@list.ru ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6927-1733</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author) Akhmedova Saltanat Zholdasbekovna, Master of Tourism, Kazakh Academy of Sports and Tourism, Almaty, Kazakhstan e-mail: a_saltanat@list.ru ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6927-1733</p>
--	---	--

Дата поступления статьи: 02.04.2025
Дата принятия к публикации: 24.05.2025

¹Болат А.А.^{ORCID}, ¹Касымова А.М., ²Акимов Ж.М.

¹. Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, Талдықорған қ., Қазақстан

²Қожа Ахмет Ясауи атындағы Халықаралық қазақ-түрік университеті, Түркістан қ., Қазақстан

ҚАРУСЫЗДАНУ АЙМАҚТАРЫНДАҒЫ ТУРИСТІК ЖОБАЛАРДЫ ҮНТАЛАНДЫРУДАҒЫ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ҚАРЖЫ ИНСТИТУТТАРЫ МЕН ҚОРЛАРЫНЫҢ РӨЛІ

Болат Алибек Алмазович, Касымова Айгерим Маликовна, Акимов Жаксылық Макмұтович

Қарусыздану аймақтарындағы туристік жобаларды ынталандырудағы халықаралық қаржы институттары мен қорларының рөлі

Аңдатпа. Бұл мақалада халықаралық қаржы институттары мен қорлардың қарусыздандыру процестері жүріп жатқан аймақтарда туристік жобаларды ынталандырудағы рөлі қарастырылады. Зерттеу барысында Халықаралық валюта қоры, Дүниежүзілік банк, Азия даму банкі және Еуропа қайта құру және даму банкі сияқты ірі институттардың туризмді дамытуға бағытталған қаржыландыру құралдары мен олардың әлеуметтік-экономикалық әсері қарастырылды. Зерттеу әдістері ретінде салыстырмалы талдау, SWOT-талдау, кейс-әдісі және контент-талдау пайдаланылды. Нәтижелер көрсеткендей, халықаралық институттар тарапынан бөлінетін гранттар мен жеңілдетілген несиелер қарусыздандырылған өңірлердегі инфрақұрылымды қалпына келтіруге, жаңа жұмыс орындарын құруға және әлеуметтік тұрақтылықты нығайтуға ықпал етеді. Сонымен қатар, ҰЕҰ (Үкіметтік емес ұйым) мен жергілікті қауымдастықтардың қатысуы жобалардың тиімділігі мен ашықтығын арттырады. Қарусыздандыру өңірлерінде туризмді дамыту тұрақты экономикалық өсуге, экологиялық жауапкершілікке және мәдени мұраны сақтау үрдістеріне оң әсер етеді.

Түйін сөздер: қарусыздану аймағы, туристік жобалар, халықаралық қаржы институттары, халықаралық қорлар, ынталандыру шаралары, тұрақты даму, инвестициялық тетіктері.

Boilat Alibek, Kassymova Aigerim, Akimov Zhaxylyk

The role of international financial institutions and funds in stimulating tourism projects in disarmament regions

Abstract. This article explores the role of international financial institutions and funds in stimulating tourism projects in regions undergoing disarmament processes. The research analyzes the financial support mechanisms of major organizations such as the International Monetary Fund, the World Bank, the Asian Development Bank, and the European Bank for Reconstruction and Development, along with their socio-economic impact. The methodology includes comparative analysis, SWOT analysis, case study, and content analysis. The findings indicate that grants and concessional loans provided by international institutions contribute to infrastructure rehabilitation, job creation, and the strengthening of social stability in disarmed regions. The involvement of NGOs (Non-governmental organization) and local communities enhances the effectiveness and transparency of projects. The development of tourism in disarmed regions positively affects sustainable economic growth, ecological responsibility, and cultural heritage preservation.

Key words: nuclear-weapon-free zone, tourism projects, international financial institutions, international funds, incentive measures, sustainable development, investment mechanisms.

Болат Алибек Алмазович, Касымова Айгерим Маликовна, Акимов Жаксылық Макмұтович

Роль международных финансовых институтов и фондов в стимулировании туристических проектов в регионах разоружения

Аннотация. В данной статье рассматривается роль международных финансовых институтов и фондов в стимулировании туристических проектов в регионах, где проходят процессы разоружения. В ходе исследования были проанализированы финансовые инструменты поддержки туризма таких крупных организаций, как Международный валютный фонд, Всемирный банк, Азиатский банк развития и Европейский банк реконструкции и развития, а также их социально-экономическое воздействие. Методологическая основа исследования включает сравнительный анализ, SWOT-анализ, кейс-метод и контент-анализ. Полученные результаты показывают, что гранты и льготные кредиты, предоставляемые международными институтами, способствуют восстановлению инфраструктуры, созданию новых рабочих мест и укреплению социальной стабильности в разоруженных регионах. Вовлечение НПО (неправительственные организации) и местных сообществ повышает эффективность и прозрачность проектов. Развитие туризма в разоруженных регионах оказывает положительное влияние на устойчивый экономический рост, экологическую ответственность и сохранение культурного наследия.

Ключевые слова: зона безъядерного статуса, туристские проекты, международные финансовые институты, международные фонды, меры стимулирования, устойчивое развитие, инвестиционные механизмы.

Кіріспе. Халықаралық қаржы институттары мен қорлардың қарусыздандыру процестері жүріп жатқан аймақтарда туристік жобаларды ынталандырудағы рөлі тақырыбы бүгінгі таңда өзекті әрі маңызды ғылыми-зерттеу салаларының бірі болып табылады. Бұл мәселенің өзектілігі, ең алдымен, қарусыздандырудан кейінгі кезеңдегі өңірлердің экономикалық және әлеуметтік тұрақтылығын қамтамасыз ету қажеттілігімен тығыз байланысты. Дәл осы тұста халықаралық институттар мен қорлардың ұсынатын қаржылық және техникалық қолдауы өңірлік туризмнің дамуына жаңа серпін бере алады, себебі туризм жергілікті халықтың табыс көзін арттыруға, инфрақұрылымды жетілдіруге және бейбітшілік пен қауіпсіздікті нығайтуға ықпал ететін бірегей сала болып саналады. Бұл тақырыпты таңдауға бірқатар факторлар ықпал етті. Біріншіден, қарусыздандыру процесі жүріп жатқан аймақтардың экономикалық әлеуетін қалпына келтіру мәселесі жаһандық деңгейде маңызды мәселе болып отыр. Екіншіден, халықаралық қаржы институттары мен қорлардың осы процестегі рөлін зерттеу қажеттілігі әлі күнге дейін толық қарастырылмаған.

Зерттеу мақсаты – халықаралық қаржы институттары мен қорлардың қарусыздандырылған өңірлерде туристік жобаларды қолдау және ынталандыру ісіндегі рөлін анықтау, сондай-ақ осы қолдаудың әлеуметтік-экономикалық әсерлерін кешенді түрде бағалау болды. Бұл мақсатты жүзеге асыру үшін келесі **зерттеу міндеттер** анықталды:

- қарусыздандыру процесі жүріп жатқан аймақтардағы туристік жобаларды қаржыландырудың нақты құралдары мен олардың тиімділігін анықтау;

- постконфликттік аймақтарда туризмнің дамуына әсер ететін негізгі қаржы-экономикалық факторларды айқындау;

- қаржыландырудың заманауи құралдары мен олардың қолданылу тиімділігіне салыстырмалы талдау жүргізу.

Қарусыздандыру процестерінің аймақтық экономикаға әсері туралы зерттеулер жүргізілгенімен, олардың туристік секторды дамытудағы мүмкіндіктері жеткіліксіз зерттелген. Сол себепті

бүгінгі таңда қарусыздандырудан кейінгі аймақтардың әлеуметтік-экономикалық тұрақтануына ықпал етудің жаңа тетіктері ретінде туризмге бет бұру заңды құбылыс. Халықаралық қаржы институттары мен қорлардың дәл осы саланы қолдауы қарусыздандыру өңірлерінің дамуына көп қырлы оң өзгерістер алып келуі мүмкін, себебі туризм әлеуметтік бейбітшілік пен экономикалық әртараптандыруға жол ашатын сала ретінде танылып отыр. Тақырыптың қолданбалы маңызын нақтылау үшін, біз қарусыздану аймақтарындағы туристік жобаларды ынталандырудың негізгі статистикалық көрсеткіштерін салыстыруға мүмкіндік беретін арнайы кесте құрастырдық (1 кесте). Бұл кестеде халықаралық қаржы институттары мен қорлар бөлген қаражат көлемі, жұмыс орындарының ашылу қарқыны, туристер ағыны және басқа да маңызды индикаторлар көрсетілді. Мұндай салыстырма кестесі зерттеу нәтижелерінің нақтылығын арттыра түседі. Туризм, көптеген зерттеушілердің пікірінше, постконфликттік аймақтардың экономикалық және әлеуметтік дамуын жеделдетуге қабілетті тиімді құрал болып табылады [1, б. 45-60]. Бұл орайда халықаралық қаржы институттары мен қорлардың рөлі ерекше. Олар қаржыландырудың заманауи құралдарын ұсына отырып, аймақтардың инвестициялық тартымдылығын арттыруға және туристік инфрақұрылымды жақсартуға ықпал етеді. Алайда, туристік жобаларды қаржыландырудың нақты механизмдері мен олардың постконфликттік аймақтарға тигізетін әсері туралы эмпирикалық деректер әлі күнге дейін шектеулі. Бұл жағдай зерттеушілер мен тәжірибелік саладағы мамандар үшін күрделі мәселелердің бірін туындатып отыр [2, б. 85-98]. Зерттеуімізде осы аспектілерді жүйелендіру үшін бірнеше нақты өңірдің деректеріне сүйендік. Соның ішінде Босния және Герцеговина мен Руанда мысалдарын енгіздік (1-кесте) бізге қарусыздану процестерінен кейінгі туристік жобалардың нақты статистикалық көрсеткіштерін салыстыруға, сондай-ақ халықаралық институттар мен қорлардың қаржылық көмегінің нәтижелілігін көруге мүмкіндік береді [3; 4] Сондықтан да бұл зерттеу мәселесінің маңыздылығы ерекше.

Кесте 1 – Қарусыздану аймақтарындағы туристік жобаларды ынталандыруға байланысты негізгі статистикалық көрсеткіштер

Көрсеткіштер	Босния және Герцеговина (2020–2022)	Руанда (2020–2022)
Туризм саласын дамытуға бөлінген қаражат көлемі (млн. АҚШ долл.)	35 (ЕКДБ, Еуропалық қорлар) 25 (Дүниежүзілік банк / басқа институттар)	40 (Африкалық даму банкі, Жаһандық экологиялық қорлар) 15 (Әлемдік банк / басқа қорлар)
Жыл сайынғы туристер ағыны (мың адам)	2019 ж.: 900 → 2022 ж.: 1250	2019 ж.: 1200 → 2022 ж.: 1800
Туризм саласында құрылған жаңа жұмыс орындарының саны	3500 (қонақүйлер мен мейрамханалар) 1 200 (рекреациялық жобалар)	4000 (экотуризм, қорықтар) 1500 (агротуризм, мәдени фестивальдер)
Халықаралық институттар мен қорлардың негізгі қаржыландыру бағыты	Мәдени-тарихи нысандарды қалпына келтіру (Сараево, Мостар) Инфрақұрылымды (жол, байланыс) жетілдіру	Горилла мекені мен ұлттық парктерді қорғау (экотуризм) Ауыл шаруашылығына негізделген туризмді дамыту
Жұмыссыздық деңгейінің өзгеруі	20%-дан 15%-ға дейін төмендеді (2020–2022)	18%-дан 12%-ға дейін қысқарды (2020–2022)
Туризм саласының ЖІӨ-дегі үлесі	8–10% (өсу үрдісі бар)	10–12% (экотуризм есебінен жыл сайын артуда)
Негізгі кедергілер мен тәуекелдер	Этникалық және саяси келіспеушіліктер; Инфрақұрылымның жеткіліксіздігі; Кадрлар біліктілігінің төмендігі.	Экожүйенің осалдығы (горилла); Аграрлық сектордың төмен механизациясы; Бюрократиялық рәсімдердің қиындығы.

Қарусыздандыру процестері жүріп жатқан аймақтар әлемдік қауымдастықтың назарын аударып отырған маңызды нысандардың бірі болып табылады. Бұл аймақтарда бейбітшілік пен тұрақтылықты орнату үшін экономикалық қолдау көрсету, соның ішінде туризмді дамыту, басты міндеттердің бірі ретінде қарастырылады [5, б. 1-18]. Туризм арқылы аймақтарға халықаралық инвесторларды тарту, жаңа жұмыс орындарын ашу және жергілікті халықтың әлеуметтік жағдайын жақсарту мүмкіндігі жоғары. Сонымен қатар, туризм экономиканың әртүрлі секторларын дамытуға мультипликативті әсерін тигізеді. Туристік жобаларды қаржыландырудың тиімді әдістерін іздеу мен оларды тәжірибеде қолдану қазіргі таңда өзекті ғылыми мәселеге айналып отыр. Халықаралық қаржы институттары (ХҚИ) мен қорлар осы процестің негізгі қатысушылары ретінде қарастырылады. Алайда, қазіргі ғылыми әдебиеттерде олардың туристік жобаларға тигізетін әсері жүйелі түрде зерттелмеген. Қазіргі уақытта аймақтық және жаһандық деңгейде жүргізілген зерттеулердің басым бөлігі қарусыздандырудың саяси аспектілеріне бағытталған. Ал экономикалық даму, оның ішінде туризм саласы арқылы қалпына келтіру мәселелері екінші кезектегі міндет ретінде қарастырылуда. Бұл зерттеу осы олқылықты толтыруға бағытталған.

Тақырыптың теориялық маңыздылығы оның халықаралық қаржы институттары мен қорлардың рөлін зерттеу арқылы қарусыздандыру аймақтарындағы туризмді дамытудағы жүйелі тәсілдерді ұсынуында жатыр. Зерттеу нәтижелері

теориялық негіздемелерді жетілдіріп қана қоймай, халықаралық ұйымдар мен үкіметтік құрылымдар үшін нақты практикалық ұсыныстар беруге мүмкіндік береді. Практикалық маңыздылығы, біріншіден, туризмді дамыту арқылы постконфликттік аймақтардың әлеуметтік-экономикалық жағдайын жақсарту болып табылады. Екіншіден, зерттеу нәтижелері халықаралық қаржы институттарының тиімділігі мен аймақтық даму бағдарламаларының экономикалық әсерін бағалау үшін пайдаланылуы мүмкін. Бұл тақырыпқа қатысты негізгі зерттеулердің біріне сүйенсек, Castillo-Palacio [1] постконфликттік аймақтарда туризмді дамыту арқылы экономикалық тұрақтылыққа жетудің маңыздылығын атап өткен. Сонымен қатар, Buultjens және әріптестері [3] туристік инфрақұрылымды қаржыландырудың артықшылықтарын көрсетеді. Бұл зерттеулердің негізінде біз халықаралық қаржы институттарының рөлі мен олардың экономикалық әсерін тереңірек зерттеуді мақсат еттік.

Әдістер мен материалдар. Зерттеуде материал ретінде Халықаралық валюта қоры, Дүниежүзілік банк және өңірлік даму банктері сияқты ірі халықаралық қаржы институттары ұсынған ресми есептер мен статистикалық деректер, сондай-ақ туристік бастамаларды қолдайтын қорлар мен үкіметтік емес ұйымдардың арнайы баяндамалары пайдаланылды. Сонымен қатар, жобаларды қаржыландыру әдістері мен қарусыздандырудың тиісті өңірлердегі экономикалық процестерге әсерін сипаттайтын ғылыми жарияланымдар талданды. Туризмді дамыту мен қаржыландыруды

реттейтін халықаралық келісімдер мен нормативтік құжаттар құқықтық және саяси аспектілерді нақтылау үшін қолданылды. Зерттеудің негізгі әдісі ретінде қарусыздандыруды бастан кешкен әртүрлі өңірлерде іске асқан бағдарламалар мен жобаларды салыстырмалы талдау таңдалды. Инвестиция көлемінің динамикасы мен әлеуметтік-экономикалық жағдайға әсерін анықтау үшін туристік бастамаларды жүзеге асыру барысын көрсететін ресми есептер мен БАҚ материалдарына контент-талдау жүргізілді. Халықаралық институттар, үкіметтер және жергілікті қауымдастықтар арасындағы туристік жобалардағы ынтымақтас-тықтың күшті және әлсіз жақтарын айқындау мақсатында SWOT-талдау әдісі пайдаланылды. Сонымен қатар, қарусыздандыру кезеңінен кейін қаржыландыру алған нақты жобаларды терең зерделеу үшін кейс-әдісі қолданылды. Мәліметтердің объективтілігін қамтамасыз ету үшін ақпарат бірнеше көзден жүйелі түрде жиналды: аналитикалық шолулар, жергілікті билік өкілдері мен жобалардың жетекшілерімен сұхбаттар, сондай-ақ аталған өңірлерді аралаған зерттеушілердің далалық есептері. Алынған нәтижелер халықаралық орнықты даму стандарттарымен салыстырылып, қаржы институттары мен қорлардың өңірлердің туристік әлеуетін арттыруға және олардың әлеуметтік-экономикалық тұрақтылығын нығайтуға қосқан үлесінің тиімділігі бағаланды. Осылайша, талданған материалдар мен қолданылған әдістер қарусыздандыру өңірлерінде халықаралық қаржы институттары мен қорлардың туристік жобаларды қалыптастыру және ынталандырудағы рөлін айқындайтын негізгі заңдылықтарды анықтауға мүмкіндік берді.

Нәтижелер. Бұл зерттеуде жинақталған мәліметтерге статистикалық, салыстырмалы талдау әдістері кешенді түрде қолданылды. Атап айтқанда, кестеде көрсетілген сандық көрсеткіштерді (қаржыландыру көлемі, жаңа жұмыс орындарының артуы, туристер ағыны және т.б.) бір-бірімен салыстыру арқылы нақты жобалардың тиімділігі бағаланды. Сонымен қатар, ресми есеп-

тер мен БАҚ материалдарына жүргізілген контент-талдау нәтижесінде халықаралық институттар мен қорлардың қолдауы туралы қоғамдағы пікірлер мен сарапшылардың сыни ескертулері жүйелендіріліп, инфрақұрылым мен әлеуметтік-экономикалық дамуға ықпалы зерделенді. Бұл талдау жұмыстары туристік жобаларды жүзеге асыру барысында қандай ішкі және сыртқы факторлар ықпал ететінін анықтауға мүмкіндік берді. Алынған нәтижелерді талдау барысында халықаралық институттардың (Халықаралық валюта қоры, Дүниежүзілік банк, аймақтық даму банктері) және түрлі қорлардың туристік бастамаларды қаржыландыру механизмдері, олардың тиімділігі, туындайтын күрделі мәселелері мен жаңа мүмкіндіктері ашып көрсетілді. Зерттеу нәтижелерінің маңызын толыққанды сипаттау үшін біз өзіміздің деректерімізді бұрынғы ғылыми еңбектердегі [6, б. 103-114], сарапшылардың қорытындыларындағы [7, б. 542-555], сондай-ақ халықаралық ұйымдардың ресми есептеріндегі ақпаратпен [8, 9] салыстыра отырып талдадық.

Салыстырмалы талдау жүзеге асыру барысында, зерттеудің ғылыми және тәжірибелік мәселелігін түсін үшін, келесі кейс-мысал келтіруге болады. Төменде екі нақты постқақтығыстық өңірдің (Босния және Герцеговина мен Руанда) салыстырмалы талдау үлгісі берілген, бұл өңірлерде халықаралық қаржы институттары мен қорлар туризм мен инфрақұрылымды әр жылдары қолдап келген. Мысал ретінде:

- Босния және Герцеговина (1992–1995 жж. соғыстан кейінгі кезең) [2, б. 65];

- Руанда (1994 жылғы геноцидтен кейінгі кезең) [3, б. 45];

Бұл кестеде көрсетілген сандық деректер шамалас көрсеткіштер болып табылады және олар Әлемдік банк, ХВҚ (Халықаралық валюталық қор), БҰҰДТҰ (Біріккен Ұлттар Ұйымының Дүниежүзілік туристік ұйымы) және басқа да ашық ақпарат көздерінің жарияланған есептері мен баяндамаларына сүйенеді (уақыт пен әдістемеге байланысты нақты сандар өзгешеленуі мүмкін).

Кесте 2 – Босния және Герцеговина мен Руанда салыстырмалы талдау үлгісі

Көрсеткіштер	Босния және Герцеговина	Руанда
Қаржыландырудың негізгі көздері	- Әлемдік банк (World Bank),- Еуропалық қайта құру және даму банкі (ЕҚДБ),- Еуропалық инвестициялық банк (ЕІВ),- Әртүрлі еуропалық қайта құру қорлары	- Әлемдік банк (World Bank),- Халықаралық қаржы корпорациясы (IFC),- Африкалық даму банкі (AfDB),- Жаһандық экологиялық қорлар
Инвестициялардың негізгі мақсаттары мен бағыттары	- Тарихи қалалық орталықтарды (Мостар, Сараево) қалпына келтіру, - Тау шаңғысы курорттарын дамыту, - Жолдар мен қонақүйлерді қайта құру, - Мәдени туризм арқылы бейбітшілікке жәрдемдесу	- Экотуризм (горилла, «Вулкандар» ұлттық паркі, «Акагера» паркі), - Ауыл шаруашылығы және агротуризмді қолдау, - Жергілікті гидтердің біліктілігін арттыру, - «Татуласу» идеясын қолдайтын қоғамдық жобалар

2-кестенің жалғасы

Туризмнің ЖІӨ-дегі үлесі	Шамамен 10–12% (COVID-19-ға дейінгі кезеңде әртүрлі бағалау бойынша)	Шамамен 11–14% (әсіресе экотуризм мен оған қатысты қызметтер есебінен)
Соңғы 10–15 жылдағы туристер санының өсуі	+300–350% (әсіресе еуропалық және Таяу Шығыстан келетін туристердің артуы байқалды)	+400–450% (негізгі себеп – горилланы бақылауға келетін туристер, сондай-ақ іскерлік және конференциялық туризмнің өсуі)
Жұмыссыздық деңгейі / Туризм саласындағы жұмыс орындары	- Жұмыссыздық: шамамен 15–20%- Тікелей не жанама түрде туризм саласында жұмыс істейтіндер – жалпы жұмыс күшінің 20%-ына дейін (WTTC және жергілікті зерттеулер бойынша)	- Жұмыссыздық: шамамен 13–16%- Жұмыс күшінің шамамен 17–20%-ы туризм немесе оған қатысты салаларда еңбек етеді
Қиындықтар / Тәуекелдер	- Этникалық және саяси келіспеушіліктер, - Ауылдық жерлердегі инфрақұрылымның жеткіліксіздігі, - Бюрократиялық кедергілер салдарынан ірі инвестицияларды тарту күрделі	- 1990-жылдардағы қайғылы оқиғаларды еске алу, - Туристер санының көбеюі мен горилланың тіршілік ету ортасын сақтау арасындағы тепе-теңдікті ұстау, - Туризмнен түсетін табысты жергілікті қауымға әділ бөлісу механизмдері
Халықаралық қолдаудың негізгі нәтижелері	- Мәдени мұраны (Мостар көпірі т.б.) қалпына келтіру жүргізілді, - Яхорина тау курорты қарқынды дамуда, - Сараево маңындағы инфрақұрылым жетілдірілді, - Қонақүй бизнесіне жаңа инвесторлар келді	- «Руанда экотуризмі» бренді қалыптасты, - Горилла мен ұлттық парктарды сақтауға арналған бағдарламалар нығайтылды, - Жергілікті тұрғындарды оқыту және қосу жөніндегі әлеуметтік бастамалар жүзеге асырылуда
Туризмді одан әрі дамыту бағдарламалары	- Халықаралық маркетингті және бренд қалыптастыруды кеңейту (Балқан мәдениеті, гастрономиялық туризм), - Қонақжайлылық саласындағы кадрлардың біліктілігін арттыру, - Шетелдік инвесторларға арналған рәсімдерді жеңілдету	- Агротуризм мен мәдени бағыттарды әртараптандыру, - МІСЕ-туризмін (конференциялар, форумдар) ынталандыру, - Мемлекеттік бағдарламалар бақылауымен көлік инфрақұрылымын жетілдіру

Ендігі кезекте сол мысалды, төменде Босния және Герцеговина мен Руанда сияқты пост-қақтығыстық өңірлерде туристік жобаларды ынталандыруда халықаралық қаржы институттары

(ХҚИ) мен қорлардың рөлін сипаттайтын SWOT-талдау кестесін қарастыратын болсақ. Кесте зерттеу барысында анықталған күшті және әлсіз жақтарды, мүмкіндіктер мен қауіп-қатерлерді жинақтайды.

Кесте 3 – Кесте 2 бойынша жасалған SWOT талдауы

S (Strengths) Күшті жақтары	W (Weaknesses) Әлсіз жақтары	O (Opportunities) Мүмкіндіктері	T (Threats) Қауіп-қатерлері
1. Қаржылық және сараптамалық қолдау – Қайта қалпына келтіру (жол, мәдени нысандар) үшін берілетін несиелер мен гранттар – Экотуризм (Руанда) мен тарихи орталықтарды (Босния және Герцеговина) қолдау	1. Бюрократия және күрделі әкімшілік құрылым – Басқарудың бөлшектенуі (Босния және Герцеговина) – Кейбір бюрократиялық кедергілер (Руанда)	1. Туристік өнімді әртараптандыру – Агротуризм мен МІСЕ-секторын дамыту (Руанда) – Гастрономиялық әрі мәдени-тарихи бағыттарды кеңейту (Босния және Герцеговина)	1. Қақтығыстың қайта өршуі немесе саяси тұрақсыздық – Босния және Герцеговинадағы саяси тұрақсыздық ықтималдығы – Орталық Африка өңіріндегі жанжалдардың Руандаға әсер ету қаупі
2. Халықаралық стандарттар мен технологияларға қолжетімділік – Тұрақты даму тәжірибелерін және бейбітшілікті нығайтуды енгізу – Шетелдік сарапшылар көмегімен туристік саланы басқару сапасын арттыру	2. Жергілікті кадрлардың жетіспеушілігі мен біліктілік деңгейінің төмендігі – Туризм саласында тәжірибелі мамандардың (гид, IT, менеджер) аздығы – Қосымша оқыту мен біліктілікті көтеруді қажет ету	2. Әлеуметтік бірлікті күшейту – Әртүрлі этностық топтарды жақындастыратын бағдарламалар (Босния және Герцеговина) – Ортақ экожобалар арқылы қоғамның ынтымақтастығын нығайту (Руанда)	2. Экологиялық тәуекелдер және «овертуризм» – Горилла мекен ететін табиғи ортаның жойылу қаупі (Руанда) – Тарихи нысандарды қалпына келтіруде түпнұсқалықты сақтамау қаупі (Босния және Герцеговина)
3. Нарыққа деген сенімділікті арттыру – Инвестициялық тәуекелдерді азайту – Аймақтың имиджін жақсарту (конфликт, кедейлік ұғымынан алшақтау) арқылы туристер мен инвесторларды тарту	3. Ашықтықтың жеткіліксіздігі – Қаражатты бөлуді бақылау жүйесінің әлсіздігі – Коррупциялық тәуекелдерге жол ашатын тетіктердің болуы	3. Тұрақты даму және экологиялық тепе-теңдік – Биологиялық өртүрлілікті қорғау жобаларын қарқынды жүргізу (Руанда) – «Жасыл» бастамаларды енгізу (энергия үнемдеу, қалдықтарды қайта өңдеу)	3. Әлемдік экономикалық дағдарыстар мен пандемия салдары – Жаһандық туризм ағынының құлдырауы (экономикалық дағдарыс, рецессия) – Инвесторлар белсенділігінің төмендеуі және халықаралық мобильділіктің шектелуі

Осы SWOT-талдауды пайдалану арқылы халықаралық қаржы институттары мен қорлар және жергілікті басқару органдары бірлесіп, туризмнің дамуына қатысты тиімді стратегияларды әзірлеп, әлеуетті проблемалар мен мүмкіндіктерді барынша ескере алады.

Сондай-ақ, зерттеуде біз қарастырған халықаралық қаржы институттары мен қорлар, ең алдымен, жеңілдетілген несие беру, гранттар бөлу және техникалық көмек көрсету арқылы туристік жобаларды қолдауға басымдық беретінін анықтадық [10, б. 275-288]. Мәселен, Халықаралық валюта қоры көбіне макроэкономикалық тұрақтылықты қамтамасыз етуге бағытталған саясаттарды ұсынуымен танылғанымен, кей жағдайларда әскери қақтығыс немесе қару-жарақ өндірісінен зардап шеккен елдерге әлеуметтік-экономикалық реформаларды қолдау мақсатында жеңілдетілген несиелер бөледі [11]. Дүниежүзілік банк болса, жергілікті инфрақұрылымды қалпына келтіруге, жолдар мен инженерлік құрылымдарды жақсартуға, соның ішінде туристік нысандарға апаратын жолдарды жөндеуге қомақты қаражат бөлуде [9]. Ал аймақтық даму банктері (Азия даму банкі, Еуропа қайта құру және даму банкі) өңірлік ерекшеліктерді ескере отырып, туризм секторын қаржыландыруда жеке бағдарламалар ұсынады [12]. Бұл институттар тек қаражатпен ғана емес, сарапшылық білім, техникалық қолдау арқылы да көмек береді.

Қарусыздандырудан кейінгі өңірлерде экономикалық қызметтің түрлерін әртараптандыру қажеттілігі артады [13, б. 811-829]. Әскери өндіріс немесе қару-жарақ нарығы негіз болған аумақтарда осы сала жабылғаннан кейін, жергілікті халықты жұмыспен қамту маңызды мәселе ретінде көтеріледі. Туризм саласын дамыту осындай өңірлер үшін барынша қолайлы шешімдердің бірі болып отыр. Себебі бұл сала салыстырмалы түрде төмен бюджеттік шығынмен өмірге келіп, көптеген жаңа жұмыс орнын жылдам құруға мүмкіндік береді және жергілікті мәдени-тарихи нысандарды таныстыру арқылы өңірдің халықаралық аренадағы беделін арттырады. Зерттеуіміз көрсеткендей, халықаралық қаржы институттары туристік бастамаларды қолдау арқылы өңірдегі инвестициялық тәуекелдің төмендеуіне де мүдделі, себебі әлеуметтік-экономикалық тұрақтылық қамтамасыз етілген жерге болашақта шетелдік капитал келуі оңайырақ болады.

Бұрынғы ғылыми еңбектерде және талдауларда халықаралық қаржы институттары көбіне өнеркәсіп саласын жаңғыртуға, көлік инфрақұрылымын жетілдіруге немесе әлеуметтік

бағдарламаларға назар аударатыны айтылған. Алайда соңғы онжылдықта, әсіресе 2010 жылдан бері, Дүниежүзілік банк пен аймақтық даму банктері туризмнің әлеуетін жаңа экономикалық мүмкіндік ретінде көре бастағаны айқын сезіледі. Біздің зерттеуіміз осы үрдісті қуаттайды: халықаралық институттар тарапынан туризм индустриясына бағытталған гранттар мен несиелердің соңғы бес жыл ішінде нақты өсім бергені байқалады. Бұл өзгерістер қарусыздандырылған өңірлердің инфрақұрылымын қалпына келтіру мен тұрақты дамуға қол жеткізу мақсатында туризмді тиімді құрал ретінде пайдалану қажеттілігінен туындап отыр [14, б. 88-102].

Зерттеу нәтижелері бойынша ірі халықаралық қорлар (мысалы, мәдени мұраны сақтау қорлары, экологиялық қорлар) да қарусыздандырудан кейінгі өңірлерде туризм саласын дамытуға айтарлықтай үлес қосатынын көрсетті [15, б. 1-21]. Бұл қорлар тек қаржылық көмекпен шектелмей, жобаларды іске асыру үшін сарапшылар тарту, маркетингтік стратегияларды әзірлеу, кадрларды оқыту ісінде қолдау көрсетеді. Осындай көпсалалы көмек жергілікті бизнестің бәсекеге қабілеттілігін арттырып, тәуекелдерді азайтады. Жергілікті әкімшіліктер мен үкіметтік емес ұйымдар да қорлардың бөлген гранттарын алу арқылы өңірдің туризм әлеуетін дамытуға қажетті шағын және орта кәсіпорындарды қолдауды іске асырады. Мысалы, музейлер мен тарихи орындарды қайта жаңғырту, экологиялық соқпақтар ашу, мәдени фестивальдер өткізу сияқты жобалар осы өңірлерге туристердің назарын аударуға ықпал етеді [16, б. 45-62].

ҮЕҰ көбінесе халықаралық қаржы институттарынан немесе қорлардан бөлінген қаражаттың жергілікті тұрғындарға тиімді жетуін қамтамасыз ететін делдал қызметін атқарады. Олар өңірдегі әлеуметтік топтардың мүддесін зерттеп, жобалардың нақты қажеттіліктерге сай жасалуына жәрдемдеседі. Сонымен қатар, ҮЕҰ тұрғындар арасында туризмнің артықшылықтары жөнінде ақпарат таратады, арнайы тренингтер мен оқыту бағдарламаларын ұйымдастырады. Зерттеу барысында сұхбаттасқан жергілікті билік өкілдері ҮЕҰ-лардың араласуы нәтижесінде жобалардың ашықтығы мен есептілігі жоғарылайтынын, сондай-ақ сыбайлас жемқорлық тәуекелдерінің азаятынын атап өтті.

Ғылыми әдебиетте және сарапшылардың есептерінде ҮЕҰ-лар мен халықаралық қорлардың гуманитарлық, әлеуметтік салаларда белсенді рөл атқаратыны көптеп айтылса да, туризмге қатысты жобалардағы қызметі туралы деректер біршама

шектеулі. Біздің жұмысымыз осы олқылықты толықтыруға талпыныс жасады. Жинақталған мәліметтер халықаралық қорлар мен ҰЕҰ-лардың бірлескен әрекеті өңірдің туристік әлеуетін ашып қана қоймай, қарусыздандыру процесінің экономикалық-әлеуметтік әсерін жұмсартуға ықпал ететінін көрсетті.

Зерттеу нәтижелері қарусыздандырылған өңірлерде іске қосылған туристік жобалардың жергілікті халықты жұмыспен қамтуда маңызды рөл атқаратынын айқындады. Бұрынғы әскери инфрақұрылым немесе жатақхана типтес ғимараттардың туристік нысандарға бейімделуі – жаңа жұмыс орындарын құрудың тиімді жолы. Кейбір өңірлерде демалыс орындары, тау шаңғысы курорттары және экологиялық саябақтар ашылып, қызмет көрсету саласын кеңейтуде. Нәтижесінде, жергілікті бюджетке түсетін салықтық түсімдер ұлғайып, шағын және орта бизнес субъектілерінің саны артты. Халықаралық институттар мен қорлар бөлген гранттар есебінен жарнамалық және маркетингтік жұмыстар да жанданып келеді. Бұл сырттан келетін туристер ағынын көбейтіп, халықтың әл-ауқатын жақсарту үрдісін жеделдетті. Мысалы, зерттеу деректері бойынша қарусыздандырылған және халықаралық ұйымдардан қаржылық көмек алған кей өңірлерде туризм саласының жалпы өңірлік өнімдегі үлесі 5-8%-ға жетіп, инфрақұрылымы жақсы дамыған жерлерде 10%-дан да асқанын көрсетті [8].

Туризм – экономикалық пайдамен қатар, әлеуметтік және мәдени өрлеуді ынталандыратын сала. Қарусыздандырудан кейін бірқатар өңірлерде тарихи ескерткіштер мен мәдени мұраларға деген қызығушылықтың күшеюі байқалады. Жергілікті қауымдастықтың рухани бірлігін нығайтуға бағытталған фестивальдер мен мәдени шаралар көбейді. Зерттеу сұхбаттарына қатысқан респонденттердің басым бөлігі қарусыздандырудан кейінгі ахуалды «бейбіт әрі жаңашыл кезең» деп сипаттап, қақтығыстардың азайғанын, жұмыссыздық деңгейінің төмендеп келе жатқанын, жастардың шағын кәсіпкерлікке құлшынысының артқанын атап өтті. Бұл үрдістердің түп-тамырына үңілсек, халықаралық қаржы институттары мен қорлардың қолдауымен дамыған туризмнің жаңа мүмкіндіктер ашуы себеп болғанын байқаймыз [13].

Қарусыздандырылған өңірлердегі туристік жобалардың табиғатқа тигізетін әсерін бағалау да маңызды мәселе. Бұрынғы әскери полигондар немесе өндірістік кешендер орналасқан аймақтарда ластанған жерлерді қалпына келтіру шаралары жүргізілуде. Халықаралық қорлар

мен институттар бұл бағытта да арнайы гранттар мен техникалық көмек ұсынуда. Бұл экологиялық ахуалды тұрақтандыруға, тіпті экологиялық туризмді дамытуға алғышарттар қалыптастыруға мүмкіндік береді. Экологиялық туризмнің басты мақсаты – жергілікті табиғат пен экожүйені сақтау, сонымен қатар жергілікті халықтың әл-ауқатын арттыру. Біздің зерттеуімізде қарусыздандырылған өңірлерде экотуризм бағытындағы жобалардың қарқын алуы өңірдің халықаралық беделін көтеретінін де көрсетті. Қорлар мен институттардың қаржысына ұлттық саябақтар, ерекше қорғалатын табиғи аймақтар мен экологиялық соқпақтар ашылып, келушілерге арналған инфрақұрылым дами түсті. Нәтижесінде, жергілікті қауымдастықтың табиғатты аялауға деген ынтасы өсіп, экологиялық ағартушылық шаралар кеңінен тарала бастады.

Бұрын жүргізілген зерттеулердің бірқатарында қарусыздандырылған өңірлерде туризмнің дамуы өңірлік тұрақтылықты қамтамасыз ету мен экономиканы қайта қалпына келтірудің тиімді жолы ретінде аталып өткен. Біздің зерттеуіміз де осы тұжырымды қуаттайды. Дегенмен, бұрынғы еңбектерде инфрақұрылымдық жетіспеушілік, құқықтық базаның әлсіздігі мен саяси тұрақсыздықтың туризмге кедергі жасайтыны жан-жақты талданған. Біз жинаған деректер де мұны растайды, алайда халықаралық қаржы институттары мен қорлар қолдау көрсететін өңірлерде бұл кедергілерді жұмсартудың тиімді механизмдері бар екенін көрсеттік. Басқа сараптамалық есептерде туризмнің кемшіліктері мен әлсіз жақтары да сөз болады. Мысалы, туристік маусымдықтың өзгеруі, табиғи ресурстардың артық пайдаланылуы және мәдени коммерциялану қаупі. Біздің зерттеу барысында да маусымдық ауытқулар мен экологиялық жүктеменің көбеюі туралы ақпараттар айтылды. Осыған байланысты халықаралық ұйымдардың қаржыландыруы аясында тұрақты даму қағидаттарын сақтау, әлеуметтік жауапкершілік механизмдерін енгізу маңызды екені атап өтілді.

Талқылау. Алынған нәтижелерді талдау барысында бірқатар негізгі мәселелер анықталды. Атап айтқанда, туризмнің қарқынды дамуына кедергі келтіретін инфрақұрылымдық шектеулер, бюрократиялық рәсімдердің күрделілігі, кадрлардың біліктілік деңгейінің жеткіліксіздігі және сыбайлас жемқорлық қатерлері сияқты мәселелер жүйелі түрде анықталды. Бұл мәселелердің шешімін табу үшін төмендегі іс-қимылдар ұсынылады:

1. Халықаралық қаржы институттары мен қорлардың жеңілдетілген несиелері мен грант-

тары негізінде инфрақұрылымды (жол, инженерлік желілер) кешенді түрде жаңғырту;

2. Жергілікті билік пен ҮЕҰ-лар бірлесіп, туристік кадрларды (гид, менеджер, маркетинг) даярлау мен біліктілігін арттыруға бағытталған оқу бағдарламаларын әзірлеу;

3. Құқықтық базаны жетілдіру және сыбайлас жемқорлыққа қарсы шараларды күшейту арқылы инвестициялардың ашықтығын қамтамасыз ету [8].

Халықаралық институттардың (Халықаралық валюта қоры, Дүниежүзілік банк, аймақтық даму банкі) және түрлі қорлардың туристік бастамаларды қаржыландыру механизмдері, олардың тиімділігі мен туындайтын қиындықтары талданғаннан кейін де, жоғарыда аталған мәселелерді еңсеруге қосымша кешенді стратегиялар қажет екені байқалды. Мәселен, заңнамалық және нормативтік базаны жетілдіру — жобалардың орындалуына біршама жеңілдік берсе, ал зерттеу негізінде анықталған нәтижелер халықаралық қауымдастықтың аталған аймақтарға назар аударуын одан әрі ынталандыруға арналған тетік ретінде қызмет етеді [9].

Туризм саласы көптеген тәуекелдермен қатар жүреді: инфрақұрылымдық шектеулер, құқықтық базаның әлсіздігі, экологиялық тепе-теңдікті сақтау қажеттілігі және маусымдық факторлар. Мұндай кедергілерді еңсеру үшін кешенді стратегия қажет, онда халықаралық қаржы институттары мен қорлардың көмегіне қоса, жергілікті басқару органдарының, тұрғындар мен кәсіпкерлердің ынтымақтастығы зор маңызға ие болады.

Сонымен қатар, халықаралық қаржы институттарының туризмді қаржыландырудағы қызметі әрдайым бірдей тиімді бола бермейтінін атап өткен жөн. Carrillo-Hidalgo және Pulido Fernández [17, 76–77] өз зерттеуінде халықаралық институттар бөлетін қаражаттың қайтарымдылығы мен нәтижелілігіне әсер ететін бірнеше факторды сыни тұрғыдан талдаған. Авторлардың пікірінше, қаржыландыру механизмдері кейде жергілікті деңгейдегі талаптар мен заңнамалық шектеулерге сәйкес келмеуі мүмкін, сондай-ақ әлеуметтік және мәдени ерекшеліктер ескерілмей қалуынан туындайтын тәуекелдер де орын алады. Демек, халықаралық ұйымдардың инвестициялық стратегияларын өңірлік контекстке икемдеп, қаржы жүйелерінің ашықтығы мен есептілігіне басымдық беру қажеттігі осы зерттеуде де аталған тұжырымдармен үндесіп жатыр.

Бұрынғы зерттеулерге сүйене отырып, біз халықаралық ұйымдар тарапынан дұрыс жоспарланған және ашықтық қағидаларына негізделген жобалардың ұзақмерзімді әрі орнықты нәтиже

беретінін растадық. Демек, қарусыздандырылған өңірлерде туризмді қолдауға арналған қаржыландыру бейбітшілік пен орнықты дамудың кепіліне айналуы мүмкін. Бұл тек экономикалық пайда тұрғысынан ғана емес, әлеуметтік және мәдени тұрғыдан да оң өзгерістерге жол ашады.

Қорыта айтқанда, зерттеу нәтижелері қарусыздандырылған өңірлерде халықаралық қаржы институттары мен қорлардың туристік жобаларды қолдауын барынша тиімді пайдалану үшін жүйелі көзқарастың, құқықтық базаның, ашықтық пен есептіліктің қаншалықты маңызды екенін көрсетті [11]. Бұрынғы қару-жарақ өндірісінде немесе әскери салада қызмет еткен халыққа туризм арқылы жұмыс орындарын құруға, өңірлік имиджді түзетуге және әлеуметтік бейбітшілікті нығайтуға мүмкіндіктер берілуде. Алдағы уақытта осы бағытта жан-жақты және терең талдаулар жасалып, нақты ұсыныстар әзірленеді деп сенеміз.

Қорытынды. Бұл жұмыс халықаралық қаржы институттары мен қорлардың қарусыздандырылған өңірлерде туристік жобаларды қолдау және ынталандыру ісіндегі рөлін анықтау, сондай-ақ осы қолдаудың әлеуметтік-экономикалық әсерлерін кешенді түрде бағалауды мақсат етті. Зерттеу барысында салыстырмалы талдау, SWOT-талдау, кейс-әдісі және контент-талдау әдістері қолданылды. Ресми есептер, халықаралық ұйымдардың статистикалық мәліметтері және сарапшылардың пікірлері жинақталып, деректердің сенімділігіне ерекше көңіл бөлінді.

1. Халықаралық қаржы институттары (ХВҚ, Дүниежүзілік банк, аймақтық даму банкі) мен түрлі қорлар (мәдени мұра, экологиялық қорлар) қарусыздандырылған өңірлердегі туризм саласын дамытуда маңызды қаржыландыру көзі болып табылатыны анықталды.

2. Жергілікті билік пен үкіметтік емес ұйымдардың белсенділігі арқасында туристік бастамаларға бөлінген гранттар мен жеңілдетілген несиелер өңірлердің экономикалық әлеуетін арттыруға ықпал етті.

3. Жергілікті қауымдастық пен туризмнің өзара байланысы нығайып, жаңа жұмыс орындары құрылып, экологиялық және мәдени нысандар сақталып, жаңғыртылды.

4. Қарусыздандырудан кейінгі өңірлерде инфрақұрылымдық және құқықтық кедергілерге қарамастан, халықаралық ұйымдар мен қорлардың қолдауы жобалардың тұрақты түрде дамуына септігін тигізетіні байқалды.

Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, халықаралық қаржы институттары мен қорлардың көмек көрсету модельдері қарусыздандырудан кейінгі

аймақтарда туризмді дамытудың қуатты құралына айналды. Бұл тек экономикалық көрсеткіштерді жақсартып қана қоймай, әлеуметтік және мәдени деңгейдегі оң өзгерістерді ынталандырады. Демек, автордың «халықаралық ұйымдар тарапынан дұрыс жоспарланған және ашықтық қағидаларына негізделген жобалардың ұзақмерзімді нәтижелі болатыны» туралы тұжырымы дәлелін тапты. Зерттеу барысында алынған жаңа мәліметтер ғылыми білімді кеңейтіп, қарусыздандырылған өңірлерде туризмді дамытуға арналған нақты ұсынымдар жасауға мүмкіндік береді.

Алдағы уақытта халықаралық ұйымдар бөлетін қаржы мен жергілікті әкімшіліктердің саясатын тығыз үйлестіруге арналған нақты

механизмдер әзірлеу қажет. Экологиялық таза инфрақұрылымды дамыту, құқықтық базаны жетілдіру және халықтың кәсіпкерлік әлеуетін арттыру қарусыздандырылған өңірлердегі туризмді әрі қарай өркендетуге жол ашады. Сондай-ақ сыбайлас жемқорлыққа қарсы шараларды күшейтіп, жобалардың ашықтығы мен есептілігін қамтамасыз ету нәтижені орнықты етеді. Бұл ұсынымдар тек зерттеліп отырған аймақтарда ғана емес, ұқсас жағдайда тұрған басқа өңірлер үшін де тиімді болуы мүмкін. Осылайша, халықаралық институттар мен қорлардың тәжірибесі негізінде бейбітшілік пен тұрақты даму қағидаларының аясында өңірлерді жаңғырту ісін жетілдіруге мүмкіндік туады.

Әдебиет тізімі

- Castillo-Palacio M. Tourism as a Tool for Economic Development in Post-Conflict Zones // *Journal of Peace Economics and Tourism Development*. – 2017. - Vol. 9. - №2. - pp. 45-60. DOI: 10.1080/09669582.2021.1993866.
- Reddy V., Wilkes K. The Role of Financial Institutions in Promoting Tourism in Conflict Regions // *International Journal of Tourism Research*. – 2020. – Vol. 22. - № 1. - pp. 85-98. DOI: 10.1002/jtr.2320.
- Bertovic T. Post-war tourism development in Bosnia and Herzegovina: Challenges and opportunities // *Journal of Balkan Studies*. – 2019. - №12(2). - pp. 65-79. DOI: 10.1080/14616688.2021.1938090.
- Mutandwa E., Kwiriringimana C. Community-based tourism and poverty reduction in Rwanda: A case of the Volcanoes National Park // *African Journal of Tourism Research*. – 2020. - №8(1). - pp. 45-59. DOI: 10.1080/09669582.2020.1857767.
- Buultjens J., Ratnayake I., Gnanapala A. Post-Conflict Tourism Development in Sri Lanka // *Tourism Management*. – 2015. - №19(4). - pp. 1-18. DOI: 10.1080/13683500.2014.1002760 DOI: 10.1080/13683500.2014.1002760.
- Hall C.M. Financial Flows in Tourism Development: A Study of International Organizations' Role // *Annals of Tourism Research*. - 2021. - Vol. 87. - pp. 103-114. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103114.
- Smith M.K., Richards G. Tourism in Peacebuilding Contexts: Lessons from Global Case Studies // *Tourism Review*. – 2018. - Vol. 73. - №4. - pp. 542-555 DOI: 10.1108/TR-06-2017-0100.
- Global Tourism Recovery in the Wake of Crises. // UNWTO Publications URL: <https://www.unwto.org/> (қолданылған күні: 20.10.2024).
- Tourism for Development: 2020 Progress Report. World Bank Group // URL: <https://www.worldbank.org/ext/en/home> (қолданылған күні: 20.01.2024).
- Hall C.M. Tourism and geopolitics: Issues and concepts from Central and Eastern Europe // *Current Issues in Tourism*. – 2020. - Vol. 23. №3. - pp. 275-288. DOI: 10.1080/13683500.2016.1260529.
- Fragile States Need Customized Support to Strengthen Institutions // IMF. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2023/09/21/fragile-states-need-customized-support-to-strengthen-institutions> (қолданылған күні: 20.10.2024).
- Asia's Tourism Potential and Development Strategy // ADB Publications URL: <https://www.adb.org/> (қолданылған күні: 20.10.2024).
- Smith M. Tourism development in post-conflict zones: A comparative perspective // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2021. - Vol. 29. №5. - pp. 811-829. DOI: 10.1080/09669582.2021.1993866.
- Bianchi R.V. The political economy of tourism development: A critical review // *Annals of Tourism Research*. – 2018. - №70, - pp. 88-102. DOI: 10.1016/j.annals.2017.08.005.
- Qian J., Shen H., Law R. Research in sustainable tourism: A bibliometric analysis // *Sustainability*. - 2019. - Vol. 11. №18. - pp. 1-21. DOI: 10.3390/su11186964.
- Nyerere F., Liu Z. Post-conflict tourism development and local communities: The role of empowerment // *Tourism Management Perspectives*. – 2011. - Vol. 5. - №3. pp. 211-221. DOI: 10.1016/j.tmp.2011.03.005.
- Isabel Carrillo-Hidalgo and Juan Ignacio Pulido Fernández. Tourism funding by international financial institutions. A critical analysis // *Investment Management and Financial Innovations*. – 2012. – Volume 9. - Iss. 3 - pp. 76-77. DOI: 10.2139/ssrn.290516685.

References

- Castillo-Palacio M. Tourism as a Tool for Economic Development in Post-Conflict Zones // *Journal of Peace Economics and Tourism Development*. – 2017. - Vol. 9. - №2. - pp. 45-60. DOI: 10.1080/09669582.2021.1993866.
- Reddy V., Wilkes K. The Role of Financial Institutions in Promoting Tourism in Conflict Regions // *International Journal of Tourism Research*. – 2020. – Vol. 22. - № 1. - pp. 85-98. DOI: 10.1002/jtr.2320.
- Bertovic T. Post-war tourism development in Bosnia and Herzegovina: Challenges and opportunities // *Journal of Balkan Studies*. – 2019. - №12(2). - pp. 65-79. DOI: 10.1080/14616688.2021.1938090.

- 4 Mutandwa E., Kwiringirimana C. Community-based tourism and poverty reduction in Rwanda: A case of the Volcanoes National Park // *African Journal of Tourism Research*. – 2020. - №8(1). - pp. 45-59. DOI: 10.1080/09669582.2020.1857767.
- 5 Buultjens J., Ratnayake I., Gnanapala A. Post-Conflict Tourism Development in Sri Lanka // *Tourism Management*. – 2015. - №19(4). - pp. 1-18. DOI: 10.1080/13683500.2014.1002760 DOI: 10.1080/13683500.2014.1002760.
- 6 Hall C.M. Financial Flows in Tourism Development: A Study of International Organizations' Role // *Annals of Tourism Research*. - 2021. - Vol. 87. - pp. 103-114. DOI: 10.1016/j.annals.2020.103114.
- 7 Smith M.K., Richards G. Tourism in Peacebuilding Contexts: Lessons from Global Case Studies // *Tourism Review*. – 2018. - Vol. 73. - №4. - pp. 542-555 DOI: 10.1108/TR-06-2017-0100.
- 8 Global Tourism Recovery in the Wake of Crises. // UNWTO Publications URL: <https://www.unwto.org/> (қолданылған күні: 20.10.2024).
- 9 Tourism for Development: 2020 Progress Report. World Bank Group // URL: <https://www.worldbank.org/ext/en/home> (қолданылған күні: 20.01.2024).
- 10 Hall C.M. Tourism and geopolitics: Issues and concepts from Central and Eastern Europe // *Current Issues in Tourism*. – 2020. - Vol. 23. №3. - pp. 275-288. DOI: 10.1080/13683500.2016.1260529.
- 11 Fragile States Need Customized Support to Strengthen Institutions // IMF. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2023/09/21/fragile-states-need-customized-support-to-strengthen-institutions> (қолданылған күні: 20.10.2024).
- 12 Asia's Tourism Potential and Development Strategy // ADB Publications URL: <https://www.adb.org/> (қолданылған күні: 20.10.2024).
- 13 Smith M. Tourism development in post-conflict zones: A comparative perspective // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2021. - Vol. 29. №5. - pp. 811-829. DOI: 10.1080/09669582.2021.1993866.
- 14 Bianchi R.V. The political economy of tourism development: A critical review // *Annals of Tourism Research*. – 2018. - №70, - pp. 88-102. DOI: 10.1016/j.annals.2017.08.005.
- 15 Qian J., Shen H., Law R. Research in sustainable tourism: A bibliometric analysis // *Sustainability*. - 2019. - Vol. 11. №18. - pp. 1-21. DOI: 10.3390/su11186964.
- 16 Nyerere F., Liu Z. Post-conflict tourism development and local communities: The role of empowerment // *Tourism Management Perspectives*. – 2011. - Vol. 5. - №3. pp. 211-221. DOI: 10.1016/j.tmp.2011.03.005.
- 17 Isabel Carrillo-Hidalgo and Juan Ignacio Pulido Fernández. Tourism funding by international financial institutions. A critical analysis // *Investment Management and Financial Innovations*. – 2012. – Volume 9. - Iss. 3 - pp. 76-77. DOI: 10.2139/ssrn.290516685.

<p>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор) Болат Алибек Алмазович заң ғылымдарының магистрі, І. Жансүгіров атындағы Жетісу университеті, Талдықорған қ., Қазақстан a.bola.edu@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-7098-1305</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор) Болат Алибек Алмазович магистр права, Жетысуский университет им. И. Жансугурова, г. Талдықорған, Казахстан. e-mail: a.bola.edu@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-7098-1305</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author) Bolat Alibek Almazovich Master of Laws, Zhetysu university named after I. Zhansugurov, Taldykorgan, Kazakhstan e-mail: a.bola.edu@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-7098-1305</p>
---	--	---

Мақала түскен күні: 5.02.2025
Мақала басылымға қабылданған күні: 24.05.2025

**¹Karimov D.Zh.^a, ¹Kadyrbekova D.C., ²Mazbayev O.B.,
³Akhmejanova D.Zh.**

¹Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

²Eurasian National University named after L.N. Gumilyov, Astana, Kazakhstan

³Kazakh Ablai Khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan

ANALYSIS OF FOREIGN AND KAZAKHSTANI STUDIES IN THE FIELD OF HEALTH AND WELLNESS TOURISM

Karimov Dauren Zhalgasuly, Kadyrbekova Dinara Serikovna,
Mazbaev Ordenbek Blisbekovich, Akhmejanova Dilda Zhaishigaliyevna

Analysis of foreign and Kazakhstani studies in the field of health and wellness tourism

Abstract. This article presents a comparative analysis of the definitions related to the concept of health and wellness tourism, drawing on the conceptual and terminological frameworks established by both foreign and domestic scholars. The primary focus is on positioning health and wellness tourism as a form of travel specifically organized to promote, prevent, or restore human health. The study systematically examines the terms «health tourism», «wellness tourism» and «medical tourism» referencing definitions proposed by a range of researchers, professional organizations, and industry associations. Some scholars interpret health tourism as involving treatments based on natural resources, such as mineral waters or climate therapy, while medical tourism is generally associated with access to advanced, high-tech medical procedures. Wellness tourism, by contrast, typically takes place in sanatoriums or resort settings and emphasizes holistic physical and psychological rejuvenation. Following a critical review of the existing definitions, the authors propose refined interpretations of each term: health and wellness tourism, health tourism, wellness tourism, and medical tourism.

Key words: health tourism, wellness tourism, medical tourism, recreation, terminology, classification.

Кәрімов Дәурен Жалғасұлы, Қадырбекова Динара Сериковна,
Мазбаев Орденбек Блисбекевич, Ахмеджанова Дильда Жайшиғалиевна

Емдік-сауықтыру туризмі бойынша шетелдік және қазақстандық зерттеулерді талдау

Аңдатпа. Бұл мақалада шетелдік және отандық ғалымдардың тұжырымдамалық-терминологиялық аппараттарын талдау негізінде «емдік-сауықтыру туризмі» ұғымының анықтамалары салыстырмалы түрде қарастырылады. Негізінен емдік-сауықтыру туризмі адамдардың денсаулығын жақсарту, алдын алу немесе қалпына келтіру мақсатында ұйымдастырылатын саяхат түрі екені баяндалады. Зерттеу барысында емдік туризм, сауықтыру туризмі және медициналық туризм ұғымдары әртүрлі ғалымдар, ұйымдар мен қауымдастықтар тарапынан берілген анықтамалар негізінде жүйелі түрде талданады. Кейбір ғалымдар емдік туризмді табиғи факторларға негізделген емдеу шаралары деп қарастырса, ал медициналық туризм жоғары технологиялық медициналық қызметтерді алуға бағытталғанын айқындайды. Ал сауықтыру туризмі көбіне санаторийлер мен курорттық аймақтарда жүзеге асырылып, физикалық және психологиялық сауықтыруға бағытталады. Авторлар осы анықтамаларды сыни саралай отырып, емдік-сауықтыру туризміне, емдік туризмге, сауықтыру туризміне және медициналық туризмге өз түсіндірмелерін ұсынады.

Түйін сөздер: емдік туризм, сауықтыру туризмі, медициналық туризм, рекреация, терминология, классификация.

Каримов Даурен Жалғасұлы, Қадырбекова Динара Сериковна,
Мазбаев Орденбек Блисбекевич, Ахмеджановна Дильда Жайшиғалиевна

Анализ зарубежных и казахстанских исследований по лечебно-оздоровительному туризму

Аннотация. В данной статье на основе анализа понятийно-терминологического аппарата отечественных и зарубежных ученых проводится сравнительное рассмотрение определений понятия «лечебно-оздоровительный туризм». Основное внимание уделяется тому, что лечебно-оздоровительный туризм представляет собой вид путешествий, организуемых с целью улучшения, профилактики или восстановления здоровья людей. В ходе исследования понятия лечебного туризма, оздоровительного туризма и медицинского туризма систематически анализируются на основе определений, предложенных различными учеными, организациями и ассоциациями. Некоторые исследователи рассматривают лечебный туризм как комплекс мероприятий, основанных на использовании природных факторов, тогда как медицинский туризм ассоциируется с получением высокотехнологичных медицинских услуг. В свою очередь, оздоровительный туризм, как правило, осуществляется в санаториях и курортных зонах и направлен на физическое и психологическое восстановление. Авторы, проанализировав указанные определения, предлагают собственные трактовки понятий лечебно-оздоровительного, лечебного, оздоровительного и медицинского туризма.

Ключевые слова: лечебный туризм, оздоровительный туризм, медицинский туризм, рекреация, терминология, классификация.

Introduction. As stated in the Concept of Tourism Development in the Republic of Kazakhstan for 2023-2029, health and wellness tourism is one of the promising sectors. In this regard, the following measures will be implemented to successfully develop health and wellness tourism, and medical tourism types:

- intersectoral coordination aimed at strengthening, developing, and improving the quality of sanatorium-resort, recreational, and wellness services for the population;

- development of cooperation between medical organizations and sanatorium-resort organizations with tour operators to increase the provision of quality health and wellness services throughout the year;

- development of service and management in medical institutions;

- formation and promotion of Kazakhstan's medical tourism products in international markets;

- foster and support the development of this sector, drawing on successful international experiences [1].

Health and wellness tourism is an intensively growing sector based on the use of natural resources and cultural traditions to improve health and quality of life. This article examines the conceptual and terminological framework related to this field. The main terms are "health tourism" "wellness tourism" and "medical tourism". These concepts encompass the range of services offered within medical tourism, from diagnostics and surgical procedures to relaxation procedures and wellness programs. Health tourism includes trips abroad to obtain medical services, driven by both economic factors and the desire for high-quality assistance. In turn, wellness tourism focuses on disease prevention and maintaining overall well-being. An important aspect of both directions is the integration of traditional and modern treatment methods, which contribute to more effective health recovery.

Health and wellness tourism constitutes a significant sector dedicated to enhancing public health, facilitating relaxation, and promoting psychological recovery. Kazakhstan's abundant natural wellness resources, including therapeutic waters, muds, and mineral springs, provide considerable potential for the development of this form of tourism. Moreover, the analysis of international best practices serves to enhance the effectiveness of domestic health tourism and fosters the integration of innovative approaches. The relevance of this theme is underscored by contemporary concerns regarding health preservation and longevity, which are closely intertwined with the economic and social importance of tourism.

The purpose of the article is to systematize the conceptual and terminological framework of health and wellness tourism, which represents a complex set of interrelated concepts that reveal its essence and practical application. Health and wellness tourism involves not only the relocation of tourists to destinations with unique natural resources, but also the purposeful use of these resources to improve and enhance health and overall well-being. The key terms of this framework include "health tourism", "wellness tourism", and "medical tourism". Each of these concepts requires detailed analysis and justification, and their interconnection forms a comprehensive understanding of this field. Thus, this article is aimed at deepening and substantiating the understanding of key terms that contribute to the formation of scientific and practical discourse in this area.

Objectives:

- to define the key concepts related to health and wellness tourism with the aim of establishing a unified and coherent terminological framework;

- to analyze existing interpretations and conceptualizations in order to identify both widely accepted and contested aspects within the conceptual structure;

- to examine the interrelationships among terms and concepts to develop a comprehensive and systematic understanding of health and wellness tourism;

- to propose a refined interpretation of health and wellness tourism based on the analysis.

Materials and methods. The following research methods were used in this study:

- theoretical and comparative analysis of scientific publications (articles, dissertations, specialized literature) on health and wellness tourism;

- analysis of the conceptual and terminological framework regarding health, wellness, and medical tourism;

- analysis of official documents related to the development of health and wellness tourism at the national level;

- analysis of professional websites and online resources discussing terminology issues in health and wellness tourism.

Results. According to the UN World Tourism Organization, healthcare and wellness- specifically, traveling for medical treatment are among the key motivations for tourism. As a result, the number of research studies and publications on this topic continues to grow. However, today there is no consensus among specialists on the definition of health and wellness tourism. Medical, health and wellness tourism is often understood as travelling to other countries for treatment on various medical grounds. On the other hand, any trip aimed at

health recovery can be considered as health and wellness tourism.

Health and wellness tourism integrates various socio-economic groups and lies at the intersection of tourism, medicine, and the sanatorium-resort sector. It is characterized by its reliance on natural resources, the necessity of a highly developed material and technical infrastructure, and the involvement of qualified specialists. At present, effective development of health and wellness tourism requires in-depth and analytical research.

When examining the study of health and wellness tourism from a theoretical perspective, one can observe a wide range of opinions, definitions, and interpretations. Significant contributions to the theory of the formation and development of health and wellness tourism have been made by scholars such as A.V. Babkin [2], A.M. Vetitnev [3], E.L. Dracheva [4], N.V. Manshina [5], I.V. Zorin [6], T.P. Kaverina [6], V.A. Kvartalnov [6], V.S. Bogolyubov [7], A.P. Durovich [8], M.A. Zhukova [9], G.A. Papiryan [10], and V.F. Kazakov [11]. Their research primarily focuses on the socio-economic aspects of tourism and the resort

industry, the establishment of fundamental operational principles, and the identification of interconnections between tourism and other sectors of the economy. Many of these scholars conceptualize health and wellness tourism as the movement of individuals for the purposes of recreation, medical treatment, and rehabilitation to destinations distinct from their permanent place of residence.

Additionally, there is a notable body of foreign scholars who have shown considerable interest in this field, including H.L. Dunn [12], D.B. Ardell [13], W. Nahrstedt [14], K. Ross [15], W.F. Theobald [16], E. Cohen [17], A. Ikkos [18], S. Hajioff [19], M. Bookman [20], K. Bookman [20], M. Moody [21], and L. Richter [22]. Their research primarily focuses on medical tourism, with the concepts of medical, health and wellness tourism often being regarded as synonymous within their framework.

The research of Russian experts indicates that health and wellness tourism is a distinct type of tourism aimed at health restoration and prevention. This can be seen in Table 1.

Table 1 – Definitions of health and wellness tourism provided by Russian scholars

№	Author (s)	Content of Definitions
1	A.V. Babkin	Health and wellness tourism as travel within national borders or across borders for the purpose of rehabilitation and prevention of various health conditions, for both residents and non-residents, lasting no less than 20 hours and no more than 6 months, based on the principles of resort studies [2, p. 39].
2	A.M. Vetitnev	Health and wellness tourism is a branch of healthcare associated with tourism, where tourists independently visit specialized resorts equipped with all necessary resources, with the primary purpose of the trip being relaxation and enjoyment, as well as health recovery. Any vacation can have health benefits, and treatment is the main goal of such a trip. Depending on the contribution of therapeutic activities to the main tourist activities, the following motivational factors can be identified: - primary goal of the trip is the wellness element; - treatment is not the main goal, but rather an additional program for body restoration; - treatment is the primary goal of tourist trips aimed at treating specific illnesses at specialized resorts prescribed by doctors (spa, hydrotherapy, mud therapy, specialized sanatoriums, clinics, etc.). In this context, it is necessary to demonstrate the diversity of the health and wellness services market: cosmetic procedures, health resorts, mineral springs, sports or other physical rehabilitation activities, etc. [3, p. 23].

Note: compiled by the authors

In defining health and wellness tourism, global tourism practices draw the attention of experts to the following aspects:

- the main purpose of the trip is health improvement;
- the composition of resort products, which includes entertainment and wellness, as well as the availability of medical services;
- the focus on the individual needs of tourists receiving medical and wellness services, and the creation of treatment programs [23].

Based on the analysis above, we provide the following definition of health and wellness tourism. Health and wellness tourism is a type of tourism aimed

at meeting the needs of the population for treatment, rehabilitation and recreation using medical technologies and natural healing resources in specialized institutions, located outside the permanent residence and providing services in the field of recreation, diagnosis, prevention, rehabilitation, treatment, health care and clinical care.

If the purpose of travel is considered as an indicator, it is possible to distinguish between health, wellness, and medical tourism. In global practice, the following terms are used in relation to health and wellness tourism: «Health Tourism», «Wellness Tourism» and «Medical Tourism». The term «Health Tourism» corresponds to improving or maintaining one's health.,

«Wellness Tourism» -aims at enhancing one’s overall well-being, and «Medical Tourism» - corresponds to

receiving medical treatment. The classification of health and wellness tourism is shown in figure 1.

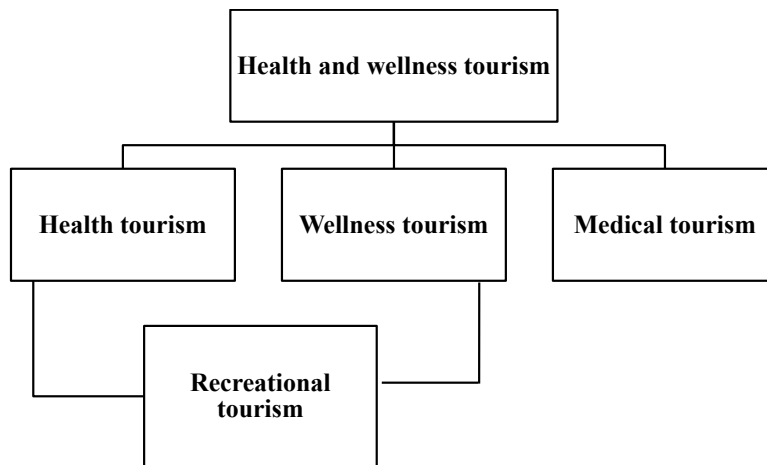


Figure 1 – Classification of health and wellness tourism (source [24])

The classification of health and wellness tourism, as shown in the above diagram, is divided into three types (health tourism, wellness tourism, medical tourism). It can also be observed that health tourism and wellness tourism are closely related to recreational tourism, as shown in the diagram above.

The main definitions of health tourism, collected by scholars, and their content-specific

features are presented. Comparative, common similarities, and differences between these definitions have been identified. This table helps to better understand the essence of the concept of health tourism and compare different scientific perspectives. The definitions of health tourism provided by foreign scholars are presented in Table 2.

Table 2 – Definitions of Health Tourism by Foreign Scholars and Associations

№	Author (s), source	Content of Definitions
1	A.M. Vetitnev A.S. Kuskov	Health tourism is the process by which tourists receive diagnostic, wellness, preventive, and recreational services in a location different from their place of residence, supported by all necessary natural, financial, and human resources for this purpose, either at the individual’s or corporate expense [3, p. 24].
2	V.A. Nabadrik	An important aspect of health tourism is described as the comprehensive set of connections and conditions that arise during citizens’ travel to destinations outside their place of residence, where human resources are available, with the aim of undergoing treatment, rehabilitation, improving biological systems, and preventing diseases [25].
3	V.F. Kazakov	Health tourism is the integration of recreation and treatment in a resort and sanatorium setting, where the consumer independently finances a trip to receive medical services in a resort or sanatorium, with an emphasis on the benefits of recreation and treatment [11, p. 10].
4	S. Kaspar	Health tourism is defined as a set of interactions and phenomena that occur when individuals relocate for the purpose of restoring, stabilizing, or enhancing physical, social, and intellectual health. It specifically pertains to behaviors associated with therapeutic and wellness activities. These locations, however, are not considered the individual’s permanent residence or workplace. This definition aligns with the commonly accepted understanding of health tourism as employed by contemporary researchers in Europe [26].
5	The European Resort Association	Medical tourism is defined as an active form of recreation associated with movement beyond a person’s place of residence, which has an impact on strengthening their health and physical development [27].

Continuation of Table 2

6	The European Association of Scientific Experts in Tourism adopts the definition of medical tourism proposed by Austrian scholar Linda Richter.	Health tourism is conceptualized as a comprehensive package combining leisure and recreational activities with individualized healthcare programs designed to cater to consumer wellness. Within this framework, the Western European model of health tourism emphasizes the prioritization of leisure and entertainment elements [22, p. 3]. This model envisions the accommodation of tourists in hotels equipped with modern professional medical technology, staffed by qualified healthcare professionals and service personnel at various levels of expertise. A distinctive characteristic of this definition of health tourism is its integration with other service offerings, wherein health-enhancement programs are intertwined with rehabilitative, rejuvenating treatments and therapeutic nutrition.
7	UNWTO	Health tourism refers to a form of tourism where the primary objective is to enhance the physical well-being of the traveler through medical services, therapeutic monitoring, treatment, and physical exercises. This form of tourism is typically associated with visits to specialized resorts and SPA centers, where the focus is on maintaining or improving health through integrated medical and wellness interventions [28].
8	W. Nahrstedt	Health tourism is a type of tourism in which domestic and international tourists, by changing their place of permanent residence, and assuming personal responsibility, pay the necessary fees to visit balneological and other resort facilities offering wellness programs [14, p. 181].
9	Aris Ikkos	This term emphasizes the health benefits and indicates that health tourism is associated with visiting mineral springs for therapeutic purposes and thermal tourism [18, p. 2].
10	Steve Hajioff	Health tourism is travel to a foreign country or another region for the purpose of receiving medical services and other health-related procedures, making the terms «health tourism» and «medical tourism» interchangeable [19, p. 102].
Note: compiled by the authors		

Analyzing the definitions presented by scholars in the table, we propose the following definition: Health tourism is a type of tourism carried out in specialized sanatorium-resort establishments located outside the tourist's permanent place of residence and operating based on natural healing resources and medical technologies, offering cultural events, as well as providing medical, wellness, preventive, rehabilitative, and recreational services, which are primarily aimed at meeting consumers' needs for treatment and health restoration.

Health and wellness tourism is aimed at improving physical and psychological health. Moreover, the main goal of this tourism is the organization of health-enhancing recreation.

A.M. Vetitnev and A.S. Kuskov included measures for the prevention of various diseases and the implementation of conditions for health preservation in the wellness tourism program [3, p. 25].

Currently, tourism manifests in various forms depending on people's goals, questions, preferences, and interests, enriching itself with new qualities in different fields. At the same time, wellness tourism has become a lifestyle that maintains physical condition and offers services to modern individuals who pay special attention to the beauty of both body and soul [29]. One of the most commonly used definitions of wellness tourism is the identification of a type of tourism aimed at maintaining the body and nervous system in a healthy state. This can be realized in two ways: active tourism (fitness) and leisure tourism (rejuvenation and beauty) [25, p. 17].

According to E.L. Drachova's definition, the goal of wellness tourism is health prevention and relaxation. It is characterized by the long duration of the trip, a small number of destinations visited, and, consequently, a long stay in one place [4, p. 2].

According to our definition, wellness tourism is a type of health and wellness tourism aimed at meeting the population's needs for health improvement and relaxation. It takes place in sanatorium-resort institutions located outside the tourist's permanent place of residence, operating based on natural therapeutic resources and offering cultural and entertainment activities, as well as wellness, preventive, and recreational services.

The definition of «wellness tourism» corresponds to the term «a state of good health, balance, and well-being». The word wellness is defined in the 1654 English dictionary as «good health» [30].

In 1961, English doctor H.L. Dunn first defined the concept of «high-level wellness» describing it as a state of complete well-being. Following this, the term gained new meaning in the mid-20th century. Dunn's explanation of wellness aligns closely with the definition provided in the preamble of the 1946 World Health Organization (WHO) Constitution, which states: «Health is not merely the absence of disease or infirmity but also a complete state of physical, mental, and social well-being» [12, p. 786].

The term «Wellness» refers to an approach to life that is based on a healthy lifestyle. Supporters of wellness value all that is beneficial, constructive, and creative, and advocate for balanced and comfortable

physical activity, proper nutrition, comprehensive skincare, good rest, optimism, and positive thinking.

According to one of the founders of the wellness movement, Donald Ardell, wellness is primarily about the willingness to take responsibility for the quality of one's life, making conscious decisions about choices, and creating a healthy lifestyle [13, p. 3].

According to the definitions provided by Hansruedi Mueller and Eveline Lanz Kaufmann, wellness is a state of health achieved through the harmonious integration of the body, mind, and emotions. This is facilitated by responsibility, physical fitness, beauty, proper nutrition, treatment, rest, meditation, mental activity, knowledge, and care for the environment and social connections as fundamental elements [31].

In the works of Russian researchers, the concept of wellness is understood as the health of both the body and mind, based on the adoption of a healthy lifestyle, increased physical activity, attention to water procedures, and the use of both natural and artificial elements, aimed at the harmony between humanity and nature [32].

Despite some differences in the definitions of wellness adopted by various Wellness associations across different countries, all of them align with the definition of wellness tourism. A wellness tourist is primarily an individual interested in enhancing their health and preventing the exacerbation of chronic diseases; however, this group typically consists of people with a relatively high level of health, constituting about 7-8% of the healthy population of the Earth [31, p. 7].

Modern wellness hotels offer a broad range of services aimed at relaxation, stress relief, and maintaining physical health. These include fitness, massage, proper nutrition, movement therapy, various therapeutic courses, training sessions and lectures, restorative treatments, cosmetic services, and more.

Within the concept of wellness, the notion of spa has a narrower scope. It represents only one essential element of the broader wellness definition. Currently, spa services are in high demand in the tourism sector and play a significant role in the provision of therapeutic and wellness services. The concept of spa aligns with the idea of wellness.

In recent years, clinical treatments and surgical interventions have become important elements in wellness tourism. Consequently, the concept of medical tourism has also gained prominence.

The subject of medical tourism has been explored to varying extents in the works of scholars such as M.S. Sokolov [33], N.G. Kucevoll, M.N. Mulikhov [34], A.I. Zorin [35], A.V. Babkin, T.V. Chubarov, T.L. Bazhenova, N.S. Grigoryev, G.P. Dolzhenko, S.A. Belousova, A.F. Arbuzov, A.A. Glushko, A.M.

Vetitnev and L.B. Zhuravleva [36]. In the publications of I.V. Zorin, T.P. Kaverina, V.A. Kwartalnov, and K. Shainyan [37], various issues related to medical tourism in both Russian and Western contexts are discussed in detail. However, it is important to note that the majority of these works do not focus exclusively on medical tourism as a distinct field. Rather, the terms «medical», «health» and «wellness» are employed as near-synonymous terms, reflecting a lack of a clear demarcation between them. This suggests that medical tourism remains a field in need of further research. There has been a noticeable increase in interest in this topic among medical sociologists; however, they typically do not treat medical tourism as a standalone research theme. Over the past decade, there has been a rise in medical-social research by scholars such as V.V. Delaryu, V.A. Arkhangelsky, V.N. Dyachenko, E.N. Ilyukhin, D.I. Kaznacheev, N.A. Perepelkin, K.S. Sviridov, T.A. Khadikova, and M.A. Chudnovsky [37]. These authors have largely concentrated their attention on resort regions, which combine wellness and health services, rather than directly on the concept of medical tourism itself.

The term «medical tourism» which emerged in the 1980s, was a result of globalization, the integration of European countries, the expansion of the European Union, as well as the facilitation of tourist migration and the increasing costs associated with healthcare. Currently, this term refers to organizations providing medical services to patients outside their permanent residence.

To date, medical tourism is often equated with health and wellness tourism, although their characteristics differ. More specifically, the primary objectives include undergoing surgery, receiving pharmaceutical treatments, and engaging in preventive and wellness measures [38]. Therefore, medical tourism can be understood as specially organized health trips conducted outside the resident area based on medical indications.

Medical tourism differs from health and wellness tourism due to clinical interventions. Medical procedures include dental treatments, various types of surgeries, including heart surgery, transplants, and other surgical operations, as well as the treatment of tumors, neurosurgery, and the installation of prosthetics, which are performed through specialized medical assistance.

Medical tourism is a sector of tourism that allows combining a vacation abroad with medical treatment. Patients receive professional medical care at modern medical centers with a global reputation. There are two main directions: the first involves diagnostics, clarifying diagnoses, and examinations, while the second focuses on surgeries, rehabilitation, and further treatment [39].

Table 3 – Definitions of medical tourism by Foreign researchers

№	Author (s)	Content of definitions
1	K. Ross	Medical tourism is understood as a form of tourism where individuals travel to another country for the purpose of health recovery [15, p. 3]. Additionally, the movement from one place to another for medical treatment also falls within the scope of medical tourism. For example, the «borderless doctor» service is included in this area of tourism [40].
2	W. Theobald	The concept of «medical tourist» refers to an individual who seeks medical services outside their region for more than 24 hours. If the individual receives services for less than 24 hours, they are not considered a medical tourist; instead, they are regarded as a transient visitor [16, p. 103].
3	Milica Bookman, Karla Bookman	The economic activity that combines medicine and tourism is referred to as travel and trade services aimed at improving health [20, p. 133].
4	M. Moody	A notable trend in medical tourism has emerged where individuals travel internationally for cosmetic or dental treatments, or to recuperate following such procedures during their vacation. The primary drivers for seeking medical services abroad include the superior quality of healthcare, cost-effectiveness, and the assurance of patient confidentiality [21, p.114].
5	Eric Cohen	In the field of medical tourism, a classification of demand has been developed from the perspective of different types of tourists. According to the author, medical tourists can be divided into five main categories: - ordinary tourists: visitors who do not utilize medical services; - tourists receiving treatment during their vacation: individuals who require medical assistance due to illness or injury while traveling; - tourists combining treatment and leisure: typically, these tourists do not come for full treatment, but instead choose destinations and regions with available therapeutic options for some treatment; - recuperating patients: these tourists come for treatment but remain in the area for rest after recovery or completion of their treatment course; - solely patients: this group consists of tourists for whom the primary purpose of travel is medical treatment or surgery, and leisure is not part of their plans [41].

Note: compiled by the authors

In a narrow sense, medical tourism is understood as the migration of patients to specific regions or countries for receiving medical care and recovery.

In a broader context, medical tourism can be defined as an evolving infrastructure connected to the common market system, which, in addition to medical institutions, includes various business sectors such as insurance, banking services, legal assistance, transportation, communication, as well as medical management, accreditation organizations, medical tourism agencies, tour operators, and specialists in the field of medical travel.

Analyzing the definitions provided by both foreign and domestic scholars, we arrived at the following definition: medical tourism is a type of health tourism aimed at satisfying the population's medical needs through the provision of medical, diagnostic, rehabilitative, and clinical services offered

by medical institutions located outside the tourist's permanent residence, based on high-tech medical services.

From a technological perspective, mass travel for maintaining health can be viewed as travel or paid medical services.

The development of resort and sanatorium-resort institutions and targeted scientific research on resort studies in Kazakhstan began in the 1950s.

During this period, works by scholars such as S.I. Zamyatin, K. Nurgaliyev, and M.Sh. Temirkhanov were published. In the 1980s-1990s, the pace of scientific research in the field of resort studies in Kazakhstan significantly decreased, and publications began to appear sporadically and in small volumes. The works of domestic scholars in the field of health and wellness tourism are analyzed in the table below.

Table 4 – Works of domestic scholars in the field of health and wellness tourism

№	Authors	Research and Commentaries
1	S.I. Zamyatin	Resorts: Sanatoriums and Healing Places of Kazakhstan [42].
2	N.D. Beklemishev	Published collections of scientific works on the resorts of the country [43].
3	V.F. Khomnyuk	Defended a candidate thesis on the topic of Kazakhstan's natural healing resources and their usage perspectives [44].
4	I.G. Zheleznikov	Published a monograph on Kazakhstan's resorts [45].

Continuation of Table 4

5	M.P. Grinberg	In 1973, authored the popular science work Resorts of Kazakhstan. Conducted research on identifying the natural, health, and tourist potential of the country's resort resources and worked towards creating the scientific foundation necessary to enhance the competitiveness of the country's resort industry.
6	T.A. Sorokina, O.B. Tuktibaev, P.E. Markus, V.I. Emelyanov	In the late 1980s and early 1990s, significant changes occurred in the resort industry due to political conditions in the country, and these changes are reflected in the scholars' articles.
7	S.R. Erdavletov	The first studies in the field of tourism in Kazakhstan were conducted on the need for excursion services, medical treatment, sports recreation, and cognitive leisure, as well as the phenomena and harmony of the surrounding environment, which were referred to as «tourist-recreational resources» Additionally, in the classification in the textbook on tourism geography, medical-recreational tourism was classified as a separate category of sports-recreational tourism [46].
8	O.B. Mazbayev	In academic works, the researcher has employed the term «health and wellness tourism» instead of «medical tourism.»
9	O.A. Sardorov	Analyzes medical tourism separately from sports tourism
10	O. Abdiraman O. Tuktibaev	During the period of independence, several scholarly publications on Kazakhstan's spa and resort industry, authored by these researchers, were released.
11	J.M. Dyusembekova	A candidate dissertation titled «Management of Quality in Spa and Resort Institutions Based on Marketing Principles» was successfully defended.
12	E.N. Nikiforova	A candidate dissertation on the «Management Aspects of the Development of Spa and Resort Institutions in Kazakhstan» was successfully defended.
13	N.Yu. Sargeeva	A candidate dissertation titled «Management of Marketing in Spa and Resort Institutions: A Case Study of Kostanay Region» was defended.
14	G.A. Rakhimova	A candidate dissertation on «Financial Provision for the Development of Spa and Resort Institutions in Northern Kazakhstan» was successfully defended.
15	A.Kh. Esengabilova	A dissertation titled «Enhancing the Development of Health and Wellness Tourism in Kazakhstan: Challenges and Solutions» was successfully defended in fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy (PhD) in «6D090200 - Tourism.»

Note: compiled by the authors

Analyzing the works of domestic scholars presented in the table above, it can be concluded that various studies have been conducted in the field of health tourism, focusing on the factors influencing its development, identifying potential tourist resources, and examining the economic significance of this sector. Their works comprehensively address the natural and resource potential of the country's resort and therapeutic regions, as well as the properties of therapeutic muds and mineral waters. Additionally, the scholars have explored the infrastructural issues related to the development of this type of tourism and ways to improve the quality of medical and service provisions. Overall, domestic research indicates that a comprehensive approach is required for the effective development of health tourism.

Discussion. In the introduction of the article, the significance of health and wellness tourism in modern society is clearly and comprehensively presented. According to the authors, interest in this type of tourism is growing at a global level. Referring to data from the World Tourism Organization (UNWTO), the article cites evidence that health and wellness tourism is becoming one of the prominent sectors in the tourism industry. This fact enhances the scientific and practical relevance of the article. Furthermore, the increasing number of academic works related to this field and

the diversity in definitions highlight the need for a well-founded scientific study.

The article provides a systematic comparative analysis of scholarly perspectives on the definition of health and wellness tourism. From a theoretical standpoint, the authors examine and contrast the interpretations proposed by both domestic and international researchers, identifying key conceptual similarities and divergences. Notably, Russian scholars (A.V. Babkin, A.M. Vetitnev, and V.A. Kvartalnov) define health and wellness tourism as a form of organized travel primarily aimed at the restoration of an individual's health. In contrast, international scholars (Cohen, Bookman, Moody, Dunn, Ardell, and Nahrstedt) adopt a broader conceptual framework, viewing health and wellness tourism as a multidimensional phenomenon that contributes to the enhancement of physical, psychological, and social well-being.

This comparative analysis highlights the necessity of a more precise classification and conceptual delineation of tourism types. As the authors aptly note, while the terms «medical tourism», «health tourism», and «wellness tourism» are often used interchangeably, they exhibit substantial distinctions in their conceptual scope and practical implications. This further emphasizes the significance of clarifying and refining the theoretical framework of the field.

The article provides a comprehensive review of the contributions made by both domestic and international scholars to the development and conceptualization of health and wellness tourism. The authors demonstrate a high level of scholarly analytical competence by highlighting the coherence between the works of Russian and international researchers. Notably, the systematic classification of health tourism by A.M. Vetitnev and A.S. Kuskov, the socio-oriented interpretations of European scholars such as S. Kaspar and W. Nahrstedt, as well as the philosophical and socio-psychological perspectives of wellness pioneers like H.L. Dunn and Ardell, are thoroughly examined. Through the integration of academic literature, the authors establish a holistic approach to the subject of study.

The authors clearly distinguish between the terms «Health Tourism», «Wellness Tourism», and «Medical Tourism», accurately describing their semantic and practical distinctions. This represents one of the significant strengths of the scientific article. For example, «Medical Tourism» refers to travel associated with clinical and surgical interventions, whereas «Wellness Tourism» encompasses types of travel aimed at enhancing psycho-emotional well-being and maintaining physical health. In contrast, «Health Tourism» is considered a broader, integrative concept that includes both aforementioned forms. This classification ensures scientific precision and conceptual clarity.

The terminology and structural classification propose the Kazakh equivalents for English terms such as «Health Tourism», «Medical Tourism», and «Wellness Tourism», which are rendered as «Емдік туризм», «Медициналық туризм» and «Сауықтыру туризмі», respectively. This classification helps define the clear boundaries of goals and approaches within the field. Moreover, it enables industry professionals, marketers, policymakers, and investors to effectively plan tourism directions.

Scientific definitions and the comparative analysis tables provided by Russian, international, and domestic scholars encompass the concepts of health tourism, wellness tourism, and medical tourism. On the one hand, these definitions share a common recognition that each involves travel undertaken to improve health. On the other hand, they differ in terms of treatment methods, tourist motivations, and the nature of the journey. For example, wellness tourism is directed toward individuals who pursue a healthy lifestyle, whereas medical tourism serves those who require clinical interventions.

The significance of Kazakhstani research is evident in the contributions of domestic scholars to the field of health and wellness tourism, which highlight the historical, resource-based, and socio-economic

peculiarities of this sector. The studies provide a scientific foundation for understanding the wealth of Kazakhstan's resort resources, the potential of its natural therapeutic factors, the state of infrastructure development, and the issues related to government support. However, the research also reveals a lack of systematic approaches and a deficiency in strategic perspectives.

The article also provides a comprehensive overview of the historical development and current state of research on health and wellness tourism in Kazakhstan. The author reviews the works of prominent scholars such as S.I. Zamyatin, V.F. Khomnyuk, I.G. Zheleznikov, and S.R. Yerdavletov, highlighting their influence on contemporary academic discourse. Notably, S.R. Yerdavletov's introduction of the concept of «tourist and recreational resources» laid the groundwork for examining the impact of Kazakhstan's geographical and natural assets on health and wellness tourism. Furthermore, the contributions of S.I. Zamyatin, V.F. Khomnyuk, and I.G. Zheleznikov were instrumental in establishing the foundations of domestic resorts, thus enabling evidence-based decision-making in the field. The growing number of PhD-level dissertations defended over the past decade further indicates the steady development of this field in Kazakhstan.

In numerous scholarly works, the terms «health», «wellness», and «medical» are often treated as synonymous in meaning. This conceptual overlap underscores the lack of a clearly defined theoretical foundation for health and wellness tourism. Future research should aim to establish a more precise classification of these terms by identifying their distinctive characteristics. Furthermore, the development of this field requires an approach, integrating perspectives from the social sciences, public health, tourism management, economics, and environmental studies.

In conclusion, the authors propose their own definition of health and wellness tourism. This definition is comprehensive in scope and supported by scholarly reasoning. «Health and wellness tourism» is a type of tourism aimed at meeting individuals' needs for treatment, rehabilitation, and recreation through rest, diagnosis, prevention, rehabilitation, treatment, wellness, and clinical services provided by specialized institutions located outside one's permanent place of residence and operating on the basis of medical technologies and natural therapeutic resources”.

This definition is broad, as it includes not only treatment and wellness but also recreational, preventive, and diagnostic functions. Moreover, it conceptualizes health and wellness tourism as an integrated form of service positioned at the intersection of the healthcare and tourism sectors.

The article clearly outlines the specific characteristics of wellness tourism and emphasizes its transformation into a lifestyle for the modern individual. This form of tourism, which focuses on spiritual and physical well-being, proper nutrition, and stress reduction, is substantiated through the perspectives of numerous scholars (H. Mueller, D. Ardell, and E. Kaufmann).

Wellness is not merely about healing - it is about enhancing one's quality of life, living responsibly, and maintaining spiritual balance. It represents a new yet enduring trend within the tourism industry.

The main distinction between medical tourism and health and wellness tourism lies in the former's reliance on clinical, high-tech medical interventions. This feature is clearly highlighted in the article. Furthermore, Eric Cohen's tourist typology highlights the analytical depth of the study. His classification aids in understanding the motivations of medical travelers, thereby enabling the development of more targeted medical tourism products.

The article provides a comprehensive analysis of health and wellness tourism from both theoretical and applied perspectives. The systematization of scientific research in this field, the clarification of conceptual terminology, and the inclusion of national experiences make the study a valuable source of information for the academic community. In the future, it is essential to strengthen the integration of research in this area and enhance collaboration with the international scientific community.

Health and wellness tourism is a sector with high potential that responds to modern demands by com-

binning health and tourism. Its successful development requires scientifically grounded approaches, sectoral coordination, modern infrastructure, and qualified professionals. In Kazakhstan, the advancement of this sector should be recognized as a strategic national priority.

Conclusion. In conclusion, it can be stated that clear definitions and classifications regarding health and wellness tourism have not yet been established. However, depending on the purpose of the trip, it can be considered as health, wellness and medical tourism. According to foreign experiences, health tourism corresponds to the term corresponds to improving or maintaining one's health, wellness tourism refers to enhancing one's overall well-being, and medical tourism corresponds to obtaining medical treatment. Additionally, both health and wellness tourism are included in the framework of recreational tourism.

Furthermore, to create a unified terminological space, the key concepts related to wellness tourism were identified, and the interpretations and definitions in use were analyzed to identify both agreed-upon and disagreed-upon aspects. The connections between terms and concepts were examined in order to form a unified understanding of wellness tourism. Based on the analysis, the authors propose the following conceptual and terminological apparatus: health and wellness tourism, health tourism, wellness tourism, and medical tourism.

References

- 1 The Concept for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029. Official website of the Information and Legal System of the Regulatory Legal Acts of the Republic of Kazakhstan: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262> (date of access: 20.10.2024).
- 2 Babkin A.V. Special Types of Tourism. Rostov-on-Don: Phoenix, 2008. – 252 p.
- 3 Vetitnev A.M., Kuskov A.S. Medical Tourism: Textbook – Moscow: Forum, 2010. – 592 p.
- 4 Dracheva E.L. Special Types of Tourism: Medical Tourism: Textbook. - Moscow: Knorus, 2008. – 150 p.
- 5 Manshina N.V. SPA, Wellness, Balneology: General Aspects of Direction Development. In: Proceedings of the III International Conference “SPA & HEALTH”. – Moscow, September 26, 2007. – pp. 120-125.
- 6 Zorin I.V., Kaverina T.P., Kvartalnov V.A., Ilyina E.N., Garanina E.N., Garanin N.I., Eliarova T.S. Tourism Management. Tourism as a Type of Activity: Textbook. Moscow: Finance and Statistics, 2005. – 288 p.
- 7 Bogolyubov V.S. Organization of Special Types of Tourism: Lecture Notes. – Saint Petersburg: SPbGIEU, 2010. – 116 p.
- 8 Durovich A.P. Organization of Tourism: Handbook. - Minsk: Sovremennaya Shkola, 2010. – 383 p.
- 9 Zhukova M.A. Management in Tourism Business: Textbook - M: Knorus, 2006. – 192 p.
- 10 Papiryan G.A. International Economic Relations. Tourism Economics: Textbook - M.: Finance and Statistics, 2000. – 208 p.
- 11 Kazakov V.F. Experience in Organizing Medical Tourism in a Sanatorium in the Central Part of Russia // Kurortnye Vedomosti. – 2002. – №2. – pp. 10–12.
- 12 Dunn H.L. High-Level Wellness for Man and Society // American Journal of Public Health. – 1959. – №49(6). – pp. 786–792.
- 13 Ardell D.B. High-Level Wellness: Book. - Berkeley: Rodale Press, 1977. – 296 p.
- 14 Nahrstedt W. Wellness: A New Perspective for Leisure Centers, Health Tourism, and Spas in Europe on the Global Health Market // In: K. Weiermair & C. Mathies (Eds.), The Tourism and Leisure Industry: Shaping the Future. New York: Haworth Hospitality Press, 2004. – pp. 181–198.
- 15 Ross K. Health Tourism: An Overview // HSMIAI Marketing Review. – 2001.
- 16 Theobald W.F. Global Tourism (2nd Edition). – Butterworth-Heinemann, 1998. – 450 p. – [Electronic resource]. – Available at: <https://www.ebookcentral.com/lib/example/detail.action?docID=123456> (accessed: 25.10.2024).
- 17 Cohen E. Toward a Sociology of International Tourism // Social Research. – 1972. – Vol. 39, №1. – pp. 164–182. – DOI: 10.2307/40970087.

- 18 Ikkos A. Health Tourism: A New Challenge in Tourism – Text: electronic // GBR Consulting. – 2002. – URL: <http://www.gbrconsulting.gr/articles/Health%20Tourism%20-%20a%20new%20challenge.pdf> (accessed: 22.11.2024).
- 19 Hajioff S. Health Tourism: 100 years of living science – Text: electronic // Imperial College, London, November 2007. – URL: <http://www1.imperial.ac.uk/resources/4042628D-B846-4531-BB7D0F8293266C76> (accessed: 25.11.2024).
- 20 Bookman M., Bookman K. Medical Tourism in Developing Countries. – New York: Palgrave Macmillan, 2007. – 245 p.
- 21 Moody M. Medical Tourism: Employers Can Save Significant Healthcare Dollars by Having Employees Seek Overseas Options // Rough Notes. – 2007. – №150 (11). – pp. 114–116.
- 22 Aiest – Worldwide Network of Tourism Experts. <http://www.aiest.org> (дата обращения: 24.01.2025).
- 23 Navodnichiy R.M. Management of the Development of Medical and Wellness Services in Russia: Abstract of dissertation for the degree of Candidate of Economic Sciences: 08.00.00 / State University of Management, Department of Hotel and Tourism Business. – Moscow, 2011. – 26 p.
- 24 Esengabylova A.K. Improvement of the Development of Medical and Wellness Tourism in the Republic of Kazakhstan: PhD dissertation: 6D090200 / L.N. Gumilyov Eurasian National University. – Astana, 2023. – 149 p.
- 25 Nabedrik V.A. Geography of Medical Tourism in Europe (Development Models and Transformation Processes): dissertation for the degree of Candidate of Geographical Sciences: 25.00.24 / Lomonosov Moscow State University. – Moscow, 2005. – 148 p.
- 26 Kaspar C. The Trend of Health Tourism // Yearbook of the Swiss Tourism Economy. – Institute for Tourism and Transport Economics, St. Gallen, 1996. – pp. 53–61.
- 27 Vetitnev A.M. On the Correlation of the Concepts of “Medical Tourism” and “Resort Business” // Sanatorium and Resort Organizations: Management, Marketing, Economics, Finance. – Moscow: Medizdat, 2011. – №3. – p. 11.
- 28 World Tourism Organization (UNWTO). <http://www2.unwto.org/ru> (accessed 23.11.2024).
- 29 Koyundju S. Tourist Health, Insurance, and Consumer Rights Protection. – Ankara: Detay Publishing, 2003. – 15 p.
- 30 Formation and History of the Development of Spa and Wellness Tourism at Resorts. <https://www.ccc.crimea.ua/content.php?id=37> (accessed 25.11.2024).
- 31 Mueller H., Kaufmann E.L. Wellness Tourism: Market Analysis of a Special Health Tourism Segment and Implications for the Hotel Industry // Journal of Vacation Marketing. – 2001. – Vol. 7, №1. – Pp. 5–17. DOI: 10.1177/135676670100700101.
- 32 Vetitnev A.M., Dzyubina A.V., Torgasheva A.A. Medical and Wellness Tourism: Issues of Terminology and Typology // Vestnik SGUTiKD. – 2012. – №2(20). – pp. 50–56.
- 33 Sokolov A.S., Manko N.P., Gulyaev V.G. Theoretical and Methodological Aspects of Medical Tourism // Bulletin RMAT. – 2017. – №3, Section: Turistika. – pp. 105–111.
- 34 Mulikhov M.N., Kutsevol N.G. Development of a Mechanism for Implementing the Concept of Medical Tourism // Fundamental Research. – 2012. – №6. – Section: Economic Sciences. – pp. 739–743.
- 35 Zorin I.V., Zorin A.I. Tourism Management: Tourism and Industry Systems: textbook. – Moscow: Finance and Statistics, 2002. – 272 p.
- 36 Esengabylova A.K. Main directions for improving medical and health tourism in Kazakhstan // International Scientific and Practical Conference “Science and Education – the Most Important Factor in the Development of Society in Modern Conditions”: conference proceedings. – Central Kazakhstan Academy, May 22, 2015. – pp. 175–178.
- 37 Shchekin G.Yu. Conceptualization of the Phenomenon of Medical Tourism in the Sociology of Medicine: author’s abstract of the Dr. Sociol. Sci. diss.: 14.02.05 – Sociology of Medicine / Volgograd State Medical University. – Volgograd, 2013. – 43 p.
- 38 Economics and Management of Tourism Activities: In 2 Parts. Part 1 / ed. by G.A. Karpova, L.V. Khoreva. – St. Petersburg: Publishing House of St. Petersburg State University of Economics and Finance, 2011.
- 39 Medical Encyclopedia. <http://medinfo.ru/search/> (accessed: 23.11.2024).
- 40 Srivastava R. Indian Society for Aphaeresis and Aphaeresis Tourism in India – Is There a Future? // Transfusion and Apheresis Science. – 2006. – Vol. 34, №2. – pp. 139–144.
- 41 Birdal E. (ed.) Medical Tourism Research. – Ankara: Republic of Turkey Ministry of Health, General Directorate of Primary Health Care Services, 2011. – 152 p.
- 42 Zamyatin S.I. Resorts, Sanatoriums, and Healing Locations of Kazakhstan. – Alma-Ata: Publishing House of the Academy of Sciences of the Kazakh SSR, 1956. – 93 p.
- 43 Beklemishev N.D. Burabay Resort. Monograph. – Alma-Ata: Publishing House of the Academy of Sciences of the Kazakh SSR, 1958. – 159 p.
- 44 Khomnyuk V.F. Natural Healing Resources of Kazakhstan and Prospects for Their Use: abstract of the Candidate of Geographical Sciences dissertation. – Alma-Ata, 1968. – 23 p.
- 45 Zheleznikov I.G. Resorts of Kazakhstan. Monograph. – Alma-Ata: Kazakhstan, 1973. – 150 p.
- 46 Yerdavletov S.R. Geography of Tourism: History, Theory, Methods, Practice. – Almaty: Gylym, 2000. – 332 p.

Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)	Автор для корреспонденции (первый автор)	The Author for Correspondence (The First Author)
Кәрімов Дәурен Жалғасұлы, қызмет көрсету саласының магистрі, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан, e-mail: dauren050902@mail.ru ORCID ID https://orcid.org/0009-0006-1902-0433	Кәрімов Дәурен Жалғасұлы, магистр в области услуг, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан, e-mail: dauren050902@mail.ru ORCID ID https://orcid.org/0009-0006-1902-0433	Karimov Dauren Zhalgasuly, Master’s Degree in Services, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan, e-mail: dauren050902@mail.ru ORCID ID https://orcid.org/0009-0006-1902-0433

Date of submission of the article: 4.03.2025

Date accepted for publication: 23.06.2025

Kopes N.G.^а, Assipova Z.M., Kulakhmetova G.A., Zhilkibaeva M.I.

Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan

RANKING IN TOURISM AND HOSPITALITY: APPROACHES OF CLASSIFICATIONS AND IMPACT

Kopes Nuraimy Ganikyzy, Assipova Zhanna Medeuovna,
Kulakhmetova Gulbaram Amantaevna, Zhilkibaeva Marzhankul Inkarbekovna

Ranking in tourism and hospitality: approaches of classifications and impact

Abstract. The article examines rating systems in the field of tourism and hospitality, their classification, methods of formation and impact on the industry. An analysis of official, commercial and user ratings is conducted, including star classification systems for hotels, expert assessments as Forbes, Michelin and online ratings on digital platforms as TripAdvisor, Booking.com, Google Reviews. Both international and national rating systems were considered, with special attention paid to city tourism indices reflecting the attractiveness of destinations. The main ranking algorithms are described, including expert, statistical and hybrid models. The article also touches upon the impact of ratings on consumer behavior, business strategy and public policy in the field of tourism. The problems of existing systems are highlighted: manipulation of reviews, subjectivity of assessments and opacity of algorithms. In conclusion, the prospects for the development of ratings are considered taking into account new technologies, such as artificial intelligence, blockchain and personalized recommendations.

Key words: tourism, hospitality, city indices, ranking methods, consumer behavior, digital platforms.

Көпес Нұрайым Ганиқызы, Асипова Жанна Медеуовна,
Кулахметова Гүльбарам Амантаевна, Жилкибаева Маржанкул Инкарбековна

Туризм және қонақжайлылық рейтингі: жіктеу тәсілдері және әсері

Аңдатпа. Мақалада туризм және қонақжайлылық саласындағы рейтингтік жүйелер, олардың жіктелуі, қалыптасу едістері мен салаға әсері қарастырылған. Ресми, коммерциялық және пайдаланушы рейтингтерінің талдауы жүргізілді, оның ішінде қонақ үйлердің жұлдызды жіктеу жүйелері, Forbes, Michelin сарапшылық бағалаулары және TripAdvisor, Booking.com, Google Reviews сандық платформаларындағы онлайн рейтингтері. Дестинациялардың тартымдылығын көрсететін қалалық туризмнің индекстеріне ерекше назар аударып отырып, халықаралық және ұлттық рейтингтік жүйелер қарастырылады. Сараптамалық, статистикалық және гибриді модельдерді қоса алғанда, рейтингтің негізгі алгоритмдері сипатталған. Соңдай-ақ мақалада рейтингтердің тұтынушылардың мінез-құлқына, бизнес стратегиясына және туризм саласындағы мемлекеттік саясатқа әсері талқыланады. Қолданыстағы жүйелердің проблемалары атап өтілді: шолуларды манипуляциялау, рейтингтердің субъективтілігі және алгоритмдердің ашықтығының болмауы. Соңында жасанды интеллект, блокчейн және жекелеңдірілген ұсыныстар сияқты жаңа технологияларды ескере отырып, рейтингтерді дамыту мүмкіндіктері қарастырылады.

Түйін сөздер: туризм, қонақжайлылық, қала индекстері, саралау едістері, тұтынушылардың мінез-құлқы, цифрлық платформалар.

Копес Нұрайым Ганиқызы, Асипова Жанна Медеуовна,
Кулахметова Гүльбарам Амантаевна, Жилкибаева Маржанкул Инкарбековна

Рейтинг в сфере туризма и гостеприимства: подходы к классификациям и влияние

Аннотация. В статье рассматриваются рейтинговые системы в сфере туризма и гостеприимства, их классификация, методы формирования и влияние на отрасль. Проведен анализ официальных, коммерческих и пользовательских рейтингов, включая системы звездной классификации отелей, экспертные оценки Forbes, Michelin и онлайн-рейтинги на цифровых платформах TripAdvisor, Booking.com, Google Reviews. Рассмотрены как международные, так и национальные рейтинговые системы, при этом особое внимание уделено индексам городского туризма, отражающим привлекательность дестинаций. Описаны основные алгоритмы ранжирования, включающие экспертные, статистические и гибридные модели. В статье также затрагивается влияние рейтингов на поведение потребителей, бизнес-стратегию и государственную политику в сфере туризма. Выделены проблемы существующих систем: манипулирование отзывами, субъективность оценок и непрозрачность алгоритмов. В заключение рассматриваются перспективы развития рейтингов с учетом новых технологий, таких как искусственный интеллект, блокчейн и персонализированные рекомендации.

Ключевые слова: туризм, гостеприимство, городские индексы, методы ранжирования, поведение потребителей, цифровые платформы.

Introduction. In today's world, the hospitality industry plays a key role in the global economy, significantly affecting employment, infrastructure development and international cooperation. Tourist destinations must constantly adapt and innovate in order to maintain their attractiveness and stay ahead of competitors, as market conditions are changing rapidly. Traditionally, when assessing the competitiveness of tourist destinations, the focus is on economic stability, infrastructure, and political conditions. However, these factors alone do not fully take into account the changing preferences and behavior of tourists, which are increasingly influenced by personal experience and subjective perception. A deep understanding of the competitiveness of tourist destinations involves studying the tourist experience and new trends. How tourists evaluate their impressions of their stay at their destination is important for the destination itself, as positive experiences can be used for effective marketing and increased customer loyalty.

Tourism and hospitality ratings are structured evaluation systems that help tourists choose the best options for accommodation, flights, restaurants and tourist destinations [1]. They are formed based on various methods: expert assessments, algorithms for processing user reviews and combined models. Depending on the source and purpose, ratings can be official, commercial or user based [2]. One way to assess the popularity of a hotel is to study its online bookings. An increase in the number of online bookings may lead to an increase in the hotel's revenue from room reservations over a certain period of time. Since there are many publications claiming that consumer reviews are compelling when making a hotel booking decision, determining the exact impact should be a priority area of research. Monitoring, responding, and taking action on consumer feedback takes time, effort, and money. Therefore, studies that determine whether a hotel can benefit from higher ratings on TripAdvisor may be useful to hoteliers, as they can confirm the effectiveness or insufficiency of their efforts and investments. In light of this, the **purpose of this study** was to understand the impact of the number of reviews, ratings and the number of transactions on the market rating of a hotel within its competitive environment. Given the cur-

rent literature flow and the desire to expand scientific research, the following **objectives of the study** were proposed: to study the effect of the absolute rating of a hotel on its market rating, to study the effect of the number of reviews on the market rating of a hotel, and to study the effect of the number of online transactions on the market rating of a hotel.

Nowadays, the influence of rating systems goes beyond the individual choice of travelers. High positions in reputable ratings help increase company revenues, strengthen the image of tourist destinations and shape government policy in the field of tourism [3]. However, existing systems are not without drawbacks: possible manipulation of reviews, the influence of subjective factors, as well as the lack of transparency of ranking algorithms. The purpose of this article is to analyze modern ratings in the tourism and hospitality industry, study the methods of their formation, determine the impact on consumers, business and government regulation, and consider key problems and prospects for further development.

Materials and methods. City rankings play an important role in assessing the attractiveness and competitiveness of cities in various areas, including tourism and hospitality. There are many approaches to classifying and assessing cities, each focusing on specific aspects of the urban environment and infrastructure.

Both international and national rating systems were considered, with special attention paid to city tourism indices reflecting the attractiveness of destinations. To create an overview of city indices in the field of tourism and hospitality, a content analysis of specialized sources was conducted, including scientific research, industry reports, rating publications and data from international organizations. The data of the main organizations, including international organizations (UNWTO, WTTC, World Economic Forum); analytical companies (Mastercard, Euromonitor International) and expert publications (The Economist Intelligence Unit) were studied. Open reports, publications on official websites, scientific articles and data from books on urban economics and tourism were used. Then, based on the above criteria, the five most significant indices from a variety of tourist ratings were selected (table 1).

Table 1 – Most significant indices

Index	Organization	Reason for selection
Global Destination Cities Index	Mastercard	Ranks cities by the number of tourists and their spending, which is important for the tourism economy
Travel & Tourism Competitiveness Index	World Economic Forum	One of the most comprehensive indices analyzing the competitiveness of tourism at the country level
Top 100 City Destination Index	Euromonitor International	Based on the actual flow of tourists and the dynamics of city visits

Continuation of Table 1

Global Liveability Index	The Economist Intelligence Unit	Related to quality of life, which is important for tourists choosing comfortable cities
Safe Cities Index	The Economist Intelligence Unit	Safety is a key factor when choosing a travel destination
Note: compiled by the authors		

International rankings assess cities based on various parameters, including safety, tourist attractiveness, ecology and climate comfort. For example, London and Paris occupy high positions due to their developed infrastructure and cultural heritage.

Ratings of cities and regions are an important tool for assessing their attractiveness and effectiveness in various areas. They not only reflect the current state, but also help to determine areas for further development and improvement of the quality of the urban environment and tourism infrastructure.

In writing the article, a comprehensive methodology was used, including an analysis of scientific and practical literature, a comparative study of rating systems, and an assessment of their impact on the tourism and hospitality industry.

The most significant ratings in the field of tourism and hospitality were selected for the study. Their selection was based on the following criteria:

- The level of recognition in the industry (official, expert, user ratings);
- Availability of information on the methodology for forming ratings;
- Comprehensiveness of the assessment - it is important that the index takes into account various aspects of tourism and hospitality (infrastructure, safety, economy, environmental friendliness, etc.).
- Impact on consumers and business.

Based on the analysis of the selected ratings, their classification was carried out. The main research method at this stage was desk analysis - studying scientific publications, official reports and data provided by the ratings. This made it possible to identify the

main categories of ratings and determine their differences in assessment methods.

To understand the principles of rating formation, the methodological approaches of various systems were considered. The analysis was carried out using user methods (analysis of reviews, ratings on online platforms), as well as combined methods (taking into account various factors, for example, statistical data and subjective assessments). At this stage, the content analysis method was used - studying the descriptions of the methods of various rating agencies and platforms.

To assess the impact of rating systems on the tourism and hospitality industry, the comparative analysis method was used.

Based on this work, conclusions were made about the importance of ratings for the tourism industry. Possible directions for the development of rating systems and their improvement were also considered.

Thus, the methodology of the article is based on desk analysis, content analysis of the methodological foundations of ratings, comparative analysis of their effectiveness and case analysis of the impact on the industry.

Results. Rating systems in the tourism industry can be divided into three main groups [4]:

- a) Official (state and international) - classification systems developed by states and international organizations to establish quality standards.
- b) Commercial (expert) - ratings compiled by independent agencies and industry experts, often focused on the premium segment.
- c) User (online ratings and review aggregators) - platforms that form ratings based on mass reviews of real consumers (figure 1).

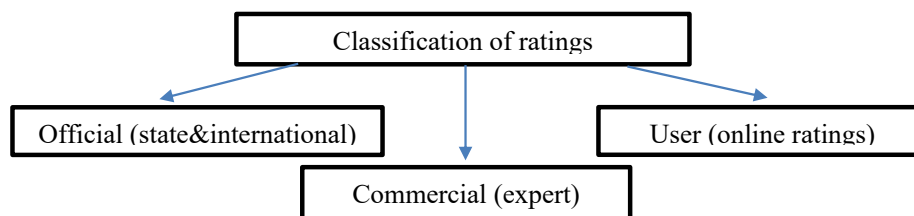


Figure 1 – Classifications of rating systems in the hospitality industry

Note: compiled by the authors based on data from [4]

Official rating systems serve to standardize and regulate the quality of services. They are developed by government agencies or international organizations and are often mandatory for the hotel business and travel companies.

Hotel ratings are commonly used to rank hotels based on service quality. Hotelstars Union (EU) is a European hotel rating system operating in 21 European countries. It assigns hotels from 1 to 5 stars based on 270 criteria, including service, infrastructure, cleanliness, amenities and safety [5].

The most popular ranking of destinations is the UNWTO Tourism Highlights, an annual ranking of countries by the number of international tourists compiled by the World Tourism Orga-

nization (UNWTO). An equally reliable ranking is the Global Destinations Sustainability Index (GDS-Index), a ranking of cities and countries based on sustainable tourism criteria, including environmental safety, social responsibility, and economic sustainability [6].

Airline ratings:

- Skytrax World Airline Awards – global airline rating based on passenger surveys on more than 50 parameters (comfort, food, staff, punctuality, etc.).

- DOT Air Travel Consumer Report (USA) – airline reliability rating, including data on flight delays, lost baggage and passenger complaints [7].

Below are the advantages and disadvantages of official ratings (table 2).

Table 2 – Advantages and disadvantages of official ratings

Advantages	Disadvantages
Provide uniform quality standards	May become outdated, as they are updated infrequently
Legally significant and mandatory	Sometimes do not reflect the real user experience
Guarantee safety and compliance of services with regulations	The “snowball effect” - high-ranking hotels receive more reviews and remain at the top
Note: compiled by the authors	

Commercial ratings are formed by independent agencies and expert organizations. They are focused on the premium segment and are used by travelers willing to pay for a high level of service.

More popular hotel ratings are Forbes Travel Guide and AAA Diamonds. Forbes Travel Guide is an expert rating system for hotels, restaurants, and resorts, awarding 3-5 stars based on anonymous reviews. It considers more than 900 criteria, including design, service, and unique amenities. Forbes Guide rates not only hotels and restaurants, but also resorts, spas, and other hospitality properties. AAA Diamonds is a five-tier rating system for hotels and restaurants based on reviews by professional auditors. The AAA Diamond Rating System is a trusted and respected rating system in the hospitality industry. AAA has been rating hotels and restaurants for more than 80 years, and their diamond ratings are a valuable tool for travelers who want to ensure they are getting the best experience possible [8].

The Michelin Guide is the most prestigious gastronomic rating, awarding restaurants from 1 to 3 stars. Inspectors evaluate the quality of the cuisine, presentation of dishes, level of service and atmosphere of the establishment. Restaurants and hotels contact anonymous Michelin inspectors, who conduct an inspection and observation of the establishment, checking the cuisine, service, atmosphere and other aspects [9]. Another restaurant rating is the World’s

50 Best Restaurants - an annual rating of the 50 best restaurants in the world, compiled based on votes of chefs, critics and gastronomic experts. The main difference is that the Michelin rating is based on the assessment of its inspectors, and the World’s 50 Best Restaurants is based on the assessments of gastronomic experts [10].

Most recognizable airline and travel destination rating is AirlineRatings.com – expert airline ratings that consider safety, comfort and innovative technologies. Condé Nast Traveler Readers’ Choice Awards – ratings of the best travel destinations, resorts and hotels based on votes from magazine readers [11].

The advantages of commercial ratings are that they are created by industry professionals and are aimed at high quality. It is also worth noting that these ratings influence the development of the industry. However, commercial ratings can cover mainly only the premium segment, which is considered a disadvantage and can depend on the subjective opinion of experts.

The rise of digital technology has made user ratings a key decision-making tool when choosing hotels, restaurants, and travel destinations.

One of the reliable hotel, restaurant, and travel destination rating is “TripAdvisor Travelers’ Choice”, a global ranking based on millions of user reviews of hotels, restaurants, and attractions. Travelers’ Choice awards are based on the quality and quantity of trav-

eler reviews and ratings posted on Tripadvisor over a 12-month period, as well as an additional editorial process [12].

Reviews and ratings are important for landlords and property managers because they help build trust with potential tenants, identify areas for improvement, and ultimately help them become a more trustworthy landlord or property manager. Booking.com is a hotel rating system based on real reviews from customers who stayed at the hotel. Airbnb is a rating of housing based on guest reviews, using algorithms to identify suspicious reviews [13].

There are different airline ratings that allow you to compare airlines based on user reviews, prices and flight rules. These are Kayak, Skiscanner, Expedition [14].

User ratings reflect the opinions of real travelers and cover a wide market segment. However, reviews and ratings can be manipulated and depend on the subjective perception of customers.

Rating formation methods can be divided into three main groups: expert assessments, algorithmic ranking and hybrid models.

Expert assessments are used in Michelin Guide, Forbes Travel Guide, AAA Diamonds. They are needed for premium ratings and are based on professional

assessments. Key criteria include the level of service, especially attention to detail, the work of the staff; the quality of the infrastructure (rooms, design, cleanliness), as well as additional amenities, such as spas, restaurants and conference rooms.

Algorithmic ranking (TripAdvisor, Booking.com, Google Reviews). These methods are based on statistical analysis of reviews. These consider average review scores; review recency (newer reviews carry more weight); user credibility (e.g., TripAdvisor factors in a user's past contributions).

Hybrid models that combine expert and algorithmic approaches. This is a balanced approach, but difficult to implement. For example, Booking.com uses ranking algorithms to check the authenticity of reviews, and the Michelin Guide analyzes user reviews before sending inspectors.

Ratings are a powerful tool in the tourism industry, influencing consumers, businesses and government regulation. However, their effectiveness depends on the methods of formation, the level of trust and the ability to adapt to new challenges.

Studies show that rankings play a decisive role in travelers' choices (figure 2): 78% of travelers check online reviews before booking (PhoCusWright, 2023).

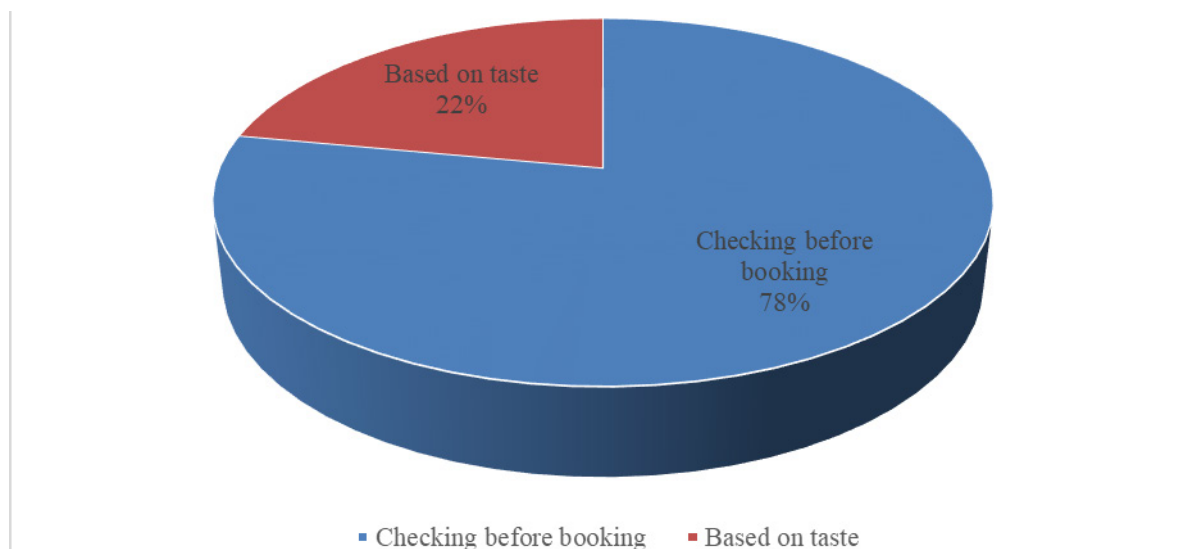


Figure 2 - An indicator of the role of ratings in the choice of travelers Note: compiled by the authors

A one-point increase in rating (on a 1-5 scale) increases booking likelihood by 13% (Harvard Business Review, 2021). Therefore, hotels with high ratings can increase prices by 10-20% without losing demand. Improving customer service, using ratings in marketing, managing reputation - hotels hire specialists to monitor and respond to reviews. Thus, ratings have a great influence on business strategies.

The rankings also stimulate competition between tourist destinations. For example, Spain is actively developing the luxury sector to maintain leading positions in the UNWTO rankings [15]. And Thailand and the UAE are investing in sustainable tourism to take higher positions in the GDS index.

In recent years, tourism in Kazakhstan has made significant progress. Tourists visit Kazakhstan for

various purposes, as the analysis showed, 83.98% of tourists come for personal purposes, 16.02% - for business purposes. In the structure of personal trips, the main part 89.28% is private trips, for tourism - 9.66% and transit - 1.06%. Due to the large flow of tourists, commercial and expert ratings, for instance, New York Times features Almaty in 2024 top travel destinations list. With a population of two million, Kazakhstan's largest city "has the feel of a peaceful but active rural town," writes author and photographer Craig Mod for The New York Times [16].

Urban indexes in the field of tourism and hospitality are analytical ratings that allow you to assess the attractiveness and competitiveness of various cities. These indexes are formed based on a variety of parameters, including the level of infrastructure, safety, cost of services, environmental situation, and other factors.

Their main goal is to provide tourists, businesses, and city authorities with objective data for analysis and decision – making. For tourists, they serve as a guide when choosing a travel destination, and for representatives of the hospitality industry and municipal authorities, they are a tool for identifying the strengths and weaknesses of the tourist environment.

The methodology for compiling tourist indexes depends on the goals and specifics of a particular rating, but in most cases specific criteria are used. First of all, it is worth noting the tourist infrastructure. It includes the number and quality of hotels, restaurants, museums, cultural sites, sightseeing programs, and affordable entertainment. For example, cities with developed infrastructure (for example, Paris, London, New York, Dubai) traditionally occupy leading positions in tourist ratings. The next thing is accessibility. This indicator reflects the convenience of transport links: the presence of an international airport, the number of flights, the development of public transport and the level of traffic congestion. Visa policy is also taken into account — cities with a simplified or visa-free regime attract more tourists [17].

The key factor influencing the choice of travelers is safety. The crime rate, political stability, the environmental situation, the availability of medical services, and the level of cybersecurity are assessed. For example, Singapore, Copenhagen and Tokyo are traditionally among the safest cities [18]. An equally important criterion is the quality of service. This indicator reflects the level of service in hotels, restaurants, airports, tourist centers and other points of contact with travelers. Staff competence, knowledge of foreign languages and accessibility of information also play an important role. The cost of accommodation is also taken into account. The average price level

for housing, transportation, meals, excursions and entertainment is analyzed. Cities like Bangkok and Kuala Lumpur are often among the budget destinations, while Paris, London and Tokyo are among the most expensive.

Recently, environmental friendliness and sustainable development have played an important role in choosing a destination. These include the level of air pollution, the number of green spaces, waste disposal programs, and the development of sustainable tourism. In recent years, the environmental situation has become an increasingly important factor for tourists, which is reflected in new indexes and ratings. Another relevant topic is digital accessibility. This includes the availability of high-speed Internet, mobile travel apps, digital maps, online booking systems, and wireless payment. In modern conditions, this factor plays an increasingly important role in the attractiveness of the city for travelers.

Global Destination Cities Index (GDCI) from Mastercard. This index is published annually by Mastercard and evaluates the largest tourist centers by the number of international arrivals and travelers' expenses. This rating helps businesses and authorities analyze tourist flows, predict the development of the hotel sector, and assess the financial benefits of tourism [19].

The index analyzes the number of international tourists who arrive in the city during the year, the average amount a tourist spends during their stay and main areas of expenditure (accommodation, meals, shopping, entertainment and transportation).

In recent years, the most visited cities have included:

1. Bangkok (more than 22 million tourists per year)
2. Paris
3. London
4. Dubai (leading in terms of tourist spending)

Global Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) from the World Economic Forum (WEF). This index evaluates the competitiveness of countries in the field of tourism and hospitality. It is published biannually by the World Economic Forum. It is used for strategic planning at the state level, as it considers not only the number of tourists, but also the long-term sustainability of the industry [20].

TTCI includes 14 factors grouped into 4 groups: Business environment (tax policy, investment, regulation); safety and health; tourist infrastructure (hotels, transport, digital services); natural and cultural resources.

The leaders of the index (according to the latest data):

1. Spain
2. France
3. Germany
4. Japan
5. USA

Euromonitor International’s Top 100 City Destinations. This rating is formed by the analytical company Euromonitor International and evaluates cities by the number of international tourists. It helps cities compare themselves with competitors, identify tourism trends, and adjust marketing strategies [21]. Calculated based on:

- Data on international tourists arriving (including business and medical tourism).
- Length of stay in the city.
- The economic contribution of tourism to the urban economy.

The leaders of the rating (in recent years):

1. Paris
2. Dubai
3. Madrid
4. Tokyo
5. Amsterdam

The Economist Global Liveability Index. This index from The Economist Intelligence Unit (EIU) evaluates cities according to the level of comfort for living and tourism. Although the index focuses

on the quality of life, it is also important for tourism, as comfortable cities attract more visitors. The rating is based on 30 indicators grouped into 5 categories: stability (crime rate, political situation); healthcare; culture and the environment; education; infrastructure (transport, housing, accessibility of services)

Ranking leaders are Vienna (Austria); Copenhagen (Denmark); Zurich (Switzerland); Calgary (Canada) and Geneva (Switzerland) [22].

Safe Cities Index (SCI) from The Economist Intelligence Unit. This index evaluates the safety of cities based on several key parameters. Cities with high security attract more tourists, especially in the context of global risks. 60 indicators are evaluated in 4 categories:

1. Digital security (cybercrime level)
2. Medical safety (quality of medicine and accessibility of ambulances)
3. Infrastructural safety (stability of buildings, reliability of transport)
4. Personal safety (crime, terrorism, law enforcement agencies)

Index leaders are Copenhagen (Denmark), Toronto (Canada), Singapore, Tokyo (Japan) and Sydney (Australia) [23]. Each index has its own description and leaders (table 3).

Table 3 – Description of the Indexes and leaders according to them

The City Index	Description	Index Leaders
Global Destination Cities Index (GDCI) from Mastercard	Help businesses and authorities analyze tourist flows, predict the development of the hotel sector, and assess the financial benefits of tourism.	Bangkok Paris London Dubai
Global Travel and Tourism Competitiveness Index	It is used for strategic planning at the state level, as it considers not only the number of tourists, but also the long-term sustainability of the industry.	Spain France Germany Japan USA
Euromonitor International’s Top 100 City Destinations	It helps cities compare themselves with competitors, identify tourism trends, and adjust marketing strategies.	Paris Dubai Madrid Tokyo Amsterdam
The Economist Global Liveability Index	The index focuses on the quality of life, it is also important for tourism, as comfortable cities attract more visitors.	Vienna (Austria) Copenhagen (Denmark) Zurich (Switzerland) Calgary (Canada) Geneva (Switzerland).
Safe Cities Index (SCI) from The Economist Intelligence Unit	This index evaluates the safety of cities based on several key parameters.	Copenhagen (Denmark) Toronto (Canada) Singapore Tokyo (Japan) Sydney (Australia)
Note: compiled by the authors		

Urban indexes in the field of tourism and hospitality perform three key functions:

1. A landmark for tourists. They help travelers choose comfortable, safe and interesting destinations and allows you to compare cities in terms of cost, security and level of service.

2. A tool for the authorities used by municipalities and ministries of tourism to develop development strategies and allow you to identify problems and identify growth points.

3. A marketing tool for business: hotels, restaurants, and travel companies use ratings to promote themselves and the city authorities create advertising campaigns, attracting tourists based on the strengths of the city.

Despite their importance, rankings have several flaws like fake reviews (fraudulent ratings, bots); algorithmic opacity (platforms do not disclose ranking formulas); the “snowball effect” (high-ranking hotels receive more reviews and remain at the top) and lack of subjectivity consideration (what suits one traveler may be a disadvantage for another).

New approaches are now emerging in the field of tourism and the hotel business:

- Artificial Intelligence (AI) – analyzing the emotional tone of reviews and detecting fraudulent ratings.

- Blockchain – using decentralized technology to prevent review manipulation.

- Personalized Rankings – AI-driven platforms will provide recommendations based on user preferences rather than general ratings.

Discussion. Ratings play a significant role in the development of the tourism industry, influencing traveler perceptions, the competitive environment, and business management strategies. Their impact can be considered in several key aspects:

1. Impact on consumers. Modern tourists rely on rating systems when choosing destinations, hotels, restaurants, and other services. Modern tourists rely on rating systems when choosing destinations, hotels, restaurants, and other services. The main effect is the formation of preferences: high positions in international ratings (for example, World’s Best Cities or Michelin Guide) increase the attractiveness of destinations and establishments. Consumers also trust services with high ratings and positive reviews on TripAdvisor, Booking.com, Google Reviews, and other platforms.

2. Impact on business and competition. For hotels, restaurants, and tourist attractions, ratings are becoming an important competitive factor. Establishments are actively working to improve the quality of service in order to receive high ratings and positive reviews, and businesses use ratings for promotion (for example, the status of Forbes Travel Guide or World Travel Awards increases prestige and attracts customers). And a high

position in the ratings contributes to an increase in the flow of tourists and growth in company income.

3. Impact on the development of the industry. Rating systems set standards and stimulate the introduction of new technologies and improvement of infrastructure. Hotels, restaurants and travel companies adapt their services to the requirements of rating systems, which increases quality standards. Companies also implement CRM systems, automation and personalized service to increase the rating and loyalty of customers. And the most important thing is the development of the urban environment - cities that are in the top tourist ratings (Global Destination Cities Index) invest in improving transport accessibility, infrastructure and cultural sites.

Conclusion. Ratings play an important role in the tourism and hospitality industry, influencing consumers, businesses, and government regulations. They help travelers make informed decisions, create competitive advantages for companies, and promote the development of tourist destinations.

The article examined three main groups of ratings: official (government and international certification systems), commercial (expert assessments and premium ratings), and user (online platforms and review aggregators). Each of them has its own advantages and disadvantages. Official ratings provide standardization but may lag market realities. Commercial ratings are focused on the premium segment. User ratings are dynamic but can suffer from manipulation and cheating.

Despite the widespread use of ratings, their transparency and reliability remain problematic aspects. Algorithmic ranking on digital platforms is not always understandable to consumers, and the influence of fake reviews undermines trust in the system. In this regard, the prospects for the development of rating systems are associated with the introduction of new technologies: artificial intelligence for analyzing reviews, blockchain for data protection, and personalized recommendations that consider user preferences. Thus, ratings continue to evolve, and their role in the tourism and hospitality industry will only increase. Further improvement of these systems requires a balance between objectivity, transparency, and adaptation to new market realities.

Urban indexes are an important tool for analyzing the tourism industry. They help to understand which cities are most attractive to travelers, what factors influence their choice, and how cities can improve their competitiveness.

In the context of global competition for tourists, such indexes are becoming not just statistical indicators, but strategic tools for the development of tourism and improving the quality of the urban environment.

References

- 1 McKercher B, Law R, Lam T. Rating tourism and hospitality journals. // *Tourism Management*. - 2006. - №27. - pp. 1235-1252. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517705000841> (date of access: 21.02.2025.).
- 2 Arzaghia M, H. Genc I., Naik S. Rating vs. Reviews: Does official rating capture what is important to customers? // *Heliyon*. - 2023. – №9. URL: [https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440\(23\)03544-2](https://www.cell.com/heliyon/fulltext/S2405-8440(23)03544-2) (date of access: 21.02.2025.).
- 3 Coles T, Fenclova E, Dinan C. Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda. // *Tourism Management Perspectives*. - 2013. - №6. - pp. 122-141. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973613000044> (date of access: 21.02.2025.).
- 4 Rodríguez-Díaz B. Analysis of the Worth of the Weights in a new Travel and Tourism Competitiveness Index. // *Journal of Travel Research*. - 2020. - №60. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0047287519899982> (date of access: 23.02.2025.).
- 5 The European Hotelstars Union. <https://www.hotelstars.eu/portal> (date of access: 28.02.2025.).
- 6 World Tourism Organization. International Tourism Highlights. // *UN Tourism*. 2024. – pp. 1-27. DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284425808>.
- 7 Florido-Benitez L. The world airport awards as a quality distinctive and marketing tool for airports. // *Journal of Airline Operations and Aviation Management*. - 2022. - №1. - pp. 54-74. DOI: <https://doi.org/10.56801/jaoam.v1i2.4>.
- 8 Agaoglu B, Ozata G.E. Investigation of Restaurants in Yelp Application with Exploratory Data Analysis. // *International Journal of Contemporary Tourism Research*. - 2024. - №8(1). - pp. 31-40. DOI: 10.30625/ijctr.1452507.
- 9 Vinh H. N., May I. A reflection on the story, current positioning, offerings and the darkerside of the luxury gastronomy book, the Michelin Guide. // *Research in Hospitality Management*. - 2021. - №11(1). - pp. 59–65. DOI: <https://doi.org/10.1080/22243534.2020.1867386>.
- 10 Sezgin E. Development of Taband restaurant rating scale utilizing mixed methods. // *International Journal of Gastronomy and Food Science*. - 2022. - №27. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100458>.
- 11 World's Best Airlines For 2025. 2025. <https://www.airlineratings.com/articles/worlds-best-airlines-for-2025> (date of access: 16.03.2025.).
- 12 Tripadvisor Travelers' Choice Awards. <https://www.tripadvisor.com/en-US/hc/owner/articles/616> (date of access: 21.03.2025.).
- 13 Rita P, Ramos R., Borges-Tiago M.T., Rodrigues D. Impact of the rating system on sentiment and tone of voice: A Booking.com and TripAdvisor comparison study. // *International Journal of Hospitality Management*. - 2022. - №104. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431922001074> (date of access: 21.03.2025.).
- 14 Mohanty P., Chellasamy A, Nagarathinam A. Mobile Apps in Bleisure Tourism: Enhancing Travel Experience, Work-Life Balance, and Destination Exploration. // *Impact of AI and Tech-Driven Solutions in Hospitality and Tourism*. - 2024. - №1. URL: <https://www.igi-global.com/chapter/mobile-apps-in-bleisure-tourism/354136> (date of access: 28.03.2025.).
- 15 Gutiérrez-Ravé P. Report on the Impact of Luxury Tourism on the Spanish Economy. // *Luxonomy*. - 2024. URL: <https://luxonomy.net/report-on-the-impact-of-luxury-tourism-on-the-spanish-economy/> (date of access: 28.03.2025.).
- 16 New York Times Features Almaty in 2024 Top Travel Destinations List. 2024. <https://astanatimes.com/2024/01/new-york-times-features-almaty-in-2024-top-travel-destinations-list/#:~:text=ASTANA%20%E2%80%93%20The%20New%20York%20Times,Almaty%20on%20the%2025th%20spot> (date of access: 29.03.2025.).
- 17 Chung N, Lee H, Ham J, Koo C. Smart Tourism Cities' Competitiveness Index: A Conceptual Model. // *Information and Communication Technologies in Tourism*. - 2021. - №1. – p.433-438. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-65785-7_42 (date of access: 02.04.2025.).
- 18 Kourtiti K, Marinescu Pele M. M., Nijkamp P, Pele D.T. Safe cities in the new urban world: A comparative cluster dynamics analysis through machine learning. // *Sustainable Cities and Society*. - 2021. - №66. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.scs.2020.102665>.
- 19 Pechpakdee P, Muangyai N., Turnbull N., Nghiep L. K., Tudpor K. The challenges of urban tourism, Liveable city, and urban environment in Bangkok. // *International Journal of Health Sciences*. - 2022. - №6(6). - p.11094-11106. DOI: <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6nS6.13043>.
- 20 Travel & Tourism Development Index 2024. // *World Economic Forum*. - 2024. URL: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf (date of access: 10.04.2025.).
- 21 Euromonitor International's report reveals world's Top 100 City Destinations for 2023. <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/dec-2023/euromonitor-internationals-report-reveals-worlds-top-100-city-destinations-for-2023> (date of access: 10.04.2025.).
- 22 Vienna secures its position as the world's most liveable city for third consecutive year. <https://www.eiu.com/n/vienna-secures-its-position-as-the-worlds-most-liveable-city-for-third-consecutive-year/> (date of access: 11.04.2025.).
- 23 Cities Index 2021. <https://impact.economist.com/projects/safe-cities/safe-cities-2021-whitepaper/#:~:text=The%20Safe%20Cities%20Index%202021,infrastructure%2C%20personal%20and%20environmental%20security> (date of access: 11.04.2025.).

<p>Хат-хабарларга арналган автор (бірінші автор) Көпес Нурайым Ганиқызы, магистрант, әл-Фараби ағындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан e-mail: kopesnuraiym@gmail.com</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор) Көпес Нурайым Ганиқызы магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан e-mail: kopesnuraiym@gmail.com</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author) Kopes Nuraiym Ganikyzy, master student, al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan e-mail: kopesnuraiym@gmail.com</p>
--	---	--

Date of submission of the article: 17.04.2025
Date accepted for publication: 31.05.2025

¹Tleubayeva A.T.^{ORCID}, ²Trusheva S.A., ¹Rsaldin Y.S.,
¹Siyeubayeva M.S, ¹Amrenova G.K.

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

²Toraighyrov University, Pavlodar, Kazakhstan

KAZAKHSTAN'S BUSINESS TOURISM PROSPECTS IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION

Tleubayeva Aitolkyn Tleubaykyzy, Trusheva Sharafat Aitmukhambetovna,
Rsaldin Yerlan Serikovich, Siyeubayeva Maral Serzhanovna, Amrenova Galiya Kapbarovna

Kazakhstan's business tourism prospects in the context of digitalization

Abstract. The demand for business tourism has grown alongside economic development and globalization. It plays a key role in fostering business, cultural, and scientific connections between regions and countries. International organizations such as the UN, UNWTO, ICCA, and MPI recognize its economic significance. Business tourism differs from traditional tourism in its seasonality, exclusivity, predictability, and need for specialized infrastructure. This study explores the digitalization of business tourism in Kazakhstan and its impact on organizing business events. It examines modern trends and digital tools that enhance planning and execution, including online platforms, mobile applications, and virtual reality. These technologies are reshaping corporate events, conferences, and exhibitions. The study highlights digitalization's benefits, such as improved accessibility, service quality, and cost reduction. It provides successful case studies and recommendations for implementing innovative solutions in business tourism for companies and government agencies. Additionally, the research addresses Kazakhstan's development priorities and challenges amid rapid global digitalization. By leveraging digital tools, Kazakhstan can strengthen its position in the business tourism sector, improve efficiency, and enhance its global competitiveness. The findings offer practical strategies for adapting to the evolving demands of the digital era.

Key words: business tourism, digitalization, digital technologies, business events, virtual platforms, MICE.

Тлеубаева Айтөлкын Тлеубайқызы, Трушева Шарафат Айтмұхамбетовна,
Рсалдин Ерлан Серикович, Сиеубаева Марал Сержановна, Амренова Галия Капбаровна
Цифрландыру жағдайындағы Қазақстанның іскерлік туризмінің келешегі

Аңдатпа. Іскерлік туризмге сұраныс экономикалық даму мен жаһанданумен қатар өсті. Ол аймақтар мен елдер арасындағы іскерлік, мәдени және ғылыми байланыстарды дамытуда маңызды рөл атқарады. БҰҰ, UNWTO (Біріккен Ұлттар Ұйымының Дүниежүзілік туристік ұйымы), ICCA (Халықаралық конгресстер мен конвенциялар қауымдастығы), MPI (Халықаралық кәсіби кездесулер қауымдастығы) сияқты халықаралық ұйымдар оның экономикалық маңыздылығын мойындайды. Іскерлік туризм дәстүрлі туризмнен маусымдылығымен, эксклюзивтілігімен, болжамдылығымен және арнайы инфрақұрылымды қажет етуімен ерекшеленеді. Бұл зерттеу Қазақстандағы іскерлік туризмді цифрландыруды және оның іскерлік іс-шараларды ұйымдастыруға өсерін зерттейді. Ол жоспарлау мен орындауды жақсартатын заманауи трендтер мен цифрлық құралдарды, соның ішінде онлайн платформаларды, мобильді қосымшаларды және виртуалды шындықты зерттейді. Бұл технологиялар корпоративтік іс-шараларды, конференцияларды және көрмелерді өзгертуде. Зерттеу қол жетімділікті жақсарту, қызмет көрсету сапасын жақсарту және шығындарды азайту сияқты цифрландырудың артықшылықтарын көрсетеді. Ол компаниялар мен мемлекеттік органдар үшін іскерлік туризмде инновациялық шешімдерді енгізу бойынша табысты мысалдарды және ұсыныстарды ұсынады. Бұған қоса, зерттеу жылдам жаһандық цифрландыру жағдайында Қазақстанның даму басымдықтары мен қиындықтарын қарастырады. Саңдық құралдарды пайдалана отырып, Қазақстан іскерлік туризм секторындағы позициясын нығайтып, тиімділікті арттырып, жаһандық бәсекеге қабілеттілігін арттыра алады. Зерттеудің нәтижесі цифрлық дәуірдің дамып келе жатқан талаптарына бейімделудің практикалық стратегияларын ұсынады.

Түйін сөздер: іскерлік туризм, цифрландыру, цифрлық технологиялар, бизнес іс-шаралар, виртуалды платформалар, MICE.

Тлеубаева Айттолкын Тлеубайкызы, Трушева Шарафат Айтмухамбетовна, Рсалдин Ерлан Серикович, Сиеубаева Марал Сержановна, Амренова Галия Капбаровна

Перспективы делового туризма Казахстана в условиях цифровизации

Аннотация. Спрос на деловой туризм вырос вместе с экономическим развитием и глобализацией. Он играет ключевую роль в развитии деловых, культурных и научных связей между регионами и странами. Международные организации, такие как Организация объединенных наций (UNO), Всемирная туристская организация ООН (UNWTO), Международная ассоциация конгрессов и съездов (ICCA), Международная ассоциация профессиональных встреч (MPI), признают его экономическую значимость. Деловой туризм отличается от традиционного туризма своей сезонностью, эксклюзивностью, предсказуемостью и потребностью в специализированной инфраструктуре. В этом исследовании изучается цифровизация делового туризма в Казахстане и ее влияние на организацию деловых мероприятий. В нем изучаются современные тенденции и цифровые инструменты, которые улучшают планирование и исполнение, включая онлайн-платформы, мобильные приложения и виртуальную реальность. Эти технологии меняют корпоративные мероприятия, конференции и выставки. В исследовании подчеркиваются преимущества цифровизации, такие как улучшение доступности, качества обслуживания и снижение затрат. В нем приводятся успешные примеры и рекомендации по внедрению инновационных решений в сфере делового туризма для компаний и государственных учреждений. Кроме того, в исследовании рассматриваются приоритеты и проблемы развития Казахстана в условиях быстрой глобальной цифровизации. Используя цифровые инструменты, Казахстан может укрепить свои позиции в секторе делового туризма, повысить эффективность и повысить свою глобальную конкурентоспособность. Результаты исследования предлагают практические стратегии адаптации к меняющимся требованиям цифровой эпохи.

Ключевые слова: деловой туризм, цифровизация, цифровые технологии, бизнес-мероприятия, виртуальные платформы, MICE.

Introduction. Business tourism is an effective tool for developing economic relations and integration processes. Due to its connection with many sectors of the economy, it possesses high cumulative potential and significantly impacts the sustainable socio-economic development of the region as a whole.

The development of business tourism positively influences regional economies in several ways: it contributes to economic growth, increases business turnover, supports small and medium-sized enterprises, creates new jobs, and increases tax revenues to the budget. It also attracts investments to the region's economy, improves the quality of life of residents, boosts the volume of business, cultural-cognitive, and sustainable tourism, and helps to create and promote the region's brand. Moreover, it promotes goods, services, research results, and educational services provided by enterprises, organizations, and institutions in domestic and international markets. Lastly, it strengthens international and interregional ties and establishes an infrastructure that meets the current development trends in business tourism.

Business tourism can actively assist in developing economic relations in all areas of culture between the regions of our country and foreign states, primarily neighboring countries. Additionally, it promotes the development and implementation of innovations, expands business connections, and serves as an effective tool for attracting foreign capital to Kazakhstan's economy.

The purpose of this study is to analyse the prospects of business tourism development in Kazakhstan in the context of digitalisation and to assess the im-

pact of modern digital tools on the organisation and efficiency of business events. To realise the goal, the following **objectives of the study** have been set:

- to examine the role of digitalisation in the transformation of business tourism, including the key trends and technologies shaping the industry;
- identify digital tools that enhance the efficiency of business event organisation, such as online platforms, mobile applications and virtual reality;
- evaluate the impact of digital transformation on the availability, quality and cost-effectiveness of business tourism services;
- to develop recommendations for companies and government agencies on the use of digital solutions to improve Kazakhstan's competitiveness in business tourism.

Despite the specific characteristics of each region, there are common requirements for business tourism: it should take place in regions with natural and cultural attractions or architectural uniqueness, and there should be modern infrastructure available [1]. The quality of the infrastructure is determined by the conditions of international organizations, governing bodies, and trade entities relevant to the region. The development of infrastructure should be based on public-private partnerships, utilizing modern technology and equipment when constructing business tourism facilities. Moreover, events should be comprehensive (with congresses, conferences, exhibitions, and seminars being focused on a single theme).

Kazakhstan's business tourism market is characterized by innovative and dynamic development as

well as spontaneous growth [2]. Due to the lack of concrete statistical data, it is impossible to qualitatively analyze the leading markets for business tourism in Kazakhstan. However, even the available data allows us to conclude the significance of the business tourism market's potential in our country. This sector is developing in the major cities of our country - Astana and Almaty - due, first, to the presence of the necessary infrastructure for business tourism, and second, to the availability of transportation. The financial capabilities in these regions also play an important role in supporting and developing this type of tourism. Additionally, traditional tourist centers in the regions are actively being developed, which, without a doubt, is linked to the economic growth outside of metropolitan areas.

Thus, in recent years, Kazakhstan has been increasingly taking a significant position in the global business tourism market. Considering the country's strategic location at the crossroads of important trade routes, as well as the active government policy on attracting foreign investments and promoting entrepreneurship, it is evident that business tourism in Kazakhstan holds particular importance. Digitalization, in turn, is enhancing this sector with new opportunities and standards by introducing modern technologies for organizing business events.

The transition to digital technologies not only optimizes the processes of planning and conducting business events but also significantly alters the ways participants interact. Online participation platforms, mobile applications, and project management tools are becoming integral parts of business tourism, allowing organizers to create flexible and responsive event formats. Kazakhstan, which aligns with this digital transformation, has the potential not only to attract international events but also to realize its unique ideas.

Materials and methods. The theoretical foundation of the study is based on the fundamental scientific works of both foreign and domestic scholars dedicated to the development of business tourism. The materials that constitute the methodological basis of the study include systematic and comparative analyses of primary data published on internet resources, economic-mathematical and statistical processing of information, and content analyses.

As the informational foundation of the work, the normative-legal acts, orders, and recommendations of the Republic of Kazakhstan's governmental bodies, official statistical materials, publications from international organizations (WTTC, UNWTO, ICCA), international and national digital databases, as well as publications in domestic and foreign media were utilized.

Data from government agencies, as well as reports and studies conducted by major analytical centers related to business tourism in Kazakhstan, were used. Data on the number of organized events, participants, revenues from business tourism, and other related information formed the basis of the research.

Several methods of data collection and analysis were employed to study the digitalization of business tourism in Kazakhstan and to analyze the organization of business events. The main focus was on both quantitative and qualitative aspects, allowing for a comprehensive understanding of the current state of business tourism in the country.

Semi-structured interviews with experts in the field of business tourism, representatives of the hotel industry, conference services, and related associations provided a deeper understanding of the trends and issues commonly encountered in this sector.

The study also included an analysis of scientific articles and publications dedicated to the digitalization of the tourism sector and the specific aspects of business tourism, drawing on both international and local sources.

In addition, the research employed an integrated approach, encompassing both quantitative and qualitative research methods. This allowed for a deeper understanding of the characteristics and dynamics of business tourism in the context of digitalization, which is increasingly significant for the successful development of this sector in Kazakhstan.

Thus, the methodological basis of the study is based on an interdisciplinary approach that combines elements of economic analysis, sociological research and strategic management in tourism. The methods used include:

- Content analysis of regulatory acts, strategic programs and publications of international organizations (UNWTO, ICCA, MPI), which made it possible to identify global benchmarks for the development of business tourism;

- Systemic and comparative analysis applied to various digital tools (online platforms, mobile applications, VR technologies) in order to assess their effectiveness in the context of business events;

- Economic and statistical analysis based on official data from government agencies, chambers of commerce and industry and analytical agencies (for example, data on the number of events, passenger traffic, revenue in the service sector);

- Semi-structured expert interviews conducted with representatives of exhibition companies, the hotel sector and tourism associations, which made it possible to obtain empirical confirmation of the identified trends and barriers to digitalization.

The approach to case analysis is implemented in the case method format, which included:

- selection and structured analysis of three flagship events (EXPO-2017, Astana Economic Forum, Congress of World and Traditional Religions);
- systematization of the effects of their digitalization according to the criteria: influx of participants, format transformation (hybrid events), media coverage, economic impact, infrastructure development;
- justification for the choice of cases is based on their scale, international significance and the availability of open statistical and analytical sources.

Thus, the methodological tools of the study provide a comprehensive and valid analysis

of the impact of digitalization on the development of business tourism in Kazakhstan, covering both quantitative and qualitative parameters.

Results. The development of all types of business tourism is gaining momentum in Kazakhstan, with exhibitions, forums, and conferences experiencing the most rapid growth.

Most of the companies that organize events related to business tourism have been operating in the Kazakhstani market for over twenty years. Almost all of them are concentrated in Astana and Almaty [3]. The largest of these companies are listed in Table 1.

Table 1 – List of exhibition and congress companies organizing events in the Republic of Kazakhstan

Company 1	Brief Description of the Company 2
Iteca (https://iteca.kz/ru/)	ITE Group Plc. An international exhibition company partner. Works mainly in Central Asia, including Kazakhstan. The Kazakh company ITECA positions itself as a leading company in organizing exhibitions and conferences in the market. The events cover a wide range of topics across 17 economic sectors.
TNT Productions, Inc. (https://www.tntexpo.kz/index-ru.html)	An international exhibition organizer, an American company with its main office located in Washington, D.C. It is a member of the Society of Independent Show Organizers (SISO) and the International Association of Exhibitions and Events (IAEE). It has conducted over 100 events, including in Russia, Uzbekistan, Kyrgyzstan, Armenia, Georgia, Romania, and Kazakhstan. It has been operating in Kazakhstan since 1995.
“Atakent-Expo” International Exhibition Company LLP (https://www.atakentexpo.kz/)	A leading company in Kazakhstan specializing in organizing international exhibitions and fairs. The company serves not only state corporations and large companies but also small and medium-sized enterprises.
Astana Expo Exhibition Company (https://astana-expo.com/)	An integral part of organizing exhibitions includes organizing presentations, symposiums, conferences, seminars, and roundtables with the participation of leading experts. The focus of these events is to discuss the scientific and technical aspects of enterprise activities and explore the secondary development paths of the industry.
Fair Expo Exhibition Company LLP (https://www.fairexpo.kz/)	A leading company in organizing international exhibitions and fairs. It has been operating independently since 1999.
“KAZEXPO” International Exhibition Company LLP (http://www.kazexpo.kz/)	Organizes international congresses and exhibitions in Kazakhstan, as well as Kazakhstan’s exhibitions abroad. Through close cooperation with embassies and trade representatives of foreign countries, it organizes seminars, training sessions, and presentations.
NS EXPO Exhibition Company LLP (http://ns-expo.kz)	Specializes in organizing specialized exhibitions in Kazakhstan and was established in 2017.
The Chamber of Commerce and Investment of Almaty (https://alcci.kz/kk/)	One of the key service areas is organizing business events. Over 350 events have been held, with more than 26,250 participants.
“ExpoGroup” International Exhibition Company (https://eldala.kz/dannye/kompanii/6863-expogroup)	An international exhibition company specializing in organizing and conducting international and regional exhibitions and fairs, established in 2010.
“TNT EXPO” LLP (https://www.tntexpo.kz/index-ru.html)	A company specializing in organizing international exhibitions, seminars, and conferences, as well as designing and constructing exhibition stands.
*Compiled by the authors	

The companies’ thematic events cover 22 different sectors of the economy, including: oil and gas, energy, mining and metallurgy, construction, tourism, transport and logistics, food industry and agriculture, medicine, and more.

These events are held with the official support of the Government of Kazakhstan, the Ministry of

Industry and Infrastructure Development, the Ministry of Energy, the Ministry of Health, the Ministry of Labor and Social Protection, the Ministry of Agriculture, the Ministry of Internal Affairs, and other relevant ministries and committees of Kazakhstan, as well as regional/city administrations and industry associations.

According to the Almaty Chamber of Commerce and Investments, in 2022 Kazakhstan hosted 70 international exhibitions [Chamber of Commerce, 2023]. The distribution by categories was as follows (%): home and office, agriculture – 11.4; construction, medicine – 8.6; transport, logistics, urban, tourism – 4.3; culture, arts, crafts – 5.7.

In 2023-2024, a total of 8,348 events are planned under the patronage of World Expo. Among these, 77 will take place in Kazakhstan: 75 exhibitions, 1 conference (in Astana), and 1 forum (in Almaty). The number of international exhibitions held in Kazakh-

stan's regions are as follows: Almaty – 39, Astana – 31, Atyrau and Pavlodar – 2 each, Karaganda, Shymkent, and Ust-Kamenogorsk – 1 each [4, 5].

The structural sectoral directions of thematic exhibitions in business tourism primarily fall into the following categories: home and office; industrial engineering; agriculture and agro; construction; transport, logistics, urban development; medicine; tourism; security and protection; automobiles and motorcycles; energy and electrical equipment; culture, arts, crafts; and food and beverages (see figure 1).

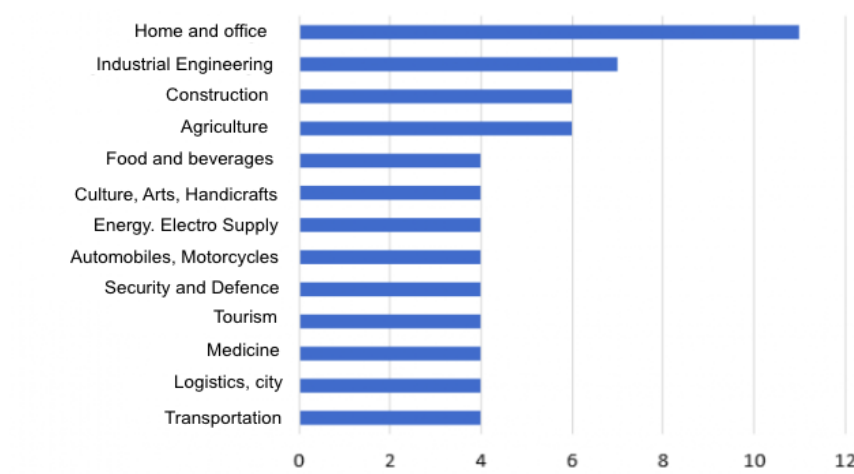


Figure 1 – Structural Distribution of Leading Sectors by Frequency of International Exhibitions Held in Kazakhstan's Regions in 2023

Note – compiled based on the source [6]

In Kazakhstan, the “Astana Travel Expo” and the “Tourism and Travel” international exhibition (KITF) are regularly held.

The “Astana Travel Expo,” which was previously known as “Astana Leisure” from 2004 to 2021, has established itself as a significant professional event and an effective networking platform for discussing and working on the latest industry trends, especially ahead of the autumn-winter tourist season. In 2019, the event's organizer gained the status of being the operator of the major international PATA Travel Mart.

The exhibitors at the exhibition include national and regional tourism organizations, tour operators, travel agencies, airlines, hotels, sanatoriums, and holiday centers. The main upgrade of the exhibition is an enhanced business program, which covers the most relevant issues and proposals in the market and provides answers to pressing questions, contributing to the training of qualified personnel using the resources of the capital platform.

Participants of the “Astana Leisure” exhibition have a unique opportunity to establish new business connections, sign contracts with international, Kazakhstani, Central Asian, Russian, Caucasian, and other tourism companies, and learn about and share innovations in the tourism industry.

The main sections of the exhibition include: National and regional tourism organizations; Tour operators and travel agencies; Airlines, Hotels, boarding houses, and sanatoriums; Trade associations and organizations; Insurance and banking services in tourism; Information technology in tourism; Medical tourism.

Over the years, more than 25,000 professionals from over 30 countries have attended the exhibition. Each year, more than 90 companies participate [7].

The KITF (Kazakhstan International Tourism Fair) has been held in Almaty since 2001. The exposition is the largest professional platform for tourism in Central Asia and is the main event in the country's tourism industry.

Within the framework of KITF, international agreements are signed, including memorandums, agreements, and programs of interregional and cross-border cooperation between countries. Additionally, national councils, plenary sessions, roadshows, seminars, presentations, and other industry events are held, demonstrating the effectiveness of the exhibition for the tourism market of Kazakhstan and Central Asia.

The annual positive dynamics of the KITF exposition is an indicator of the tourism services market. It is here that international and local companies assess market needs and consumer interest, study the competitive environment, find new tools to increase profits, and develop strategies for further work. Representatives from over 30 countries participate.

KITF is not just a regular exhibition; it is a strategically important professional event that reflects the overall state of the tourism industry, its individual trends and directions, prospects for development, and new opportunities.

Every year, KITF brings together more than five thousand tourism professionals from around the world, including tour operators, airlines, national and regional tourism organizations, representatives of accommodation facilities—hotels, wellness and medical centers, developers and suppliers of IT technologies in tourism, foreign real estate, and other sectors.

The main sections of the exhibition include: International Tourism, Domestic Tourism, Medical and Wellness Tourism, MICE-Business Tourism, and Real Estate Abroad.

The “Tourism and Travel” exhibition has established itself as a reliable platform for strengthening international and interregional industry connections. Special attention is given to the event by representatives of state companies and diplomatic missions, which bring their national stands to the exhibition.

Exhibition industry experts have awarded the KITF exhibition the UFI quality mark (World Association of the Exhibition Industry) for its compliance with the B2B international standards. Within the framework of KITF, international agreements such as memorandums, agreements, and interregional and cross-border cooperation programs between countries, as well as national agreements, plenary sessions, roadshows, seminars, presentations, and other industry events, are held. This demonstrates the effectiveness of the exhibition for the tourism market of Kazakhstan and Central Asia.

Impact of Exhibition Participation: The expansion of the client (partner) base, increased brand awareness of the company (products, services), strengthening of existing partnerships, entry into new markets, launch of new products (services), and research into the business activities of competitors [8].

In recent years, Kazakhstan has been increasingly recognized worldwide as a venue for international political and sports events. Some notable examples include the OSCE Summit (2010), the annual Astana Economic Forum (AEF) since 2008, the Congress of Leaders of World and Traditional Religions held every three years since 2003, as well as major international sports events such as the 7th Winter Asian Games (Asiada-2011), the 28th Winter Universiade in 2017, and EXPO-2017. These significant international political and sports events contribute to strengthening the country's authority and increasing its recognition on the global stage. Additionally, business, cultural, and scientific ties between regions and nations are also being reinforced.

Astana became the first city among CIS countries to host the 18th session of the UNWTO General Assembly in October 2009. This event provided an opportunity to introduce the country as a new tourist destination and enhance the investment attractiveness of the domestic tourism industry. Hosting the global summit gave a significant boost to the capital's development, allowing it to showcase itself as a city with developed infrastructure, as well as excellent congress and exhibition capabilities. The session was attended by over 700 delegates from 156 countries [9].

In December 2010, the OSCE Astana Summit brought together heads of state and government, political leaders from 56 countries, nearly 600 representatives from international organizations, and 1,500 journalists who covered the forum.

From October 9 to 11, 2019, the VIII Global Summit on Urban Tourism titled “Smart Cities - Smart Destinations” was held at the Palace of Independence. The event, organized by the Akimat of Astana and UNWTO, focused on city management, new innovations and technologies, and the widespread integration of tourism as a tool to develop sustainable and inclusive cities [10].

The Astana Economic Forum (AEF) is one of the world's major international forums. Since 2008, the AEF has annually brought together global leaders, experts, and business community representatives to seek solutions to the main economic and social challenges of our time (see Table 2).

Table 2 – Chronology of the Astana Economic Forum (AEF)

Forum	Year of the Event	Number of Participants	Number of participating countries
I AEF	2008	100	40
II AEF	2009	1150	59
III AEF	2010	2000	50
IV AEF	2011	5000	80
V AEF	2012	6500	85
VI AEF	2013	12000	132
VII AEF	2014	10000	150
VIII AEF	2015	3000	90
IX AEF	2016	4500	90
X AEF	2017	8000	100
XI AEF	2018	5000	111
XII AEF	2019	5600	74

Note – based on the source [11]

Table 2 shows that the Economic Forum was not held between 2020 and 2022 due to the impact of the pandemic [12]. The Congress of World and Traditional Religions (CWTR) is held in Astana. The events are attended by representatives from various

Christian, Islamic, Judaic, Buddhist, Daoist, Hindu, Zoroastrian, and Shinto traditions, as well as leaders from non-governmental organizations, states, and international organizations, as well as prominent political, scientific, and social figures (table 3).

Table 3 – Chronology of the Congress of World and Traditional Religious Leaders

Convention	Year of the Event	Number of delegations	Number of participating countries
I CWTRL	2003	45	13
II CWTRL	2006	29	20
III CWTRL	2009	77	35
IV CWTRL	2012	85	40
V CWTRL	2015	80	42
VI CWTRL	2018	82	43
VII CWTRL	2022	100	50

Note – based on the source [13]

Developed countries have made it a tradition over the past one and a half centuries to regularly meet and showcase their achievements and assess their successes. This tradition is known internationally as an exhibition or EXPO, with EXPO symbolizing industrialization. It is an international exhibition that highlights technological advancements and innovations, providing a platform for nations worldwide to display their achievements and artifacts in various fields of life. Today, 161 countries around the world are members of this exhibition. To organize its activities, the International Exhibitions Bureau (BIE) has been established.

Kazakhstan joined the International Exhibitions Bureau (BIE) in 1997. The BIE continually stimulates the development of countries hosting exhibitions, ensures the arrival of tourists, promotes national brands and projects, and highlights national achievements. An international exhibition serves as a powerful and

active tool in shaping a country's favorable tourist image. Millions of tourists attend these exhibitions, prompting each country to build a unique pavilion that showcases its economic and technological level to the world.

World Universal EXPO exhibitions are international events where countries present and showcase their achievements in various fields such as economy, science, technology, culture, and arts, as well as other aspects of public life. Serving as symbols of industrialization and open platforms for technological and scientific achievements, these exhibitions have become significant drivers of both global development and tourism.

In 2014, Kazakhstan officially received the right to host the EXPO-2017 international specialized exhibition. At the 155th session of the General Assembly of the BIE in Paris, the EXPO flag was handed over to Kazakhstan.

The EXPO-2017 exhibition was the first to be held in Kazakhstan among the CIS member states. The event, which took place in the city of Astana, gave a new impetus to the development of the country's tourism sector, including business tourism.

Over the course of three years, construction work was carried out on a total area of 174 hectares, with the exhibition area covering 25 hectares.

In preparation for the EXPO-2017 international exhibition, the national budget allocated 565.1 billion KZT, or approximately 2.1 billion USD, in accordance with the Law on the Republican Budget. Of this amount, 1.58 billion KZT was allocated from the budget of the city of Astana [14].

The EXPO-2017 exhibition provided a positive boost to the country's cultural life, contributed to the development of the domestic tourism sector, and made a significant impact on the national economy.

1,400 small and medium-sized businesses received orders for goods and services amounting to 640 billion KZT. The turnover of shops in Astana increased by 20%, and the number of visitors to shopping and entertainment centers doubled. The number of business entities in Astana grew by over 10%, and the revenue from the service sector in the city increased by 1.2 times [15].

Approximately 4 million people attended the exhibition, which featured achievements from 115 countries and 22 international organizations, with two-thirds of the attendees being youth and schoolchildren. On average, 40,000 to 50,000 people visited the EXPO-2017 complex daily. The most visited pavilion was Kazakhstan's "Nur Alem," which attracted 1.3 million visitors, including 600,000 foreigners. During the international exhibition, guests visited the "Ethno Village," a national cultural complex showcasing the life and traditions of the Kazakh ethnic group. The complex also hosted the "The Spirit of Astana" modern ethnic music festival. The "Astana Opera" State Opera and Ballet Theater presented over 50 performances during the 93 days of the exhibition. The "Operalia Plácido Domingo" competition, founded and led by the world-renowned opera legend Plácido Domingo, took place in Astana, gathering 40 of the world's best vocalists. Alongside the exhibition, unique exhibits were brought to the National Museum, including "The Terracotta Army of Qin Shi Huang," "Searching for Shambhala: Masterpieces from the Nicholas Roerich Museum in New York," and "Masterpieces of Russian Art from American Private Collections." During the 93 days of the exhibition, the museum attracted 3.5 million visitors [16].

The "Eurasia" Film Festival was held during the exhibition and was accredited by international

producer associations alongside prestigious festivals such as Cannes, Berlin, and Venice. As a result, Astana became a center of global culture during EXPO-2017, which positively impacted the country's image. Firstly, foreigners visiting the exhibition had the opportunity to experience the lifestyle and culture of the people living in the country firsthand. National games were actively organized, performances such as "Kyz Zhibek" were staged, and traditional music was played. Secondly, all of this showcased the country's high level of intellectual and cultural development.

Hosting the exhibition provided a significant boost to the tourism sector. The demand for tour operators' services nearly doubled. The influx of visitors positively affected Kazakhstan's civil aviation indicators, with passenger traffic on domestic routes increasing by 88% and on international routes by 30%. During the three months of the exhibition, Astana Airport served 1.5 million people [17].

There is a noticeable increase in the use of digital solutions for organizing and conducting business events in Kazakhstan. Online conference platforms, specialized event management apps, and networking tools have become essential components in the arsenal of business tourism managers. Notably, many companies have started actively adopting hybrid event formats, which allow for the integration of face-to-face and virtual interactions.

The digitalization system undoubtedly enhances the accessibility of business events. Participants from different regions and countries can join events without the need for travel, which reduces costs and saves time. Additionally, data collected during events can be used to better direct future events and improve the overall experience for participants [18].

Despite the many advantages, digitalization can also present certain challenges. One major issue is the lack of reliable infrastructure in some regions of Kazakhstan, which can limit the ability to host virtual events. Additionally, continuous staff training and adaptation to rapidly changing technologies are required, which entails additional costs.

The successful examples of digitalization in organizing business events, such as the Astana Economic Forum (AEF) and the Congress of World and Traditional Religious Leaders (CWTR), demonstrate how digital platforms have helped attract more participants and improve interaction quality. Kazakhstan achieved a high score in the global rankings for the development of online services accessibility, with a coefficient of 0.92 out of 1 [19].

Analysis shows that despite being in the early stages of digitalization, Kazakhstan has significant potential for further development in the business tour-

ism sector. Many companies are revisiting hybrid work formats, which open up new opportunities for attracting international participants.

To successfully digitalize business tourism in Kazakhstan, attention should be given to the following:

- developing infrastructure that ensures stable internet access across various regions;
- training personnel specialized in new technologies;
- creating and implementing comprehensive strategic plans for marketing and promoting business events using digital channels.

In conclusion, digitalization of business tourism in Kazakhstan has demonstrated its importance and relevance. It is anticipated that further development and implementation of innovative technologies in the coming years will help Kazakhstan gain more active positions in the international business tourism arena.

Thus, digitalization is among the key factors contributing to the development of business tourism in Kazakhstan. Successful implementation of digital solutions can enhance the country's competitiveness and enable more effective and high-quality interactions among participants in business events.

In the section of the research work "Materials and Methods" the methods applied were previously described, which allowed to ensure the scientific validity of the following conclusions:

- the leading companies organizing business events in Kazakhstan were identified and classified (presented in Table 1);
- data on digital tools (platforms, VR, mobile applications) used in the practice of Kazakhstan exhibitions, conferences and forums are presented;
- statistics on the development of business tourism based on major events (EXPO-2017, AEF, CWTR) are provided;
- economic and image effects of digitalization are shown (increase in the flow of participants, growth of air travel, increase in business activity in the regions, etc.).

Discussion. The development of business tourism in Kazakhstan is closely linked to economic growth, globalisation and the increasing role of digital technologies. As digital technologies continue to transform the tourism sector, Kazakhstan's business tourism industry is adapting to new trends to remain competitive in the global market.

Digitalisation is changing business tourism by improving accessibility, efficiency and the overall experience of participants. Technologies such as online booking platforms, virtual event solutions, mobile applications and artificial intelligence-based tools are increasing the efficiency of business event planning

and execution. In Kazakhstan, these advances are enabling businesses and government agencies to attract international conferences, exhibitions and corporate meetings by offering seamless technology-enabled event solutions.

One of the key benefits of digitalisation in business tourism is its ability to reduce operational costs while improving service quality. Virtual and hybrid event formats that allow participants to attend conferences remotely have gained significant popularity. This not only increases accessibility, but also enhances networking opportunities for businesses. The introduction of digital solutions in Kazakhstan, including automated registration systems and analytics based on artificial intelligence, has helped to streamline event management processes, reduce inefficiencies and optimise resources.

Kazakhstan's strategic geographical location at the crossroads of Europe and Asia makes it an attractive centre for business tourism. The country's infrastructure, especially in major cities such as Astana and Almaty, is constantly improving, with the development of modern convention centres, business hotels and transport networks. In addition, government initiatives aimed at encouraging foreign investment and entrepreneurship further strengthen Kazakhstan's position as a business tourism destination.

Despite these advantages, a number of challenges remain. The limited availability of digital infrastructure in some regions, unstable internet connectivity and the lack of specialised training for digital event management hinder the full-scale implementation of digital solutions. In addition, the global nature of business tourism means that Kazakhstan will have to compete with established destinations such as Dubai, Singapore and European capitals where digital innovation is already deeply integrated into the industry.

To take full advantage of digitalisation, Kazakhstan needs to implement a comprehensive strategy that integrates modern technologies into the business tourism sector, which includes:

- increasing the use of artificial intelligence and big data analytics to personalise business travel and improve the efficiency of event planning;
- strengthening cybersecurity measures to secure digital transactions and protect the data of international business travellers;
- investing in digital infrastructure such as 5G networks and smart meeting rooms to support high quality virtual and hybrid events;
- providing specialised training for tourism and hospitality professionals to effectively manage digital tools when organising events.

By implementing these technological advances, Kazakhstan can strengthen its position as a leading business tourism destination in the region. The integration of digital solutions will not only improve the efficiency of business events, but also strengthen the country's global competitiveness in the rapidly evolving digital economy.

Conclusion. The political and cultural events held in Kazakhstan contribute to enhancing the country's business rating and promote the development of business tourism not only in metropolitan areas but also in regional centers. An analysis of the state of business tourism in Kazakhstan reveals that it is growing, particularly in the capital city.

This growth was significantly influenced by large-scale international events (such as the Astana Economic Forum (AEF), the Congress of Leaders of World and Traditional Religions (CLTR), EXPO-2017 and others), as well as the improvement of business tourism infrastructure, including the opening of new five-star hotels and other cultural facilities.

Research into the digitalization of business tourism in Kazakhstan highlights several key aspects and challenges faced by event organizers in this sector. There has been a steady trend towards the integration of digital technologies in organizing business events. The use of online platforms for participant registration, virtual conferences, and webinars has significantly streamlined the organization process and increased event accessibility for a wider audience.

Digitalization allows for the optimization of costs and resources, which is crucial for organizations aiming to enhance the effectiveness of their events. Modern tools such as CRM systems and project management platforms contribute to a high level of coordination and interaction among all participants [20].

With its strategic location and developing infrastructure, Kazakhstan has the potential to become a hub for business tourism in Central Asia. Digitalization can act as a catalyst for attracting international events and conferences, which in turn will impact the development of the country's tourism sector.

Despite these advantages, there are significant challenges. These include insufficient digital infrastructure in some regions, a shortage of skilled professionals, and the need to implement digital security standards. These factors could hinder the development of business tourism and may require additional attention from both government bodies and the private sector.

There is also a growing need to integrate new technologies such as artificial intelligence, big data, and virtual reality into business tourism. These technologies can enhance service quality, improve customer interaction, and make events more memorable.

Thus, the results of the study allow us to formulate structured conclusions and offer targeted recommendations to various categories of stakeholders, which emphasizes both the scientific novelty and the applied significance of the work (Table 4).

Table 4 - Targeted recommendations to various categories of stakeholders

№	Stakeholders	Proposals
1	For government agencies and strategic planning bodies	<ul style="list-style-type: none"> - Digitalization of business tourism is an important element of economic modernization and contributes to the integration of Kazakhstan into the global business space; - The state needs to develop a national strategy for digital transformation in the MICE sector, including measures to develop infrastructure (in particular, in the regions), stimulate public-private partnerships and support innovative platforms; - It is necessary to invest in the development of digital literacy and competencies of personnel in the tourism sector, including the creation of certification programs and training modules for specialists.
2	For representatives of exhibition and MICE companies	<ul style="list-style-type: none"> - The use of hybrid event formats and the introduction of online platforms, CRM systems, virtual and augmented reality allows you to increase coverage, reduce costs and increase the involvement of participants; - It is necessary to adapt business models to the new realities of digitalization, integrating big data analytics and personalized services; - As successful practices, it is recommended to use the experience of organizing EXPO-2017, AEF, CWTR, where digital technologies became a tool for attracting an international audience.
3	For the scientific and academic community	<ul style="list-style-type: none"> - The results obtained confirm the importance of studying digitalization in the context of regional characteristics and sectoral differences; - A promising direction for further research is to assess the effectiveness of digital solutions in the MICE industry using quantitative models, as well as analyze the impact of digitalization on the sustainability of tourism value chains; - The article forms a theoretical and methodological basis for subsequent empirical research in the field of digital tourism in the countries of Central Asia.
*Compiled by the authors		

In conclusion, the digitalization of business tourism in Kazakhstan represents a crucial step towards modernizing the sector and increasing its competitiveness on the international stage. To ensure Kazakh-

stan's prominent place in the global tourism arena, it is essential to continue investing in digital infrastructure, training professionals, and adopting innovative approaches to event organization.

References

- 1 Conference Anatomy: How to Find Yourself in the Meeting Industry. <https://www.litres.ru/aleksandra-urkova/konferenc-anatomiya/chitat> (Accessed: 12.11.2023).
- 2 Trusheva Sh.A., Syzdykbayeva B.U. The State of Business Tourism in Kazakhstan / Innovative Development of the Food, Light Industry, and Hospitality Industry: Proc. of the Int. Sci.-Pract. Conf. – Almaty: ATU, 2015. – pp. 306-315.
- 3 Exhibition Companies in Kazakhstan. https://www.kps.kz/kazakhstan/uslugi/vystavochnyie_kompanii (Accessed: 12.11.2023).
- 4 Exhibition Calendar for 2022. <https://alcci.kz/event/vystavki-kazakhstan-2021/> (Accessed: 02.11.2023).
- 5 Forums in Kazakhstan 2023-2024. <https://worldexpo.pro/country/kazakhstan/sector/turizm> (Accessed: 12.11.2023).
- 6 Events in the Tourism Category in Kazakhstan 2023-2024. <https://worldexpo.pro/country/kazakhstan/sector/turizm> (Accessed: 11.11.2023).
- 7 The 16th Kazakhstan International Tourism Exhibition. <https://leisure.kz/ru/vystavka/itogi-vystavki/itogi-leisure> (Accessed: 17.11.2023).
- 8 Results of the Exhibition. <https://kitf.kz/images/download/2022> (Accessed: 12.11.2023).
- 9 Astana Hosts Participants of the XVIII UNWTO General Assembly Session. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=30480507 (Accessed: 22.12.2023).
- 10 For the First Time, the UNWTO Summit on Urban Tourism Was Held in Nur-Sultan. https://www.kt.kz/kaz/state/n_r-s_itanda (Accessed: 09.11.2023).
- 11 Astana Economic Forum. https://economy.kz/kz/Issledovaniija_instituta/Astaninskij_ekonomicheskij_forum/ (Accessed: 09.11.2023).
- 12 The Astana Economic Forum Will Be Held in June 2023. <https://tass.ru/ekonomika/16659741> (Accessed: 29.09.2022).
- 13 Congress of Leaders of World and Traditional Religions Chronology. <https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa-islamabad/press/news/> (Accessed: 10.07.2023).
- 14 Expenses of the Republican Budget of the Republic of Kazakhstan for EXPO-2017. <https://ranking.kz/reviews/banking-and-finance/rashody-respublikanskogo> (Accessed: 19.07.2023).
- 15 What Did Kazakhstan Gain from EXPO? <https://kapital.kz/economic/62882/chto-poluchil-kazakhstan-ot-ekspo.html> (Accessed: 05.07.2023).
- 16 The Impact of EXPO-2017 on the Foreign Policy and International Image of Kazakhstan. <https://yvision.kz/post/833943?category=Politika> (Accessed: 16.05.2023).
- 17 Trusheva Sh.A., Tleubayeva A.T., Sartova R.B., Zhakupov A.A., Kaidarova A.T., Dosova M. Evaluating MICE Tourism Policy in Kazakhstan Based on a Cluster Approach and Regression Model // Bulletin of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan. – 2023. – №3(403). – pp. 558-576. – DOI: 10.32014/2023.2518-1467.529.
- 18 Roziqin, A., Kurniawan, A.S., Hijri, Y.S. and Kiss martini, K. Research trends of digital tourism: a bibliometric analysis // Tourism Critiques. – 2023. - №4(1/2). - pp. 28-47. – DOI: 10.1108/TRC-11-2022-0028.
- 19 Aliyeva E. Digital Transformation of Kazakhstan in Three International Rankings. <https://kz.kursiv.media/2022-07-20/cifrovaya-transformaciya-kazahstana-v-treh-mezhdunarodnyh-rejtingah/>. (Accessed: 19.07.2024).
- 20 Kalybekova D. Digitalization of Kazakhstan as a Key Factor of Economic Development in the Context of Modernization // Bulletin. Series of International Relations and International Law. – 2018. – №2(82). – pp. - 152-159. - DOI:10.26577/IRILY-2018-2-795

<p>Хат-хабарларга арналған автор (бірінші автор) Тлеубаева Айтөлкын Тлеубайқызы, PhD, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан, e-mail: aitolkyn.t@mail.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5749-4289</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор) Тлеубаева Айтөлкын Тлеубайқызы, PhD, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан, e-mail: aitolkyn.t@mail.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5749-4289</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author) Tleubayeva Aitolkyn Tleubaykyzy, PhD, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan, e-mail: aitolkyn.t@mail.ru, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5749-4289</p>
--	--	---

Date of submission of the article: 12.02.2025

Date accepted for publication: 12.06.2025

ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДА
ТУРИСТІК БИЗНЕСТІ ДАМУДЫҢ
ӨҢІРЛІК МӘСЕЛЕЛЕРІ

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ
РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА
В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ

REGIONAL PROBLEMS OF DEVELOPMENT
OF THE TOURIST BUSINESS IN THE WORLD
AND KAZAKHSTAN

¹Yessengabylova A.K.^{ORCID}, ¹Tokpanov E.A.,
¹Jetimov M.A., ²Tuleubayev Z.Z.

¹Zhetysu University named after I. Zhansugurov, Taldykorgan, Kazakhstan,
²L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

ELABORATION OF EFFECTIVE MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF RECREATIONAL TOURISM ON THE ALAKOL COAST

Yessengabylova Aiman Kasenkhanovna, Tokpanov Erkin Aipovich,
Jetimov Myrzabay Aitmukhanovich, Tuleubayev Zhanibek Zeinolla-uly

Elaboration of effective mechanisms for the development of recreational tourism on the Alakol coast

Abstract. The article is devoted to the development of effective mechanisms for the development of recreational tourism on the Alakol coast, one of the most attractive tourist destinations in Kazakhstan. The article examines the current problems faced by local authorities and business representatives in the process of forming a sustainable tourism infrastructure, as well as opportunities to attract tourists and improve the quality of services. The paper analyzes current trends and problems faced by the region in the field of tourism, including infrastructural deficiencies, seasonality and environmental challenges. The authors offer specific recommendations on creating effective mechanisms for interaction between local authorities, business representatives and the community, as well as innovative approaches to marketing and promotion of the region. Based on the analysis of the proposed strategies, key areas for the sustainable development of recreational tourism in the region have been identified, which contributes to improving the quality of life of local residents and increasing the attractiveness of the region in the domestic and international tourism market. In conclusion, recommendations are proposed for government agencies, local communities and the private sector to create a comprehensive strategy that promotes the sustainable development of recreational tourism on the Alakol coast.

Key words: recreational tourism, tourism infrastructure, sustainable development, natural healing resources, ecotourism, tourism zoning, socio-economic impact.

Есенгабылова Айман Касенхановна, Токпанов Еркін Айпович,
Джетимов Мырзабай Айтмұханович, Тұлеубаев Жанибек Зейнолла-ұлы

Алакөл жағалауында рекреациялық туризмді дамытудың тиімді тетіктерін өзірлеу

Аңдатпа. Мақала Қазақстанның ең тартымды туристік бағыттарының бірі – Алакөл жағалауында рекреациялық туризмді дамытудың тиімді тетіктерін өзірлеуге арналған. Жергілікті билік пен бизнес өкілдері тұрақты туристік инфрақұрылымды қалыптастыру процесінде кездесетін өзекті мәселелер, сондай-ақ туристерді тарту және қызмет көрсету сапасын жақсарту мүмкіндіктері қарастырылады. Жұмыста аймақтың туризм саласындағы қазіргі тенденциялары мен проблемалары, соның ішінде инфрақұрылымдық кемшіліктер, маусымдық және экологиялық қиындықтар талданады. Авторлар жергілікті өзін-өзі басқару органдарының, бизнес пен қоғамдастық өкілдерінің өзара әрекеттесуінің тиімді тетіктерін құру бойынша нақты ұсыныстарды, сонымен қатар аймақты маркетинг пен жылжытудың инновациялық тәсілдерін ұсынады. Ұсынылған стратегияларды талдау негізінде өңірдегі рекреациялық туризмді тұрақты дамыту үшін негізгі бағыттар айқындалды, бұл жергілікті тұрғындардың өмір сүру сапасын жақсартуға және өңірдің ішкі және халықаралық туристік нарықтағы тартымдылығын арттыруға ықпал етеді. Қорытындылай келе, мақалада мемлекеттік органдарға, жергілікті қоғамдастықтарға және жеке секторға Алакөл жағалауында рекреациялық туризмнің тұрақты дамуына ықпал ететін кешенді стратегияны құру бойынша ұсыныстар жасалады.

Түйін сөздер: рекреациялық туризм, туристік инфрақұрылым, тұрақты даму, табиғи-емдік ресурстар, экотуризм, туристік аудандастыру, әлеуметтік-экономикалық әсер.

Есенгабылова Айман Касенхановна, Токпанов Еркин Айпович,
Джетимов Мырзабай Айтмуханович, Тулеубаев Жанибек Зейнолла-улы

Разработка эффективных механизмов развития рекреационного туризма на Алакольском побережье

Аннотация. Статья посвящена разработке эффективных механизмов развития рекреационного туризма на Алакольском побережье, одном из наиболее привлекательных туристских направлений Казахстана. Рассматриваются актуальные проблемы, с которыми сталкиваются местные власти и представители бизнеса в процессе формирования устойчивой туристской инфраструктуры, а также возможности для привлечения туристов и улучшения качества услуг. В работе анализируются текущие тенденции и проблемы, с которыми сталкивается регион в сфере туризма, включая инфраструктурные недостатки, сезонность и экологические вызовы. Авторы предлагают конкретные рекомендации по созданию эффективных механизмов взаимодействия местных органов власти, представителей бизнеса и сообщества, а также предлагает инновационные подходы к маркетингу и продвижению региона. На основе анализа предлагаемых стратегий выделены ключевые направления для устойчивого развития рекреационного туризма в регионе, что способствует улучшению качества жизни местных жителей и повышению привлекательности региона на внутреннем и международном туристическом рынке. В заключение, в статье предлагаются рекомендации для государственных органов, местных сообществ и частного сектора по созданию комплексной стратегии, способствующей устойчивому развитию рекреационного туризма на Алакольском побережье.

Ключевые слова: рекреационный туризм, туристская инфраструктура, устойчивое развитие, природно-лечебные ресурсы, экотуризм, туристское районирование, социо-экономическое воздействие.

Introduction. Lake Alakol, located in the south-east of Kazakhstan, is a unique natural object that attracts the attention of both locals and tourists from all over the world. With its natural beauty, ecological purity and rich biodiversity, it is an attractive area for the development of recreational tourism. However, despite its significant recreational potential, tourism development in the region faces a number of challenges related to both infrastructural and environmental constraints.

Definitions of sustainable recreation and tourism are becoming more multi-faceted, nuanced, and layered – moving away from a vantage point that privileges environmental objectives to a socio-ecological systems framework that recognizes the interconnected web of socio-cultural, local-global, institutional, and relational, processes [1].

In this regard, the development of effective mechanisms and strategies aimed at sustainable tourism development in this region is an urgent task. It is important to create a comprehensive approach that will not only increase the flow of tourists, but also ensure the protection of natural resources, maintain ecological balance and improve the quality of life of local residents.

Sustainable outdoor recreation and nature tourism contributes to human health and economic benefits, bolsters rural communities, and supports local livelihoods and enduring cultures, heritage and identities. Sustainable management provides desirable outdoor opportunities for all people, in a way that supports ecosystems, contributes to healthy communities, promotes equitable econo-

mies, respects culture and traditions, and develops stewardship values now and for future generations [2].

The object of the study is recreational tourism on the Alakol coast, including its infrastructure, environmental component, cultural and natural resources, as well as socio-economic aspects related to tourism in the region.

The study focuses on mechanisms and strategies for the development of recreational tourism, aimed at increasing its efficiency, ensuring sustainability and minimizing negative impact on nature.

The purpose of this study is to develop recommendations and proposals for establishing effective mechanisms for the development of recreational tourism on the Alakol coast. To achieve this goal, the current state of tourism infrastructure will be analyzed, the potential of the region's natural and cultural resources will be assessed, and a strategy will be developed that includes environmentally sustainable approaches, infrastructure improvements, and attracting investment in the tourism sector.

Objectives of the study include:

Analysis of the state of recreational tourism on the Alakol coast, identification of problems and limitations faced by tourists and local authorities.

Assessment of the region's natural and cultural resources that can be used for tourism development.

Development of proposals for improving infrastructure and tourism services.

Development of sustainable tourism models that will ensure the long-term preservation of the Lake Alakol ecosystem.

Assessment of international experience in the field of recreational tourism development and application of successful models for the Alakol region.

The study aims to promote efficient and environmentally balanced development of tourism on the Alakol coast, which will contribute not only to the economic growth of the region but also to the conservation of its natural resources for future generations.

Tourism aims to enhance community quality of life, but its impacts can be positive and/or negative by community. Under increasing uncertainty from multiple crises, this study links tourism sectors with the concepts of community resilience and quality of life to support sustainable development [3].

Results can be used to create strategic plans and recommendations for local and national authorities, business structures and environmental organizations interested in the region's sustainable development. The practical importance of the work is to create a basis for forming effective tourism management mechanisms that will ensure long-term and environmentally sound development of recreational tourism on the Alakol coast.

Materials and methods. The development of recreational tourism in natural areas such as the Alakol coast is an important topic in both scientific and practical terms. In recent decades, the problem of sustainable tourism and its interaction with ecosystems has attracted the attention of many researchers and practitioners. The main focus of these studies is on natural resource management, creating environmentally sustainable infrastructure and minimizing the negative impacts of tourism on the environment.

A large component of the commercial tourism industry relies on biodiversity as a primary attraction, either through scenery, national parks and reserves, or individual icon plant and animal species. Tourism and recreation produce a wide range of negative environmental impacts on biodiversity. A small number of commercial tourism operations, however, do make successful net positive contributions to conserving biodiversity [4].

Studies on tourism flow management and infrastructural aspects play an important role in the formation of effective mechanisms for tourism development in natural areas. The idea of creating a multifunctional infrastructure that would not only support the comfort of tourists, but also ensure a minimum impact on nature has great importance. Key elements of such infrastructure include water supply, energy supply, waste treatment systems, as well as transportation and communication networks.

Strong growth in Tourism and recreation has been accompanied by changes in its form and distribu-

tion, and its relationships to other land uses. These relationships are shaped by demographic and social changes, trends in consumer behaviour, technology and transport shifts along with governance and policy evolution [5].

Another group of studies concerns the development of environmentally friendly tourist routes. The introduction of such routes on the Alakol coast can contribute not only to increase the flow of tourists, but also to preserve unique natural sites such as reserves and protected nature areas.

Recreation and tourism are a widespread phenomenon in today's nature areas. Visitors come to these areas for a number of activities, but also to have a nice picnic while enjoying the view. Outdoor recreation is increasingly becoming an expression of lifestyle and identity [6].

Studies on the Alakol region show its huge recreational potential, but there are a number of obstacles to its development due to insufficient infrastructure and environmental risks. The Alakol coast is characterized by high levels of biodiversity and is an important site for protection. However, increasing the flow of tourists without proper control can lead to deterioration of water quality, destruction of ecosystems and disruption of natural balance.

Important aspects of sustainable tourism development on the Alakol coast are:

Environmental sustainability. Due to the vulnerability of the lake ecosystem, environmental standards such as certification of green hotels, use of renewable energy sources and efficient waste management system should be applied.

Tourism, Recreation, and Sustainability succeeds in its aim to discuss the wide ranging issues in sustainable tourism and in addressing the critical role of sustaining cultures and environments for future generations [7].

Development of local infrastructure and services. Existing tourist facilities on the coast need modernization, improvement of service quality and expansion of tourist services. It is important to ensure the accessibility of transportation networks, improve tourist accommodation facilities, and develop cultural and educational programs for visitors.

Socio-economic impact of tourism. Tourism development can lead to improvement of economic situation in the region, creation of new jobs and improvement of living standards of local residents. Importantly, however, tourism revenues should be redistributed so that they benefit not only entrepreneurs but also local communities.

Interest in the issues of sustainable tourism development is not limited to Kazakhstan, and the world

experience in this area can be useful for the development of effective mechanisms for the Alakol region. Successful application of sustainable practices is the experience of Turkey in developing ecotourism routes in coastal areas, which has allowed to combine tourist growth with conservation. In Europe, successful projects on the creation of ecological parks and green resorts that serve as an example for implementation in Kazakhstan.

Over the last decades, the popularity of outdoor recreation and nature-based tourism has increased dramatically, and the associated activities have become a hallmark of modern and healthy lifestyles in developed countries [8].

Despite the existence of a number of studies, there is a clear gap in the work on the integral approach to the development of recreational tourism on the Alakol coast. Much of the existing research focuses on individual aspects such as ecology or infrastructure, but does not integrate these elements into a single sustainable development model. Also, insufficient attention is given to social aspects such as the involvement of local people in decision-making and their role in tourism development. These issues require further study and the development of specific recommendations for the Alakol region.

Various methods and data sources, including theoretical and empirical analysis, were used to develop effective mechanisms for the development of recreational tourism on the Alakol coast. The study was conducted in several stages: data collection and analysis, identification of main problems, as well as modelling possible scenarios for tourism development. Topographic maps, satellite images and geographic information systems, allowing for precise identification of landscape features, natural areas and high recreational potential zones, were used to analyse the region's natural resources potential. The main source of statistical data are official reports and publications of government agencies, such as the Committee of Statistics of the Ministry of National Economy of the Republic of Kazakhstan, as well as regional statistical services. In particular, data on tourist arrivals, employment, infrastructure investment and the evolution of the tourism economy. Recreational and natural resources data were also used, including attendance statistics of natural and cultural sites. In order to better understand the needs and preferences of tourists, as well as to analyze the level of satisfaction with the existing infrastructure and services, sociological surveys were conducted. Surveys among tourists, locals and tourism industry workers identified key issues and areas for improvement. Interviews with experts in tourism and ecology, as well as representatives of

local authorities helped to gather information on existing initiatives and programs for the development of tourism on the Alakol coast. It is important to take into account the environmental constraints of the region, so data on the state of the Alakol Lake ecosystems obtained from studies of environmental organizations and conservation projects were used. This included information on water quality, plant and animal life, and the current status of nature preserves and parks.

The initial stage of the research included analyzing existing data on tourism development in Kazakhstan, as well as on the state of tourism infrastructure on the Alakol Coast. The proposed article is based on statistical data, materials collected within the framework of the program "Comprehensive analysis of the natural, historical and cultural landscape potential of Alakol and the development of effective mechanisms for the development of recreational tourism". For this purpose, official statistics, tour operators' reports, as well as studies and reviews published in academic journals and specialized platforms were used. All collected data were subjected to quantitative and qualitative analysis using statistical and analytical methods.

Results. The Alakol Basin extends southeast in a northwest direction for 130 km with a width of 80 km. To the north, it is bordered by the Saur-Tarbagatai ridges. To the south, the basin is limited by the leading ridges of the Dzhungarian Alatau. In the northwest, it connects with the Balkhash Depression and gently transitions into the Kazakhstan low mountains. In the southeast, there is a significant decrease in the relief between the spurs of Saur and Alatau – the Dzhungarian Pass. In the lowest (347-350 m) central part of the depression, there is a system of lakes known as the Alakol group: these are Alakol, Koshkarkol, Zalanzhkol, Uyalykol, Sasykkol. At the foot of the ridges, the absolute height of the surface of the depression increases to 700-800 m. The largest lake in this group, Lake Alakol, has an irregular pear shape and is pressed against the Dzhungarian shore. Currently, the lake's surface is at an absolute elevation of 387 m. All the lakes are endorheic and do not communicate with each other, therefore the water salinity ranges from 3 to 9 grams per liter. More than 15 tributaries flow into the lake, of which the main ones are six: the Urjar River (providing 50% of the surface inflow to the lake), Khatynsu (8.8%), and Emel (27.4%) in the north and northeast, and Zhamanutkol (5%), Yrgayty, and Zhamanty (8.8%) in the south and southeast. Rivers originating from the spurs of the Dzhungarian Alatau (Tentek, Yrgayty, Jamanty), from the Saur-Tarbagay (Urdzhar, Emel, Tasty). The length of Lake Alakol is 104 km, its width is 52 km, the length of the coastline is 384 km, the maximum depth is 22.1

m, and the drainage area is 68.7 thousand km². Currently, the lake and its surroundings are used for balneological purposes. Recreation areas, campgrounds, and sanatoria have been built there [9].

It is observed that domestic tourism is rapidly developing in the resort areas along the shores of Lake Alakol. In turn, this contributes to the rapid economic development of the lakeside regions, necessitates the improvement of the tourism industry's material and technical infrastructure, and stimulates industries that provide services to vacationers and produce essential products. Analysis of statistical data shows that due to Alakol's proximity to the Chinese border, the number of tourists going on short-term shopping tours to border areas is increasing. The beach tourism sector in the region's domestic tourism market has begun to gain momentum. Ecological and scientific-exploratory tourism routes are being developed to serve regular vacationers. Tourism services in the resort areas along the shores of Lake Alakol play a significant role in providing seasonal employment for local rural residents and improving their socio-economic conditions.

Currently, the market supplying tourists to the seasonal beach resorts along the shores of Lake Alakol consists of the cities of Almaty, Taldykorgan, Semey, and Oskemen. The promising foreign market for attracting international tourists to the region includes Tyumen, Tomsk, Novosibirsk, Kemerovo, and Omsk regions of Russia, as well as the Altai Territory, which currently provide the main flow of tourists. This is closely linked to the region's historical, cultural, geographical, economic, and socio-cultural ties with neighboring countries, as well as the rapid development of international tourism in China.

The quantitative indicators of recreational use of tourist sites in the region are characterized by variability. Areas attracting a significant number of vacationers and tourists include the mouths of the Tentek and Zhamanty rivers flowing into Lake Alakol, the southern coast of Alakol and the Barlyk-Arasan health resort zone. The areas where short-term recreational activities of local importance are developed are located mainly in the middle reaches of large river valleys on frequently populated foothill plains. In the vast desert valleys tourism is poorly developed due to the characteristics of natural conditions. Amateur hunting and tourism of a risky nature are more developed in these territories.

Good development of transport and communication networks in the densely populated Alakol depression, availability of sufficient amount of necessary recreational resources in the valleys of the Tentek, Zhamanty, Kensu rivers and on the banks of lakes of the Alakol system and socio-economic potential of the region will allow in the future to develop recreation and tourism on a large scale [10].

Based on the analysis of data collected during the expeditionary research conducted in the period from 2023 to 2025, a map of Alakol tourist and recreational area at a scale of 1:2,000,000 was developed. The thematic content includes deposits of mineral waters and therapeutic muds, objects of historical and cultural heritage and tourist infrastructure, as well as nature reserves, sanatoriums and national parks, allowing the development of medical and health-improving and sanatorium-resort recreation, cognitive tourism, and is displayed using the spatial and qualitative coloristic method (Figure 1).

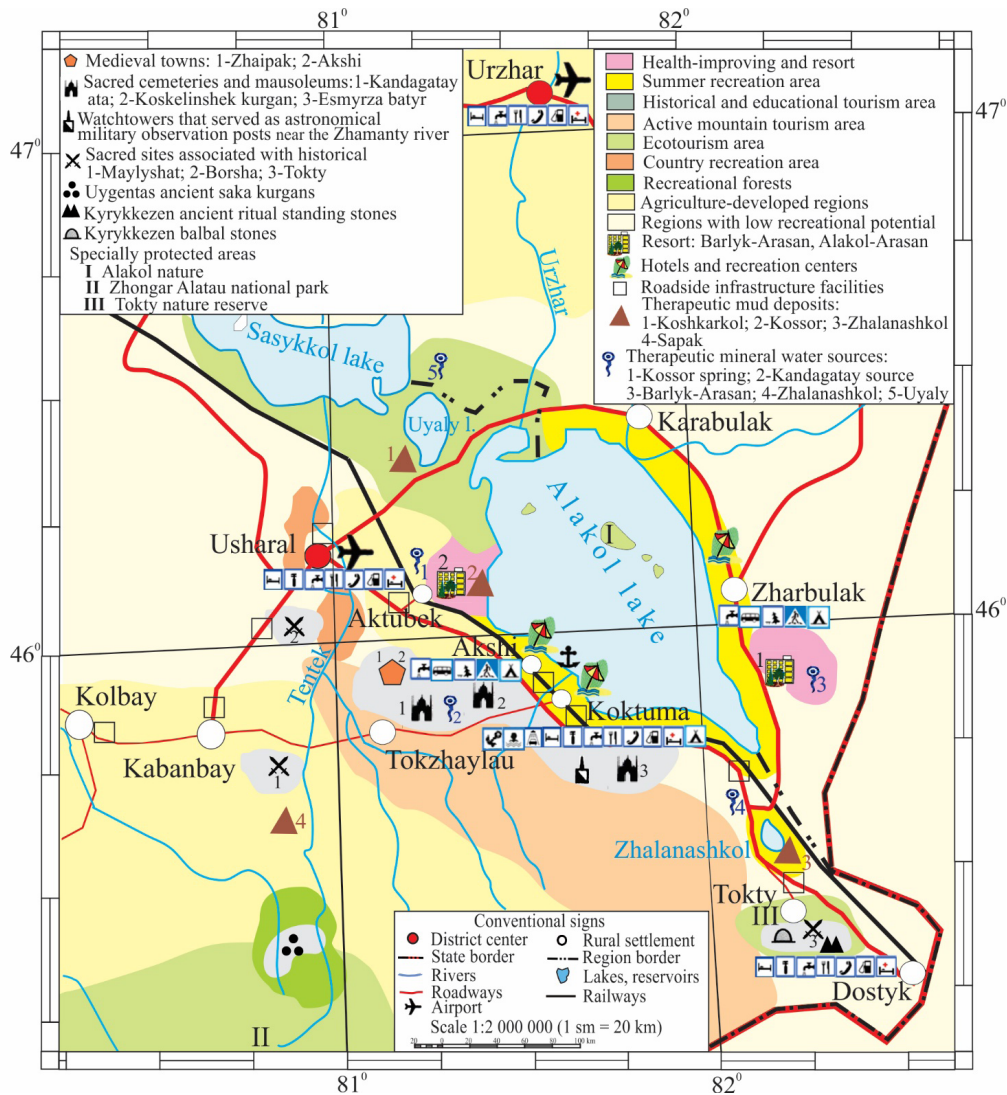


Figure 1 – Map of tourism and recreational potential of the Alakol recreation area
 Note: compiled by the author

The strengths of developing tourism and recreation along the Alakol shoreline include natural resources, ancient historical architectural monuments, entertainment facilities, as well as public catering and hotel services. The prerequisites for tourism development, in turn, require an assessment of the natural, socio-cultural and economic opportunities of the territory, allowing the formation of tourism and recreation industry. In recent years

on the beaches of Alakol there has been intensive construction of rest houses and resorts that meet the tastes of domestic and foreign vacationers. Most of them are being built on the southern and northern coasts of Alakol, on the beaches near the villages of Akshi, Koktuma, Uzunbulak, Karabulak, and Kabanbai.

The number of accommodations in the Alakol resort area for 2020–2023 is shown in Figure 2.

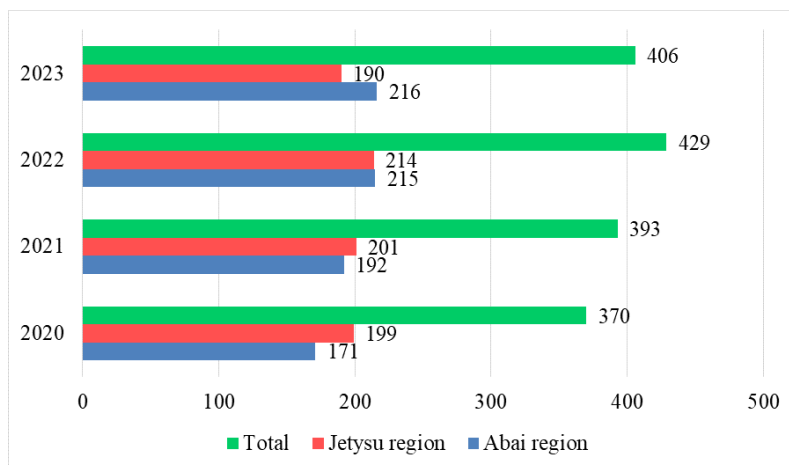


Figure 2 – The number of accommodation facilities in the Alakol resort area, unit [11]
Note: 2020-2021 years, East Kazakhstan region, Almaty region. Compiled by the author

The total number of accommodation facilities on the eastern and southern shores of the Alakol resort area has been increasing annually. In 2022, it amounted to 429 units, while in 2023, it decreased to 406 units.

According to monitoring data for the summer season of 2024, there are 223 tourist facilities located on the shore of Lake Alakol in the Jetysu region, with a total capacity of 15,700 beds. This is a significantly higher figure compared to previous years. Between 2005 and 2024, the number of hotels on the shores of Alakol increased by 5.5 times, the number of guest houses and boarding houses grew by 9.7 times, the number of tourist bases doubled, and the number of single-story bungalows, rural houses (chalets), cottages, small houses, and apartments increased by 5.3 times [12; 13].

In 2021-2022, Alakol received a large influx of tourists. This was due to the closure of foreign tourist destinations as a result of the pandemic. The pandemic had a positive impact on the growth of domestic tourism demand.

However, in 2023, the reopening of destinations such as Turkey, Egypt, and the UAE significantly affected domestic tourism. The pent-up demand for vacations played a key role — the two years under pandemic restrictions gave a boost to the sector.

According to official statistics, in 2023, accommodation facilities on the resort coastline served over 290.7 thousand tourists (205.8 thousand tourists on the eastern shore and 84.8 thousand tourists on the southern shore), excluding those who vacationed independently (see Figure 3). In comparison, according to the 2013 data from the Almaty Regional Statistics Department, 80.7 thousand people visited the Alakol shoreline for recreation and health improvement purposes. Therefore, the number of tourists on the southern shore in 2023 has decreased to the level of the 2013 figures.

Since the beginning of the 2024 tourist season, more than 600,000 people have improved their health in Alakol [12].

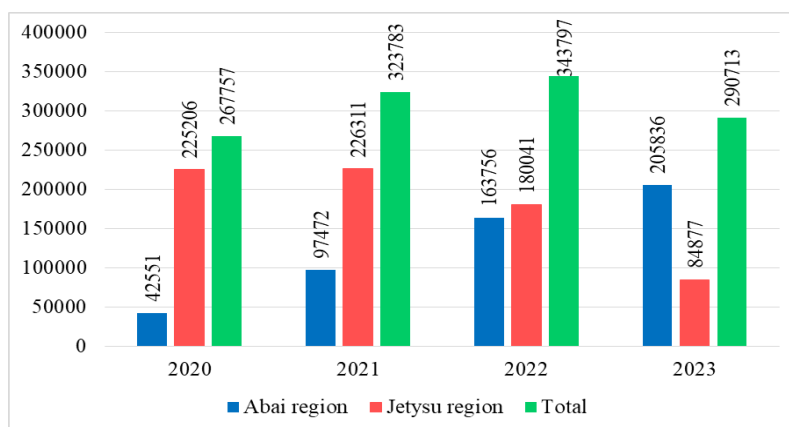


Figure 3 – The number of visitors to the Alakol resort and recreational area, people [11]
Note: 2020-2021 years, East Kazakhstan region, Almaty region. Compiled by the author

The Alakol resort has the potential to accommodate up to 2.5 million people and increase tourist flow by up to seven times, but currently, only 14% of its capacity is being utilized. As seen in Figure 3, the number of visitors to the shoreline under the Jetysu region sharply decreased in 2023. This is primarily due to issues with transport infrastructure and logis-

tics. In that year, air travel on the Alakol route was not available, the construction of roads was not completed, and there was a shortage of train tickets. Despite the significant number of people wanting to visit Alakol, the available tickets could not meet the full demand. Figure 4 provides an overview of the services offered in the Alakol resort area during these years.

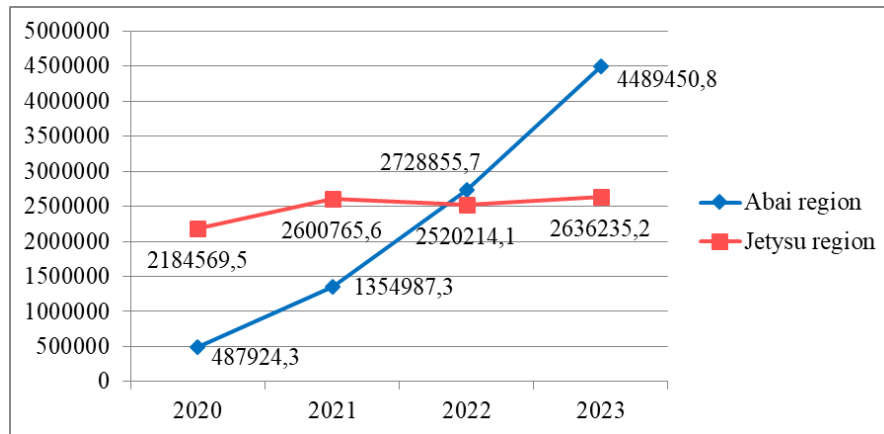


Figure 4 – The volume of services provided in the Alakol resort area, in thousand tenge [11]
Note: 2020-2021 years, East Kazakhstan region, Almaty region. Compiled by the author

Unfortunately, entrepreneurs operating in Alakol face infrastructure issues every year. These challenges relate to underdeveloped infrastructure, the lack of centralized and stable electricity supply, internet and communication issues, as well as the need for internal roads, sidewalks, and adequate lighting for the area. These are projects that have been announced and even funded, but have not been implemented, including central communications, water supply, and sewage systems. Communication infrastructure has not been fully established at the recreation bases. Due to the poor development of the material and technical base, infrastructure, and the lack of qualified specialists, the growth rate of domestic tourism in the region remains low. Although new recreation facilities have been built and service quality has improved over the past three to four years for tourists visiting the Alakol coastline, there have still been no fundamental changes.

As seen in Figure 4, the dynamics of the volume of services provided in the Jetysu region is steady, with no significant growth. This is due to the reasons mentioned above, as well as the issue of insufficient accommodation facilities.

Currently, due to the significant increase in recreational needs, it is an urgent issue to improve tourism services for local residents by building affordable campsites, small hotels, and guest houses for short-term stays along the middle and lower reaches of large rivers in the Alakol basin.

Discussion. To encourage domestic investors to build accommodation facilities and create favorable conditions, it is necessary to introduce special proposals for investors. Such measures could include increasing the reimbursement of a portion of business expenses up to 25% when constructing new tourism facilities and extending the loan and subsidy period for investments in tourism to 10 years. Entrepreneurs are ready to increase the number of beds and improve services, but there are issues that require state assistance.

Issues that require government support:

The coastal reinforcement project needs to be completed. This issue has been relevant for over 15 years.

The issue of electricity supply remains highly relevant. Over 200 tourist bases operate under minimal technical conditions. The lack of electricity on both shores of Alakol resort area leads to frequent breakdowns of household appliances and industrial equipment at the recreation centers, affecting the quality of services, causing significant losses to entrepreneurs, and resulting in negative feedback from tourists.

Additionally, the central water supply, sewage system, internet along the coastline, and mobile connectivity is very poor.

The issue of tourist safety remains unresolved. Unfortunately, the issue of tourist safety is raised every year, particularly concerning fire safety and

water safety. The number of unmonitored watercraft is increasing annually. There are not enough safe areas surrounded by barriers, and often, the drivers of such vehicles ignore the installed buoys and even approach areas where people are swimming, violating basic safety measures and driving at high speeds around groups of people.

The lifeguards of Ministry of Emergency Situations are unable to fully monitor the safety of beach vacations. For example, on the Abai region's coast, the beach stretches over 4 kilometers. Although the number of rescuers has increased this year, they are still unable to constantly monitor this area. During the summer season, it is necessary to significantly increase the number of lifeguards and water police. The state should regulate water transport and take control of ensuring tourists' safety while relaxing in the water. It is impossible to develop tourist resort areas without basic infrastructure [14].

The resource base necessary for the development of therapeutic and recreational tourism, as well as various types of recreation on the Alakol coastline, is not fully outlined in various programmatic documents. Firstly, the quantitative and qualitative indicators of the region's vast recreational resources have not been determined, and a platform for registering, documenting, preserving, and restoring them has not been created. Secondly, the quantitative and qualitative indicators of recreational resources have not been standardized. Thirdly, due to the ecological situation, some of the region's recreational resources, which distinguish it by its attractiveness, might be excluded from the country's unified tourist space. If we realistically assess the region's tourist and recreational resources, we can see that although many of them lag behind in terms of service quality, their efficiency, uniqueness, accessibility, and safety are on par with those abroad.

The underdevelopment of therapeutic and recreational tourism infrastructure, as well as the lack of proper organization of opportunities for cognitive and ecological tourism, aside from beach recreation and swimming, is hindering the establishment of a specialized national and international tourist-recreational system in the Alakol resort area. Specifically, the limited number of licensed guest houses and tourist bases in villages such as Akshi, Koktuma, Aktubek, Karabulak, and near the Zhalangashkol beach, which do not fully meet the needs of vacationers during the swimming season, significantly slows down the development of tourism and recreation in the region.

The solutions to all the issues mentioned above are being considered by the government. Special attention is being given to the development of roads

and engineering infrastructure for tourist facilities along the Alakol coastline.

The transportation factors in the development of tourism and recreation along the Alakol coastline. The transport and communication network connects the densely populated foothill areas of the Alakol depression with the industrially developed regions of Karaganda, East Kazakhstan, and China. The transportation factors in the development of tourism and recreation along the Alakol coastline are crucial. The transport and communication network connects the densely populated foothill areas of the Alakol depression with the industrially developed regions of Karaganda, East Kazakhstan, and China. It provides a convenient transit route for tourists arriving from Western Europe, Russia, East, and Southeast Asia via the Dostyk checkpoint. If the necessary infrastructure is established, this will allow the Alakol and Balkhash coastlines to transform into an internationally recognized recreational area. The relatively flat terrain of the regions, which house numerous historical, cultural, and natural monuments, is also favorable for transportation connections.

According to the regional Department of Entrepreneurship and Industrial-Innovative Development, during the summer season (from June to August), there are 28 weekly flights to Lake Alakol from the cities of Astana, Almaty, and Taldykorgan. Additionally, there are 12 railway routes from Almaty, Astana, East Kazakhstan, and Abai regions (with a frequency of 23 trains per week, 157 carriages, and 4473 passenger seats), including the Talgo train on the Astana-Dostyk route. Additionally, during the summer season, there are 15 daily trips of 50-seat tourist buses along the regular routes "Almaty - Akshi village - Koktuma village" and "Taldykorgan - Akshi village - Koktuma village." Transportation along these routes is carried out daily. The project for the reconstruction of the "Taldykorgan-Oskemen" (287-615 km) highway leading to the Alakol shoreline has been implemented. After the completion of major repairs on the national roads, travel by private car has become much more convenient and, most importantly, safer [12].

Demographic factors that provide opportunities for tourism development. The workers engaged in intellectual labor prefer to restore their spiritual and physical strength in resorts and recreational centers. On the other hand, the level of recreational service usage is low among rural residents and retirees. Large industrial enterprises and universities have built their own wellness facilities and recreational centers for school-age children in the valleys of the Karatal, Koksus, and Aksu rivers. Analysis of the demographic situation in the Taldykorgan region shows

that areas along the middle and lower reaches of the Tentek, Lepsy, and Karatal rivers are suitable for the development of recreational facilities due to their high population density.

Historical and cultural factors that provide opportunities for tourism development. Along with beach and swimming holidays on the shores of Lake Alakol, historical and cultural recreational resources play a special role in the development of cognitive, ecological, and pilgrimage tourism. These include settlements and burial mounds from the Bronze, Iron, and Saka-Hun periods, cities from the early Middle Ages, mausoleums and tombs dating back to the 15th-17th centuries, and places where the Kazakh-Jungar wars and Civil Wars took place. The majority of the infrastructure that allows for the development of tourism, recreation, and beach recreation in line with the region's natural conditions is concentrated on the southern and northern shores of Lake Alakol, near the Barlyk-Arasan resort area. Alakol is considered a highly suitable region for the development of medical and wellness tourism. The Alakol-Arasan therapeutic resort and the Barlyk-Arasan resort are located here, they known for their healing properties for vacationers and patients. The Balik-Arasan resort is primarily focused on treating nervous system, gynecological, gastrointestinal, and other health issues. It has the capacity to accommodate up to 400 guests per day. However, due to a low number of visitors, the resort only operates during the summer months. In order to revitalize the resort's operation, plans are in place to attract tourists from neighboring China. If the resort operates year-round, it will contribute to the creation of new jobs and attract additional investments [15].

There are full opportunities to develop health and wellness tourism, ecological tourism, and beach tourism along the Alakol coast. The following actions should be taken to develop health and wellness tourism and recreation in the region:

- To support tourism projects by the government, financial loans should be allocated and investments attracted;
- Solve the issue of providing concessional loans for the construction of tourism facilities;
- Address the issue of allowing foreign tourist groups to enter without barriers through special permits;
- Monitor and ensure high quality of tourism services;
- Strengthen the material base of the "Barlyk-Arasan" health and wellness center;
- Build new wellness facilities on the shore of Lake Alakol that meet international standards.

In addition, water supply and sewage systems have been built on the shore of Lake Alakol. Large-scale projects are ongoing, such as the construction of a 52-kilometer central water pipeline network in Akshi village, the establishment of sewage and treatment facilities, and the coastal protection works (13.5 km).

The project design and cost estimate for the construction of the "Akshi" new substation with a 56.7 km 110 kV power transmission line have been developed. To ensure a stable power supply for the Alakol resort area, high-voltage power lines are being installed, and new, more powerful power stations are being set up.

In addition, the project design and cost estimate for the expansion of the "Aktogay" substation, which is equipped with a 220 kV overhead distribution system and will be expanded to 2 cells, as well as for the construction of the new "Koktuma" 220/110/35/10 kV substation and the "Koktuma-Aktogay" 220 kV line (204.3 km), have been developed.

The regional administration has made adjustments to the first phase of the project "Alakol Lake Dam Construction in Alakol District of the Jetysu Region". Additionally, adjustments are being made to the design of the second phase [12].

To respond quickly to incidents at Lake Alakol, the Emergency Situations Department's rapid response and rescue team has prepared 7 motorboats, 2 inflatable boats, 21 diving equipment, as well as other necessary equipment. In order to ensure fire safety, temporary fire stations have been set up in the villages of Akshi and Koktuma. Additionally, two ambulance crews have been deployed to these settlements for round-the-clock duty during the summer season. The Transport Control Inspectorate has been provided with a boat to monitor water transport. This year, two inspectors will be working to ensure safe movement on the water. To ensure the cleanliness of the coastline, the Alakol district administration conducts daily removal of solid waste and sanitation works during the summer season. A total of 120 garbage containers and bins, 24 sanitary-hygienic installations, and 10 bio-toilets have been installed.

In the recreational area along the Alakol shoreline, the safety and reliable medical assistance for vacationers, as well as the stable operation of mobile communication and the 3G/4G internet, have been improved. All mobile network operators of the country are operating here, and during the peak season, for example, "Kcell" sends a mobile station to ensure connectivity [16].

In addition, there are 6 tourist routes, including horseback riding, ecological tourism, and an ethnovillage in the Lepsi village.

As a result of the large-scale measures implemented to develop tourism on the shores of Lake Alakol, the indicators for 2024 have increased several times compared to previous years. This year, an additional 8 facilities, with a total value of 1.4 billion tenge, are planned to be put into operation with private investments. The construction of the largest Phoenix recreation area in the region and a four-star hotel under the Hilton international hotels and resorts brand will begin soon. This indicates an improvement and diversification of services, as the flow of vacationers from all regions of Kazakhstan and both nearby and distant foreign countries is increasing every year. In other words, domestic entrepreneurs consider it worthwhile to invest significant funds in the tourism sector of Lake Alakol. Interest from investors in neighboring China is also increasing [12]. This sector of the economy is indeed growing successfully and dynamically, attracting the attention of not only domestic but also foreign investors. This suggests that in the coming years, the flow of tourists to the jewel of Zhetysay will multiply.

The following strategic guidelines for developing tourism and recreation in the Alakol region are proposed:

To form a tourism cluster that meets current standards and improve its material and technical base, it is necessary to create a legal, organizational, and economic framework for the sustainable development of tourism in the Alakol region.

To develop regional tourism through accessible private areas and regions, it is necessary to create an effective program that allows for the efficient use of nature and the preservation and restoration of tourist and recreational resources. This is because, without using specific monitoring indicators, it will be impossible to create investment projects and programs for the investment attractiveness of tourist areas. Therefore, the unified cadastre of the region's tourist-recreational resources should serve as the basis for creating a regional tourism development program.

Tourist-recreational potential should be realized through the development of tourist-recreational resources, taking into account the area's internal economic capabilities and the external environmental conditions, which define the strategy for striving towards the international tourism service market.

Developing regional tourism through accessible private tourist areas and regions requires creating an effective program for the sustainable use of nature for tourism purposes, as well as the preservation and restoration of tourist resources.

To export tourist services, it is necessary to take a pivotal step towards forming the region's image,

conducting tourism statistics in line with current standards, implementing an international insurance system, and improving tourism infrastructure.

The general framework for developing health and wellness tourism and recreation in the Alakol region should be based on the stability of the natural environment, taking into account environmental protection and ecological factors.

The weaknesses in developing health and wellness tourism and recreation along the Alakol shoreline include the underdevelopment of the tourist cluster and the low level of support for tourism companies from the government. Additionally, among the threats to the development of health and wellness tourism and recreation, the instability of service quality and the increasing pressure on recreational facilities can be highlighted.

The opportunities for developing health and wellness tourism and recreation along the Alakol shoreline include efforts to turn the area into a center for business trips and leisure, constructing resorts and vacation homes that meet international standards, developing domestic historical tourism, improving household and technical services for the population, and carrying out major repairs on road infrastructure.

Conclusion. This study has identified several key directions for the sustainable development of recreational tourism on the Alakol shoreline. First, it is necessary to develop an environmental monitoring system and implement environmental certification standards for tourist facilities, which will ensure the minimization of negative impacts on the region's ecosystem. Secondly, it is important to actively develop tourist infrastructure, including transport networks, the hotel sector, and service industry, with an emphasis on improving service quality and increasing the region's accessibility for different categories of tourists. Thirdly, an important element of the strategy should be the involvement of local residents in the planning and implementation of tourism projects, which will enhance social responsibility and contribute to the region's economic growth.

Moreover, a key aspect of successful tourism development is the harmonious combination of recreational interests with the protection of natural resources. To achieve this, it is necessary to implement innovative eco-friendly technologies, such as the use of renewable energy sources, effective management of water and energy resources, as well as minimizing waste and emissions into the atmosphere.

Special attention should be given to education and awareness for both tourists and the local population, which will help raise the level of environmental culture and encourage a respectful attitude toward natural resources. It is also essential to develop sus-

tainable ecotourism routes and programs that will not only attract tourists but also foster a deep connection with nature, local traditions, and culture.

The potential of the Alakol shoreline for the development of recreational tourism is significant, but its realization requires coordinated actions from various stakeholders: government authorities, local communities, private businesses, and environmental organizations. The implementation of the proposed mechanisms and strategies will not only increase the region's attractiveness for tourists but also ensure its sustainable development in the long term.

The development of effective mechanisms for the sustainable development of recreational tourism on the Alakol shoreline is a relevant and necessary task for preserving the region's unique natural environment, increasing its attractiveness for tourists, and ensuring long-term economic and social development. During the study, key tasks were set and solved, allowing for a comprehensive assessment of the current situation and the development of practical recommendations for the effective growth of tourism in this unique natural area.

1. Assessment of the current situation in the field of recreational tourism on the Alakol shoreline

2. Identification of environmental and socio-economic risks associated with tourism development in the region

3. Development and implementation of ecotourism routes and infrastructure solutions

4. Analysis of the best global practices and their adaptation to the conditions of the Alakol shoreline

5. Recommendations for developing infrastructure and the social component of tourism

6. Involvement of local residents in the decision-making process

Based on the conducted analysis, it can be concluded that the Alakol shoreline has immense

potential for the development of recreational tourism. However, to realize this potential, it is necessary to develop effective management mechanisms and sustainable tourism strategies that will take into account ecological, social, and economic aspects. The implementation of such approaches in both the short-term and long-term will not only enhance the region's attractiveness for tourists but also ensure its environmental sustainability and the well-being of the local population.

A unified centralized approach to regional development is needed, into which private hotels, accommodations, and dining establishments should fit. In this case, it will be much easier, cheaper, and more effective to develop and maintain the infrastructure. For this, it is necessary to have a development plan for at least 10 years ahead, taking into account the ecological capacity of the entire region.

Thus, the development and implementation of effective mechanisms for the sustainable development of recreational tourism on the Alakol shoreline is an important step towards preserving the region's natural heritage, improving the quality of life for local residents, and creating a sustainable economy based on tourism. These measures could serve as a model for other natural areas in Kazakhstan that are striving for a harmonious balance between tourism and environmental conservation.

Funding information. This article was developed within the framework of the program BR24992981 "Comprehensive analysis of the natural, historical and cultural landscape potential of Alakol and development of effective mechanisms for the development of recreational tourism", funded by the Science Committee of the Ministry of Science and Higher Education of the Republic of Kazakhstan for 2024-2026.

References

- 1 Cerveny L.K. Sustainable recreation and tourism: Making sense of diverse conceptualizations and management paradigms // *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. – 2022. – Vol. 38. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213078022000354> (date of access: 26.03.2025).
- 2 Morse W.C., Selin S., Cerveny L.K., Blahna D.J. Editorial: Introduction to sustainably managing outdoor recreation and nature-based tourism as social-ecological complex adaptive systems // *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. – 2022. – Vol. 38. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213078022000342> (date of access: 26.03.2025).
- 3 Yang E., Kim J., Gibson H.J., Thapa B. The impact of resilience on community variations in the relationships between tourism and quality of life // *Journal of Destination Marketing & Management*. – 2024. – Vol. 33. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212571X24000763> (date of access: 27.03.2025).
- 4 Buckley R., Pascual U. Tourism, Role of // *Encyclopedia of Biodiversity*. – 3rd ed. – Academic Press, 2024. – pp. 562–566. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128225622001651> (date of access: 27.03.2025).
- 5 Williams A.M., Shaw G. Future play: tourism, recreation and land use // *Land Use Policy*. – 2009. – Vol. 26, Supp. 1. – pp. 326–335. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0264837709001495> (date of access: 28.03.2025).
- 6 Elands B.H.M., van Marwijk R.B.M. Policy and management for forest and nature based recreation and tourism // *Forest Policy and Economics*. – 2012. – Vol. 19. – pp. 1–3. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1389934112000755> (date of access: 28.03.2025).

- 7 Edgell D.L. Tourism, Recreation, and Sustainability. 2nd ed. // Annals of Tourism Research. – 2009. – Vol. 36, №4. – pp. 749–750. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738309000899> (date of access: 29.03.2025).
- 8 Haegli P., Pröbstl-Haider U. Research on personal risk in outdoor recreation and nature-based tourism // Journal of Outdoor Recreation and Tourism. – 2016. – Vol. 13. – pp. 1–9. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213078016000207> (date of access: 29.03.2025).
- 9 Alzhigitova M., Zapparov M., Mirlas V. Impact of anthropogenic activities on the state of lake Alakol // Bulletin of KazNTU, Earth Sciences Series. – 2021. – №2. URL: <https://doi.org/10.51301/vest.su.2021.i2.06> (date of request 1.04.2025.).
- 10 Aktymbayeva A.S., Taukebayeva M.T. Geocological Characteristics and Assessment of the Tourist-Recreational Potential of the Alakol Region // News of Science of Kazakhstan. – 2015. – №2. – pp. 83-104.
- 11 Statistical data 2020-2024 // Bureau of National Statistics, Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. URL: <https://stat.gov.kz/en/> (date of request 30.03.2025.).
- 12 Reports 2024 // Department of Entrepreneurship and Industrial-Innovative Development of the Zhetisu region. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/zhetysu-industrial?lang=en&ysclid=ma2dydqpze33441317> (date of request 31.03.2025.).
- 13 Economic Passport of Almaty Region covering the years 2005-2012. URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/almobl/documents/details/644679?lang=en&ysclid=ma2e21tdi4291718061> (date of request 1.04.2025.).
- 14 Without basic infrastructure, the development of tourist resort zones is impossible – Entrepreneurs of the Alakol resort zone. – 2023. URL: <https://atameken.kz/ru/news/50110-bez-bazovoj-infrastruktury-nevozmozhno-razvitiye-turisticheskikh-kurortnykh-zon-voprosy-razvitiya-kurortnoj-zony-oz-alakol-podnimayut-predprinimateli> (date of request 2.04.2025.).
- 15 The concept of development of tourist industry of the Republic of Kazakhstan for 2023 - 2029. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (date of request 3.04.2025.).
- 16 Alakol: The Jewel of Zhetisu Becoming More Attractive for Kazakhstani Citizens. – 2024. URL: <https://vestnik19.kz/news/cat-9/6850> (date of request 4.04.2025.).

<p>Хат-хабарларга арналган автор (бірінші автор)</p> <p>Есенгабылова Айман Касенхановна, PhD, I.Жансүгіров атындағы Жетісу университет, Талдықорған қ., Қазақстан, e-mail: aiman_13_90@mail.ru; ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2956-5665</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор)</p> <p>Есенгабылова Айман Касенхановна, PhD, Жетысуский университет имени И.Жансугурова, г. Талдықорған, Казахстан, e-mail: aiman_13_90@mail.ru; ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2956-5665</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author)</p> <p>Yessengabylova Aiman Kasenkhanovna, PhD, Zhetysu University named after I. Zhansugurov, Taldykorgan, Kazakhstan, e-mail: aiman_13_90@mail.ru; ORCID ID: https://orcid.org/0000-0003-2956-5665</p>
---	--	--

Date of submission of the article: 7.03.2025
Date accepted for publication: 26.06.2025

Зиявдинова А.К.^{ORCID}, Болат К.Б., Қуандықова Э.Қ.

Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан Республикасы

ТУРИСТІК ҚЫЗМЕТТЕРДІ САТЫП АЛУЫНА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМАЛАР МЕН ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕРДЕГІ ПІКІРЛЕРДІҢ ТҰТЫНУШЫ ТУРИСТЕРГЕ ӘСЕРІ: ДҮНИЕЖҮЗІЛІК ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДЫҚ КОНТЕКСТ

Зиявдинова Асыл Қадырхановна, Болат Кенжебек Болатұлы,
Қуандықова Элмира Қуандыққызы**Туристік қызметтерді сатып алуына онлайн-платформалар мен әлеуметтік желілердегі пікірлердің тұтынушы туристерге әсері: дүниежүзілік және қазақстандық контекст**

Аңдатпа. Туристік қызметтерді тұтындау онлайн-платформалардың танымалдылығының жылдам өсуін байқадық, туристер саны артып бұл туристік мекемелердің табыс табудағы негізгі тірегі ретінде қарастырудың айғағы, себебі сандық, мобильді қосымшалар арқылы қызметтерге тапсырыс беруге деген дағды артып келеді. Зерттеу онлайн-платформалар мен брондау сайттарын, атап айтқанда «Booking.com», «TripAdvisor», сондай ақ «Instagram», «TikTok», «Facebook» әлеуметтік желілерінің пайдалану жиілігін, жас ерекшелігін, көп іздейтін ақпараттар мен хэштегі талдайды. Зерттеудің мақсаты-туристік қызметті таңдауда тұтынушылар көп қолданатын онлайн-сайттар мен әлеуметтік желілерді анықтай отырып, онлайн-пікірлер мен ақпараттың сатып алу шешіміне әсерін анықтау. Зерттеуде Алматы қаласы бойынша 73 респондент қатысты. Мақаланың ақпараттық негізі шетелдік, отандық ғалымдардың ғылыми еңбектері, диссертациялық жұмыстары, мақалаларынан, дүниежүзілік сайттар мен әлеуметтік желі статистикалық есептері мен деректерінен тұрады. Алынған нәтижелер негізінде әлеуметтік желілер, онлайн-платформалардың туристік әлеуетін арттыруда, маркетингтік стратегияны сандық технологияның мүмкіндіктеріне сүйеніп құру және «kazakhstan.travel», «e-Qонақ» отандық сандық қосымшаларды іске қосып арттыру маңызды, туристік ұйымдарға Қазақстандық туризмге сұранысты арттыру жолында цифрлық әлеуетті тиімді пайдалану бойынша ұсыныстар жасалды.

Түйін сөздер: онлайн-платформалар, әлеуметтік желілер, онлайн-пікірлер, туристік қызметтер, тұтынушы мінез-құлқы, цифрлық маркетинг.

Зиявдинова Асыл Қадырхановна, Болат Кенжебек Болатұлы,
Қуандықова Элмира Қуандыққызы**Влияние онлайн-платформ и отзывов в социальных сетях на покупку туристских услуг на туристов-потребителей: мировой и казахстанский контекст**

Аннотация. В условиях стремительного развития цифровых технологий наблюдается рост популярности онлайн-платформ в потреблении туристских услуг. Увеличение числа пользователей свидетельствует о растущем доверии к цифровым сервисам как к основным инструментам формирования дохода в туристской отрасли. В статье рассматриваются особенности использования онлайн-платформ и сайтов бронирования, таких как Booking.com и TripAdvisor, а также социальных сетей Instagram, TikTok и Facebook. Особое внимание уделяется возрастным различиям пользователей, характеру поисковых запросов и использованию хэштегов при выборе туристских услуг. Цель исследования – выявить наиболее востребованные онлайн-ресурсы и социальные сети, влияющие на поведение потребителей при выборе туристских продуктов, а также определить роль онлайн-отзывов и пользовательской информации в процессе принятия решения о покупке. Эмпирическая база исследования включает данные анкетирования 73 респондентов из города Алматы. Теоретическая основа сформирована на основе анализа научной литературы, диссертационных исследований, публикаций отечественных и зарубежных ученых, статистических отчетов, а также данных, размещенных на глобальных и национальных онлайн-платформах. На основе полученных результатов делается вывод о необходимости активного развития туристского потенциала социальных сетей и онлайн-платформ, формирования маркетинговых стратегий с учетом возможностей цифровых технологий, а также дальнейшего внедрения отечественных цифровых сервисов, таких как «Kazakhstan.travel» и «e-Qонақ».

Ключевые слова: онлайн-платформы, социальные сети, онлайн-отзывы, туристские услуги, потребительское поведение, цифровой маркетинг.

Ziyavdinova Asyl Kadyrkhanova, Bolat Kenzhebek Bolatuly, Kuandykova Elmira Kuandykkyzy
Impact of online platforms and social media reviews on the purchase of tourist services on consumer tourists: global and kazakhstan context

Abstract. In the context of the rapid development of digital technologies, the popularity of online platforms in the consumption of tourism services is growing. The increase in the number of users indicates a growing trust in digital services as the main tools for generating income in the tourism industry. The article discusses the features of using online platforms and booking sites such as Booking.com and TripAdvisor, as well as social networks Instagram, TikTok and Facebook. Particular attention is paid to the age differences of users, the nature of search queries and the use of hashtags when choosing tourism services. The purpose of the study is to identify the most popular online resources and social networks that influence consumer behavior when choosing tourism products, as well as to determine the role of online reviews and user information in the decision-making process about a purchase. The empirical base of the study includes survey data from 73 respondents from the city of Almaty. The theoretical basis is formed on the basis of the analysis of scientific literature, dissertations, publications of domestic and foreign scientists, statistical reports, as well as data posted on global and national online platforms. Based on the results obtained, a conclusion is made about the need for active development of the tourism potential of social networks and online platforms, the formation of marketing strategies taking into account the capabilities of digital technologies, as well as the further implementation of domestic digital services such as «Kazakhstan.travel» and «e-Qonaq».

Key words: online platforms, social media, online reviews, tourism services, consumer behavior, digital marketing

Кiрiспе. Соңғы жылдары цифрлық технологиялардың қарқынды дамуы байқалды, бұл туризм индустриясын елеулі өзгерістерге әкелді. Дәлірек айтсақ, интернет пен сандық технологиялар туристік қызметтерді жоспарлау мен сатып алу тәсілін түбегейлі өзгертті. Олар туристерге ақпараттың кең таңдауын, әртүрлі нұсқаларды салыстыру және басқа саяхатшылардан кері байланыс алу мүмкіндігін берді. Онлайн-платформалар мен пікірлер туристік ағынды қалыптастыруда және туристік қызметтерді сатып алу туралы шешім қабылдауда күн сайын маңызды рөл атқаруда. Бұл мақалада әлемдік деңгейде де, Қазақстанда да туристердің мінез-құлқына әлеуметтік желідегі кері байланыс, пікірлер мен шолулардың туристік өнімнің сатылымын көтерудегі әсерін зерттеуге арналған.

Зерттеу өзектілігі. Онлайн-платформалар, брондау сайттары, әлеуметтік желілердегі ақпараттарға тұтынушылардың пікірлері туристік қызметті сатып алу мотивіне дейін апаратын туристің мінез-құлқына әсердің заңдылықтарын анықтау.

Зерттеудің мақсаты. Туристік қызметті таңдауда тұтынушы көп қолданатын онлайн-сайттар, әлеуметтік желілерді анықтау; онлайн-пікірлер, ақпараттың сатып алу шешіміне жеткізетін факторларды топтау.

Зерттеу міндеттері:

- Әлемдік деңгейде онлайн-платформалардың, брондау сайттарының, әлеуметтік желілердің тенденциясын талдау, туристік индустриядағы маңызын түсіну;

- «Booking.com», «TripAdvisor», «Instagram», «TikTok» және «Facebook» әлеуметтік желілерінің пайдалану жиілігін, ғаламторға кіру себе-

бін анықтау, жас ерекшелігін, көп іздейтін ақпараттарды, хэштегті талдау;

- Қазақстан бойынша туристік саяхатты жоспарлауда және туристік қызметті таңдауда әлеуметтік желілердің, онлайн-сервисстердің, факторлардың әсерін талдау;

- Отандық «kazakhstan.travel», «e-Qonaq» сандық қосымшалардың туристік нарықта бәсекеге қабілеттілігін арттыру жолдары бойынша ұсыныстар ұсыну;

- Әлеуметтік желілер, мобильді қосымшалар, ғаламтор жүйесін пайдаланушылар санының динамикасын саралап, онлайн контент салуда ұсыныстар жасау;

- Электронды коммерцияның даму ағымына ілесуде туристік маркетингке стратегиялық жоспарларды жүйелеп, жаңалау бойынша болжау жасау.

Ғаламтордың біздің күнделікті өмірімізге енуінен бастап ақпарат ағыны тек арнайы ақпарат жүйелерімен, телеарналар мен мекемелердің қадағалау шектеуінен шықты, қоғамның әр мүшесі өзінің жеке өмірімен, тәжірибесімен, ой-пікірімен миллиондаған ғаламтор қолданушылармен бөлісіп, олардың мінез-құлықтарына, шешімдеріне «ауызша-радио» сияқты әсерін тигізе алады. Ауызша ауыздан ауызға ақпарат жеткізу ең тиімді ресурстардың бірі [1, б. 14-21]. Дәстүрлі тұлғаралық ауызба ауыз қарым-қатынас тек әлеуметтік жағынан шектеулі кезде тиімділігі жоғары, уақыт пен арадағы алшақтық бұл тиімділікті, оң әсерін жояды. Сандық ақпараттық технологияның ақпаратты жеткізу, алмасу, пікір білдіру жолдарын жаңа деңгейге шығарған мүмкіндіктері жалпы нарыққа тұтынушының көзқарасын,

талаптарын түбегейлі өзгертті [1, б. 14-21]. Онлайн белсенділіктің артуы өнім туралы, нарыққа ұсынатын кез-келген қызмет түрін жарнамалап, шынай уақытта ақпараттың сапалы тартымды болуына сұраныс тудырды, бұл сонымен қатар, онлайн сауданың дамуы онлайн пікір, комментарий, ұсыныстар мен ілтипат білдірудің жүйесін ашты [2, б. 1-18]. Мысал келтіретін болсақ, шетелдік ірі арналар қаражатты көрермендерге өздерінің ұсынып отырған өнімдерін, қызметтерін көптеген аудитория талқылау мақсатында маркетингтік [3, б. 45-56] алаңдарды шоу, бағдарламаға аямайды. Бұл арналар өз алдына жаңа веб-сайттар құрып маркетингтік стратегияларын жүзеге асырады. Ғаламторды қолданушылар саны күнен күнге артуда, жаңа сайттар мен жасанды интеллект сауда алаңдарын толығымен жаңартты десек те болады. Инновациялық прогресске байланысты тұтынушының да мінез-құлқы, қалаулары өзгергені анық.

Осы жағдайларды ескере туризмді цифрландыру және туризм саласына жаңа баламалы е-технологияларды енгізу өзекті мәселе болып табылады. 2000 жылдардың басында туристерге арналған алғашқы цифрлық қызметтер пайда болды: брондау және билеттерді сатып алу жүйелері, нақты мысал келтірсек олар: «Booking», «Aviasales». Дәл осы күндері сандық платформаларды пайдаланбай заманауи саяхатты елестету қиын.

GWI (GlobalWebIndex) сауалнамасына қатысқан еңбекке қабілетті жастағы респонденттердің 61%-ға жуығы «ақпарат іздеу» ғаламторды пайдаланудың басты себептерінің бірі, бұл ғаламторды әлемде кең тараған уәждемеге айналдыратынын мәлімдеді. Жер бетіндегі адамдардың 66%-дан астамы қазіргі уақытта ғаламторды пайдаланады, ал соңғы мәліметтерге сәйкес, әлемдегі ғаламтор пайдаланушыларының жалпы саны 5,35 миллиард. 2024 жылдың басында 12 айда ғаламтор пайдаланушылар саны 1,8%-ға артты, бұл 2023 жылдың басынан бері 97 миллион жаңа пайдаланушының қосылуымен байланысты. Әлеуметтік желілерде 2024 жылдың басында олардың жалпы саны 5,04 миллиардқа жетті.

«DataReportal» зерттеулеріне сүйенетін болсақ әлеуметтік желілер тарихындағы жаңа кезең 4 ақпанда атап өтілген «Facebook»-тың жиырмасыншы туған күнімен сәйкес келеді. Дегенмен, әлеуметтік желілердің тарихы Марк Цукерберг 2004 жылы Гарвардтағы жатақхана бөлмесінде TheFacebook.com-ды іске қосқанға дейін басталғанын ескеру керек [4].

Шынында да, әлеуметтік желілердің 5 миллиард қолданушыға жету жолы 50 жылдан астам

уақыт бұрын басталған. Жыл санап әлеуметтік желілерді қолданушылар саны 5,6% пайызға артып, ал 2023 жылы алғаш рет 266 миллион жаңа пайдаланушы әлеуметтік желілерге қосылды. Бұл таңғаларлық көрсеткіш өткен жылы әлемде әр секунд сайын орташа есеппен +8,4 жаңа әлеуметтік желі қолданушысының пайда болғанын көрсетеді.

Әлем әлеуметтік желілерде көп уақыт жұмсайды: GWI-дің соңғы зерттеулері бойынша, әлеуметтік желілердің орташа қолданушысы қазір күніне 2 сағат 23 минутын арнайды. Бұл көрсеткіш өткен жылдың бір кезеңінде хабарлағанымыздан тәулігіне 8 минутқа төмен, бірақ деректерді талдау GWI әдістемесінің өзгеруі пайдаланушылардың мінез-құлқындағы нақты өзгерістер емес, негізгі фактор болуы мүмкін екенін көрсетеді. Қалай болғанда да, соңғы деректер 2024 жылға қарай адамзаттың әлеуметтік желілерде жалпы 500 миллион жыл өткізетінін көрсетеді. Сонымен қатар, «достары мен отбасы мүшелерімен байланыста болу» екінші орында тұр, бұл ретте респонденттердің 56,6%-ы мұны негізгі себеп ретінде келтіреді.

АҚШ статистикасына сүйенсек, 97% туристер демалыс кезінде әлеуметтік желілерде өздерінің жеке фотосуреттерін, бейнежазбаларын, пікірлері мен алған ісерлерін жариялайды. Саяхатшылардың жартысынан көбі әлеуметтік желілерде достарының, отбасының немесе құрдастарының фотосуреттерін сондай-ақ бейнежазбаларын көргеннен кейін ғана белгілі бір жерге баруды шешеді екен. «Instagram» әлеуметтік желісінен миллионнан астам саяхатқа қатысы бар хэштегті іздейді. Әлеуметтік желілер туристік ақпаратты алудың негізгі арнасына айналды, себебі желі қолданушылары басқа пайдаланушылардың желілерде бөлісетін саяхаттағы суреттерін, пікірлерді, шолуларды, көзқарастары мен түйгендерін, саяхаттан алған әсерлерін көреді [5, б. 121-135].

Жаңа деңгейдегі Web 2.0-дің пайда болуы туристерге онлайн-платформалар мен әлеуметтік желілерде саяхаттан алған әсерлері мен зерттеулері туралы ақпаратты оңай жасауға және бөлісуге мүмкіндік беріп, бұл жағдайлар әлеуметтік желілерді, сайттарды әртүрлі өндірістік және де қызмет көрсету салаларындағы мекемелер үшін басты назар аударып, дейін қоятын маркетинг құралына айналдырды. Туристер әлеуметтік желілерді әлеуетті саяхат бағыттарын таңдауда ақпараттың ең сенімді көзі ретінде қарастыруда [6, б. 1-15]. Осы мүмкіндіктер арқасында туристер саяхат туралы мәліметті толық алдын ала алып, сапарға дейін және сапардан кейін, сапар

барысында да шынайы, әрi сенiмдi негiзделген шешiмдер қабылдай алды [7, б. 3097-3115]. Дегенмен, ғаламтордағы ақпараттың шексiздiгi, ауқымды көлемiне қол жеткiзу тұтынушыларды сендiрудi қиындатады, өйткенi тiптi жарнама әрқашан сенiмдi деп саналмайды. Осыған байланысты тұтынушылар сенiмдi ақпарат көздерiн iздейдi және басқа тұтынушылардың пiкiрлерiне жүгiнедi, бұл қоғамда «ауызша радио» ықпалының артуына әкелдi [7, б. 3097-3115].

Қазiргi әлемде тұтынушылар сатып алу туралы шешiм қабылдас бұрын тауарлар мен қызметтер туралы пiкiрлердi қарау үшiн интернет-ресурстардың кең ауқымын пайдаланады. Мухопадхья, Пандей және Ришидiң зерттеулерi нәтижесiнде әлеуметтiк желiлер, шолу сайттары, блогтар мен форумдар арқылы ықпалды мазмұнды тарату е-WOM-ның дамуына ықпал етедi, сондай-ақ [8, б. 404-424] туризм ол, материалдық емес өнiм болғандықтан, е-WOM әлеуметтiк белсендiлiктiң бiр түрi ретiнде ғаламтордың дамуымен ерекше мәнге ие болды. Туристiк ынта көбiнесе әлеуметтiк желiлерде саяхаттан алған әсерлерiмен оңай бөлiсетiн жоспарда саяхатқа шығатын саяхатшылар үшiн жалғыз ақпарат көзi болып [8, б. 404-424] табылады.

Туризм индустриясында тиiмдi маркетингтiк стратегия құру үшiн барлық iшкi де сыртқы да факторларды жетiк бiлу маңызды. Себебi тұтынушылар үшiн ақпараттың дамыған, қолжетiмдi ғасырында ең маңызды мәселелердiң бiрi ол ақпараттың сенiмдiлiгi мен шынайы уақытта сәйкестiгi, бағасы да өте маңызды фактордың бiрi [9, б. 37-48]. Қазiргi күнi туристiк саяхаттар мен жорықтарға шығушы тұтынушылар барлық ақпаратты онлайн алады және сол арқылы сатып ала алады, бұл дегенiмiз барлығымыздың, яғни кәсiпкерлердiң де жұмысын оңайлатып, уақытты үнемдеп қолдануға үлкен мүмкiндiк деген сөз. Байқағанымыздай, туристiк қызметтердi тұтынушылар арасында дереккөздердi онлайн алу дағдысы кең таралған, туристiк саяхатқа бiр уақытта, бiр бағытта шығу ниетi субъективтi ықтималдылық ретiнде қарастыруға болады [10, б. 42-54]. Саяхаттың әлеуеттi ниетi туристiк қызметтердi сатып алу туралы шешiм қабылдауға жеке дайындыққа байланысты, бұл көптеген факторлардан тұратын күрделi процесс.

Сайып келгенде, сандық медиа технологияның, әлеуметтiк желiлердiң, қосымшалардың үздiксiз дамуы кәсiпкерлiктегi iскерлiк қарым-қатынастарды басқарып, дамытуға, географиялық шекарамызды кеңейтуге және табысымызды арттыратын, интербелсендi маркетингтi жақсарту, әлеуметтiк

медиа арқылы өз тұтынушылар аясын кеңейтiп, арттыруға ынталандырады. Әлеуметтiк коммерция контекстiнде мекеменiң табыс көзi туристiк тұтынушылардың мiнез-құлқына, соның iшiнде сатып алу ниетiне, адалдығына, қарым-қатысап пен керi байланыс орнату, тұтынушылардың онлайн-пiкiрлерi болашақта сатып алушыларға нақты өнiмдер мен қызметтер туралы белгiсiз қырлары мен сенiмсiздiк тудыратын себептерден арылуға, жеке тәжiрибесiне сенiм артып өнiмдi сатып алуға шешiм қабылдауына негiз [10, б. 42-54; 11, б. 554-563]. Маркетингтiк стратегияны жүзеге асыруда тұтынушы санын көбейтiп, сату алаңын кеңейту мақсатында белгi бiр кәсiпорындар өз өнiмдерiне онлайн-пiкiр қалдырған адамдарға жеңiлдiктер жасап, кәдесый ұсынады. Бiздiң зерттеу платформалар, әлеуметтiк желi, веб-сайт, мобилдi қосымшаларды қолданушылар санының артуы, сандық мәдениет пен дағдының қалыптасуы электронды коммерциямен айналысып, нарықта бәсекеге қабiлеттi маркетингтiк стратегияны, ұсыныстарды жүйелеу.

Әдiстер мен материалдар. Зерттеу жұмысының негiзi тұтынушылардың әсерлерiн және сатып алу шешiмi арасындағы факторлардың жүйелi байланысын, сандық платформалар арқылы онлайн-пiкiрдi негiзге алған тұтынушылардың жеке тәжiрибесiн анықтаймыз. Зерттеудi жүргiзу екi кезеңнен тұрады, бiрiншi кезең ақпараттарды жинақтау, бұл кезеңде алдымызға қойған мақсатқа жетiп, мiндеттердi айқындау үшiн зерттеу үлгiлерiн, ғылыми мәлiметтердi, жобаларды жинаймыз. Екiншi кезең мәлiметтердi жалпылап, талдау, негiзгi екi бөлiктен тұрады: жиналған дерек көздерiн алдын ала сараптау және байланыс пен заңдылықтарды анықтап, жүйеге келтiру.

Зерттеудi жүргiзу барысында авторлармен:

1. Салыстырмалы зерттеу - ашық көздерден Қазақстан Республикасының туристiк нарықта сандық технологиялардың таралуы мен маңызы туралы сандық мәлiметтердi жинау және талдау.

2. Сапалық зерттеу әдiсi - Алматы қаласында орналасқан туристiк индустриясында тiкелей жұмыс iстейтiн жоғары бiлiктi мамандармен (менеджерлер, менеджер-басқарушы, SMM менеджер) сараптамалық жеке сұхбат жүргiзу.

3. Сандық зерттеу әдiсi - Алматы қаласының қонақтары мен тұрақты тұрғындарынан, жалпы 73 респонденттен сауалнама алу.

4. Эмпирикалық талдау жасап – ғаламтор севитерiнiң қолданушылары мен оларға сатып алуға дейiн апатын шешiмдерге онлайн пiкiрлердiң әсерiн талау арқылы белгiлi бiр заңдылықты анықтау.

Туристік қызметті тұтынушыларға таңдау жасап сатып алуға дейін жеткізетін онлайн сайттардағы, әлеуметтік желілердегі пікірлердің әсерін анықтау үшін әлеуметтік зерттеуді іріктеу респонденттердің тобы, жынысы мен жас ерекшелігі, тұрғылықты жері, қолданылатын онлайн платформалар негізінде іріктелді. Мақалада зерттеу жүргізудің әдістерін таңдауда келесі критерилер негізінде іріктеме жасалды:

1. Респонденттердің жас ерекшелігі: 18 бен 48 жас аралығы, бұл категориядағы адамдар ғаламтор арқылы қажетті ақпарат іздеуде белсенділік танытады (жынысы әйел-60%, жас ерекшеліктері 18-46; жынысы ерлер-40%, жас ерекшеліктері 32-48).

2. Аймақтық туризмді дамыту бойынша жергілікті тұрғындардың пікірлерін зерделеу: іріктеу негіздемесі ретінде туристік, іскерлік орталық саналатын Алматы қаласының тұрғындары, университеттің 4 курс білім алушыларынан тұрады (қаланың тұрақты тұрғындары 23%; 51%-ды университет студенттері құрайды).

3. Қала қонақтары, туристердің ақпаратты іздеуде қолданатын әлеуметтік желілерді сараптау: «Instagram», «TikTok» және «Facebook» (шет аймақтардан келген 26%-ды құрады).

4. Туризм индустриясының мамандары маркетингтік стратегиялық дамуды және тенденцияларды сатылымды арттыру бағыттарындағы онлайн платформаларды талдау мақсатында іріктелді (Алматы қаласының туристік агенттіктері, «kazakhstan.travel», «e-Qonaq», «Booking.com», «TripAdvisor»). Бұл критерилер бойынша іріктеу онлайн платформалардың туристік индустрияда, яғни коммуникациялық, маркетингтік сатылымды арттыру кезеңдерін, гендірлік белсенділікті, отандық сандық қосымшаларды әлеуметтік желілердегі онлайн-пікірлерді жақсарту жолымен дамытудың маңыздылығын әртүрлі көзқараспен, құндылықпен тәжірибелі қарастыруға мүмкіндік берді.

Зерттеудің бірінші кезеңінде, жинақталған ғылыми дереккөздерін салыстыру негізі ретінде: отандық 8 ғылыми баспаға, әдебиеттерге анализ жасалды, шетелдік ғалымдардың 24 ғылыми әдебиеттері, диссертациялық жұмыстары, мақалаларына анализ, Дүниежүзілік туристік ұйым (UNWTO) және Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрлігінің Туризм комитеті ұсынған әлемдегі және Қазақстандағы туризмнің дамуы туралы статистикалық мәліметтерді, Қазақстан Республикасындағы Бәсекелестікті қорғау және дамыту агенттігі, газет, журнал беттеріндегі баспаларды, Adex, DataReportal, K Research Central Asia MMI, Yandex.

Radar, Similarweb, gov.kz және PWC жетекші мекемелердің танымал аналитикалық платформалары мен веб-сайттардағы ашық ақпарат көздерін саяхаттарды онлайн сатып алу және әлеуметтік желінің белсенділігін деректер жинақтарын, үлгілерін зерттеп, талдап, пайдаландық.

Сапалық әдіс негізінде сұхбатқа Алматы қаласының әртүрлі кәсіби тәжірибесі бар ішкі және халықаралық бағыттарда туристік сапарлар мен қосымша визаларды рәсімдеу қызметтерін көрсететін 2 туристік агенттіктерінің менеджерлері сұхбат барысында қызметі барысында және де өзіндік зерттеулері нәтижесінде отандық туризм индустриясын тежеп тұрған бірқатар төмендегідей кедергілер анықталды:

- Халықаралық бағыттарды кеңінен дамытуда онлайн-платформалар ақпараттардың жеткіліксіздігі, шындыққа жанаспайтын, сенімсіз ақпараттардың имиджге нұсқан келтіруі;

- Туристік нарықты сегменттеу кезінде туристердің қалауларын алдын ала болжай алмауы;

- «Booking.com», «TripAdvisor» брондау сайттарына туроператорлардың аз көлемі ғана қосылған;

- «Booking.com», «TripAdvisor» брондау сайттарына мобильді қосымша арқылы өте үлесінің төмен болуы;

- «Instagram», «TikTok» және «Facebook» әлеуметтік желілерді қолданушылардың негізгі жиі таралған мотивтерін анықтау;

- Ғаламторда туристік қызметтерді таңдауды анықтайтын мотивтер мен факторларды талқылау;

- Туристердің әлеуметтік желілердегі шолуларды, пікір мазмұнын талдау;

- «Instagram», «Facebook» гендірлік ерекшеліктері, жас ерекшелігі, көп іздейтін контент, жиі ізденістегі хэштегті талдау үдерісін жүйелеу;

- Қазақстанның аймақтары бойынша шетелдік туристер үшін туристік тартымдылықты арттыру үшін қызмет сапасына, коммуникациялық құралдарға, ғаламтордың жаңа тенденцияларына талдау жасау. Отандық «kazakhstan.travel», «e-Qonaq» сандық қосымшалардың туристік нарықта бәсекеге қабілеттілігін арттыру жолдарын зерттеуді ұсынды.

Сұрақтардың мазмұны зерттеу міндеттеріне сәйкес әлеуметтік желілерінің пайдалану жиілігін, ғаламторға кіру себебін анықтау, көп іздейтін хэштег, Қазақстан бойынша туристік саяхатты жоспарлауда және туристік қызметті таңдауда әлеуметтік желілердің, онлайн-сервистердің, онлайн-фотошолудың әсерін анықтауға бағытталып, қысқа нақты жауап қайратын 3 сұрақ қойылды:

1. Қандай мақсатта ғаламторды қолданасыз?

2. Қызықтыратын бағыттар бойынша, өнім туралы тұтынған немесе сатып алған адамдардың пікірлері сіз үшін маңызды ма? Назар аударып оқисыз ба?

3. Туристiк қызметтердi, бағыттарды сатып алу мақсатында жиi қолданатын онлайн-платформалар мен веб-сайттар?.

Нәтижелер. Зерттеу барысында алдын ала зерттелген дереккөздердiң мәліметтері алынды, бұл мәліметтер ғаламтордағы онлайн-пікірлердiң тұтынушыларға сатып алуға дейiнгi әсерiн қамтыған. Екi кезеңнен тұратын зерттеу: жинақталған деректердi талдау жұмысын жүргізуден және заңдылықтарды жүйеге келтіруден тұрады, яғни дереккөздермен алдын ала жұмыс мәтiндiк шолулар, интеллектуалды анализ техникасымен жасалды.

Көлемдi дереккөздер негiзгi үш категорияға бөлiндi: ғаламтор қолданушылардың контентi бойынша (қолданушыларды талдау негiзiнде), құрылғылар бойынша деректер (мобильдi құрылғысы) және транзакция бойынша деректер (салалар бойынша) [12, б. 106427].

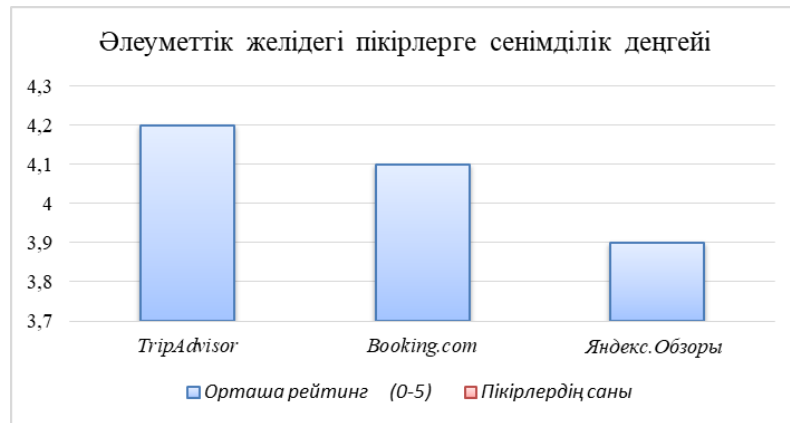
Тұтынушылардың онлайн-пiкiрлерi-бұл онлайн дереккөздерi, веб-сайттар немесе әлеуметтiк желi арқылы қолданушылардың өздерiнен жиналған деректер. Тұтынушының сандық платформаларда қалдырған пiкiрлерi, онлайн комментарийлерi ақпараттың өнiм туралы маңызды дерегi және де ол қызметтi тұтынушыға шешiм қабылдауда нақты, шешушi рөл ойнайтыны анық болды [12, б. 106427]. Ғаламторда таралған пiкiрлердiң екi түрi анықталды, олар: сандық рейтинг және мәтiндiк шолулар. Сандық рейтинг жұлдыздармен, әртүрлi белгiлермен (эмоджилармен) белгiленедi, бұл белгiлердiң саны маңызды көрсеткiш, тұтынушылардың қанағаттану деңгейiнiң көрсеткiшi, көрсеткiш статистикалық құралдармен анықталады. Мәтiндiк шолулар тұтынушылардың кең, ашық көлемде нақты берген рейтингтiк сипаттамасы, тегiн публикация жасауға мүмкiн «қанағаттанған/қанағаттанбаған» жеке пiкiрi мен тәжiрибесiмен бөлiсетiн мәтiн. Жалпы тұтынушының «қанағаттанған/қанағаттанбаған» онлайн-пiкiрiнiң көрсеткiшi қызмет көрсету

салаларында жаңа технологиялар мен сандық қосымшалардың iске қосылуына себепкер болды және де қазiргi таңда пiкiрлер мен комментарийлер туризм, қонақжайлылық индустриясында кеңiнен белсендi түрде қолданыста.

Әлеуеттi тұтынушылар мен ниеттi адамдар әлеуметтiк медиа маркетинг кәсiпорындарға нарықты дамытуға мүмкiндiк бередi, бұл ең қуатты құрал желiлердi жылжыту және құру [13, б. 876-886], әлеуметтiк медиа арқылы бренд туралы жан-жақты хабарды арттыруға көмектеседi. Ассимметриялық эффектiнi тұтынушылардың «қанағаттану/қанағаттанбау» пiкiрлерiне дейiн қойып, жақсы және нашар пiкiр қалдырған тұтынушылардың мәтiндi интеллектуалды анализ жасау арқылы анықтап, қызметiн жақсартты [13, б. 876-886].

Бiздiң жұмыс барысында ғаламторда жарық көретiн онлайн мәтiндi пiкiрлер нақты бiр жүйелiктi сақтамайтыны, деректердi талдауда қиындықтар туғызды. Мәтiндi онлайн пiкiрлер мен тұтынушының жеткiзгiсi келген ақпаратты ғаламтордан iрiктеу, талдау және анықтау бiрқатар әдiстермен жүзеге асырылды: бастапқысы интеллектуалды талдау болса, синтездеу және жасына, жынысына, географиялық, әлеуметтiк ерекшелiгiне қарап классификациялау [14, б. 11-17].

Зерттеудiң келесi бөлiгiнде онлайн-платформаларына талдау жасау негiзiнде туристiк агенттiктер мен туристiк операторлар арасында танымал деген халықаралық деңгейдегi платформаларға тоқтадық (сурет 1): «TripAdvisor», ол саяхатшылар арасында танымалдылығы бар, тұтынушылар ақпаратқа жоғары сенiмдiлiк танытады, көбiнесе контент тартымдылығы мен қызметтердi бағалау үшiн қолданылады [15]. Ал келесi тағыда танымалдығы кем емес платформа «Booking.com»: тұтыну деңгейi орташа, көбiнесе орналастыру орындарын брондау мақсатында қолданылады, қызмет көрсету сапасына сыни көзқараспен қарайды деп нәтиже бере аламыз. Тағыда бiр платформа «Yandex.Reviews/Otzovik», әртүрлi қызметтер мен тауарларды бағалау үшiн қолданылады; жан-жақты қызметтердi ұсынатын болғандықтан бағалу деңгейi орташа көрсеткiштi көрсетiп тұр.



Сурет 1 – Онлайн-платформаларда орналасқан пікірлерге сенімділік деңгейі. Авторлар деректерінің негізінде құрастырылған

Суретте (сурет 1) көрсетілген талдаулар нәтижесі Қазақстандағы туристік агенттіктер өздерінің маркетингтік стратегияларын оңтайландыру және әлеуметтік желілер, онлайн-платформалар арқылы тұтынушылардың қанағаттануын арттыру үшін пайдалана алады деген қорытынды жасадық.

Зерттеуді жалғастырып онлайн-пікірлердің әсері мен маңызын анықтап көрдік, біздің зерттеулер бойынша 73% отандық саяхатшылар үшін онлайн пікірлер мен комментарийлер маңызды, ал 21% қажеттіліктер болғанда назар аударып шешім қабылдаса, 6% үшін онлайн пікірлер маңызды еместігі анықталды.

Бүгінгі таңда Қазақстанда дамыған интернет-инфрақұрылым және белсенді ғаламтор қолданушылар аудиториясы бар. Мобильді құрылғылар әр кімнің қолында бар және қолжетімді техниканың бірі ретінде интернетке кірудің негізгі әдісі болып табылады. Ғаламтордың қолжетімділігі және белсенді, мақсатты аудитория онлайн стратегияларды әзірлеу кезінде ескерілуі тиіс. Осы ақпараттарды нақтылау үшін зерттеу барысында жинақталған ғылыми дереккөздерді салыстыру негізінде отандық 8 ғылыми баспаға, әдебиеттерге анализ жасалды. Отандық ғалымдардың ғылыми

басылымдарына әдеби шолу жасау негізінде: А. А. Абдунурованың диссертациясында көрсеткендей: Қазақстанға шетелдік туристерді тарту ол отандық деңгейдегі өзекті мәселеге айналып, туристік өнімді сатып алу туралы шешім қабылдау процесіне әлеуметтік желілердің әсері туралы бүкіл әлемде өзекті мәселелердің бірі болып отыр деп ақпарат берген. Туристік өнімді сатып алу үрдісін сипаттайтын тұтынушылардың мінез-құлқын зерттеудегі микро-тәсілдер басым, ал кешенді зерттеулер әлі де аз дей келе маркетингтік стратегияларды дәлірек жоспарлауға, жарнамалық бюджеттерді ақылмен бөлуге, жарнамалық науқандарды орналастыру үшін ең жақсы арналарды таңдауға көмектеседі [16, б. 1475-1488] деп қорытты. Кестеде (кесте-1) осы зерттеулердің пайыздық көрсеткіштері мен негізгі кең таралған әсер етуші факторларды көруге болады. А. А. Абдунурованың зерттеулері бойынша онлайн-пікірлер, әлеуметтік желідегі ақпараттың алуан түрлігі өнімді тұтыну үшін психологиялық деңгейде әсер етеді. Төмендегі кестеге назар аударсақ, бірнеше негізгі факторларды, олардың сатып алуға дейін апаратын пайыздық көрсеткіштерін де көре аламыз [16, б. 1475-1488], (кесте-1).

Кесте 1 – А.А. Абдунурованың еңбегінде берілген психологиялық мотивация факторлары, сатып алуға (мотив) ниет тудыруы, пайыздық көрсеткішпен

Факторлар	Сатып алу ниетін зерттеу нәтижесі (%)
Психологиялық релаксация	20%
Қызығушылықтардың әртүрлілігі	71%
Мәдени қызығушылық	15%
Онлайн сайттар, пікірлердің әсері мен маңызы	73%
Экономикалық, табыстың жеткілікті деңгейі	30%
Қоғамдық қарым-қатынас	10%

А.А. Абдунурованың зерттеулерiнiң нәтижесiне сүйенiп, туристердiң турларды сатып алу ниетiне әсер ететiн iшкi мотивация факторлары әртүрлi психологиялық және жеке аспектiлердi қамтитынын тұжырымдадық. Қорытып айтатын болсақ негiзгi ниеттi тудыратын факторларды бөлiп айтуға болады, олар: психологиялық, мәдени мотивтер; қызығушылықтардың әртараптығы; экономикалық және әлеуметтiк себептер; жас ерекшелiгiне қарай туристiк демалысты таңдау [16, б. 1475-1488].

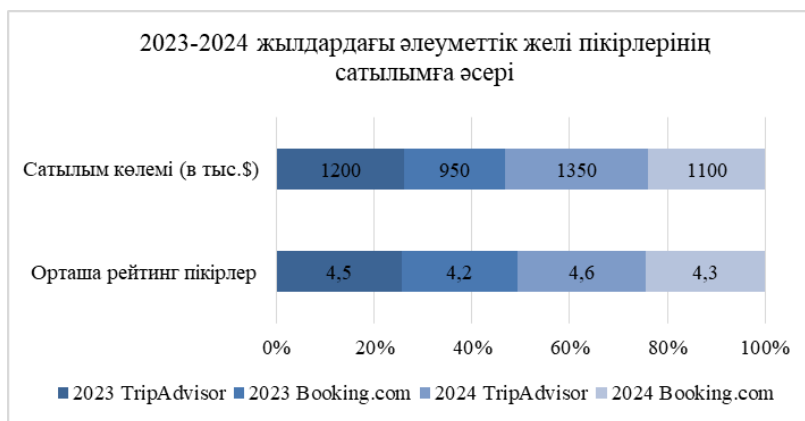
Әртүрлi жерлер туралы жаңа бiлiм алуға ұмтылу осы аталған себептер отандық саяхатшылардың да ниеттерiне әсерiн тигiзерi сөзсiз анықталып отыр: 71,1% респонденттердiң қалауы еңжарлы демалыс, 27,8% жаяу жорықтар, 24,4% аң және балық аулау мақсатындағы демалыстар [17-19].

Көптеген зерттеулердiң барына қарамастан онлайн-шолу туралы және ақпаратты визуалды қабылдауда ақпараттар мен мәтiннiң маңыздылығы туралы зерттеулер аз екен. Осы жағдайды толықтыру барысында шетелдiк ғалымдардың 24 ғылыми әдебиеттерi мен диссертациялық жұмыстарына, мақалаларына анализ жасалды.

Шетелдiк ғалымдардың зерттеулерiне талдау жасап, суреттерге шолу (фотообзор) онлайн пiкiрдiң дұрыс көзқарас қалыптасуына

маңызды бөлiктiң бiрi екенiн анықтадық. Туристiк индустрияда суреттерге шолу, бейнежазбалар, суреттердiң астына пiкiр қалдыру тұтынушылардың ғаламтордағы қазiргi таңда күнделiктi iс-әрекетi [20, б. 1056-1085]. Бiрақ осы сурет шолулары әлiде болса қалай және қаншалықты тұтынушыға әсер ететiнi толық зерттелмеген, зерттеулер жеткiлiксiз. Бiз талдаған бiр дереккөзiнде әсерлi немесе керi әсер беретiн пiкiрлердiң (отзывтардың) қолданушыларға айғақ суреттерге көзқарасының әсерi өзгергендiгi, пайдалылығы зерттелген [20, б. 1056-1085], бiрақ фотоконтенттiң қай түрi тұтынушының сатып алу мотивiн тудырып, сатып алуға дейiн жеткiзетiн пайдалы онлайн шолулар зерттелмеген [21, б. 64–73]. Онлайн шолу бағдарламаларын жасақтағанда шынайлық моделi, екi реттiк кодировка теориясы, атрибуция теориясы, қоғамдық әсер теориясы сендiру эффектiсiн түсiндiруде қолданылды [21, б. 64-73].

Статистикалық талдаулар жасап, бiздiң зерттеу нысаны ретiнде онлайн-платформалар, нақты айтқанда «Booking.com», «TripAdvisor» 2023 және 2024 жылдарда қолданушылар бойынша онлайн сатып алу операцияларын iске асыруы бойынша көрсеткiштер анықталды. Төмендегi суреттен сатылымның және пiкiр қалдырудың динамикасын байқаймыз (сурет 2).



Сурет 2 – Онлайн-платформалардың пiкiрлерi мен бейне, сурет шолуларының сатылымға жеткiзуi. Авторлардың деректерiнен құрылған

Жоғарыдағы талдау нәтижесiнде (сурет 2) онлайн-пiкiр қалдыру үрдiсiн дамыту сатылымды арттырудың өте маңызды фактордың бiрегейi екенi анықталды. Тұтынушы мен ұсыныс жасаушы арасында тұтынушылармен тiкелей өзара iс-қимыл жасау және ұзақ мерзiмдi қатынастар құру үшiн әлеуметтiк желiлерде фирмалық беттердi

(интерфейс) табысты қолдануды көрсетедi, ал бұл өз алдына сатылымдардың өсуiне және танымалдылықтың нығаюына әкеледi.

Керiос талдауының мәлiметтерiне мән берiп қарайтын болсақ, «Instagram» платформасында белгiлi бiр алгоритмдi байқаймыз. Онлайн-платформалардағы заңдылықтарды зерттеп,

бақылап отыру және нәтиже шығарып бейімделу отандық туристік индустрияның нарығы үшін де маркетингтік сатылымдар мен туристік өнімнің, отандық платформаларды популяризациялауда да маңызды. Мұқият талдау барысында бірқатар заңдылықтарды көрдік: белсенділіктің маусымдық жағдайларға байланысты болуы, ол жарнамалық қамтудың өсу шыңдары 2021 жылғы сәуір мен 2022 жылғы қаңтарда тіркелді. Бәлкім, бұл пайдаланушылардың мереке кезеңдерінде және күнтізбелік жылдың басында белсенділігінің артуына байланысты шығар. Келесі бір заңдылық ол бәсеңдеу (баяу) және құлдырау фазасының байқалуы, ол 2022 жылғы сәуірден 2023 жылғы қаңтарға дейінгі аралықта жарнамалық қамтудың қысқаруымен сипатталады, бұл үдеріске келісі факторлардың әсерінен болуы мүмкін:

- «Instagram» алгоритмдеріне түзетулер енгізу;
- Басқа платформалар тарапынан бәсекелестіктің күшеюі;
- Маркетингтік нақандарды қаржыландыру көлеміне әсер ететін экономикалық, қаржылық сәйкессіздіктер;

- Нарықтың жарнамалық ақпарат материалдармен толып кетуі.

Ары қарай жалғастырып қарайтын болсақ қалпына келтіру кезеңі және күрт өрлеу алгоритмі байқалады, 2023 жылғы сәуірде едәуір өрлеу (+ 23,5%) тіркелді, бұл позицияларды қалпына келтіру үшін платформа іске асырған стратегиялардың тиімділігін айғақтауы мүмкін. Бұл белсенді өрлеу жаңа функционалды енгізумен, промо-акциялар өткізумен айғақтауы мүмкін. Суретте (сурет 3) сыртқы факторлардың әсері талданды, платформаның дамуы сыртқы экономикалық жағдайлардың, бәсекелестік ортаның және аудиторияның мінез-құлқындағы өзгерістердің әсеріне ұшырайды. Осы заңдылықтарды саралап сапалық зерттеуге қатысқан Алматы қаласының екі туристік агенттіктің мамандары сараптамалық жеке сұхбат жүргізу барысында бөліп атаған мәселелердің шешімі көрініс тапқандай (сурет 3). Яғни, қорыта айтқанда «Instagram» өсу, әлсіреу, тоқырау және қалпына келтіру кезеңдерінен тұратын циклдік дамуды көрсетеді. Өсудің негізгі факторлары маусымдық, инновацияларды енгізу және табысты маркетингтік стратегиялар.



Сурет 3 – «Instagram» платформасында жарнаманың 2023 жыл қаралым үлесі (авторлармен толықтырылды), [17-19]

Жалпы нақтылап кетсек (сурет 3), «Instagram» өзінің өзектілігін жарнамалық алаң ретінде сақтап отыру және одан әрі күн сайынғы кеңейту әлеуетіне ие.

Ғалымдар WOM-ны сипаттау және оның тұтынушылардың мінез-құлқына әсерін зерттеу үшін ғаламтордағы шолулардың мазмұнын жиі пайдаланады [22, б. 101734]. Неғұрлым нақты болжамдар алу және ұзақ мерзімді трендтерді анықтау үшін ұзақ кезеңдегі деректерді талдау, сондай-ақ пайдаланушылардың демографиялық құрамындағы өзгерістер, жаңа технологияларды дамыту және цифрлық маркетинг саласындағы

өзекті үрдістер сияқты қосымша факторларды ескеру өте маңызды.

Осыған орай «Google» әлемдік статистикасын талдай келе «Ақпаратты іздеу» 2025 жылдың басында желіге кіру үшін ең басты негіз ретінде қала бермек: ересек адамдардың ғаламторға кіру себебі 62,8% -н қажетті ақпаратты іздеу деп мәлімдеді. Сонымен қатар, 10 ғаламтор қолданушылардың 6-дан астамы «достары және отбасымен байланыста болу» басты себеп екенін атады. Әлеуметтік өзара қарым-қатынас 16-34 жас аралығындағы ғаламтор қолданушылар арасында желіге қосылудың негізгі себебі болып табылады, ал бұл уәждеме

55 және одан жоғары жастағы интернет пайдаланушылар арасында тек үшінші орынды алады [22, б. 101734].

Респонденттерге ашық үлгіде құрастырылған 3 сұрақ қойылды. Сұрақтардың мазмұны зерттеу міндеттеріне сәйкес әлеуметтік желілерінің пайдалану жиілігін, ғаламторға кіру себебін анықтау, көп іздейтін хэштег, Қазақстан бойынша туристік саяхатты жоспарлауда және туристік қызметті таңдауда әлеуметтік желілердің, онлайн-сервисстердің, факторлардың әсерін анықтауға бағытталған:

1. Қандай мақсатта ғаламторды қолданасыз?
2. Қызықтыратын бағыттар бойынша, өнім туралы тұтынған немесе сатып алған адамдардың пікірлері сіз үшін маңызды ма? Назар аударып оқисыз ба?

3. Туристiк қызметтердi, бағыттарды сатып алу мақсатында жиі қолданатын онлайн-платформалар мен веб-сайттар?

Төмендегі кестеде нақты қойылған сұрақтардың қорытындысы бойынша респонденттердің сипаттамасы мен пайыздық көрсеткіші берілген (кесте 2).

Кесте 2 – Сауалнамада 3 сұрақ қойылды, әйел адам-50, ер адам-23 қатысты, берген жауаптардың қорытындысы (%) көрсеткіш

№	Сұрақ	Жауап	Әйелдер (%)	Ерлер (%)	Барлығы (%)
1	2	3	4	5	6
1	Қандай мақсатта ғаламторды қолданасыз?	Ақпарат іздеу	40%	31%	36%
		Әлеуметтік желілер	35%	38%	36%
		Онлайн сатып алу	15%	23%	18%
		Туристiк саяхатты жоспарлау мен ұйымдастыру	10%	8%	6%
2	Қызықтыратын бағыттар бойынша, өнім туралы тұтынған немесе сатып алған адамдардың пікірлері сіз үшін маңызды ма? Назар аударып оқисыз ба?	Иә, маңызды	75%	69%	73%
		Орташа, қажет кезде қараймын	20%	23%	21%
		Жок, мән бермеймін	5%	8%	6%
3	Туристiк қызметтердi, бағыттарды сатып алу мақсатында жиі қолданатын онлайн-платформалар мен веб-сайттар?	Booking.com	30%	35%	32%
		TripAdvisor	20%	15%	18%
		Kaspi Travel	40%	30%	36%
		Google, Instagram, Facebook т.б.	10%	20%	14%

Ескертпе: Кесте авторлардың зерттеу нәтижелері негізінде құрылды

Кестеде көрсетілген сауланаманың жауаптарына қорытынды есебіне тоқталатын болсақ төмендегідей нақты көрсеткіштер айқындалды, сауалнама сұрақтары пайыздық (%) көрсеткіште: интернетті пайдалану мақсаты: ақпарат іздеу және әлеуметтік желілерді пайдалану 36% құраса, туризм мен демалысты жоспарлау аз үлеске ие (6%) болды. Қатысушыларға онлайн-пікірлердің (отзывтар) маңыздылығы пайыздық көрсеткішпен 73% құрады, яғни туристік индустриядағы барлық кешенді құрылымдар мен қонақ үйлер үшін сапалы пікір қалдыруға ынталандыру маңызды. Сондай-ақ 21% қатысушы қажеттіліктер туындаған кездерде ғана, орта деңгейде пікірлерді қарап талдайтынны анықталды. Бұл шынайы уақыт пен сапаға сәйкес осы сәттегі пікірлерді жүйелеп жариялау қажеттігін көрсетеді.

Зерттеудің тәжірибелік кезенді қорыта келе эмпирикалық анализ негізінде анықтағанмыз:

1. Онлайн-платформалар туристердің шешім қабылдау процесінде маңызды рөл атқарады. Олар туристік қызметтердің әртүрлі нұсқаларын

іздеу мен салыстыру үшін ыңғайлы интерфейс ұсынып, брондау және төлем жасау мүмкіндігін қамтамасыз етеді.

2. Басқа туристердің онлайн салған пікірлері туристердің таңдауларына елеулі әсер етеді. Позитивті пікірлер сатып алуды ынталандыруы мүмкін, ал теріс пікірлер әлеуетті клиенттерді тартпауға себеп болуы ықтимал.

3. Қазақстандық туристер туристік қызметтерді жоспарлау мен сатып алу үшін онлайн-платформаларды жиі пайдаланатыны анықталды.

4. Әлеуметтік желілер туристік таңдауларды қалыптастыруда маңызды рөл атқарады. Туристер өз тәжірибелерімен әлеуметтік желілерде бөлісіп, барған туристік нысандары, жерлері туралы фотосуреттер мен пікірлер жариялап, басқа саяхатшылардың таңдауларына әсер етеді.

Зерттеу барысын қорытынды жасау кезінде сауалнама нәтижелері мен туристік агенттіктің мамандарының ұсыныстары мен сұхбат нәтижесі жүйеленіп, төмендегідей негізгі нәтижелер анықталды:

Зерттеу нәтижесінде айқындалған кемшіліктерге:

- Қазақстанда туристік индустрияда әлеуметтік желілерді пайдалану мәселелері;
- бірегей контенттің болмауы және әлеуметтік желілерді тиімсіз пайдалану;
- пайдаланушылар үшін қолжетімділікті төмендететін сайттардың мобильді нұсқаларын шектеулі пайдалану.

Желіде болуының төмендігі:

- Туристік навигация үшін Google және Yandex карталарын әлсіз пайдалану;
- халықаралық платформалардағы белсенділіктің төмен деңгейі («TripAdvisor», «Booking.com»), бұл әлеуетті клиенттердің қолжетімділігін шектейді.

Онлайн қарым-қатынас дағдылары:

- Туристік агенттіктер тиімді онлайн байланыста және әлеуметтік желілер арқылы өз қызметтерін ілгерілетуде қиындықтарға тап болады.

Аналитикалық құралдарды қолданбау:

- Көптеген агенттіктер өздерінің онлайн стратегияларының тиімділігін бағалау үшін аналитикалық құралдарды пайдаланбайды.

Ұсыныстарымыз:

- Туризм индустриясындағы барлық мекемелер мен қонақ үйлер анықтағандай әлеуметтік желілер мен веб-сайттарда орналасқан онлайн-пікірлердің сапалы болуына, жиі қалдырылуына көңіл бөліп, сенімді пікірлерді көбейтуі қажет.

- «Kaspi Travel», «Booking.com» және «TripAdvisor» платформаларында қызметтер мен ұсыныстарды күшейту.

- Отандық саяхатты жоспарлап, ұйымдастыратын саяхатшылар мен қонақтар үшін жергілікті, өзіміздің сайттарды («kazakhstan.travel», «e-Qонақ») дамыту, танымалдылығын көтеру. Бүгінгі таңда туризм индустриясы өзінің тұрақты қарқынымен дамып келеді, бірақ онлайн брондау, туристік әлеуетті дамыту мақсатында тұтынушылардың онлайн- пікірлерге сенімділігін арттыру маңызды, бәсекеге қабілеттілікті арттыру жолында платформалар мен сервистердің интерфейстерін дамыту, түрлендіру қажет.

Талқылау. 2023 және 2024 жылдары Қазақстанның туристік индустриясының сандық трансформациясы саяхатты жоспарлаудың барлық кезеңдерінде онлайн ақпаратты іздеуден бастап брондау мен саяхатты бағалауға дейін онлайн-платформаларды пайдаланудың тұрақты үрдісін көрсетіп отыр. Бұл үрдіс, ең алдымен, туристерге демалыс ұйымдастыру процесін өз бетінше басқаруға мүмкіндік беретін сандық құралдардың ыңғайлылығы мен қол жетімділігіне байланысты. Қазақстанның ресми туристік порталы ретінде қызмет ететін «kazakhstan.travel» ұлттық платформасы көрікті жерлер, маршруттар, оқиғалар мен қызметтер туралы толық ақпаратты бірнеше тілде, соның ішінде ағылшын, қытай және орыс тілдерінде ұсынады, бұл әлеуетті туристер аудиториясын айтарлықтай кеңейтеді. «e-Qонақ» туристерді есепке алу жүйесі туристік инфрақұрылымды дамыту үшін қажетті статистикалық деректерді жинауды қамтамасыз етумен қатар, туристердің елдегі қозғалысын тіркей отырып, саяхат қауіпсіздігін арттыруға жанама түрде ықпал етеді [23]. Қазақстанның жаһандық туристік қоғамдастыққа интеграциясы жолында туристік қызметтерді ұсынатын қазақстандық мамандандырылған сайттар мен қосымшалардың саны артып [23], бәсекелестік ортаны құру және тұтынушы үшін таңдауды кеңейту байқалады.

Заманауи материалдармен, дереккөздермен танысу нәтижелері зерттеушілердің тұтынушылар туралы онлайн шолулардың әсерінің әртүрлі аспектілеріне назар аударатынын көрсетеді, бірақ кемшіліктер әлі де бар. Мәселен, мәдениетаралық аз зерттелген қабылдаудағы айырмашылықтар [24, б. 35-47]. Келесі, мәселе қалыптастыруға ұзақ мерзімді әсер ету тұтынушылардың адалдығы аз ашық күйінде қалады. Ғылыми ортадағы келіспеушіліктер сенімділікті бағалау барысында басталады: авторлардың бір бөлігі фейктерді анықтау технологияларын дамытуға баса назар аударады, ал басқалары субъективті тәжірибеге назар аударады екен [24, б. 35-47].

Тұжырымдай келе, әлеуетті туристерге әсер ететін онлайн-пікірді төмендегі кестеде келтірілген (кесте 3) факторлары бойынша топтастыруға болады.

Кесте 3 – Сатып алуға дейін апаратын факторлардың сипаттамасы.

Факторлар	Тұтынушының ниеті	Сатып алуға дейін жеткізу ниеті
Онлайн шолу	Бар болуы маңызды	Онлайн шолудың сапасы тікелей әсер етеді
Онлайн-пікір	Бар болуы маңызды	Оң, сенімді, сапалы пікір
Шолу мен пікірдің көлемі(саны/рейтинг)	Бар болуы маңызды	Тәуекелдерді қарастыру
Шолу мен пікірдің ұзақтығы	Бар болуы маңызды	Мақсатқа байланысты шынайылық маңызды
Шолу мен пікірдің сапасы	Бар болуы маңызды	Шынайылық, баға сәйкестігі
Шолу мен пікірдің сенімділігі	Бар болуы маңызды	Сенімділігін айқындау

Сатып алу шешiмiне дейiн апаратын факторларды қарастыра келе онлайн-пiкiрдiң (кесте 3) оң көзқараста болуы, рейтингi, мәтiннiң шынайылығы, қолжетiмдiлiгi өте маңызды әсерлердiң бiрi және тұтынушының мiнез-құлқына елеулi түрткi болары сөзсiз.

Алайда, таңдау туралы түпкiлiктi шешiм факторлардың жиынтығына байланысты. Әлеуметтiк желiлердегi жағымды пiкiрлер қонақ үйлер, туроператорлар мен жеке қызметтерге деген сенiмнiң деңгейiн едәуiр арттырады, беделiн қалыптастырады. Ақпараттық агенттiктерден, мамандандырылған блогтардан және жол нұсқаулықтарынан алынған кәсiби кеңестер де маршрутты қалыптастыруға елеулi ықпал етедi [25]. Соңында, жеке тәжiрибе немесе таныстардың әңгiмелерi маңызды рөл атқарады, әсiресе таңдаған бағытына қайтып келсе, яғни бiрнеше рет туристiк бағытты тамашаласа. Қызметтiң бағасы, әсiресе iшкi саяхатты жоспарлау кезiнде, әртүрлi бюджеттер үшiн әртүрлi саяхат нұсқаларын ұсынуды икемдi баға саясатын құруды талап ететiн негiзгi факторлардың бiрi болары сөзсiз.

Дегенiмен, оң үрдiске қарамастан, туристiк қызметтердiң жалпы көлемiндегi онлайн тiркеу үлесi әлi де әлемдiк стандарттардан артта қалып отыр. Мемлекеттiк статистикалық орталықтардың зерттеуiне қарасақ Қазақстандағы әлеуметтiк желiлердiң 2023 жылы төмендегiдей көрсеткiш бердi: интернет пайдаланушылар саны: 2023 жылдың басында Қазақстанда 17,73 миллион интернет пайдаланушы болды, бұл елдiң бүкiл халқының санын құрайды. Әлеуметтiк желiлерде қолдану бойынша танымалы Instagram: 10,45 миллион пайдаланушысы болды, бұл жалпы халықтың 53,6% құрайды. Келесi танымалдылығы артып келе жатқан түрi TikTok, оның шамамен 10,41 миллион пайдаланушысы бар. Тағыда танымалдығы артып келе жатқан желi Facebook: екi миллионнан астам пайдаланушысы бар (халықтың шамамен 11%). Әлеуметтiк желiлердi пайдаланушылар негiзiнен 18 жастан асқан адамдардан (86,3%), ерлерге (43,5%) қарағанда әйелдер (56,5%) басым [25].

Онлайн туризм индустриясының өсуi әлемде негiзiнен технологиялық жетiстiктердi пайдаланумен байланысты, процеске туристiк қызмет провайдерлерi жаңа технологияларды пайдалана отырып, туристiк агенттiктер бiрнеше қызмет көрсететiн бiрыңғай платформаларды жасай алғаны туралы нюансты қосу керек. Осының арқасында саяхат процесi физикалық тапсырыстардан веб-брондауларға, содан кейiн мобильдi платформаларға айтарлықтай ауысты. Онлайн туристiк агенттiктер пайдаланушылар

көтермелейтiн көлiктiң барлық түрлерi мен орналастыру нұсқаларын бiрiктiрдi.

Интернет-туризмнiң өсуiне әсер ететiн негiзгi факторлардың қатарында әлеуметтiк желiлердiң әсерi бар. Әлеуметтiк медианың кең таралуы, сондай-ақ электрондық коммерция сайтында керi байланыс пен түсiнiктеме беру мүмкiндiгi адамдарға өз тәжiрибелерiмен бөлісуге және қонақ үйлердiң жұмысы туралы пiкiрлер қалдыруға көмектеседi. Мұның жарқын мысалы – «TripAdvisor» платформасы. Бұл үдерiске мобильдi қосымшалар мен онлайн шешiмдердi қолданудың артуы онлайн туризм нарығын одан әрi iлгерiлетуге ықпал ететiнi сөзсiз. Тұтынушылардың онлайн пiкiрлерi негiзiнде қызметтердi қалыптастыру туристiк платформаларға сенiмдi қамтамасыз етедi және онлайн қызметтердi сатып алушылардың санын арттырады.

Қорытынды. Зерттеу үрдiсiнде отанымыздағы туристiк нарықтағы ерекше бiр сипаты, ол онлайн-платформалар мен әлеуметтiк желiлердiң белсендi дамуы, бiз зерттеген «Instagram», «Facebook» және «TikTok». Зерттеу әдiстерiнiң негiзiнде қорытынды нәтиже 73% тұтынушы мiндеттi түрде онлайн пiкiрлер мен жеке көзқарасты ақпаратқа мән берiп шешiм қабылдайтыны анықталды. Ғаламтор желiсiнде орналасқан пiкiрлердiң заңдылығы да анықталды, нақты атап айтса, саяхатты жоспарлап, ұйымдастырушы тұтынушы желi бетiндегi «қанағаттанады/қанағаттанбайды» деген критерийден бөлек, саяхаттаған бағыттары бойынша ақпаратқа, суреттердiң сапасына, бейнежазбаларға, шынайы уақытта берiлген тұтынушының жеке тәжiрибесiне үлкен назар аударып өз саяхатын таңдауда шешiм қабылдайды.

Ғаламтор аудиториясының өсуiне байланысты туристердiң бәсекеге қабiлеттiлiгi мен ыңғайлылығын арттыру үшiн елiмiзде ұлттық цифрлық жобалар енгiзiлуде, «kazakhstan.travel» ұлттық туристiк порталы көрiктi жерлерге вертуалды экскурсия мен қызметтер туралы ақпаратты ұсынады, ал «e-Qонақ» жүйесi көшi-қон қызметтерi мен аналитикалық зерттеулер үшiн [25], нақты жүйеге келтiрiлген статистикалық мәлiметтердi ұсына отырып, шетелдiк туристердi орналастыру орындарында тiркеудi автоматтандырған.

Практикалық қорытынды. Зерттеу туристiк бизнес үшiн әлеуметтiк желiлердiң, онлайн-пiкiрлердiң аса маңызды екенiн көрсеттi. Маркетологтар оларды пайдаланушының тәжiрибесiн жақсарту үшiн, саяхат туралы толық және шынайы ақпарат, оның iшiнде баға туралы ақпарат беру үшiн пайдалануы керек [25]. Айта кету керек, ту-

ристер онлайн платформаларды жоспарлау және брондау үшін белсенді қолданады, сондықтан ақпараттың өзектілігі мен дұрыстығы табыстың кепілі болып табылады. Әлеуметтік желілер маркетинг үшін тиімді, бірақ тек SMMA (Social Media Marketing Agency) және CX (Customer experience) стандарттарына сәйкес келетін контент болған жағдайда ғана. Табыстылық мақсатты аудиторияның қалауын ескерген шығармашылық тәсілге байланысты. Бұл клиенттермен берік қарым-қатынас орнатуға көмектеседі, маркетингтік мақсаттарға жетудің басты факторы. Сәтті бизнес – бұл клиенттерді дұрыс басқару ғана емес, сонымен қатар өзара іс-қимыл мен құрметпен сөйлесуді ынталандыру.

Қорытындылай келе, Қазақстандағы туризмнің дамуында сандық технологиялар шешуші рөл атқарады деп айтуға болады. Онлайн-платформалар мен әлеуметтік желілер туристер ағымын ұлғайтып қана қоймай, елдің туристік бағыт ретінде жағымды имиджін қалыптастыруға ықпал етеді, оның мәдени мұрасын, табиғи сұлулығын

және инфрақұрылымын тиімді насихаттауға мүмкіндік береді. Цифрлық құралдарды одан әрі дамыту және цифрлық маркетингке инвестиция салу Қазақстанның туризмін одан әрі дамытуға ықпал етеді, оны әлемнің миллиондаған туристері үшін қолжетімді және ыңғайлы етеді. Алайда, туристердің жеке деректерін қорғау және киберқауіпсіздік мәселелеріне де назар аудару қажет, бұл онлайн-қызметтердің қауіпсіздігі мен сенімін қамтамасыз етеді.

Зерттеу нәтижелері туристік маркетингті арттыруда өзіндік орын алады деген ойдамыз, сандық технологиялар тұтынушының ой санасын өзгеркені анық, нәтижелерге сүйене туристік мекемелер желіде белсенділік танытып, төмендегі ұсыныстарға мән берсе екен дейміз:

- Жоғары сапалы визуалды контент жасау;
- Әлеуметтік желілерде белсенді болу;
- Блогерлермен ынтымақтастық;
- Саяхат туралы пайдалы ақпарат беру;
- Аудиторияны тарту үшін білім беру мазмұнын пайдалану.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Кочергин Д. Ю. Онлайн-отзывы и поведение потребителей: социологический анализ // Социальная компетентность. – 2023. – Т. 8. – №3(29). – С. 14–21.
- 2 Красноставская Н. В., Божук С. Г., Плетнева Н. А., Бочарникова А. В. Влияние онлайн-отзывов покупателей на процесс принятия решения о покупке изделий ручной работы // Вестник евразийской науки. – 2022. – Т. 14. – №6. – С. 1–18. DOI: 10.15862/71ECVN622.
- 3 Тарасенко Э. В., Розанова Т. П. Маркетинг дестинаций в контексте инвестиционного анализа гостиничных объектов и туристско-рекреационных кластеров // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2021. – Т. 15. – №4. – С. 45–56.
- 4 GlobalSocialMedia. Statistics. DataReportal. Kepios [Электронный ресурс]. – URL: <https://2ip.io/a/kepios.com/> (дата обращения: 26.09.2024).
- 5 Фэн И., Чэнь Х., Лай И. Влияние качества туристического опыта на воспринимаемую ценность и удовлетворенность проживанием в гостевых домах на юго-западе Китая // Hospitality and Tourism Insights. – 2020. – Т. 4, №1. – С. 121–135. DOI: 10.1108/JHTI-02-2020-0015.
- 6 Маджид С., Чжоу Ч., Лу Ч., Рамкиссун Х. Онлайн-информация о туризме и поведение туристов: анализ моделирования структурных уравнений на основе самостоятельно проведенного опроса // Frontiers in Psychology. – 2020. – Т. 11. – С. 1–15. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00599.
- 7 Мэн Б., Чой К. Намерение туристов использовать услуги, основанные на местоположении (LBS): объединение теории запланированного поведения и модели вероятности разработки // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2019. – Т. 31, №8. – С. 3097–3115. DOI: 10.1108/ijchm-09-2018-0734.
- 8 Муххопадхай С., Пандей Р., Риши Б. Исследование электронного сарафанного радио (eWOM): сравнительный библиометрический анализ и перспективы будущих исследований // Journal of Hospitality and Tourism Insights. – 2023. – Т. 6, №2. – С. 404–424. DOI: 10.1108/JHTI-07-2021-0174.
- 9 Джаму М. Э., Сари С. П. Влияние электронного сарафанного радио на социальные сети и привлекательность традиционного туризма в деревне Бена // Centralisasi. – 2022. – Т. 11. – С. 37–48. DOI: 10.33506/sl.v11i1.1534.
- 10 Цзя М., Ким Х., Тао Ш. Опыт и удовлетворенность клиентов в сфере B&B: данные онлайн-отзывов клиентов // Service Science. – 2024. – Т. 16, №1. – С. 42–54. DOI: 10.1287/serv.2022.0080.
- 11 Ли Г., Шан Ю., Лю Х., Си Ю. Дифференцированное трансформационное лидерство и обмен знаниями: межуровневое исследование // European Journal of Innovation Management. – 2014. – Т. 32, №4. – С. 554–563. DOI: 10.1016/j.emj.2013.10.004.
- 12 Бринкман К. С., Габриэль Ш., Паравати Э. Цели социальных достижений и социальные сети // Computers in Human Behavior. – 2020. – Т. 111. – С. 106427. DOI: 10.1016/j.chb.2020.106427.
- 13 Роуз Н., Агилар С., Онгон Ч. М. М., Самульде Х. Дж., Клеоф Б. М. С., Гарпачо О. Е., Мело М. К. Ф. Влияние маркетинга в социальных сетях на эффективность бренда малого онлайн-бизнеса студентов // World Journal of Advanced Research and Reviews. – 2022. – Т. 16, №2. – С. 876–886. DOI: 10.30574/wjarr.2022.16.2.1265.
- 14 Чен Ц., Лю И., Фэн Ж. Исследование по оценке качества обслуживания клиентов в сфере онлайн-торговли на платформе // Academic Journal of Business & Management. – 2022. – Т. 4, №14. – С. 11–17. DOI: 10.25236/AJBM.2022.041402.

- 15 Қазақстан Республикасы Бәсекелестiктi қорғау және дамыту агенттiгi [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/zk?lang=kk> (дата обращения: 26.09.2024).
- 16 Абдунурова А. А. Поведение туристов до и после покупки в социальных сетях: на примере Казахстана // Журнал экологического менеджмента и туризма. – 2020. – Т. 6(46). – С. 1475–1488. DOI: 10.14505/jemt.11/6(46)/18.
- 17 Чёрный В. Социальные сети в Казахстане: цифры и тренды. «На каких языках говорит Казахстан в сети» // Brand Analytics [Электронный ресурс]. – URL: <https://brandanalytics.kz/blog/social-media-kazakhstan-summer-2024> (дата обращения: 26.09.2024).
- 18 Алматы стал абсолютным лидером среди регионов по привлечению туристов [Электронный ресурс]. – URL: <https://ranking.kz/reviews/industries/almaty-stal-absolyutnym-liderom-sredi-regionov-po-privlecheniyu-turistov.html> (дата обращения: 24.09.2024).
- 19 Алматы ставит рекорд по количеству туристов [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.zakon.kz/finansy/6450900-almaty-stavit-rekord-po-kolichestvu-turistov.html> (дата обращения: 03.10.2024).
- 20 Масуд А., Чжан Ц., Али М., Каппиелло Дж., Дхир А. Связывание использования корпоративных социальных сетей, доверия и обмена знаниями: парадоксальные роли прозрачности коммуникации и личного блоггинга // Journal of Knowledge Management. – 2022. – Т. 27, №4. – С. 1056–1085. DOI: 10.1108/JKM-11-2021-0880.
- 21 Йе Ш., Ву Ц. С., Чжэн Ч. Дж. Являются ли туристы с более высокими ожиданиями более чувствительными к качеству обслуживания? Данные из городского туризма // Journal of Destination Marketing & Management. – 2019. – Т. 12. – С. 64–73. DOI: 10.1016/j.jdmm.2019.01.002.
- 22 Тата С. В., Прашар С., Гупта С. Изучение роли валентности отзыва и источника отзыва в различных контекстах потребления при принятии решения о покупке // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2020. – Т. 52. – С. 101734. DOI: 10.1016/j.jretconser.2019.01.003.
- 23 Алматы, Акмолинская и Алматинская области объединяют усилия для развития туризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty/press/news/details/833084?lang=ru> (дата обращения: 03.10.2024).
- 24 Быстрых А. В., Новикова А. С. Разновекторный характер реляционной работы в публичном онлайн-отзыве // Язык, коммуникация и социальная среда. – 2022. – №20. – С. 35–47.
- 25 Туризмдегi цифрлық технологиялардың ықпалы: Әлемдiк статистика // Google Туризм есебi [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.thinkwithgoogle.com> (дата обращения: 03.10.2024).

Reference

- 1 Kochergin D. Ju. Onlajn-otzyvy i povedenie potrebitel'ej: sociologicheskij analiz // Social'naja kompetentnost'. – 2023. – Т. 8. – №3(29). – С. 14–21.
- 2 Krasnostavskaja N. V., Bozhuk S. G., Pletneva N. A., Bocharnikova A. V. Vlijanie onlajn-otzyvov pokupatelej na process prinjatija reshenija o pokupke izdelij ruchnoj raboty // Vestnik evrazijskoj nauki. – 2022. – Т. 14. – №6. – С. 1–18. DOI: 10.15862/71ECVN622.
- 3 Tarasenko Je. V., Rozanova T. P. Marketing destinacij v kontekste investicionnogo analiza gostinichnyh ob#ektov i turistsko-rekreacionnyh klasterov // Sovremennye problemy servisa i turizma. – 2021. – Т. 15. – №4. – С. 45–56.
- 4 GlobalSocialMedia. Statistics. DataReportal. Kepios [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://2ip.io/a/kepios.com/> (data obrashhenija: 26.09.2024).
- 5 Fjen I., Chjen' H., Laj I. Vlijanie kachestva turisticheskogo opyta na vosprinimaemuju cennost' i udovletvorennost' prozhivaniem v gostevyh domah na jugo-zapade Kitaja // Hospitality and Tourism Insights. – 2020. – Т. 4, №1. – С. 121–135. DOI: 10.1108/JHTI-02-2020-0015.
- 6 Madzhid S., Chzhou Ch., Lu Ch., Ramkissun H. Onlajn-informacija o turizme i povedenie turistov: analiz modelirovaniya strukturnyh uravnenij na osnove samostojatel'no provedennogo oprosa // Frontiers in Psychology. – 2020. – Т. 11. – С. 1–15. DOI: 10.3389/fpsyg.2020.00599.
- 7 Mjen B., Choj K. Namerenie turistov ispol'zovat' uslugi, osnovannye na mestopolozhenii (LBS): ob#edinenie teorii zaplanirovannogo povedenija i modeli verojatnosti razrabotki // International Journal of Contemporary Hospitality Management. – 2019. – Т. 31, №8. – С. 3097–3115. DOI: 10.1108/ijchm-09-2018-0734.
- 8 Mukhopadhaj S., Pandej R., Rishi B. Issledovanie jelektronnogo sarafannogo radio (eWOM): sravnitel'nyj bibliometricheskij analiz i perspektivy budushhijh issledovanij // Journal of Hospitality and Tourism Insights. – 2023. – Т. 6, №2. – С. 404–424. DOI: 10.1108/JHTI-07-2021-0174.
- 9 Dzhamu M. Je., Sari S. P. Vlijanie jelektronnogo sarafannogo radio na social'nye seti i privlekatel'nost' tradicionnogo turizma v derevne Bena // Centralisasi. – 2022. – Т. 11. – С. 37–48. DOI: 10.33506/sl.v1i1.1534.
- 10 Czja M., Kim H., Tao Sh. Opyt i udovletvorennost' klientov v sfere B&B: dannye onlajn-otzyvov klientov // Service Science. – 2024. – Т. 16, №1. – С. 42–54. DOI: 10.1287/serv.2022.0080.
- 11 Li G., Shan Ju., Lju H., Si Ju. Differencirovannoe transformacionnoe liderstvo i obmen znanijami: mezgurovnevoe issledovanie // European Journal of Innovation Management. – 2014. – Т. 32, №4. – С. 554–563. DOI: 10.1016/j.emj.2013.10.004.
- 12 Brinkman K. S., Gabrijel' Sh., Paravati Je. Celi social'nyh dostizhenij i social'nye seti // Computers in Human Behavior. – 2020. – Т. 111. – С. 106427. DOI: 10.1016/j.chb.2020.106427.
- 13 Rouz N., Agilar S., Ongon Ch. M. M., Samul'de H. Dzh., Kleof B. M. S., Garpacho O. E., Melo M. K. F. Vlijanie marketinga v social'nyh setjah na jeffektivnost' brenda malogo onlajn-biznesa studentov // World Journal of Advanced Research and Reviews. – 2022. – Т. 16, №2. – С. 876–886. DOI: 10.30574/wjarr.2022.16.2.1265.
- 14 Chen C., Lju I., Fjen Zh. Issledovanie po ocenke kachestva obsluzhivanija klientov v sfere onlajn-torgovli na platforme // Academic Journal of Business & Management. – 2022. – Т. 4, №14. – С. 11–17. DOI: 10.25236/AJBM.2022.041402.
- 15 Kazakstan Respublikasy Bәsekelestiktі қорғау және дамыту агенттiгi [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/zk?lang=kk> (data obrashhenija: 26.09.2024).

- 16 Abdunurova A. A. Povedenie turistov do i posle pokupki v social'nyh setjah: na primere Kazahstana // Zhurnal jekologicheskogo menedzhmenta i turizma. – 2020. – Т. 6(46). – С. 1475–1488. DOI: 10.14505/jemt.11/6(46)/18.
- 17 Chjornyj V. Social'nye seti v Kazahstane: cifry i trendy. «Na kakih jazykah govorit Kazahstan v seti» // Brand Analytics [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://brandanalytics.kz/blog/social-media-kazakhstan-summer-2024> (data obrashhenija: 26.09.2024).
- 18 Almaty stal absoljutnym liderom sredi regionov po privlecheniju turistov [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://ranking.kz/reviews/industries/almaty-stal-absoljutnym-liderom-sredi-regionov-po-privlecheniyu-turistov.html> (data obrashhenija: 24.09.2024).
- 19 Almaty stavit rekord po kolichestvu turistov [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://www.zakon.kz/finansy/6450900-almaty-stavit-rekord-po-kolichestvu-turistov.html> (data obrashhenija: 03.10.2024).
- 20 Masud A., Chzhan C., Ali M., Kappiello Dzh., Dhir A. Svjazyvanie ispol'zovanija korporativnyh social'nyh setej, doverija i obmena znanijami: paradoksal'nye roli prozrachnosti kommunikacii i lichnogo blogginga // Journal of Knowledge Management. – 2022. – Т. 27, №4. – С. 1056–1085. DOI: 10.1108/JKM-11-2021-0880.
- 21 Je Sh., Vu C. S., Chzhjen Ch. Dzh. Javlajutsja li turisty s bolee vysokimi ozhidaniyami bolee chuvstvitel'nymi k kachestvu obsluzhivanija? Dannye iz gorodskogo turizma // Journal of Destination Marketing & Management. – 2019. – Т. 12. – С. 64–73. DOI: 10.1016/j.jdmm.2019.01.002.
- 22 Tata S. V., Prashar S., Gupta S. Izuchenie roli valentnosti otzyva i istochnika otzyva v razlichnyh kontekstah potreblenija pri prinjatii reshenija o pokupke // Journal of Retailing and Consumer Services. – 2020. – Т. 52. – С. 101734. DOI: 10.1016/j.jretconser.2019.01.003.
- 23 Almaty, Akmolinskaja i Almatinskaja oblasti ob#edinajut uslilija dlja razvitija turizma [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty/press/news/details/833084?lang=ru> (data obrashhenija: 03.10.2024).
- 24 Bystryh A. V., Novikova A. S. Raznovektornyj karakter reljacionnoj raboty v publicnom onlajn-otzyve // Jazyk, kommunikacija i social'naja sreda. – 2022. – №20. – С. 35–47.
- 25 Turizmdegi cifrlyk tehnologijalardyң uqpaly: Әлемдік статистика // Google Turizm esebi [Jelektronnyj resurs]. – URL: <https://www.thinkwithgoogle.com> (data obrashhenija: 03.10.2024).

<p>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор) Зиявдинова Асыл Кадырхановна, магистр, Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан, e-mail: assylziyavdinova@gmai.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-5922-9932</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор) Зиявдинова Асыл Кадырхановна, магистр, Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан, e-mail: assylziyavdinova@gmai.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-5922-9932</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author) Ziyavdinova Assyl Kadyrkhanovna, master of science, National Women's Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan, e-mail: assylziyavdinova@gmai.com, ORCID ID: https://orcid.org/0000-0001-5922-9932</p>
---	---	---

Мақала түскен күні: 21.02.2025

Мақала басылымға қабылданған күні: 26.05.2025

¹Онаева Б.Т.^а , ²Хамидов О.Х., ¹Муканов А.Х.

¹А.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан

²Бухара мемлекеттік университеті, Бухара, Өзбекстан

SOFT ТУРИЗМДІ ДАМУДЫҢ ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТӘЖІРИБЕСІ ЖӘНЕ ОНЫ ҚАЗАҚСТАНДА БЕЙІМДЕУ

Онаева Балдырган Талгатовна, Хамидов Обиджон Хафизович, Муканов Айдар Хамзеевич
Soft туризмді дамытудың халықаралық тәжірибесі және оны Қазақстанда бейімдеу

Аңдатпа. Мақалада авторлар soft туризмді дамытудың халықаралық тәжірибесін қоршаған ортаға әсерді азайтуға, мәдени мұраны сақтауға және жергілікті қауымдастықтарды тартуға бағытталған туристік қызметтің тұрақты үлгісі ретінде қарастырады. Қоршаған ортаны қорғау, мәдени және білім беру жобаларында soft туризм қағидаттарын белсенді қолданатын Швейцария, Жаңа Зеландия, Жапония және тағы басқа елдердің сәтті тәжірибесі зерттеледі. Бұл тұжырымдаманы Қазақстанның табиғи және мәдени өртүрлілігін ескере отырып, оның жағдайына бейімдеуге ерекше назар аударады. Мақалада салыстырмалы әдістер арқылы ұлттық парктерде экотуризмді дамыту, этномәдени бастамаларды қолдау мақсатында Қазақстанда soft туризмді енгізу мүмкіндіктері талданады. Негізгі қиындықтар, соның ішінде инфрақұрылымның жоқтығы, туристер арасындағы хабардарлықтың төмен деңгейі және жергілікті тұрғындарды оқыту қажеттілігі анықталады. Авторлар зерттеу негізінде жауапты туризм және табиғатқа жанашырлықпен қарау қағидаттары арқылы Қазақстанның бірегей табиғи және мәдени мұрасын сақтай отырып, оның туристік тартымдылығын арттыруға көмектеседі деп тұжырымдайды.

Түйін сөздер: soft туризм, тұрақты туризм, халықаралық тәжірибе, бейімдеу стратегиясы, экотуризм, кластерлік модель, мәдени-танымдық туризм.

Онаева Балдырган Талгатовна, Хамидов Обиджон Хафизович, Муканов Айдар Хамзеевич
Международный опыт развития soft туризма и его адаптация в Казахстане

Аннотация. В данной работе авторы рассматривают международный опыт развития soft туризма как устойчивой модели туристской деятельности, направленной на снижение воздействия на окружающую среду, сохранение культурного наследия и вовлечения местных сообществ. Изучены успешные практики Швейцарии, Новой Зеландии, Японии и других стран, активно применяющих принципы soft туризма в экологических, культурных и образовательных проектах. Особое внимание уделяется адаптации данной концепции к условиям Казахстана с учетом его природного и культурного разнообразия. В статье на основе сравнительного метода анализируется перспективы внедрения soft туризма в Казахстане через развитие экотуризма в национальных парках, поддержку этнокультурных инициатив. Определены основные проблемы, включая отсутствие инфраструктуры, низкий уровень осведомленности туристов и необходимость просвещения местных жителей. На основе исследования авторы приходят к выводу, что soft туризм, основанный на принципах ответственности и дружелюбия к природе, будет способствовать сохранению уникального природного и культурного наследия Казахстана и повышению его туристской привлекательности.

Ключевые слова: soft-туризм, устойчивый туризм, международный опыт, стратегия адаптации, экотуризм, кластерная модель, культурно-познавательный туризм.

Onayeva Baldyrgan, Hamidov Obidzhon, Mukanov Aidar

International experience in the development of soft tourism and its adaptation in Kazakhstan

Abstract. In this article, the authors consider the international experience of developing soft tourism as a sustainable model of tourist activity aimed at reducing the impact on the environment, preserving cultural heritage and involving local communities. Successful practices of Switzerland, New Zealand, Japan and other countries that actively apply the principles of soft tourism in ecological, cultural and educational projects are studied. Special attention is paid to the adaptation of this concept to the conditions of Kazakhstan, taking into account its natural and cultural diversity. In the article, on the basis of a comparative method, the prospects of introducing soft tourism in Kazakhstan through the development of ecotourism in national parks, support of ethno-cultural initiatives are analyzed. The main problems are identified, including the lack of infrastructure, low level of awareness among tourists and the need to educate local residents. On the basis of the research, the authors come to the conclusion that soft tourism, based on the principles of responsibility and friendliness to nature, will contribute to the preservation of the unique natural and cultural heritage of Kazakhstan and increase its tourist attraction.

Key words: soft tourism, sustainable tourism, international experience, adaptation strategy, ecotourism, cluster model, cultural tourism.

Кіріспе. Соңғы онжылдықтарда soft туризм жаппай туризмге тұрақты және әлеуметтік жауапты балама ретінде дамып келе жатыр. Бүгінгі таңда қоршаған ортаны сақтауға, мәдени мұраға және жеке саяхатқа баса назар аударумен сипатталатын soft туризм бүкіл әлемде жоғары сұранысқа ие, әсіресе овертуризмнен зардап шегіп отырған елдерде. Швейцария, Жапония және Жаңа Зеландия сияқты елдер өздерінің бірегей табиғи ландшафттары мен мәдени мұраларын пайдалана отырып, soft туризмді жүзеге асыру үшін құрылымды іс-шараларды жүзеге асырып, туристік орталықтардың тартымдылығын жоғарлатып отырғанын көруге болады.

Әлемдегі көптеген тартымдылығы жоғары туристік орталықтардың дамуындағы басты мәселе – овертуризм немесе туризмнің қоршаған ортаға, жергілікті тұрғындардың өміріне, ғасырлар бойы қалыптасқан дәстүрлеріне, әлеуметтік байланыстарына теріс әсері және оған мән бермеу. Бұл туралы шетел ғалымдарының пікірлері де баршылық. Мысалға, бірқатар ғалымдар [1-3] туристік орталықтардың қызметін айсбергке теңеп, судың бетіндегі бөлігін (айсбергтің төбесін) туристік аумақтың тартымдылығына сәйкестендіреді. Ал, судың астындағы көзге көрінбейтін айсбергтің басым бөлігін жауапсыз туристік әрекет негізінде туындайтын экологиялық, әлеуметтік, мәдени және тағы басқа да мәселелер деп көрсетеді.

Кен байтақ даласы мен көркем тау жоталары және бай мәдени тарихы бар Қазақстанда soft туризмді дамыту үшін орасан зор әлеуеті бар. Жылдан жылға туристердің талғамының өзгеруіне, кейбір елдердегі саяси жағдайының тұрақсыздығына, халықаралық деңгейдегі экономикалық құбылыстарға байланысты бүгінгі күні Қазақстан бағытында туристік ағынның ұлғаюын байқауға болады. Сонымен қатар отандық туристерде ішкі туристік нарықтағы табиғи, тарихи және басқа да ресурстарға қызығушылық танытып отырғанын көруге болады. Алайда, елдің туристік секторы дәстүрлі түрде ірі жобаларға назар аударып, көбінесе экологиялық тұрақтылықтан гөрі экономикалық өсуді бірінші орынға қояды. Мысалы, бірқатар ұлттық парктерде (Бурабай, Көлсай көлдері, Шарын шатқалы және т.б.) туристердің санының артуына байланысты қоршаған ортаның ластануы байқалады, ал кейбір жерлерде бұл экологиялық мәселелерге айналып, туристік орталықтың тұрақты дамуына кері әсер етуде. Осы себептен отандық туристік орталықтарда, аймақтарда жауапты, қоршаған ортаға минималды зиян келтіруді көздейтін

туризм түрлерін қалыптастырып, территорияда орналасқан ресурстардың ерекше қасиеттерін сақтап қалып, дестинацияның ұзақ мерзімдегі тартымдылығын қамтамасыз ету шараларын жүзеге асыру қажеттілігі туындауда.

Бұл іс шараларды анықтаудың тиімді бір жолы soft туризмді дамытудағы шетел тәжірибесін қарастыру, әсіресе елімізге ұқсас табиғи-климаттық, мәдени немесе әлеуметтік ерекшеліктері бар мемлекеттерге назар аударуымыз керек және озық мысалдарға негізделіп отырып, қазақстандық туристік орталықтарда soft туризмді дамыту жолдарын айқындаған жөн.

Зерттеу мақсаты – soft туризмді дамытудың халықаралық тәжірибесін зерттеу, оны Қазақстан жағдайында бейімдеу және қолдану мүмкіндіктерін анықтау. Жалпы зерттеу мақсатын айқындау барысында бірқатар гипотезалар белгіленді:

- soft туризмді дамытудың халықаралық тәжірибесі, оның нақты табиғи, климаттық, әлеуметтік-мәдени және экономикалық жағдайлары ескерілген жағдайда Қазақстанда сәтті бейімделу және қолданылуы мүмкін;

- Қазақстанда soft туризмді дамыту жаңа жұмыс орындарын ашуды, жергілікті халықтың табысын арттыруды, мәдени мұраны сақтауды және экологиялық жағдайды жақсартуды қоса алғанда, айтарлықтай әлеуметтік-экономикалық пайда әкелуі мүмкін;

- Қазақстанда soft туристік әлеуетті тиімді жүзеге асыру үшін тиісті нормативтік-құқықтық базаны әзірлеуді, инфрақұрылымды құруды, білікті кадрларды дайындауды және жергілікті халықтың белсенді қатысуын қамтитын кешенді тәсіл қажет.

Зерттеу міндеттері. Белгіленген гипотезалардың растығын дәлелдеу және белгіленген мақсатқа қол жеткізу үшін зерттеу келесі негізгі міндеттерді орындаудан тұрды:

- soft туризм сипаттарын зерттеу, шетелдік туристік территориялардың дамуындағы оның рөлін айқындау және отандық дестинацияларда қолдану мүмкіндіктерін қарастыру;

- soft туризмнің жергілікті экономиканың дамуына тигізетін әсерін қарастыру және әлеуметтік, мәдени, экологиялық құндылықтарды қалыптастыруға деген әсерін сипаттау;

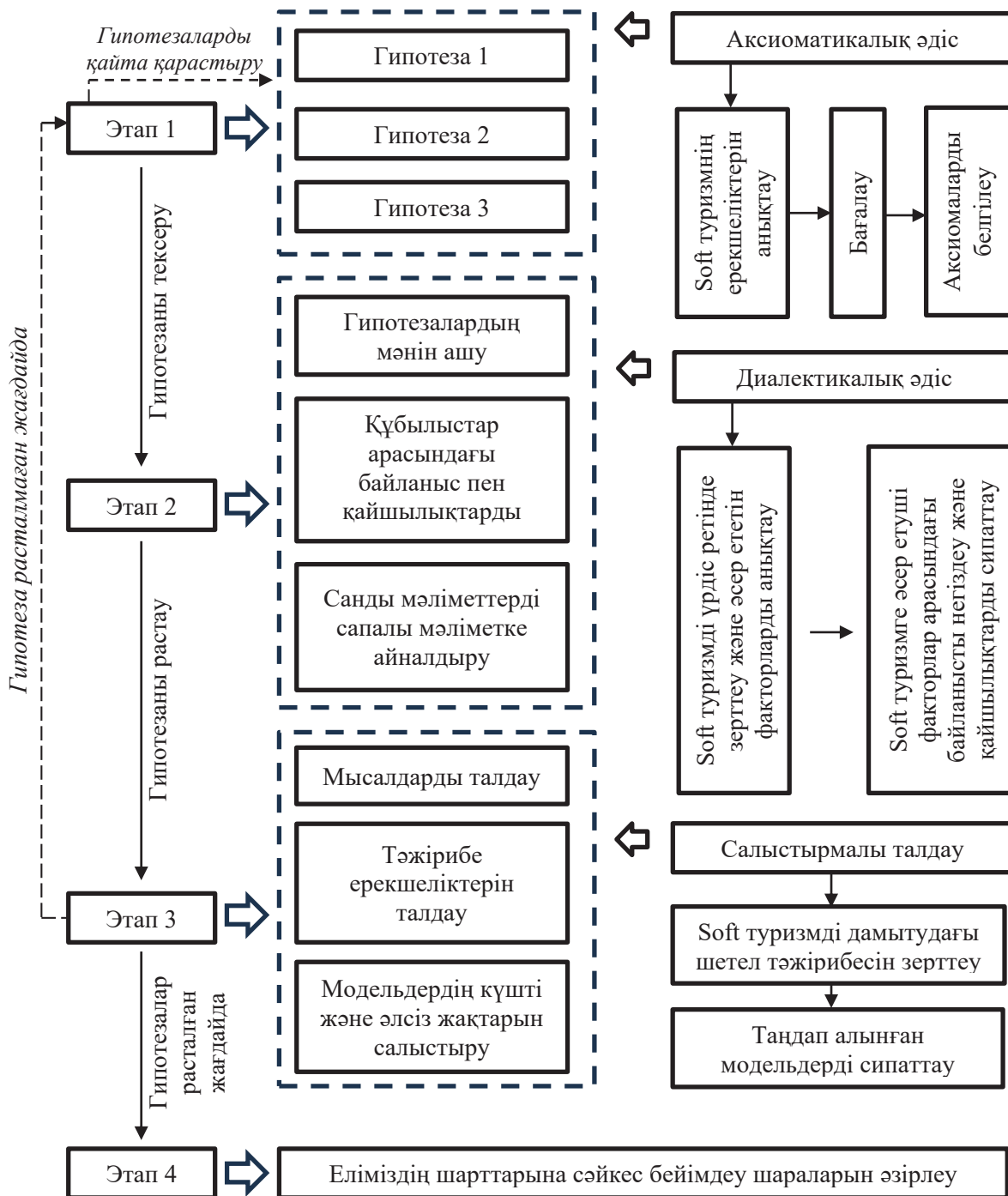
- Қазақстандағы бұл туризмнің даму әлеуетін бағалау және Қазақстанның туристік тәжірибесіне soft туризм қағидаттарын енгізу бойынша ұсыныстар әзірлеу.

Мақала келесідей құрылымдалған: әдебиеттік шолуда soft туризмнің жаһандық трендтері мен сәтті мысалдары қарастырылады; негізгі бөлімінде осы тәжірибелердің Қазақстанда қолданылуын

бағалау үшін қолданылатын аналитикалық тәсіл сипатталады; қорытындысында аймақтағы «soft» туризмді дамыту, оның экономикалық және экологиялық тұрақтылығын қамтамасыз ету бойынша ұсыныстар беріледі.

Әдістер мен материалдар. Шет мемлекеттерде soft туризмді дамытудағы озық тәжірибелерін

қарастыруда және ол елдерде қалыптасқан модельді отандық шарттарға бейімдеу жолдарын анықтауда диалектикалық философия әдісі, аксиомалар теориясына негізделген аксиоматикалық және модельдер арасындағы ұқсастықты немесе айырмашылықты айқындауға бағытталған салыстырмалы талдау әдістері қолданылды (сурет 1).



Сурет 1 – Зерттеу моделінің дизайны
Ескерту: сурет авторлармен жасалды

Зерттеу жұмысының мақсатын айқындау барысында аксиома ретінде үш негізгі гипотеза қабылданған болатын. Осы себептен атаулы аксиомаларды негіздеу және дәлелдеу барысында аксиматикалық әдіс қолданылды. Осының нәтижесінде шетел тәжірибесінде soft туризмді дамытудың негізгі қағидалары анықталып, белгілі бір заңдылықтар негізінде тиімділікке қол жеткізген модельдер сипатталды.

Диалектикалық әдіс барлық зерттеуге арналған құбылыстар өзара байланыста бола отырып, тұрақты түрде қозғалыста болады деген ойға негізделіп, soft туризмнің дамуындағы үрдістердің (экономикалық, әлеуметтік, экологиялық және т.б.) арасындағы байланыстарды және олардың ортасындағы қайшылықтарды анықтауға мүмкіндік берді. Атаулы әдістің негізінде шетелдерде туристік орталықтарды дамытуда экономикалық мақсаттарға қол жеткізу мен экологиялық тазалықты сақтап қалу сияқты бір-біріне қайшы келетін сұрақтар қандай шешім тапқаны қарастырылып, зерттелді.

Әртүрлі елдердегі soft туризмді дамыту тәжірибелерін салыстыру, бұл туризм түрін дамытудағы барлық қарастырылған елдерге ортақ болып келетін жалпылама және тек бір елге ғана тиесілі ерекше заңдылықтарды анықтау мақсатында салыстырмалы талдау әдісі кеңінен қолданылды. Салыстырмалы талдау барысында келесі негізгі критерийлер есепке алынды: овертуризммен күресу шаралары және қоршаған ортаның тазалығын сақтау басымдылықтары, soft туризмді дамытуға арналған инфрақұрылымды қалыптастыру, экологияға теріс әсер етпейтін бастамаларды қолдау және эко орналастыру орындарының дамуын қолдау, эко маршруттарды даярлау және жүзеге асыру, жауапты туризмді дамытуға арналған ақпараттық-коммуникациялық технологияларды қолдану және т.б.

Әдістерді қолдану және мәліметтерді өңдеу аясында шынайы нәтижелерді көрсету және бұрмаламау, зерттеу барысында этикалық нормаларды сақтау, академиялық адалдыққа тиесілі ережелерге бағыну сияқты нормалар толықтай есепке алынды.

Жұмысты дайындау барысында отандық және шетел авторларының әртүрлі баспаларда (оның ішінде Scopus және Web of Science халықаралық платформаларына кіретін басылымдарда) жарияланған еңбектері, UNWTO есептері, Ұлттық статистика бюросымен жарияланған статистикалық мәліметтер қолданылды.

Нәтижелер. Soft туризм, яғни тұрақты және жағымсыз әсері аз әсер ететін туризм

ретінде белгілі, сондай-ақ туризмді дамытуға трансформациялық тәсіл ретінде кеңінен танылды. Көбінесе қоршаған ортаның нашарлауына және мәдени гомогенизацияға әкелетін дәстүрлі жаппай туризмнен айырмашылығы soft туризм экологияны сақтауға, мәдени сезімталдыққа және жергілікті қауымдастықтармен мағыналы қарым-қатынасқа баса назар аударады.

Soft туризмді дамытудағы жаһандық тәжірибелерге келетін болсақ, көптеген елдер soft туризмді өздерінің туристік стратегияларына біріктіру арқылы сәтті қабылдады. Мысалы, Швейцария дәстүрлі көлікке экологиялық таза балама ретінде жаяу серуендеуді, велосипедпен және теміржолмен саяхаттауды ілгерлету арқылы экологиялық туризмде көшбасшыға айналды. М. Юнгмейер Швейцарияда аймақтық экономиканы қолдау мақсатында шағын көлемді, жергілікті тұрғыда басқарылатын шағын эко үйлерге баса назар аудару қоршаған орта ластануын азайтады деп тұжырымдаған [2].

Сол сияқты, Жаңа Зеландия soft туризмді дамыту үшін өзінің табиғи сұлулығын тиімді пайдаланады. Елдің «The Tiaki Promise» бастамасы саяхатшыларды қоршаған ортаны қорғауға, жергілікті мәдениетті құрметтеуге және баратын жерге оң үлес қосуға шақырады. Атаулы бастама 2018 жылдан бастап Жаңа Зеландия Үкіметінің қолдауы негізінде жүзеге асырылып, табиғатты қорғауды насихаттау (туристер табиғат ресурстарын жауапты түрде пайдаланып, олардың ерекше қасиеттерінің сақталып қалуына үлестерін қосуы тиіс), қауіпсіздік (маршруттарда қауіпсіздік стандарттарын кеңінен енгізу), жергілікті мәдениетті құрметтеу (Маори мәдениетіне сәйкес дәстүрлерді сақтау, жергілікті қауымдастықтармен ынтымақтастықты орнату), тұрақты даму тәжірибесін қалыптастыру (қоршаған ортаға зиян келтірмейтін еңбек шарттарын ұйымдастыру), жол қозғалысының экологиялық тазалығын қамтамасыз ету (қоршаған ортада CO₂ үлесін төмендету) сияқты қағидаларға негізделеді. Бұл қағидалар Жаңа Зеландияның бірегей ландшафттарын сақтап қана қоймай, оның жауапты туристік бағыт ретіндегі имиджін де нығайтады және де туризмді басқарудағы жергілікті қауымдастықтардың ролін арттырады [4].

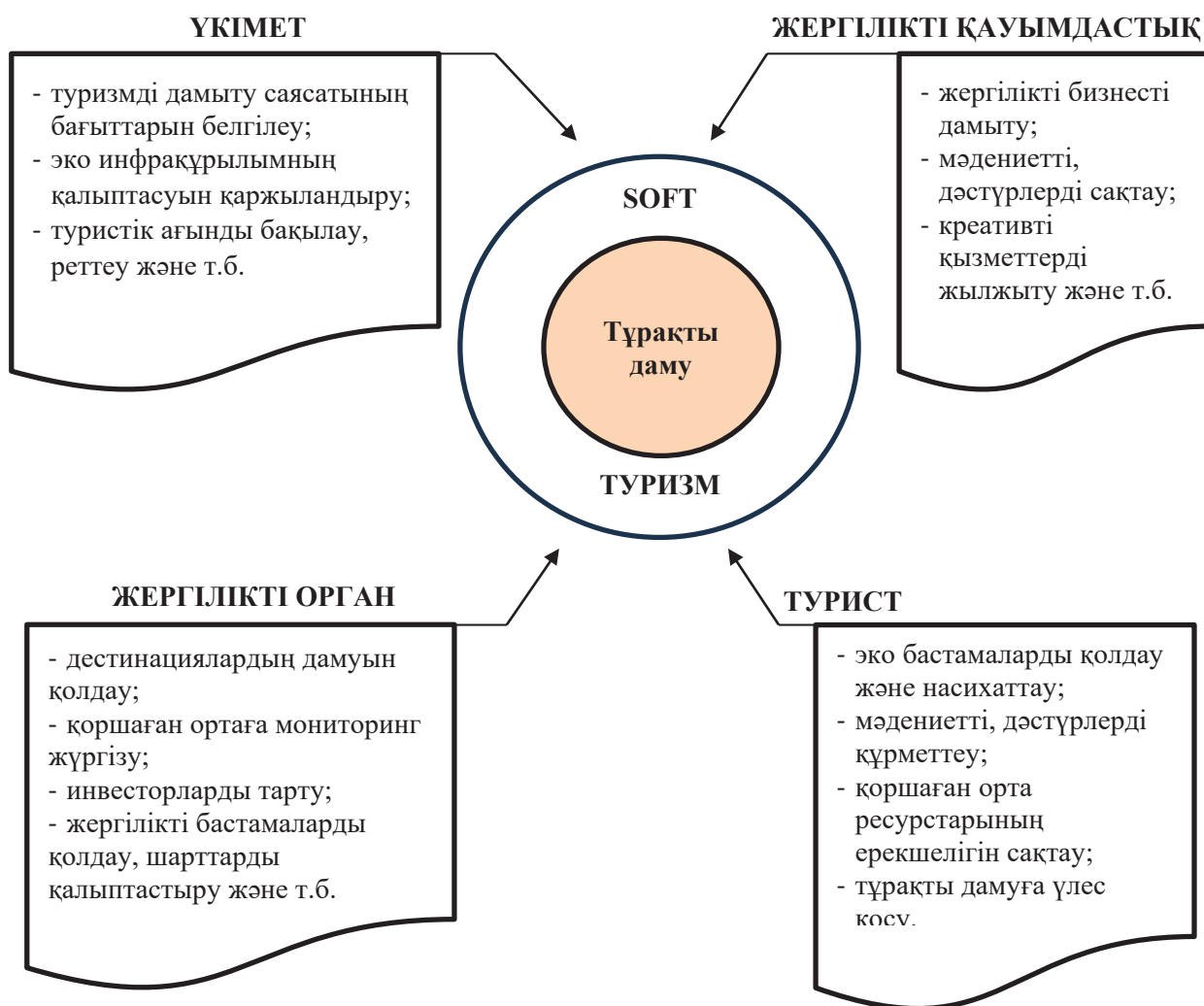
Жалпы «The Tiaki Promise» бастамасын сала дамуының тұрақтылығын қамтамасыз ете алатын және мемлекеттік реттеу, жергілікті қауымдастықтар қызметін, туристің әрекетін біріктіретін soft туризм моделінің картасы ретінде көрсетуге болады (сурет 2). Бастаманың сәтті тәжірибеге айналуының негізгі себебіне мемлекеттік органдар және жергілікті қауым-

дастықтар тарапынан кешенді түрде қағидаларды жүзеге асыруды қамтамасыз етілуін жатқызуға болады.

Жаңа Зеландия соңғы жылдары, әсіресе COVID-19 пандемиясы нәтижесінде қалыптасқан шарттарға байланысты, тұрақты туризм моделіне көше бастады. Мысалы, бүгінгі таңда бұл елдің кейбір дестинациялары өз қызметтерін экономикалық тұрғыда қомақты табысты қалыптастыратын және қоршаған ортаға қатты зиян келтірмейтін жоғары табысы бар туристтерге бағыттауда [5]. Яғни, Жаңа Зеландия овертуризмнің қоршаған ортаға, сонымен қатар жергілікті қауымдастықтардың әрекетіне теріс әсерін көре отырып туристік қызметтерді ұйымдастыруда кішігерім туристік топтарға қызмет көрсетуді қолға алып

отыр. Басқаша айтқанда қоршаған ортаның ерекшелігін сақтап қалу, сонымен қатар территория табиғатының тартымды қасиеттерін туристік ресурс ретінде қолданып, одан пайда алу сұрақтарының арасындағы тепе-теңдікті қамтамасыз етудің негізгі жолы ретінде soft туризм танылып отыр.

Соңғы жылдары дестинациялардың дамуында soft туризм тұжырымдамасын белсене қолданылып отырған ел – Жапония. Атаулы ел әлемдегі танымалдылығы жоғары және тартымды дестинациялардың қатарына кіреді және жыл сайын овертуризм нәтижесінде туындайтын мәселелерді шешуде қомақты шығын атқаруда, әсіресе Киото, Токио, Осака сияқты ірі қалалар шеңберінде [6].



Сурет 2 – Жаңа Зеландияның soft туризмді дамыту картасы

Ескерту: сурет авторлармен жасалды

Жапониялық ұлттық туристік ұйымының (JNTO) мәліметіне сүйенсек, 2024 жылы елдің туристік дестинацияларында 36,9 млн туристке қызмет көрсетілген (кесте 1). Осы аймақтағы басқа елдердегі туристік қызмет көрсету көлімін

талдасак, Қытай, Малайзия, Индия, Тайланд сияқты елдер бүгінгі күні COVID-19 пандемиясы алдындағы 2019 жылдың көрсеткішіне әлі жетпеген, ал Жапонияда қызмет көрсетілген туристердің саны 15,7% артқан.

Кесте 1 – 2018-2024 жылдар аралығында Азия аймағына кіретін елдердегі халықаралық туризм бойынша қызмет көрсетілген келушілердің саны (млн. адам)

Елдер	Жылдар							2024/2019 (%)
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	
Қытай	62.9	65.7	8.0	5.7	30.2	38.1	49.5	75.3
Индия	17.4	17.9	6.3	7.0	14.3	16.5	17.1	95.5
Жапония	31.2	31.9	4.1	0.2	3.8	25.1	36.9	115.6
Малайзия	25.8	26.1	4.3	0.1	10.1	20.1	22.4	85.8
Тайланд	38.2	39.9	6.7	0.5	11.1	28.2	35.5	89.0

Ескерту: БТҰ мәліметтері [7] негізінде құрылды

Туристердің санының артуы әрине жергілікті туристік инфрақұрылымға және экожүйеге қатты салмақ салды. Осыған байланысты Үкімет және жергілікті билік органдары туристік ағынды тиімді реттеуге, жергілікті қауымдастықтарды қолдауға және мәдени мұраны сақтап қалуға бағытталған стратегияларға мән беріп, жүзеге асыра бастады.

Бүгінгі таңда овертуризм мәселесін шешу үшін Жапонияда келесі негізгі іс-шаралар жүзеге асырылуда:

- туристік ағынды бөлістіру және реттеу. Қазіргі кезде туризмді реттеуге бағытталған мемлекеттік органдар Токио немесе басқа танымал бағытындағы туристік ағынның бағытын өзгерту үшін жаңа, қазіргі кезде аса қатты танымалдылыққа ие болмаған Тохоку, Сикоку, Хоккайдо сияқты туристік дестинацияларды жылжытуда;

- туристік объектілердің қолжетімділігін шектеу. Мысалы Киотода туристердің сұранысы жоғары мәреге жететін сағаттарда атақты Арасияма бамбук орманына кіруге шектеулер қойылады;

- экологиялық тұрақтылыққа бағытталу. Қалдықтардың көлемін қысқартуға және жасыл технология тұжырымдамасына сәйкес келетін құрылғыларды қолдануға бағытталған бағдарламалар әзірленіп, жүзеге асырылуда;

- жауапты туризмді инновациялық тұрғыдан қолдау. Бүгінгі таңда Жапония инновациялық технологияларды шығару және оларды өндіріс немесе қызмет көрсету саласында қолдануы бойынша әлемде бірінші қатарлы мемлекеттердің тізімінде. Жаңа инновациялық технологиялар туризм саласында да қарқынды қолдануда, әсіресе қоршаған ортаның тазалығын сақтау, демалушылардың табиғаттық ортада демалыс ыңғайлылығын жоғарылату сияқты сұрақтарда.

Жапония soft туризмнің негізгі бөлігі болып табылатын мәдени туризмде де көшбасшылық танытты. «Сатояма тәжірибесі» сияқты бағдарламалар күріш егу және шай жинау сияқты әсерлі әрекеттерді ұсына отырып, келушілерді дәстүрлі ауылдық өмір салтына тартады. Такахаши мен Накамураның зерттеулері бұл тәжірибелердің ауыл мұрасын сақтай отырып, мәдени алмасуға қалай ықпал ететінін көрсетеді [8, 9].

Жалпы Жапонияның туристік дестинацияларда soft туризмді дамыту тәжірибесі тек овертуризмнен зардап шегіп жатқан елдер үшін ғана емес, сонымен қатар туристік территорияларын енді дамытуға кіріскен елдер үшін де пайдалы. Яғни туризм саласын дамытып, одан пайда көргісі келетін елдер қазірден бастап табиғат және қоршаған орта ресурстарын тиімді пайдалануды ойластырып, жеке кәсіпкерлердің экономикалық мүделерін қоғамдық мүддеге сәйкестендіруі тиіс.

Soft туризмді территорияны тұрақты дамыту құралы ретінде тиімді қолданып отырған ел – Канада. Бүгінгі таңда туристік тұрғыдан тартымдылығы жоғары табиғаттық ресурстарға, экологиялық ортаға, мәдениетке, тарихи объектілерге ие Канада soft туризм тұжырымдамасын қарқынды түрде жүзеге асырып, бұл туризм түріне сәйкес келетін арнайы инфрақұрылымды қалыптастыруда.

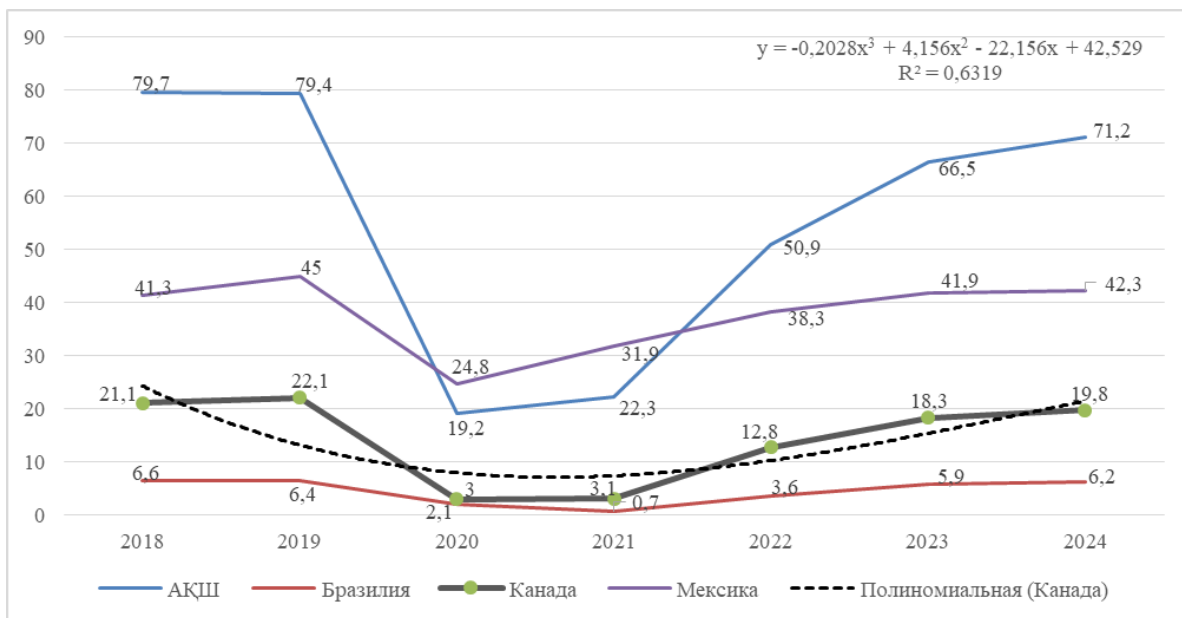
Жалпы, Канада көп жағдайда soft туризм ұғымын экожүйенің ерекшеліктерімен байланыстырады. Оның негізгі бір себебі экологиялық туризмге деген сұраныстың жоғары болуы. Канадалық туризм бойынша комиссиясының (СТС) мәліметтеріне сүйенсек 2024 жыды бұл елге 19 млн астам турист келген (сурет 3), оның 68,1% ерекше қорғалатын табиғи аймақтарда не-

месе бірегей сипаттарға ие эко орталықтарда демалыстарын өткізген [10].

Көптеген елдер 2020-2021 жылдары COVID-19 пандемиясынан қатты зардап шегіп, туристік қызмет көрсету деңгейі күрт қысқарған болатын. Мысалы, Канада елінде пандемия жағдайында 22 млн адамнан 3 млн-ға дейін қысқарған, ал постпандемиялық кезеңде бұл көрсеткіштің қайта өсуі байқалады, яғни егер 2021 жылы келушілердің саны 3,1 млн адамды құраса, 2022 жылы олардың саны бірден 9,7 млн адамға артқан. Бұл жағдай Канада елінің туристік дестинацияларының инфрақұрылымына, экожүйесіне тыс салмақ салып, тартымды жерлердің қоршаған ортасының ластануына әкеліп соқты.

Соңғы жылдары овертуризм нәтижесінде туындаған мәселелерді шешу мақсатында Ка-

нада үкіметі жергілікті басқару органдарымен бірлесіп ел ішінде туристік ағынды бөлістіру, жергілікті қауымдастықтарды қолдау, табиғат ресурстарының ерекше қасиеттерін сақтауға бағытталған стратегияларды жүзеге асыруда. Мысалы, туристер ортасында белгілі Морейн көлі, Колумбия мұздығы, Джонстон каньоны орналасқан Канаданың ең ескі Банф ұлттық паркінің аумағында бүгінгі күні овертуризм нәтижесінде экомаршрут жолдарының тозуы, қоршаған ортаның ластануы, жабайы табиғаттың ерекше қасиеттерінің жоғалуы байқалады [11]. Атаулы мәселелер және оларды шешу бүгінгі күні тек жергілікті билік етуші органдары тарапынан ғана емес, сонымен қатар Үкімет деңгейінде қарастырылуды қажет ететін маңызды міндеттердің біріне айналды.



Сурет 3 – Американың ірі елдеріндегі келуші туристер саны
Ескерту: БТҮ мәліметтері [5] негізінде құрылды

Ерекше қорғалатын табиғи аймақтарда Канада Үкіметі овертуризмге балама ретінде қалыптасқан soft туризм қағидаларын түрлі туристік қызметтерді ұйымдастырудың негізіне енгізбекші. Яғни, қорғалатын аймақтарда қандайда туризм түрлері жүзеге асырылса да негізінде табиғатты қорғау, туристер тарапынан жауапты әрекет, орта элементтерін қорғау, сыйлау және құрметтеу сияқты құндылықтар жатады. Қазіргі кезде soft туризмді дамыту мақсатында Канада елінде мемлекеттік органдар, арнайы туризм саласында құрылған комиссиялар, жергілікті басқару органдары, бизнес өкілдер, қоғамдық

ұйымдар бірлесіп келесі негізгі іс-шараларды жүзеге асыруда: ерекше қорғалатын аймақтарда сұранысы жоғары маусымда келушілер санына лимиттер орнату (мысалы Банф паркіндегі Морейн көлінің жағажайында жазғы уақытта демалысты өткізу); экологиялық білім беру (туристер арасында экологиялық сауаттылықты арттыруға бағытталған бағдарламаларды жүзеге асыру, кеңес беру ақпараттық орталықтарды орнату, арнайы дағдылары бар гидтерді дайындау); инфрақұрылымдық жақсартулар (тұрақты экологиялық даму инфрақұрылымын қалыптастыру, қалдықтарды қайта өңдеу жүйесін

құру және т.б.); жергілікті қауымдастықтармен серіктестік орнату (жергілікті тұрғындарды ерекше қорғалатын аймақтарды басқару үрдісіне араластыру, жергілікті бизнесті қолдау және дамыту және т.б.); soft туризм аясында халықаралық ынтымақтастықты нығайту (тәжірибе алмасу, экологиялық мәселелерді шешуге халықаралық ұйымдарды араластыру, soft туризм құндылықтарын әлемге танымал ету және насихаттау).

Soft туризмді дамыту және оның негізгі қағидағтарын насихаттау америкалық елдердің ішінде тек Канадаға ғана емес, басқа да ірі мемлекеттерге де тән дүние. Мысалы, Америка континентіне келетін туристердің басым бөлігіне қызмет көрсететін АҚШ бүгінгі таңда

туристік тұрғыда жоғары тартымдылыққа ие территорияларда овертуризмнің кері әсерін төмендету үшін эко инфрақұрылымға қомақты инвестициялық ресурстарды салуда. Йеллоустоун, Үлкен каньон және Йосемит сияқты әлемге белгілі ұлттық парктерде арнайы қоршаған ортаға зиян келтірмейтін, аймақтың флорасы мен фаунасының ерекшеліктерін сақтауға мүмкіндік беретін арнайы технологиялар енгізіліп, туристер үшін ақпараттық электронды тақтайшалар орнатылған [12]. Елде туризмнің табиғи қоршаған ортаға әсерін шектейтін қатаң экологиялық ережелері бар. Экологиялық таза маршруттар, сонымен қатар саяхатшылардың көміртегі ізін барынша азайту, электр көлігі мен экологиялық таза қонақ үйлерді пайдалану бағдарламалары әзірленген.

Кесте 2 - Soft туризм саласындағы халықаралық тәжірибе ерекшеліктері

Көрсеткіштер	Жаңа Зеландия	Жапония	Канада
Жыл сайынғы келушілердің орташа саны	23 млн адам	32 млн адам	20 млн адам
Туристердің ағынын реттеу бағыттары	Жаңа дестинацияларды қалыптастыру, жаңа территорияларды игеру, туристер арасында әлі белгісіз аймақта тұрақты туризмге бағытталған инфрақұрылымды қалыптастыру	Туристерді мәдени танымдылық туризмге бағыттау, елдің тарихын насихаттау, тарихи-мәдени орталықтардың тартымдылығын арттыру	Туристік орталықтардағы келушілердің санын бақылау, шектеулерді қою, ерекше қорғалатын аймақтарда жоғары сұраныс байқалатын маусымда туристерді қабылдау лимиттерін белгілеу
Дамыту инициаторы	Soft туризм жергілікті қауымдастықтардың бастамасы негізінде дамуда	Ұлттық туристік ұйым бастамасымен дамуда	Туризмді дамытуда комиссия, мемлекеттік органдар және жергілікті қауымдастықтардың бәрлесіп, қолдауы
Мемлекеттік қолдау	Орталық мемлекеттік органдардың бастамалары және жобалары жергілікті қауымдастықтың бастамалары (50\$ млн-ға дейінгі гранттар)	Мемлекеттік бағдаламалар және жергілікті префектуралардың бастамалары (100\$ млн-ға дейін бюджетті белгілейді)	Ұлттық стратегиялар, арнайы комиссиялардың бағдарламалары, қаржылық қолдау (200\$ млн-ға дейін гранттарды беру)
Инфрақұрылым және технологиялар	Тұрақты даму инфрақұрылымы, экомаршруттар, цифрлық технологиялар (мобильды қосымшалар)	Мәдени-тарихы орталықтар, эко қонақ үйлер, экомаршруттар, цифрлық платофрмалар (робот-гидтер)	Қоршаған орта тазалығын сақтау технологиялары, эко қонақ үйлер, экомаршруттар, геопарктер, цифрлық технологиялар және жасыл технология
Білім беру бағдарламалары, экологиялық тұрақтылық құндылықтарын қалыптастыру	Жергілікті тұрғындар мен туристерге арналған бағдарламалар (50% туристерді қамтиды)	Туристер мен жергілікті қауымдастықтарға арналған бағдарламалар (60% туристерді қамтиды)	Демалушылар мен туристерге арналған бағдарламалар (70% туристерді қамтиды)
Soft туризмді дамыту саласындағы халықаралық ынтымақтастық	БТҰ бастамаларын қолдау және жүзеге асырылуына қатысу	БТҰ және ЮНЕСКО бастамаларын қолдау және жүзеге асырылуына қатысу	БТҰ, ЮНЕСКО, ХЭФ, халықаралық волонтерлік қозғалыс, жасылдар қозғалысы бастамаларын қолдау және жүзеге асырылуына қатысу
Ескерту: авторлармен құрастырылды			

Soft туризмін дамыту бірқатар Еуропалық елдердің алдында туризм саласын тұрақты дамытуда басты міндетке айналған. Soft туризмнің

отаны болып саналатын Швеция «табиғат құқығы» концепциясын белсенді түрде дамытуда, бұл адамдарға экологиялық стандарттарды сақтай

отырып, табиғи аумақтар арқылы қозғалуға мүмкіндік береді. Дамыған экомаршруттар, кемпингтер мен ақпараттық орталықтар желісі елді soft туризмдегі көшбасшылардың біріне айналдырады. Швециялық Стефан Гослин туризмнің қоршаған ортаға тигізетін кері әсерін барынша азайтудың және soft туризмді дамытуда тұрақты даму принциптерін сақтаудың маңыздылығын атап көрсетеді [13].

Италиялық Мария Грациа Каса soft туризмді аймақтық дамудың маңызды факторы ретінде қарастырады, жаңа жұмыс орындарын құруға, жергілікті кірістерді арттыруға және инфрақұрылымды дамытуға ықпал етеді деп тұжырымдаған.

Германияда экологиялық таза туризм тұжырымдамасы белсенді түрде дамып келеді. Елде энергия тиімділігі мен жаңартылған энергия көздерін пайдаланудың жоғары стандарттарына сәйкес келетін экоқонақ үйлерді (Viabono) сертификаттау жүйесі бар. Сондай-ақ, Фрайбург және Гейдельберг сияқты велосипедпен жүру және серуендеу үшін жақсы дамыған инфрақұрылымы бар «жасыл қалалар» тұжырымдамасы жүзеге асырылған [14]. Германия табиғи парктер мен биосфералық қорықтарды дамытуға белсенді түрде инвестиция салуда, туристерге экологиялық білім беруді және табиғатты қалпына келтіруге арналған волонтерлік жобаларды қамтитын жауапты демалыс бағдарламаларын ұсынады.

Басқа да елдер тәжірибесінде soft туризмнің дамуы маңызды орын алуда. Мысалы, Коста-Рика экотуризмнің ұлттық экономикаға табысты интеграциясының мысалы болып табылады. Ел аумағының 25%-дан астамы табиғатты қорғау аймақтарына бөлінген, ал туризмнен түскен табыстың едәуір бөлігі биоәртүрлілікті сақтауға және жергілікті қауымдастықты дамытуға жұмсалады [15].

Австралия бірегей экожүйелерді сақтауға ерекше назар аудара отырып, soft туризмді белсенді дамытуда. Мұнда Какаду және Ұлы тосқауыл рифі сияқты ұлттық парктер қоршаған ортаға әсерді азайтуға бағытталған туристік қызметке қатаң шектеулер қояды [16]. Саяхатшыларға қоршаған ортаға зиян тигізбестен елдің табиғи сұлулығын зерттеуге мүмкіндік беретін арнайы экомаршруттар әзірленген. Сонымен қатар, Австралия экологиялық курорттарды дамыту және туризм секторында жасыл көлікті пайдалануды ынталандыру бағдарламаларын жүзеге асыруда.

Грузия мемлекеті тау жоталарын, қорықтар мен ұлттық саябақтарды қамтитын бірегей табиғи ландшафтының негізінде экотуризмді белсенді

дамытуда. Елде қоршаған ортаға аз әсер ететін табиғатты тамашалағысы келетін туристерді тартатын Сванети, Казбеги және Боржоми сияқты көптеген экологиялық маршруттар жасалған [17]. Soft туризмді дамыту мақсатында әзірленген стратегияның маңызды элементі ретінде жергілікті қауымдастықтарды қолдау, яғни туристерге аймақтың мәдениетін жақсырақ түсінуге мүмкіндік беретін қонақ үйлерді, экологиялық таза фермаларды және қолөнер шеберханаларын дамыту сияқты шараларға басымдық береді.

Демек, шет елдердің тәжірибесі soft туризмді табиғатты сақтаудың жолы ғана емес, экономиканы дамытудың қуатты құралы екенін көрсетеді. Бұл тәжірибелерді Ресейде қолдану экологиялық, экономикалық және әлеуметтік артықшылықтарды біріктіретін тұрақты туризм секторын құруға ықпал ете алады. Ресейде экотуризм белсенді дамып келе жатқан Байкал қорығы, Кенозерск ұлттық паркі мен қорықтар құрылды. Туристер бұл аймақтарға арнайы жасалған маршруттар бойынша келе алады, бұл қоршаған ортаға зиянын азайтады. Сонымен қатар, экотуризм саласындағы мемлекеттік-жекеменшік әріптестік бағдарламалары белсенді дамып келеді. Осылайша, Мәскеу мен Санкт-Петербург жасыл аймақтарды және қалалық экологиялық демалысты дамыту жобаларын жүзеге асырылуда.

Демек, бүгінгі күні soft туризм тұрақты дамудың негізі бола отырып бірқатар туризмді дамытуға мүдделі елдердің тәжірибесінде маңызды орын алады және де туристік инфрақұрылымды қалыптастыруда басымдықтарды анықтаушы құрал ретінде қолдануда. Әрине, soft туризмді дамыту және оған сәйкес инфрақұрылымдық негізді құру қомақты қаражатты және мүдделі стейкхолдерлер арасында тығыз интеграциялық байланыстардың қалыптасуын талап етеді, егер керекті жағдай қалыптастырылса soft туризм аймақтағы экологиялық мәселелерді шешіп қана қоймай, ұзақ мерзімдегі территорияның туристік тартымдылығын арттырады және жауапты туризмге сәйкес келетін оңтайлы имиджды құруға негіз қалайды.

Талқылау. Халықаралық тәжірибеге сәйкес жарқын және танымал іс-шараларды өткізу туристік ағынды ұлғайтудың ең тиімді тетіктерінің бірі болып табылады. Осыған орай, Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы шеңберінде мәдениет, тарихи мұра және табиғат элементтерімен дестинацияларды халықаралық тәжірибеге ұқсас: Жапония – Сакура, Фудзияма, шай рәсімі; Қытай – Ұлы Қытай Қабырғасы,

панда, қытай тағамдары; Австралия – кенгуру, маржан рифтері; Египет – пирамидалар және т.б. сәйкестендіру бойынша жұмыс жоспарланғанын көреміз. Бұл дегеніміз, халықаралық тәжірибеге сүйеніп, еліміздің ерекшеліктерін ескере отырып, туризмді, оның ішінде soft туризмді дамытуға бейімделу қажетпіз. Ерекше қорғалатын табиғи аймақтарда тұрақты туризмді дамыту шеңберінде ұлттық парктерді басқарудың ең тиімді әлемдік тәжірибесі АҚШ, Австралия және Грузия елдерінде кездеседі. Мұндай елдерде биологиялық алуантүрлілікті сақтау, инвестиция тарту, кәсіпкерлікті және туризмді дамыту бойынша іс-шаралар нақты белгіленген. Ұлттық парк қызметінің әр бағыты басқа бағытқа зиян келтірместен тиімді және үйлесімді түрде дамиды [18].

Австралиялық ғалым Дэвид Уивер туристерді, жергілікті тұрғындарды, бизнесті және мемлекетті қоса алғанда, барлық мүдделі тараптардың мүдделерін ескеретін soft туризмді дамытудың тиімді стратегияларын әзірлеудің маңыздылығын атап көрсетеді. Бұл soft туризмді зерттейтін белгілі шетелдік ғалымдардың бір бөлігі ғана. Олардың пікірлері мен зерттеулері осы саланың дамуына, танымал болуына ықпал етеді және туризмді дамытуға қатысты мәселелердің тиімді шешімдерін табуға көмектеседі.

Овертуризм әлемдегі көптеген танымал туристік бағыттар үшін барған сайын өзекті мәселеге айналуға және мұндай жағдай Қазақстанда да туындауы мүмкін. Елімізде туристік әлеуеті қарқынды түрде дамып келе жатқан кейбір отандық туристік орталықтар қазірдің өзінде шектен тыс туристік ағынның жағымсыз салдарына тап болуда. Олардың қатарына ерекше табиғи көрікті жерлерімен әйгілі Алтын-Емел, Щучье-Бурабай ұлттық парктерін және Зеренді, Балқаш сияқты курорттық аймақтарын жатқызуға болады. Мысалы, Алтын Емел ұлттық паркі соңғы жылдары жергілікті және шетелдік туристер арасында өте танымал. Бұл өз кезегінде парктің экожүйесіне жүктеменің айтарлықтай артуына әкеледі. Сонымен қатар, Алматы облысындағы Көлсай және Қайыңды көлдері әсем табиғатымен, ерекше пейзаждарымен көптеген туристерді тартады, әсіресе жаз мезгілінде. Бұл жағдайда: қоршаған ортаға жүктеме артады; қоқыс көлемі көбейіп, соқпақтарда топырақ эрозиясы байқалады; автотұрақ пен дәретхана сияқты инфрақұрылымның жоқтығы келушілерге қолайсыздық туғызады; көлік қозғалысының көбеюі тар тау жолдарында кептелістер туғызып, көлдерге қатынауды қиындатады.

АҚШ-тағы Үлкен каньонды еске түсіретін Шарын каньоныда туристер арасында жоғары тартымдылыққа ие. Мұнда да овертуризмнің салдарынан қоқыс көлемінің артуы, туристердің үлкен ағыны салдарынан нәзік геологиялық құрылымдардың зақымдануы, адамдардың теріс және жауапсыз әрекет ету кесірінен ландшафтқа кері әсер етуі, автокөліктерден туындаған көп мөлшердегі шаң-тозаң байқалады.

Сондай-ақ дәл осындай мәселелерге өзінің көлдерімен, тауларымен әйгілі, танымал демалыс орны Бурабай курорттық аймақ да тап болуда. Демалушылардың көптігі көлдің ластануына, қызу маусымда жолдар мен автотұрақтардың кептелісіне, тұрмыстық қалдықтар көлемінің артуына және қонақ үйлер мен басқа да инфрақұрылымдық нысандардың ретсіз құрылысы табиғи ортаға теріс әсер етуіне әкеліп соғуда.

Бұл мысалдар овертуризмнің еліміздің көптеген табиғи көрікті жерлері бар аймақтарда күрделі мәселелер туғызатынын көрсетіп отыр. Бүгінгі күні бұл аймақтар туристер ағынын реттеу және қоршаған ортаны қорғау шараларын қабылдау қажеттігін меңзейді.

Қазақстандағы soft туризмнің даму мүмкіндіктері географиялық алып жатқан орналасу орнынан бастап, ондағы табиғи, тарихи және мәдени байлықтарды қоса алғанда мекендейтін әртүрлі этностардың мәдени-тарихи ерекшеліктерін көрсететін туристік саладағы маңызды бағыт болып табылуы мүмкін. Қазақстанның Алтай тауларынан Шарын шатқалына дейін кең және алуан түрлі табиғи ландшафттары мұндай тәжірибелерді жүзеге асыруға айтарлықтай мүмкіндіктер береді. Алтын-Емел және Қатонқарағай сияқты ұлттық парктер экотуризм үшін тамаша бағыт болып табылады. Сонымен қатар, мәдени туризм Қазақстанның көшпелі дәстүрлерінің бай мұрасын көрсете алады. Демек, Қазақстан бірегей ерекше табиғатымен (Алтай, Тянь-Шань, Каспий, Баянауыл, Бурабай), мәдени мұраларымен (этноауылдар, көшпелі мәдениет, киелі жерлер) және бай тарихымен soft туризмді дамыту үшін зор әлеуетке ие. Осындай мүмкіндіктерді иелене отырып, бұл туризм түрінің дамуына барынша қолдау жасау сіз бен біздің міндетіміз. Алайда, бұл бағытты тежеуші бірқатар проблемалар бар екені белгілі: мысалы, инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы (экологиялық туристік маршруттардың жоқтығы, ақпараттық орталықтардың жетіспеушілігі), әлсіз экологиялық саясат (танымал демалыс орындарында қоршаған ортаны қорғаудың қатаң стандарттарының болмауы),

soft туризм тұжырымдамасы туралы халықтың хабардарлығының төмендігі.

Дегенмен, отандық зерттеулер аймақта тұрақты туризм қағидаттарының шектеулі жүзеге асырылуын көрсетеді. З. Садвакасова және басқалардың айтуынша, елдің туризм саясаты көбінесе экологиялық тұрақтылық есебінен ауқымды инфрақұрылымдық жобаларға бағытталған [19].

Шетелдік ғалымдардың пайымдауларына ел туризмінің тұрақты даму көзі ретінде soft туризмге негізделу турист, жергілікті қауымдастық және мемлекет болып бірлесе атқарған жұмыстар нәтижесінде көрініс табады.

Шетелдік тәжірибелерге сүйене отырып, Қазақстан туристік маршруттарды дамыту, қауымдастық негізіндегі туристік кәсіпорындарды қолдау және жергілікті экожүйелер туралы білім беру бағдарламаларын құру сияқты экотуризм бастамаларын ілгерлетуден пайда көре алады. Сонымен қатар, Швейцария мен Жаңа Зеландияда жасалғандай, туризмді басқарудың цифрлық құралдарын пайдалану Қазақстандағы soft туризмнің қолжетімділігі мен тұрақтылығын жақсартып алады.

Ағымдағы бастамалардың мысалдарына тоқталатын болсақ, Ұлттық парктегі экотуризм (Ле-Алатауы, Катонқарағай, Шарын каньоны), мәдени мұраға назар аударатын «Көшпенділер әлемі» сияқты жәрменкелер мен этнофестивальдар, Алматы облысы мен Маңғыстауда глампинг аймақтарын дамыту сияқты шаралары жүзеге асырылды.

Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 18-наурызындағы №262 қаулысымен бекітілген «Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасы» [18] шеңберінде ағымдағы жағдайы талданып, халықаралық тәжірибеге шолу жасалынып, бірқатар шешу жолдары қарастырылған. Бүгінгі таңда туризм саласында бірқатар мәселелер белең алып отыр, мысалға, туристік тартылыс орындарында инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, яғни көлік-логистикалық, инженерлік-коммуникациялық, сервистік және басқа да туристік инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, кей жағдайда болмай қалуы, өз кезегінде ұсынылатын туристік өнімнің сапасын төмендетеді. Сонымен қатар, абаттандырылған СГН (санитарлық-гигиеналық нүктелер) мен заманауи жол бойындағы қызмет көрсету нысандарының болмауы отандық және шетелдік саяхатшыларды итермелейді, сондай-ақ өңірлерге инвесторларды тартуға теріс әсер етеді. Осындай проблема ерекше қорғалатын табиғи аймақтарда тіркелген.

Осылайша, халықаралық тәжірибе туризмнің дамуын қамтамасыз етудегі атқарушы биліктің белсенді рөлін табыстық маңызды факторларының бірі болып табылатынын көрсетеді.

Демек, еліміздегі soft туризмнің шешімдері мен даму перспективаларын ұсынсақ:

- экологиялық маршруттар желісін құру: табиғатқа аз әсер ететін «жасал соқпақтарды» дамыту және туристер үшін электронды гидтер мен ақпараттық қосымшаларды енгізу;

- БАҚ арқылы тұрақты туризмді ілгерлету: soft туризм бойынша білім беру бағдарламалары мен блог науқандарын жүргізу, қазақстандық ықпал етушілер мен саяхат блогерлерін тарту;

- кәсіпкерлікті мемлекеттік қолдау және ынталандыру: экотуризм нысандары мен қонақ үйлерге жеңілдіктер мен субсидиялар қарастыру, швейцариялықтар сияқты «эко қонақ үйлер» ұлттық стандарттарын құру;

- этно- және экотуризмді дамыту: туристердің танымдылығын арттыру мақсатында қазақ этникалық ауылдарын қолдау, киіз үй лагерьлерінде тұру мүмкіндігімен экотурларды дамыту;

- экологиялық бақылауды күшейту: сезімтал аймақтардағы келушілер санын шектеу (Канада үлгісі бойынша) және ерекше қорғалатын аумақтарға баратын туристерге «экосалықтар» жүйесін енгізу.

Қорытынды. Қорытындылай келе, soft туризм Қазақстан үшін экономикалық өсуді, экологиялық және мәдени тұрақтылықты теңестірудің құнды мүмкіндігі болып табылады. Халықаралық тәжірибені зерделеу және стратегиялық бастамаларды жүзеге асыру арқылы Қазақстан Орталық Азиядағы тұрақты туризмнің жетекші бағытына айнала алады. Халықаралық тәжірибе көрсеткендей, мұндай жобаларды сәтті жүзеге асыру үшін экологиялық саясат, инфрақұрылымға инвестиция және білім беру бастамалары қажет. Қазақстанда әлемдік тәжірибені бейімдеуге және бірегей soft туризм брендині құруға барлық мүмкіндіктер бар.

Шын мәнінде, soft туризмнің халықаралық тәжірибесі Қазақстанда сәтті бейімделуі мүмкін. Елімізде туризмнің осы түрін дамытуға өте қолайлы бірегей табиғи ресурстар мен мәдени мұралар баршылық. Ол үшін еліміздің ерекшеліктерін ескеру керекпіз: кең-байтақ аумақтар, климаттық белдеулердің әртүрлілігі, көшпенділердің дәстүрлері мен жергілікті мәдениеттің ерекшеліктері. Бейімдеу экомаршруттарды дамытуды, жергілікті қолөнершілерді қолдауды, ауыл туризмі үшін жағдай жасауды және

тұрақты туризм қағидаттарына гидтерді оқытуды қамтуы керек.

Soft туризмнің әлеуметтік-экономикалық пайдасына тоқталар болсақ, бұған ауылдық жерлердегі жұмыс орындарын құру, туристік қызмет көрсету арқылы жергілікті кірістерді арттыру, дәстүрлі қолөнер мен халық ауыз әдебиетін сақтау кіреді. Сонымен қатар soft туризм экологиялық сана мен жауапкершілікті дамытады, бұл қоршаған ортаға оң әсер етеді. Туризмнен түскен кірісті дұрыс үлестіру қоршаған ортаны қорғауға және инфрақұрылымды дамытуға бағыттауға болады.

Қазақстандағы soft туризмнің әлеуетін тиімді жүзеге асыру үшін кешенді тәсіл қажет. Бұл

тұрақты туризмді ынталандыратын заңнамалық базаны дамыту, эко-инфрақұрылымды (экологиялық жаяу жүргіншілер жолдары, келушілер орталықтары) құру, білікті гидтер мен экологиялық туризм мамандарын даярлауды қамтиды. Түсімдерді әділ бөлу және мәдени бірегейлікті сақтау үшін жергілікті қауымдастықтың туризмді дамытуға белсене қатысуы маңызды. Сондай-ақ елімізді халықаралық деңгейде soft туризмнің дестинациясы ретінде таныту қажет.

Жалпы, soft туризм, ол Қазақстанның табиғаты мен мәдениетін сақтаудың ғана емес, сонымен қатар тиімді экономикалық сектордың біріне айнала алады.

Әдебиет тізімі

- Milano C., Novelli M., Russo A.P. Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism // *Tourism Geographies*. - 2024. - №26 (8). – pp. 1313–1337. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2391388>.
- Jungmeier M., Borsdorf A., Braun V., Häring V., Hammer T., Pichler-Koban C. Pärke, Parks and Reserve-biosphere reserves in Austria, Germany and Switzerland on their way towards Biosphere 4.0? // *Eco. mont-journal on protected mountain areas research*. - 2021. - №13. – pp. 15-26. <https://doi.org/10.1553/eco.mont-13-sis15>.
- Santos-Rojo C., Llopis-Amoros M., García-García J.M. Overtourism and sustainability: A bibliometric study (2018–2021) // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2023. - №188. - 122285. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122285>.
- Васильев Д.О., Тимофеева Л.С. Экологический туризм: модель Новой Зеландии // *Казанский вестник молодых учёных*. – 2019. - №7 (1). – С. 33-41.
- Harkison T. Reflecting on moving forward: luxury hospitality in New Zealand post-CoVID-19 // *Research in Hospitality Management*. – 2023. – №13(1). – pp. 5-9.
- Asahi S. Analysis of the Impact of Overtourism in Japan: The Effects of Congestion Phenomena. In *Econometric Analysis of Regional Economy* // Singapore: Springer Nature Singapore. – 2024. - №23. - pp. 107-136. https://doi.org/10.1007/978-981-99-8707-8_3.
- Сайт UNWTO. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (қолданылған күні: 28.02.2025).
- Takahashi K., Nakamura Y. Preserving Rural Heritage through Cultural Tourism: Insights from Japan's Satoyama Experience // *Asia-Pacific Journal of Tourism Research*. – 2018. - №23(2). - pp. 178-193.
- Lee S. Classifying Tourist Destinations in Japan for Overtourism // *Journal of Advanced Research in Social Sciences*. – 2022. - №5 (4). – pp. 27-34. <https://doi.org/10.33422/jarss.v5i4.663>
- Сайт CTC (Canadian Tourism Commission). <https://federal-organizations.canada.ca/profil.php?OrgID=CTC&lang=en> (қолданылған күні: 01.03.2025).
- Khomsi M.R., Fernandez-Aubin L., Rabier L. A prospective analysis of overtourism in Montreal // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 2020. - №37(8-9). – pp. 873-886. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1791782>.
- Butler R.W., Dodds R. Overcoming overtourism: a review of failure // *Tourism Review*. – 2022. - №77(1). – pp. 35-53. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2021-0215>.
- Butler R. W. Tourism, Environment and Sustainable Development // *Environmental Conservation*. – 1991. - №18. – pp. 201-209. <https://doi.org/10.1017/S0376892900022104>.
- Bouchon F., Rauscher M. Cities and tourism, a love and hate story; towards a conceptual framework for urban overtourism management // *International Journal of Tourism Cities*. – 2019. - №5(4). – pp. 598-619. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0080>.
- Gössling S., Scott D., Hall M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of sustainable tourism*. – 2020. - №29 (1). – pp. 1-20.
- Mihalic T. Conceptualising overtourism: A sustainability approach // *Annals of Tourism Research*. – 2020. - №84. - 103025. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>.
- Kvirkvelia N., Tsitsagi M. Impact of COVID-19 on tourism in Georgiaan overview // *Georgian Geographical Journal*. - 2021. - №1(1). – pp. 56-68. <https://doi.org/10.52340/ggj.2021.08.10>.
- Sadvakasova Z., Assylbekova A., Nurmukhambetov S. Sustainable Tourism Development in Kazakhstan: Challenges and Opportunities // *Central Asian Journal of Tourism*. – 2020. - №15(3). – pp. 45-59.
- Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 262 қаулысы. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262>. (қолданылған күні: 10.03.2025).

References

- 1 Milano C., Novelli M., Russo A.P. Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism // *Tourism Geographies*. - 2024. - №26 (8). – pp. 1313–1337. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2391388>.
- 2 Jungmeier M., Borsdorf A., Braun V., Häring V., Hammer T., Pichler-Koban C. Pärke, Parks and Reservate-biosphere reserves in Austria, Germany and Switzerland on their way towards Biosphere 4.0? // *Eco. mont-journal on protected mountain areas research*. - 2021. - №13. – pp. 15-26. <https://doi.org/10.1553/eco.mont-13-sis15>.
- 3 Santos-Rojo C., Llopis-Amoros M., García-García J.M. Overtourism and sustainability: A bibliometric study (2018–2021) // *Technological Forecasting and Social Change*. – 2023. - №188. - 122285. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122285>.
- 4 Vasil'ev D.O., Timofeeva L.S. Jekologicheskij turizm: model' Novoj Zelandii // *Kazanskij vestnik molodyh uchjonyh*. – 2019. - №7 (1). – S. 33-41.
- 5 Harkison T. Reflecting on moving forward: luxury hospitality in New Zealand post-CoVID-19 // *Research in Hospitality Management*. – 2023. - №13(1). – pp. 5-9.
- 6 Asahi S. Analysis of the Impact of Overtourism in Japan: The Effects of Congestion Phenomena. In *Econometric Analysis of Regional Economy* // Singapore: Springer Nature Singapore. – 2024. - №23. - pp. 107-136. https://doi.org/10.1007/978-981-99-8707-8_3.
- 7 Sajt UNWTO. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> (koldanylған кyні: 28.02.2025).
- 8 Takahashi K., Nakamura Y. Preserving Rural Heritage through Cultural Tourism: Insights from Japan's Satoyama Experience // *Asia-Pacific Journal of Tourism Research*. – 2018. - №23(2). - pp. 178-193.
- 9 Lee S. Classifying Tourist Destinations in Japan for Overtourism // *Journal of Advanced Research in Social Sciences*. – 2022. - №5 (4). – pp. 27-34. <https://doi.org/10.33422/jarss.v5i4.663>
- 10 Sajt STS (Canadian Tourism Commission). <https://federal-organizations.canada.ca/profil.php?OrgID=CTC&lang=en> (koldanylған кyні: 01.03.2025).
- 11 Khomsi M.R., Fernandez-Aubin L., Rabier L. A prospective analysis of overtourism in Montreal // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 2020. - №37(8-9). – pp. 873-886. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1791782>.
- 12 Butler R.W., Dodds R. Overcoming overtourism: a review of failure // *Tourism Review*. – 2022. - №77(1). – pp. 35-53. <https://doi.org/10.1108/TR-04-2021-0215>.
- 13 Butler R.W. Tourism, Environment and Sustainable Development // *Environmental Conservation*. – 1991. - №18. – pp. 201-209. <https://doi.org/10.1017/S0376892900022104>.
- 14 Bouchon F., Rauscher M. Cities and tourism, a love and hate story; towards a conceptual framework for urban overtourism management // *International Journal of Tourism Cities*. – 2019. - №5(4). – pp. 598-619. <https://doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-0080>.
- 15 Gössling S., Scott D., Hall M. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19 // *Journal of sustainable tourism*. – 2020. - №29 (1). – pp. 1-20.
- 16 Mihalic T. Conceptualising overtourism: A sustainability approach // *Annals of Tourism Research*. – 2020. - №84. - 103025. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103025>.
- 17 Kvirkvelia N., Tsitsagi M. Impact of COVID-19 on tourism in Georgia: an overview // *Georgian Geographical Journal*. - 2021. - №1(1). – pp. 56-68. <https://doi.org/10.52340/ggj.2021.08.10>.
- 18 Sadvakasova Z., Assylbekova A., Nurmukhambetov S. Sustainable Tourism Development in Kazakhstan: Challenges and Opportunities // *Central Asian Journal of Tourism*. – 2020. - №15(3). – pp. 45-59.
- 19 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023–2029 жылдарға арналған тыңшырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздары № 262 қаулысы. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262>. (koldanylған кyні: 10.03.2025).

<p>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор) Онаева Балдырган Талғатовна, Докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университет, Астана қ., Қазақстан, e-mail: baldyrgan81@mail.ru, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6370-2168</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор) Онаева Балдырган Талғатовна, Докторант, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан, e-mail: baldyrgan81@mail.ru, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6370-2168</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author) Onayeva Baldyrgan Talgatovna, PhD student, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan, e-mail: baldyrgan81@mail.ru, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0002-6370-2168</p>
--	---	---

Мақала түскен күні: 18.03.2025
Мақала басылымға қабылданған күні: 31.05.2025

¹Ушкулакова Г.М.^а , ¹Жаксыбекова Д.К., ²Шокпаров А.Ж.

¹Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

²Халықаралық туризм және меймандостық университеті, Түркістан қ., Қазақстан

АЛМАТЫ ОБЛЫСЫНДАҒЫ АУЫЛ ТУРИЗМІНІҢ ДАМУЫ ЖӘНЕ МӘСЕЛЕЛЕРІ

Ушкулакова Гулнара Мукамеденовна, Жаксыбекова Динара Кабировна,
Шокпаров Алибек Жумабекович

Алматы облысындағы ауыл туризмінің дамуы және мәселелері

Аңдатпа. Мақала Алматы облысының ауылдық аумақтарында кездесетін негізгі экономикалық және әлеуметтік сын-қатерлерді зерделеуге, сондай-ақ олардың орнықты даму құралы ретінде ауыл туризмінің әлеуетін талдауға арналған. Туризмнің осы бағытын дамыту ауылдық өңірлердің экономикасы мен әлеуметтік саласын нығайтуда маңызды рөл атқаратыны атап өтіледі. Қазақстандағы ауылдық туризм өлі қалыптасу сатысында тұрғанын ескере отырып, жұмыста бар кедергілерді анықтауға және оның одан әрі өсуі үшін стратегиялық бағыттарды айқындауға баса назар аударылады. Қазіргі уақытта біз бүкіл әлем бойынша ауыл туризмінің жаппай дамуын көріп отырмыз. Бұл ауыл туризмінің дамуына мүмкіндік беретіндігімен және оның дамуына кедергі келтіретіндігімен түсіндіріледі. Алматы облысындағы ауыл туризмінің жай-күйіне ерекше назар аударып, оны шешу мәселелері мен дамуы зерттеледі.

Түйін сөздер: ауыл туризмі, Алматы облысы, тұрақты даму, экономикалық қиындықтар, әлеуметтік кедергілер, агротуризм, туристік инфрақұрылым.

Ушкулакова Гулнара Мукамеденовна, Жаксыбекова Динара Кабировна,
Шокпаров Алибек Жумабекович

Развитие и проблемы сельского туризма в Алматинской области

Аннотация. Статья посвящена анализу ключевых экономических и социальных вызовов, с которыми сталкиваются сельские территории Алматинской области, а также оценке потенциала сельского туризма как инструмента их устойчивого развития. Подчеркивается, что развитие сельского туризма способствует укреплению экономики и социальной инфраструктуры в сельских регионах. Учитывая начальную стадию формирования данной сферы в Казахстане, в работе акцент сделан на выявлении основных барьеров и определении стратегических направлений её дальнейшего развития. Отмечается, что в глобальном масштабе сельский туризм демонстрирует устойчивый рост, что обусловлено его многофункциональной ролью. В статье рассматриваются тенденции и проблемы, сдерживающие развитие сельского туризма, с особым вниманием к текущему состоянию и перспективам этого направления в Алматинской области.

Ключевые слова: сельский туризм, Алматинская область, устойчивое развитие, экономические вызовы, социальные барьеры, агротуризм, туристская инфраструктура.

Ushkulakova Gulnara Mukamedenovna, Zhaksybekova Dinara Kabirovna,
Shokparov Alibek Zhumabekovich

Development and problems of rural tourism in the Almaty region

Abstract. The article is devoted to the study of the key economic and social challenges faced by rural areas of the Almaty region, as well as the analysis of the potential of rural tourism as a tool for their sustainable development. It is emphasized that the development of this area of tourism plays an important role in strengthening the economy and social sphere of rural regions. Considering that rural tourism in Kazakhstan is still at the stage of formation, the work focuses on identifying existing barriers and defining strategic directions for its further growth. Currently, we are witnessing the massive development of rural tourism around the world. This is because it allows rural tourism to develop and hinders its development. The development and problems of its solution are being studied, paying special attention to the state of rural tourism in the Almaty region.

Key words: rural tourism, Almaty region, sustainable development, economic challenges, social barriers, agritourism, tourism infrastructure.

Кіріспе. Туризм саласының ішінде ауыл туризмі – туризм индустриясының жаңа бағыты. Оны әдетте агротуризм немесе жасыл туризм деп те атайды. Қазіргі уақытта ол бүкіл әлемде белсенді түрде дамып келеді. Қазіргі уақытта Қазақстан Республикасында туризм саласына басымдық берілген. Бұл экономиканың басқа салалары туризмнің мүддесін ескере отырып жұмыс істеуі керек дегенді білдіреді. Қазақстанда туризм индустриясы енді ғана қалыптаса бастады, демек еліміздің ауылдық аймақтарының зор әлеуеті – табиғи, тарихи, этнографиялық, экологиялық, мәдени туризмді ұйымдастыру үшін әлі де сұранысқа ие болады. Ең алдымен табиғи нысандарға деген сұраныспен қызығушылықтың өсуі осы елдердегі ішкі туризмнің дамуының алғышарты болды. Соның нәтижесінде агротуризмді аса танымал туризм түрі ретінде қалыптастырады. Қазіргі таңда ауыл туризмі Еуропада кеңінен таралған құбылыс болып отыр. Жыл сайын Италия, Франция, Испания бірнеше миллион туристерді қабылдайды. Ауыл туризмі әлемде ең табысы мол сала болғандықтан, біздің де осы саланы дамытып, пайда көруімізге болады. Қазақстанда ауылдық жерлердегі тұрғындар туризмнің осы түрімен айналысып, шетелдегідей дамытуға болады, бірақ көптеген кедергілері бар. Сол себепті мемлекеттің «Ауыл – ел бесігі» бағдарламасы сияқты жобалары негізінде агротуризмге жеңілдік жасалып, түрліше қолдау көрсетіліп жатыр. Бұл тақырыптың өзектілігі ауыл туризмі қазіргі кезде Еуропа елдеріндегі ең танымал демалыс түріне айналған. Әлемнің көптеген мемлекеттері осы туризмнің түрін дамытудың өзіндік жолдарын қалыптастырып, бүгінгі күні үлкен пайдаға кенеліп отыр. Ауыл тұрғындарына өздерінің кішігірім кәсіптерін ашып, дамытуға, сонымен қатар қоршаған ортаға зиян келтірместен жұмыс орындарын құруға мүмкіндік береді. Туризм нақты экономикалық пайда әкелу үшін, ол жергілікті халықтың өмір сүру сапасын жақсартуға және қоршаған ортаны қорғауға ықпал ету керек. Туризмді дамытудағы ең басты мақсат – тұрақты аймақтық дамуға қол жеткізу [1].

Зерттеу мақсаты: Алматы облысында ауыл туризмінің қазіргі жағдайы мен келешегін зерделеу арқылы ауыл туризмін дамытуға кедергі келтіретін мәселелерді шешу жолдарын ұсыну болып табылады.

Зерттеу міндеттері: Алматы облысындағы ауыл туризмінің қазіргі жағдайын, күшті және әлсіз жақтарын зерттеу. Алынған нәтижелер барысында қорытынды жасау.

Әдістер мен материалдар. Ауыл туризмінің Алматы облысының туристік секторына әсерін

жан-жақты зерттеу үшін сандық және сапалық зерттеу әдістерін біріктіретін аралас әдіснамалық тәсіл тандалды. Бұл тәсіл өңірдегі туризмнің қазіргі жағдайы мен даму перспективалары туралы кешенді түсінік алуға мүмкіндік береді. Туристік орындарға бару, қонақжай үйлер мен орналастыру орындарын, туристік нысандарға бару туралы деректерді туризм саласындағы аналитикалық шолулар, статистикалық есептер болып табылады.

Ауыл туризмі саласындағы туристік өнімдер мен қонақжай үйлердің қызметтерінің сапасы мен қолжетімділігін бағалау үшін туристердің пікірлерін зерттеу. Зерттеу деректерді жинау құралдарын дайындаудан бастап нәтижелерді талдауға және түсіндіруге дейінгі кезеңдерде ұйымдастырылды. Бірінші кезекте әдеби шолу мен зерттеу базасын қалыптастыруды қамтитын дайындық жұмыстары жүргізілді.

Келесі кезеңдерде жиналған деректерді талдауды, нәтижелерді түсіндіруді және қорытындылар мен ұсыныстарды тұжырымдауды қамтыды. Зерттеуді ұйымдастырудың барлық кезеңдері бірімен тығыз байланысты және зерттеу мақсаттарына жетуге бағытталған.

Нәтижелер. Соңғы уақытта Дүниежүзілік Туристік Ұйым деректері туризм әлемдегі табысы жоғары саланың бірі болып саналатынын айтуда, ол машина жасау және мұнайдан кейінгі экономиканың табысты салаларының бірі болып табылады. Әлемде өндірістің әрбір 9-шы жұмыс орнын қамтамасыз етеді екен. Туризм индустриясы табысы жоғары және серпінді дамып келе жатқан қызмет көрсетулердің халықаралық сауда сегменттерінің бірі болып табылады. Осындай табысы мол сала болып табылатын туризмнің бір түрі ауыл туризмі. Қазіргі уақытта біз бүкіләлем бойынша ауыл туризмінің жаппай дамуын көріп отырмыз. Бұл ауылдық туризмнің дамуына мүмкіндік беретіндігімен түсіндіріледі және бірнеше тапсырманы бірден шешуге мүмкіндік береді:

1. Ауылдағы кедейлікпен күрес.
2. Әр түрлі аумақтардың шынайы өмір салтын сақтау.
3. Мәдени алмасуды жақсарту.
4. Бірегей туристік тәжірибе.
5. Туристердің қызығушылығының артуы.

Осындай мәселелерді шешуде тұрақты даму стратегиясын айтуға болады. Тұрақты даму мақсаттары (ТДМ) - бұл кедейлікті жоюға, теңсіздік пен әділетсіздікке қарсы тұруға, жер шарын қорғауға және барлық адамдар үшін бейбітшілік пен гүлденуді қамтамасыз етуге бағытталған әлемде қабылданған мақсаттар. 2030 жылға дейін 17 негізгі бағыттар тандалды, олардың жүзеге асырылуы елді өмірдің

барлық негізгі салаларының тұрақты дамуына және осы әлемдегі әрбір адамға қатысты жаһандық мәселелерді шешуге жетелейді. «Тұрақты даму» тұжырымдамасы көпөлшемді. Егер ол сөздің кең мағынасында түсіндірілсе, онда экономикалық, әлеуметтік-мәдени, саяси, геофизикалық және экологиялық аспектілері. Ал ғылыми жағына келсек, алғаш тұрақты даму жөніндегі түсінік XVIII ғасырда өмір сүрген ағылшын экономисі Томас Роберт Мальтустың еңбектерінде кездеседі. Мальтус өз еңбегінде ресурстардың санын арттыру қолға алынбаса, әлем болашақта аштық, соғыс, экологиялық апат сияқты қиындықтарға тап болуы мүмкін екендігін айтқан. 2015 жылға дейін әлем елдері «Мыңжылдықтың даму мақсаттары» деген жобаны жүзеге асырған болатын. • «Мыңжылдықтың даму мақсаттары» негізінен әлеуметтік және экологиялық, ынтымақтастық саласындағы 8 мақсатты қамтыды. Әр мақсат бойынша нақты индикатор анықталды. 2015 жылы алға қойған міндеттер ойдағыдай орындалды. Алайда әлем алдында экономикалық және әлеуметтік дамудың

барлық саласын қамти отырып, қоршаған ортаға зиян келтірмейтіндей даму жолына түсу міндеті тұрған еді. Сондықтан Біріккен Ұлттар Ұйымының құрамындағы 193 ел бірлесіп отырып, «2030 жылға дейінгі Ғаламдық күн тәртібін» қабылдады. Оны қысқаша «Тұрақты даму мақсаттары» деп атайды. Осы тұрақты даму мақсаттарының барлық саласы туризмді дамытуға қолдануға болады. Ауыл туризмі қазіргі кезде Еуропа елдеріндегі ең танымал демалыс түріне айналған. Әлемнің көптеген мемлекеттері осы туризмнің түрін дамытудың өзіндік жолдарын қалыптастырып, бүгінгі күні үлкен пайдаға кенеліп отыр. Ауыл туризмнің таралуының өзіндік географиясы бар. Бұндай демалыс түрінің дамуы урбанизацияның жоғары деңгейімен сипатталатын Батыс Еуропа мен Солтүстік Америка мемлекеттеріне тән. Ішкі территорияларға, ең алдымен табиғи объектілерге деген сұраныс пен қызығушылықтың өсуі осы елдердегі ішкі туризмнің дамуының алғышарты ретінде аса танымал туризм түрі ретінде қалыптасты [2].

Кесте 1 – Ауыл туризмі тараған аймақтар географиясы [2]

Ел	Аймақтар
Франция	Француз Альпі аймақтары, Вогезы, Юра. Жерорта теңізі жағалаулары
Италия	Тоскана, Сицилия, Трентино
Испания	Сиерра де Трамунтана (Майорка). Каталония Андалусия
Германия	Солтүстік Рейн-Вестфалия. Баден-Вюртемберг аймақтары. Бавария
Венгрия	Венгрияның оңтүстік-батыс аймақтары. Балатон аймақтары.
Польша	Померания.
Австрия	Регион Тироля. Штирии. Каринтии
Чехия	Южная Моравия. Крконоше қорығы аймағы. Пльзень (Чехияның батысы)

Талқылау. Қазіргі таңда ауыл туризмі - Еуропада кеңінен таралған құбылыс. Әр жыл сайын Италия, Франция, Испания бірнеше миллион туристерді қабылдайды. Ресей мен Беларусь елдері де туризмнің осы түріне табыстың көзі ретінде айрықша көңіл бөлуде. Қала халқының басым бөлігінің фермерлік шаруашылық бойынша экскурсия құру үшін, көптеген қаражат жұмсауға дайын екендігі,

шетелдің бірқатар мемлекеттерінде орын алып отырған ауыл туризміне деген сұраныстан көрініс табады. Еуропадағы ауылдық туризмнің көшбасшысы Италия болып табылады. Қызметтерді ұсынатын осындай 10 мыңнан аса шаруашылықтардың санына ие Италияда 1999 жылдардың өзінде-ақ туризмнің бұл түрінен түскен табыс 450 млн. АҚШ долларын (БТҰ, 1999ж) құраған [3].

Кесте 2 - Ауыл туризмінің анықтамасы [4]

Авторы	Дереккөз	Анықтамасы
Х.Монтанер Монтехано (Испан сарапшысы)	Туристтік нарық құрылымы, оқу құралы, 1997 ж.	Жасыл туризм - елді мекендерде табиғат, лагерьлердегі өмір. Бұл қызмет ауыл шаруашылығы жұмыстарымен айналысады, ауыл өмірімен танысу, жаяу экскурсиялар, флора мен фаунаны зерттеу, су спортымен шұғылдану, таулар мен көлдерге саяхат, ұлттық тағамдармен танысу және басқа.
Шилова С. Г. «Жасыл үй» ҰК директоры	Ауылдық туризмді тиімді қалай ұйымдастыруға болады. Алтай Республикасы, Чемал ауданы, 2003.-65 Б.	Ауыл және агротуризм-бұл демалыс ауылдық жерлердегі қала тұрғындары құрған шағын қонақ үйлер, ауылдық отбасы базасындағы жеке тұрғын үй және үй учаскесі. Негізгі қамтамасыз ететін тұру, тамақтану ауылдық көрікті жерлермен танысу болып табылады.
Кабушкин Н.И.		Агротуризм («ауыл», «фермер», «жасыл»). Оның негізгі туристік ресурстары жер, үй жануарлары және ауыл шаруашылығы құрамдас бөліктері, ауыл үйлері және т. б. болып табылады

2024 жылы Алматы облысы туризмнің қарқынды дамуы бойынша рекордтық көрсеткіштерге қол жеткізді. Ақпараттық «e-Qонақ» жүйесінің мәліметі бойынша 2024 жылдың 6 айына: «Шарын» МҰТП-не 54 955 адам, «Көлсай көлдері» МҰТП-не 161 746 адам, «Іле-Алатау» МҰТП-не 358 847 адам қабылдаған [5].

UNWTO Дүниежүзілік туристік ұйымы Алматы облысындағы Саты ауылын үздік туристік ауыл деп таныды. Бұл туралы Самарқандта өткен Best tourism Villages by UNWTO 2023 салтанатты іс-шарасында белгілі болды. UNWTO - ның «Үздік туристік ауылдар» бағдарламасы 2021 жылы іске қосылған. Жобаның басты мақсаты - туризмді ауылдардың дамуы мен әл-ауқатының қозғаушы күшіне айналдыру. Биыл бұл байқауға 260-қа жуық өтінім түсіп, әлемнің түкпір-түкпіріндегі 54 ауыл таңдалған. Тағы 20 «Жаңарту» бағдарламасына еніп, барлығы 74 елді мекен ең үздік туристік ауыл санатына енген.

Саты ауылы - еліміздегі табиғаты ең тамаша өңірдің бірі. Мұнда әйгілі Көлсай көлдері мен Қайыңды көлі орналасқан. Сондай-ақ Сатының іші, Талды, Құдырғы, Өрікті, Далашық сынды туристер үшін әлі ашыла қоймаған жерлер бар. Еліміздегі ең көрікті жердің табиғаты мен жан-жануарлар әлемін қорғап, сақтау үшін 2007 жылдан бері «Көлсай көлдері» МҰТП жұмыс істейді. МҰТП деректеріне сүйенсек, 2023 жылдың 9 айында өңірге 217441 демалушы келген. Қазіргі уақытта Саты ауылы - қонақ үйлер саны бойын-

ша көшбасшы. Сонымен қатар, соңғы 5 жылда мұнда ыңғайлы маршруттар мен серуен жолдары құрылған, төменгі Көлсайға баратын жол күрделі жөндеуден өткен. Қазіргі таңда Қайыңды көліне жол салынууда. «Қазақстанда Сатының табысты тәжірибесін тарату мақсатында қазақстандық туроператорлар мен басқа өңірлерден келген қонақ үй иелері үшін ақпараттық турлар, оқыту тренингтері мен семинарлар өткізіледі. 2023 жылғы есеп бойынша Сатыда 90 қонақ үй мен 30 орналасу орны жұмыс істейді. Бұл сан 2019 жылмен салыстырғанда екі есе өскен. Жергілікті тұрғындардың көпшілігі туристік бизнеспен айналысады». 2020 жылы Саты ауылы Lonely Planet халықаралық агенттігінің нұсқасы бойынша жергілікті қауымдастықтарға негізделген туризмнің ең жақсы бағыты ретінде танылып марапатқа ие болған. Ал 2021 жылы ауыл туризмі бойынша төртінші дүниежүзілік конференцияда Саты ауылы «Rural Light Cup» немесе «Әлемдік ауыл туризмінің Оскары» алтын медалын иеленді [6].

Ақпараттық «e-Qонақ» жүйесінің мәліметі бойынша, 2024 жылдың алғашқы алты айында облысқа 70 мыңнан астам адам келген, бұл 2023 жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда (32 276 адам) айтарлықтай көп.

Ресми статистика да қарқынды өскенін көрсетеді. 2023 жылдың бірінші тоқсанында облысқа 76 217 адам келсе, 2024 жылдың сәйкес кезеңінде 99 335 адам облыс табиғатын тамашалаған [7].

Кесте 3 - 2023 жылдың бірінші тоқсанында облысқа келген туристер саны [7]

2023	2024
76 217	99 335
Ескерту: Кесте автормен құрастырылған	

Қорытынды. Қазақстан – әлемдегі жер көлемі бойынша ең бай мемлекеттердің бірі. Қазақстанда туризмнің бұл түрін дамытуға болашағы зор, оны дамыту үшін барлық мүмкіндіктер бар. Қазақстан ресурстарға, ландшафттардың алуан түрлілігіне, ерекше табиғи ескерткіштердің, мәдениеттің, тарихтың, жоғары ауылшаруашылық әлеуетіне өте бай Еліміздің әрбір тұрғынының үлесіне тиетін ауыл шаруашылық жер көлемі 12,3 гектардан асады. Ал бұл – сөз жоқ, отанымыздың азық-түлік қауіпсіздігін толық қамтамасыз етуге жол ашатын ең басты мүмкіндік. Бүгінде өркениетті ел болып, даму жолын қаладан тапқанымызбен, ауылдың алар орны ерекше. Елімізде ауыл туризмін әлі дами қоймаған сала ретінде сипаттауға болады. Себебі ауылдық аймақтарда бұл саланы дамытуға қажетті барлық ресурстар болғанмен, бірақ сол ресурстарды тиімді пайдалануға мүмкіндік беретін туризм инфрақұрылымы жоқ. Осындай мәселелерді шешудің бірден-бір жолы мемлекет тарапынан туризмді дамытуды қолға алып, ол бойынша мемлекеттік деңгейде, мысалы, «Жол картасы 2020» бизнесті қолдау мен дамытудың бірыңғай бағдарламасы, «Туризмді дамытудың 2019-2025 жж арналған бағдарламасы» сияқты іс-шараларды айтуға болады [8]. Мұндай мәселелерді шешуге ұсыныстарды қарастыруға болады. Олар:

- Ауылды жердегі халықтың тұрмыс деңгейі қаламен салыстырғанда 3 есеге төмен, сондықтан әлеуметтік жағдайын көтеруге мол мүмкіндік болғандықтан мемлекеттік билік өкілдерімен бірлескен жұмыс жасау;

- Ауыл туризмі экологиялық туризммен тығыз байланысты болғандықтан жергілікті халықты экологиялық білімдерін көтеруге семинар – тренинг өткізу бағдарламаларын қолға алу керек;

- Ауылды әртүрлі әдістемелік құралдармен қамтамасыз ету, Қазақ спорт және туризм академиясы оқытушыларына бірлескен жұмыс жасауға (кітаптар шығаруға, ғылыми жұмыстар жасауға, студенттердің өз идеяларын ұсынып отыруға белгілі бір іс-шараларды қолға алу);

- Жарнамалық жұмыстар мен ақпараттар беру үшін ресми жүйелі экосайттар жасауды қолға алу;

- Ауылға келуші туристердің толтырымдылығын арттыру үшін туристік фирмалар мен мекемелермен жұмыс жасау.

Қазақстанда ауылды жердегі туризмді дамытуда инфрақұрылымның орны ерекше, осы тұрғыда, Мемлекет басшысының халыққа Жолдауында айтқан келесі сөздері туризмнің осы түрін дамытуда маңызды болып саналады. Яғни, мемлекет басшысы ауылдық жерлердің әлеуметтік ортасын жаңғыртуға кірісуіміз қажеттігін, осыған байла-

нысты арнайы «Ауыл - ел бесігі» атты жобаны жүзеге асыру қажет екендігін атап өткен болатын. Бұл арқылы қазақстандықтардың жергілікті жердегі еңбегіне қатысты идеологияны қолға алу керек», - деді мемлекет басшысы. Жоба аясында ауылдарды дамытуға бағытталған нақты істер қолға алынуда. Ауыл тұрғындары үшін ауылдық туризмді дамыту, сонымен қатар, демалыс күндері турларды дамыту, әсіресе қалалықтар үшін өмірдің урбанизациялық ырғағын табиғатпен біртұтастық үшін бюджетке және қысқа уақытқа өзгерту қажет болатындар үшін қолайлы және перспективалы болып табылады. Ауылдық туризм - бұл болашағы бар бизнес түрі, оны тәжірибелі туристік агенттер, туроператорлар және басқа да мамандарды тарта отырып дұрыс дамыту қажет. Ауыл туризмін белсенді дамыту мақсатында Қазақстан бірқатар қиындықтарға тап болады, сонымен қатар, ауыл туризмінің дамыту алғышарттары, тапсырмалары, әдіс-тәсілдері де бар (3-кесте). Көптеген елдерде туризмді тұрақты даму принциптеріне неғұрлым сәйкес келетін экономикалық қызметтің басқа түрлерінің балама қызметі ретінде қарастыруда. Бұл экологиялық тұрғыдан алғанда өте жауапты және әлеуметтік бағдарланған туризм. Қазақстан Республикасының ауыл туризмі саласындағы саясатының негізгі мақсаты, ең алдымен ауылдық елді мекендердің тұрғындары мен халықтың өмір сүру деңгейі мен сапасын арттыру [9]. Барлық ресурстарды сақтай отырып бәсекеге қабілетті, жоғары тиімді, және табысты агротуризм саласын заманауи жасау керек. Мұндай саясатты іс жүзінде жүзеге асыру үшін мынандай басым міндеттер шешу қажет:

1. Осы саясатты жүзеге асыруға жауапты ұйымдық құрылымдарды қалыптастыру. Өңірлік ауыл туризмін дамыту тұжырымдамасын әзірлеу туризмнің бағыттары (даму модельдері) анықталатын деңгейде (жалпыұлттық) және аймақтық ерекшеліктерді ескере отырып, олардың дамуы осы аймақ үшін перспективалы болуы керек. Ауыл туризмін дамытудың бағыттарын мемлекеттің саяси қолдауы керек, демек, нормативтік-құқықтық, ақпараттық, ұйымдастырушылық және т. б. қамтамасыз ету, қаржылық қолдау және т. б. тұжырымдамалардың ережелерін келісу қажет. Алматы облысының туризмді дамыту өңіраралық тетікті құруды көздей отырып туризм саласындағы ынтымақтастықты арттыру керек.

2. Муниципалды экономиканың кіріс секторы ретінде Ауыл шаруашылығын дамытудың республикалық нысаналы бағдарламасын әзірлеу. Жергілікті деңгейде туризм механизмдерді қалыптастыруды көздейтін аудандардың

нормативтік-құқықтық, қаржылық, ұйымдас-тырушылық, агротуризмді дамытуды ақпараттық қамтамасыз ету.

3. Өр түрлі және кешенді өндіріс үшін жағдай жасау ішкі (ішкі туризм) және бәсекеге

қабілетті жиынтық аймақтық және муниципалды агротуристік өнімдер сыртқы (шетелдік кіру туризмі) нарықтарында. Сытқы нарыққа жиынтық өңірлік туристік өнімді жылжыту [10].

Кесте 4 – Ауыл туризмін дамыту көздері (автормен құрастырылған)

Дамыту алғышарттары	- бай рекреациялық потенциал: мәдениет ескерткіштері және табиғи, тарихи, минералды ресурстардың болуы; - болашақта кейбір аудандарда ауыл шаруашылығы жерлерін туристік жерлерге айналдыру; ауылдық туризмді танымдық, спорттық, жағажайлық мүмкіндіктерін ашу
Тапсырмалар	- ауыл тұрғындарының туристерді қабылдаудан кірістерін арттыру; - ауыл туризмі туристік өнім ілгерілету; ауылдық жерлердің тұрғындары кәсіпкерлік мәдениет көтеру; - ауылдық жердегі инфрақұрылымды дамыту және жетілдіру; - ауыл аудандар экономикасын дамыту деңгейлердегі аумақтық диспропорцияларды жою; - ауыл туризмін реттейтін нақты заңнама құру; - ауыл туризмі саласында қолданылатын стандарттарын жасау; - жүйелі ақпараттың, экосайттардың аздығы, шет тілін оқытуға деген қызығушылығын арттыру,
Әдістер мен тәсілдер	- фермерлердің жобаларын қолдау; - салық ауыртпалығын төмендету; - ауылдық туризмді дамытатын шаруаларға несие беру; қызмет көрсету стандарттарына оқыту; - ауылдық жерлерде көлік желісін жақсарту; ауылдық туризмді дамытуды үйлестіретін мамандандырылған ұйымдарды құру
Қаржыландыру көздері	Қазақстан Республикасының бюджеті; - жеке инвесторлар; - жергілікті әкімшілік; кәсіпкерлердің меншікті қаражаты

Ауыл туризмі саласы саясатының негізгі мақсаты, ең алдымен халықтың өмір сүру деңгейі мен сапасын арттыру керек, мұндай саясатты іс жүзінде жүзеге асыру үшін мыналарды шешу қажет:

1. Ауылдық жерлердің тұрғындары үшін табыс әкелетін баламалы (қосымша) қызмет ретінде ауылдық туризмді қолдаудың өңірлік саясатын қалыптастыру және дамыту

2. Мүмкіндігінше туристік әлеуеттің аймақтық ерекшеліктерін, сондай-ақ сұраныс пен ұсыныс ерекшеліктерін ескеріп, соның негізінде

республикадағы туризмді дамытудың жалпы бағыттары, соның ішінде агротуризм.

3. Саясаттың басты мақсаты – облыстың табиғи, тарихи-мәдени әлеуетін пайдаланып әлеуметтік-экономикалық (халықтың табысы мен кірістерін ұлғайту) бюджет, жұмыспен қамтудың өсуі, республикалық экономиканы әртараптандыру және т.б.) рекреациялық және туристік қызметтің дамуының әсері бәсекеге қабілетті аймақтық туристік өнім құруға негіздеу.

4. Осы саясатты жүзеге асыруға жауапты ұйымдық құрылымдарды қалыптастыру.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Казьмина Е.В. Развитие услуг сельского туризма в российских регионах: дис. ...к.э.н.: / Государственный Университет Управления. – Москва, 2012. - 252 с.
- 2 Kloeze J.W. The Benefits of Rural Tourism, the Role of the State, and the Aspects of Training and Cooperation // Formal Speech held at the Central and East-European Federation for the Promotion of the Green-Soft-Rural Tourism Conference «Rural Tourism Development in Bulgaria and in the Balkan Countries». Turismul rural românesc. Actualitate și perspectivă. – Iași: Pan Europe, -1999. - 39 p.
- 3 Руководство по развитию экологического туризма в Казахстане. Общественный фонд «Азиатско-Американское партнерство». [http://www.caresd.net/img/docs/6125.pdf/](http://www.caresd.net/img/docs/6125.pdf) (дата обращения 30.10.2024).
- 4 Климов Е.В. Развитие экологического туризма, основанного на местных сообществах. <https://docplayer.ru/31174401-Rukovodstvo-po-razvitiyu-ekologicheskogo-turizma-v-kazahstane.html> (дата обращения 30.11.2024).
- 5 eQонақ ақпараттық жүйесі. <https://eqonaq.kz/?lang=kz> (дата обращения: 01.12.2024).
- 6 Казахстан. <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm/press/news/details/639394?lang=ru> (дата обращения: 01.12.2024).
- 7 Имангулова Т.В., Ушкулакова Г.М. Ауылды аумақтарды тұрақты дамытудағы ауыл туризмінің маңызы // География и геоэкология. - 2018. - №2(2). - Б. 24-28.

- 8 <https://fagri.kz/kz/regulatory-framework/> Ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қорының сайты.
- 9 Калимов Н.Е. Развитие агро-экоуризма в Казахстане. Международная науч.-практич. конф.: мат. – Улан-Удэ, 2018.
- 10 Лебедева И.В., Копылова С.Л. Сельский туризм как средство развития сельских территорий. - Москва: АНО «АРСИ», 2018. – 164 с.

Referenses

- 1 Kaz'mina E.V. Razvitie uslug sel'skogo turizma v rossijskih regionah: dis. ...k.je.n.: / Gosudarstvennyj Universitet Upravlenija. – Moskva, 2012. - 252 s.
- 2 Kloeze J.W. The Benefits of Rural Tourism, the Role of the State, and the Aspects of Training and Cooperation// Formal Speech held at the Central and East-European Federation for the Promotion of the Green-Soft-Rural Tourism Conference «Rural Tourism Development in Bulgaria and in the Balkan Countries». Turismul rural românesc. Actualitate și perspectivă. – Iași: Pan Europe, -1999. - 39 p.
- 3 Rukovodstvo po razvitiju jekologicheskogo turizma v Kazahstane. Obshhestvennyj fond «Aziatsko-Amerikanskoe partnerstvo». [http://www.caresd.net/img/docs/6125.pdf/](http://www.caresd.net/img/docs/6125.pdf) (data obrashhenija 30.10.2024).
- 4 Klimov E.V. Razvitie jekologicheskogo turizma, osnovannogo na mestnyh soobshhestvah. <https://docplayer.ru/31174401-Rukovodstvo-po-razvitiyu-ekologicheskogo-turizma-v-kazahstane.html> (data obrashhenija 30.11.2024).
- 5 eQonaq aqparattyk zhyjesi. <https://eqonaq.kz/?lang=kz> (data obrashhenija: 01.12.2024).
- 6 Kazahstan. <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm/press/news/details/639394?lang=ru> (data obrashhenija: 01.12.2024).
- 7 Imangulova T.V., Ushkulakova G.M. Auyldy aumaktardy тырақты дамытудағы ауыл туризмінің маңызы // География і геоекология. - 2018. - №2(2). - В. 24-28. <https://fagri.kz/kz/regulatory-framework/> Ауыл шаруашылығын қаржылай қолдау қорының сайты.
- 9 Калимов Н.Е. Развитие агро-экоуризма в Казахстане. Mezhdunarodnaja nauch.-praktich. konf.: mat. – Ulan-Udje, 2018.
- 10 Lebedeva I.V., Kopylova S.L. Sel'skij turizm kak sredstvo razvitiya sel'skih territorij. - Moskva: ANO «ARSI», 2018. – 164 s.

<p>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)</p> <p>Ушқулакова Гулнара Мукамеденовна, магистр, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан, e-mail: gulnara.uskulakova@mail.ru ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-8935-1303</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор)</p> <p>Ушқулакова Гулнара Мукамеденовна, магистр, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан, e-mail: gulnara.uskulakova@mail.ru ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-8935-1303</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author)</p> <p>Ushkulakova Gulnara Mukamedenovna, master of science, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan, e-mail: gulnara.uskulakova@mail.ru ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-8935-1303</p>
--	--	---

Мақала түскен күні: 7.12.2024
Мақала басылымға қабылданған күні: 20.06.2025

ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДА
ТУРИЗМНІҢ БЕЛСЕНДІ ТҮРЛЕРІ

АКТИВНЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА
В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ

ACTIVE TYPES OF TOURISM
IN THE WORLD AND KAZAKHSTAN

Рахметов Э.Х.^{ORCID}, Нурашева К.К.

Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭКСТРЕМАЛДЫ ТУРИЗМ: ГЕОГРАФИЯЛЫҚ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ МЕН ӘЛЕУЕТІ

Рахметов Эльёр Хурсандович, Нурашева Кулянда Кулбосыновна

Қазақстандағы экстремалды туризм: географиялық ерекшеліктері мен әлеуеті

Аңдатпа. Мақалада Қазақстандағы экстремалды туризмнің әлеуеті мен дамуы, оның географиялық әртүрлілігі мен туристік индустрия үшін туризм мүмкіндіктері анықталған. Бұл зерттеудің мақсаты – Қазақстандағы экстремалды туризмнің географиялық ерекшеліктері мен даму әлеуетін анықтау. Бұл зерттеудің мақсаты – Қазақстанның туризм индустриясындағы экстремалды туризмнің рөлін оның күшті, әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қиындықтарын бағалау арқылы зерттеу және талдау жүргізілген. Зерттеу барысында саланың қазіргі жағдайын жан-жақты түсіну үшін жүйелеу, деректерді талдау, салыстырмалы бағалау және SWOT талдау әдістері қолданылады. Экстремалды туризмді дамытудың әлемдік тенденциялары мен озық тәжірибелерін анықтау мақсатында отандық және халықаралық әдебиеттерге шолу жасалды. Елдегі экстремалды туризмнің артықшылықтары мен шектеулерін бағалау, жақсартудың негізгі бағыттарын анықтау үшін SWOT талдауы жүргізілді. Зерттеу экстремалды туристік тәжірибелердегі тәуекелдерді басқару, экологиялық тұрақтылық және халықаралық стандарттар маңыздылығын көрсетеді. Талдау негізінде Қазақстандағы экстремалды туризмді дамыту, соның ішінде инфрақұрылымды жақсарту, саясатты жетілдіруді және экстремалды туризмдегі әлемдік кәсіпкерлердің озық тәжірибесін енгізу бойынша практикалық ұсыныстар ұсынылады.

Түйін сөздер: қауіпсіздік, туристік инфрақұрылым, ландшафттар, маршруттар, экспедиция, экологиялық тұрақтылық.

Рахметов Эльёр Хурсандович, Нурашева Кулянда Кулбосыновна

Экстремальный туризм в Казахстане: географические особенности и потенциал

Аннотация. В статье рассматриваются географические особенности и потенциал развития экстремального туризма в Казахстане, а также его значение для туристской индустрии страны. Цель исследования – выявить сильные и слабые стороны, возможности и вызовы, связанные с развитием экстремального туризма, с последующей оценкой его вклада в формирование конкурентоспособного туристского продукта. В рамках исследования применялись методы систематизации, анализа данных, сравнительной оценки и SWOT-анализа, что позволило получить всестороннее представление о текущем состоянии отрасли. Проведен обзор отечественной и зарубежной литературы с целью выявления глобальных тенденций и передового опыта в области экстремального туризма. Особое внимание уделено вопросам управления рисками, обеспечения экологической устойчивости и соответствия международным стандартам. На основе полученных результатов предложены практические рекомендации по развитию экстремального туризма в Казахстане, включая совершенствование инфраструктуры, нормативно-правовой базы и адаптацию успешных зарубежных практик.

Ключевые слова: безопасность, туристская инфраструктура, ландшафты, маршруты, экспедиции, экологическая устойчивость.

Rakhmetov Elyor Khursandovich, Nurashева Kulyanda Kulbosynovna

Extreme tourism in Kazakhstan: geographical features and potential

Abstract. The article identifies the potential and development of extreme tourism in Kazakhstan, its geographical diversity and opportunities for adventure tourism. The purpose of this study is to identify the geographical features and development potential of extreme tourism in Kazakhstan. The study used methods of systematization, data analysis, comparative assessment and SWOT analysis to provide a comprehensive understanding of the current state of the sector. In order to identify world trends and best practices in the development of extreme tourism, a review of domestic and international literature was conducted. A SWOT analysis was carried out to assess the advantages and limitations of extreme tourism in the country, to identify the main areas for improvement. The study highlights the importance of risk management, environmental sustainability and international standards in the practice of extreme tourism. Based on the analysis, practical recommendations are proposed for the development of extreme tourism in Kazakhstan, including improving infrastructure, improving policies and implementing the best practices of world leaders in the field of extreme tourism.

Key words: security, tourist infrastructure, landscapes, routes, expedition, environmental sustainability.

Кіріспе. Мемлекет Басшысы Қасым-Жомарт Тоқаев Үкіметтің кеңейтілген отырысында мынаны атап өтті: шетелдік және отандық туристер бірегей қорықтарға барғысы келеді, сондықтан қажетті инфрақұрылымды, оның ішінде жеке инвесторларды тарта отырып, шұғыл түрде салумен айналысу керек [1].

Қазақстандағы экстремалды туризмді зерттеудің маңыздылығын көрсететін негізгі факторлардың бірі қазақстан Республикасының туризм индустриясын дамытудың 2023-2029 жылдарға арналған тұжырымдамасында көрсетілген қауіпсіздік, іскерлік орта, денсаулық пен гигиена көрсеткіштерінің төмендеуі болып табылады [2].

Аталған тұжырымдамада жергілікті атқарушы органдар туристік топтарды ерікті түрде тіркеу арқылы таулы, сулы және спелеологиялық орта сияқты қауіпті аймақтардағы құтқару жабдықтарындағы, қорғаныс құралдарындағы, қауіпсіздік техникасы туралы білімдердегі және маршруттардағы елеулі кемшіліктерді анықтады. Бұл кемшіліктер туристердің қауіпсіздігіне үлкен қауіп төндіреді.

Сонымен қатар, туристер өз маршруттарын тіркемеген кезде, құтқару топтары іздестіру-құтқару жұмыстарында айтарлықтай қиындықтарға тап болады. Жоспарланған жол туралы нақты ақпаратсыз төтенше жағдайларды жою қызметтері жоғалған адамдарды анықтау үшін іздеу иттеріне, әуеден бақылауға және ұшқышсыз ұшу аппараттарына (ұшқышсыз ұшу аппараттарына) сүйенуі керек, бұл әрекет ету уақытын ұзартады және әсер ету қаупін арттырады.

Бұл экстремалды туризмді зерттеудің маңыздылығын көрсетеді - қауіпсіздік тәуекелдерін анықтау және азайту, төтенше жағдайларды жою стратегияларын жетілдіру және тиімді нормативтік-құқықтық базаны әзірлеу. Қауіпсіздік стандарттарын жетілдіру, тәуекелдерді басқару және құтқару жұмыстарын үйлестіру Қазақстандағы экстремалды туризмнің тұрақты және жауапты дамуын қамтамасыз ету үшін өте маңызды.

Экстремалды туризм өзінің табиғаты бойынша жоғары тәуекелдерді қамтитынын ескере отырып, бұл мәселелер экстремалды туризмді тұрақты дамыту үшін қажетті тәуекелдерді басқару, қауіпсіздік шаралары және инфрақұрылымды жақсарту бойынша терең зерттеулер жүргізу қажеттілігін көрсетеді. Бұл мәселелерді шешу туристердің сенімін арттыру, қауіпсіздік стандарттарын қамтамасыз ету және шытырман оқиғалы туризмнің әлемдік нарығында Қазақстанның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін өте маңызды.

Қазақстандағы экстремалды туризм бойынша бұл зерттеу шытырман оқиғалы туризмге әлемдік

сұраныстың артуына және Қазақстанның табиғи ресурстарының мол, бірақ нашар пайдаланылуына байланысты өзекті болып табылады. Сонымен қатар, инфрақұрылымдық мәселелерді шешу және қолжетімділікті қамтамасыз ету Қазақстанды экстремалды туризм үшін баратын жер ретінде одан да бәсекеге қабілетті етеді. Осы тәжірибелерді тұрақты түрде дамыту сонымен қатар ландшафтқа да, оның тұрғындарына да пайда әкелетін жауапты туристік бастамаларды белгілей отырып, қоршаған ортаны және мәдениетті сақтау тепе-теңдігін құруға көмектеседі.

Елдің орасан зор табиғи ресурстары мен шытырман оқиғалы туризм әлеуетіне қарамастан, сектор әлі де дамымаған, бұл тұрақты өсу стратегияларын негіздеу үшін жүйелі зерттеулерді қажет етеді.

Іле-Алатауы, Жоңғар Алатауы, Алтай, тауларынан бастап шөлдер мен каньондарға дейінгі Қазақстанның бірегей ландшафттары экстремалды туризм түрлеріне тамаша жағдай жасайды. Дегенмен, қолжетімділік, инфрақұрылым және қауіпсіздік шаралары негізгі мәселелер болып қала береді. Зерттеулер туристік әлеуетті бағалау, тәуекелдерді басқаруды жақсарту және туризмді тұрақты дамытудың стратегиялық саясатын әзірлеу үшін қажет [3].

Сонымен қатар, экстремалды туризм көбінесе экологиялық сезімтал аймақтарда жүзеге асырылады, бұл қоршаған ортаға әсерді зерттеуді және тұрақты тәжірибені қажет етеді. Туристік мотивтер мен жергілікті әлеуметтік-экономикалық артықшылықтарды түсіну сонымен қатар бағыттарды тиімді басқару мен маркетингтік стратегияларға ықпал етеді. Осы тақырыптағы зерттеулер сектордың экономикалық әлеуетін бағалау, инфрақұрылымды жақсарту, қауіпсіздік стандарттарын қамтамасыз ету және нәзік экожүйелерді қорғау үшін тұрақты тәжірибелерді біріктіру үшін маңызды. Географиялық жарамдылықты, қолжетімділікті және тәуекелдерді басқаруды түсіну тиімді саясат пен стратегиялық инвестицияларды дамытуға көмектеседі [4].

Экстремалды туризм - бұл күрделі табиғи ортадағы қауіпті әрекеттерді қамтитын шытырман оқиғалы туризмнің мамандандырылған сегменті. Бұл бірегей және физикалық тұрғыдан талап етілетін тәжірибені іздейтін, көбінесе жеке шектеулер мен төзімділікті арттыратын толқуды іздеушілерді тартады. Туризмнің бұл түрі саяхат тәжірибесін әртараптандыруға ықпал етеді, шалғай аймақтардағы экономикалық өсуді ынталандырады және табиғатты тереңірек бағалауға ықпал етеді. Шытырман оқиғаларға негізделген

саяхатқа жаһандық қызығушылық артқан сайын, экстремалды туризм жергілікті ландшафттарды ілгерілетуде, инфрақұрылымды дамытуда және жауапкершілікпен басқарылатын тұрақты туристік бастамаларды қолдауда маңызды рөл атқарады [5].

Зерттеу мақсаты – Қазақстандағы экстремалды туризмнің географиялық ерекшеліктері мен даму әлеуетін анықтау.

Зерттеудің міндеттері:

1. Қазақстандағы экстремалды туризмнің географиялық ерекшеліктерін талдау.

2. Экстремалды туризмнің әлеуетін бағалау.

3. Қазақстандағы экстремалды туризмді дамытудың практикалық ұсыныстарын әзірлеу.

Әдістер мен материалдар. Зерттеуде жүйелеу, деректерді талдау, салыстырмалы бағалау және SWOT талдау әдістері қолданылды. Қазақстандағы экстремалды туризмнің дамуы туралы жан-жақты түсінік алу үшін отандық және халықаралық әдебиеттерге шолу жасалды. SWOT талдауы күшті, әлсіз жақтарды және жақсарту бағыттарын анықтау үшін пайдаланылды. Нәтижелер инфрақұрылымды дамытуға, саясатты жетілдіруге және озық халықаралық тәжірибелерді енгізуге бағытталған практикалық ұсыныстарға негіз болды.

Нәтижелер. Халықаралық ұйымдар «экстремалды туризмді» арнайы дағдыларды, жабдықты және қауіпсіздіктің берік негіздерін қажет ететін физикалық тәуекелі жоғары әрекеттерді қамтитын шытырман оқиғалы туризмнің ішкі жиынтығы ретінде түсіндіреді.

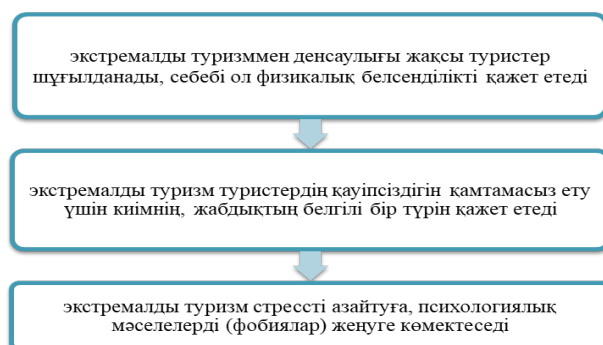
1. Біріккен Ұлттар Ұйымының Дүниежүзілік Туристік Ұйымы (United Nations World Tourism Organization) экстремалды туризмді физикалық белсенділікті, мәдени алмасуды және табиғатпен өзара әрекеттесуді қамтитын іс-шараларды қамтитын шытырман оқиғалы туризмнің бөлігі ретінде анықтайды. Экстремалды туризм көбінесе шалғай немесе қиын жағдайларда жоғары қауіпті әрекеттермен сипатталады [6].

2. Шытырман Оқиғалы Туристік Сауда Қауымдастығы (Adventure Travel Trade Association) экстремалды туризмді альпинизм, парашютпен секіру, мұзға сүңгу және тірі қалу экспедициялары сияқты физикалық және психикалық тұрғыдан талап етілетін іс-шараларды қамтитын саяхат ретінде анықтайды, көбінесе кәсіби басшылықты және қатаң қауіпсіздік хаттамаларын талап етеді [7].

3. Халықаралық Стандарттау Ұйымы (International Organization for Standardization) экстремалды туризмді шытырман оқиғалы туризм қауіпсіздігі стандарттарына сәйкес қарастырады, тәуекелдерді бағалауға, төтенше жағдайларға дайындыққа және экологиялық тұрақтылыққа баса назар аударады, бұл жоғары қауіпті іс-шараларды жауапкершілікпен басқаруды қамтамасыз етеді [8].

4. Дүниежүзілік Саяхат және Туризм Кеңесі (World Travel & Tourism Council) туризмнің бұл түрін тауашалық туризмнің өсуінің қозғаушы күші ретінде атап көрсетеді, шалғай аудандардағы экономикалық дамуға ықпал етеді, сонымен бірге тұрақтылық пен тәуекелдерді азайтудың маңыздылығын атап көрсетеді [9].

Осы интерпретациялардың барлығында экстремалды туризм тәуекелдермен, шытырман оқиғалармен және туризмнің қауіпсіздігін, тұрақтылығын және этикалық тәжірибесін қамтамасыз ету үшін нормативтік-құқықтық базаны құру қажеттілігімен дәйекті түрде байланысты. Профессор Джеффри Липманның айтуынша, болашақ туристік индустрия оның клиенттердің ең керемет қыңырлығын қанағаттандыру және қызмет көрсету сапасын арттыру қабілетіне байланысты стандарт [10]. Әлемдегі ең танымал туристік компаниялардың тәжірибесіне сүйене отырып, соңғы жылдары бірқатар стандартты емес спорт түрлері мен іс-шаралар пайда болып қазіргі уақытта жалғасын табуға және туристердің арасында сұраныс көбеюде. Экстремалды туризмді келесідей сипаттауға болады (сурет 1):



Сурет 1 – Экстремалды туризмнің сипаттамасы (авторлармен құрастырылған)

Экстремалды туризмнің болашақ дамуы нарықтың кеңеюімен, технологиялық жетістіктермен және инклюзивті және тұрақты тәжірибеге баса назар аударумен қалыптасады деп күтілуде. Шытырман Оқиғалы Саяхаттарды Дамыту Қауымдастығының (АТТА) болжамдары 2030 жылға қарай шытырман оқиғалы туризмнің әлемдік нарығы 1 трлн доллардан асады деп болжанғанын көрсетеді, экстремалды туризм айтарлықтай және табысты кіші сегментті білдіреді [11].

Жаңа технологияларды біріктіру сектордың қауіпсіздігін, тиімділігін және келушілердің жалпы тәжірибесін арттырады деп күтілуде. Маршруттарды жекелендірілген жоспарлауға арналған жасанды интеллект (AI), денсаулықты нақты уақыт режимінде бақылауға арналған киілетін құрылғылар және қиын жерлерде жүруге арналған автономды көліктер сияқты инновациялар операцияларды оңтайландыруда және тәуекелдерді азайтуда шешуші рөл атқарады. Бұл жетістіктер қолжетімділікті жақсартады, логистиканы оңтайландырады және бүкіл әлем бойынша экстремалды туризмнің тұрақты дамуына ықпал етеді [12].

Бүгінгі таңда экстремалды туризм жергілікті экономикаларға, әсіресе шалғай және аз дамыған аудандарға, туристік қызметтер, жабдықтарды жалға алу және экскурсиялар арқылы табыс әкеледі.

Экстремалды туризм әртүрлі ландшафттарды, күрделі орталарды және шытырман оқиғалы туризмнің жақсы қалыптасқан инфрақұрылымын ұсынатын аймақтарда ең дамыған. Экстремалды туризмнің әлемдік көшбасшылары ретінде келесі бағыттар ерекшеленеді:

Непал. Эверест тауының отаны Непал - альпинизм, треккинг және мұзға өрмелеудің

жаһандық орталығы. Гималай таулары жыл сайын мындаған альпинистер мен шытырман оқиғаларды іздеушілерді тартады.

Жаңа Зеландия - жақсы реттелетін шытырман оқиғалы туризм индустриясымен танымал Жаңа Зеландия «Әлемнің шытырман оқиғалы астанасы» Квинстаун сияқты жерлерде банджи секіру, парашютпен секіру, ақ суда рафтинг және мұздықтармен серуендеуді ұсынады.

Исландия - экстремалды туризмнің ыстық нүктесі, Исландия мұз үңгірлерін зерттеу, мұздықтармен серуендеу, жанартаулармен серуендеу және Сильфрадағы тектоникалық плиталар арасында сүңгу сияқты іс-шараларды ұсынады.

Бұл бағыттар бірегей табиғи жағдайлары, дамыған туристік инфрақұрылымы және қатаң қауіпсіздік шаралары арқасында ерекшеленеді, бұл оларды экстремалды туризм әуесқойлары үшін тамаша орынға айналдырады [13].

Қазақстанның бірегей географиялық, климаттық, экономикалық жағдайлары бар, бұл оны экстремалды туризмді дамытуға өте қолайлы етеді. Әр түрлі ландшафттардың, кол тигізбейтін табиғаттың және өсіп келе жатқан туристік инфрақұрылымның үйлесімі шытырман оқиғаларды іздеушілер үшін мүмкіндіктер жасайды.

Экстремалды туризм физикалық қиындықтарды, психикалық тұрақтылықты және табиғаттың элементтерімен кездесулер сияқты әрекеттерді қамтиды. Қазақстанның алуан түрлі ландшафттары экстремалды туристік іс-шаралардың кең ауқымы үшін жағдайлармен қамтамасыз етеді (Кесте 1).

Кесте 1 – Қазақстандағы экстремалды туризм түрлері (14-16 дереккөзге сүйене отырып авторлармен құрастырылған)

Бағыты	Экстремалды туризм түрі	Сипаттамасы
Таудағы іс-шаралар	Альпинизм	Тянь-Шань және Алтай тау жоталары жаңадан бастаушылардан бастап озық альпинистерге дейін барлық деңгейдегі маршруттарды ұсынады. Хан Тәңірі мен Белуха сияқты шыңдар биіктіктегі қиындықтарды іздейтін халықаралық авантюристерді тартады [14, б. 106]
Су негізіндегі іс-шаралар	Рафтинг	Шарын және Іле өзендері сияқты өзендер өздерінің жылдам ағындарымен және болжанбайтын ағындарымен рафтинг пен байдаркамен сырғанау үшін өте қолайлы.
	Аквалангпен жүзу және су астында жүзу	Каспий Теңізі және Алақөл сияқты кейбір көлдер, әсіресе бірегей су экожүйелерін іздейтіндер үшін су астында барлау мүмкіндіктерін ұсынады. [14, б. 98]
Шөлді іс-шаралар	Шөлді экскурсиялар	Қызылқұм және Бетпақ Дала шөлдері арқылы экскурсиялар жол талғамайтын төбелерді ұру, түйелермен серуендеу және қатты ыстықта төзімділікті сынау сияқты іс-шараларды қамтиды [15, б. 35]
Әуедегі іс-шаралар	Парапланмен секіру және аспалы сырғанау	Қазақстанның кең ашық алаңдары мен Алматы маңындағы сияқты таулы аймақтары панорамалық көріністер мен адреналинге толы түсулерді іздейтін парапланшылар мен дельтапланшыларды тартады
	Парашютпен секіру	Көптеген аэродромдары мен кең аспаны бар парашютпен секіру елдегі толқуды ұнататындар үшін өсіп келе жатқан іс-шара болып табылады. [15, б. 38]
Қысқы спорт түрлері	Мұзға өрмелеу	Алтай таулары сияқты аймақтардағы мұздатылған сарқырамалар мен мұзды жартастар қыста мұзға шығуға өте ыңғайлы. [16, б. 51]

Қазақстан өзінің кең және алуан түрлі ландшафттарына шытырман оқиғалы әуесқойларды тарта отырып, экстремалды туризм тәжірибесінің алуан түрін ұсынады. Тянь-Шань және Алтай таулары альпинизмге, альпинизмге, шаңғы тебуге, сурет салуға және әуесқойларға тамаша жағдай жасайды. Шарын шатқалы, көбінесе Үлкен Каньонмен салыстырғанда, жаяу серуендеуге, рафтингке және жол талғамайтын экспедицияларға арналған танымал орын болып табылады. Қысқы туризм Алматы облысында дамып келеді, онда Шымбұлақ пен Медеуде экстремалды шаңғы және сноуборд жарыстары өтеді. Бетпақ-Дала және Арал теңізі аймағы сияқты елдің дала және шөлді аймақтары туристерді аман қалу шытырман оқиғаларымен және төзімділік экспедицияларымен сынайды. Байқоңыр Ғарыш Айлағы ғарышкерлерді даярлауды қоса алғанда, ғарыштық тақырыптағы экстремалды туризмді ұсынады. Каспий теңізінің жағасында батпырауық серфингі мен жел спорты танымал бола бастады. Шығыс Қазақстанның жұмбақ үңгірлері, оның ішінде Қоңыр Әулие, жер асты барлауын іздейтін спелункерлерді тартады. Парапланмен секіру және парашютпен секіру Алматы және Түркістан сияқты аймақтарда дамып келеді. Экстремалды туризм инфрақұрылымы біртіндеп жақсарып келе жатқанымен, қауіпсіздік ережелері мен жарнамалық іс-шаралар дамудың негізгі бағыттары болып қала береді [17].

Бүгінде еліміздің жартасты ландшафттарының көптігі мен экстремалды спорт түрлеріне деген қызығушылықтың артуына байланысты Қазақстанда құзға өрмелеу дамып келуде. Танымал альпинистік орындарға Тянь-Шань және Алтай тау жоталары, сондай-ақ Бурабай жартастары кіреді. Соңғы жылдары Алматы, Қарағанды, Астана сияқты қалалық орталықтарды жасанды өрмелеу қабығалары сияқты альпинистік инфрақұрылымның дамуы және альпинизм фестивальдері мен жарыстарын ұйымдастыру экстремалды туризмнің осы түріне деген қызығушылықты одан әрі арттырады.

Қазақстанда экстремалды туризмнің бағыты ретінде оның әлеуетін көрсететін бірнеше маңызды іс-шаралар өтуде. Көрнекті оқиғалардың бірі - 2017 жылдан бері өткізіліп келе жатқан «Rally Kazakhstan» жол талғамайтын көлік жарысы. Бұл митинг Fia-Ның Кросс-Ралли Бойынша Әлем Чемпионатының бөлігі болып табылады және Әлемнің түкпір-түкпірінен қатысушыларды Қазақстанның кең пейзаждарының қиын жерлерін шарлауға тартады [18].

Қысқы спорт түрлері саласында Алматыдағы «Сұңқар» Халықаралық шаңғы трамплиндері кешені халықаралық жарыстардың, соның ішінде 2016 жылы FIS шаңғы трамплиндерінен әлем чемпионатының өтетін орны болды. Кешенде әртүрлі көлемдегі шаңғы трамплиндері бар және халықаралық стандарттарға сәйкес келеді, бұл оны экстремалды қысқы спорттық іс-шаралар үшін маңызды орынға айналдырады [19].

Сонымен қатар, Алматы маңындағы Тянь-Шань Тауларында орналасқан «Медеу» мұз айдыны биік таулы конькимен сырғанау жарыстарын өткізумен танымал. Бұл 2011 Жылғы Қысқы Азия Ойындарының өтетін орны болды және кәсіби жарыстар үшін де, конькимен сырғанау үшін де танымал орын болып қала береді, оның биіктігі мен табиғи жағдайына байланысты бірегей тәжірибе ұсынады [20].

Бұл іс-шаралар, басқалармен қатар, шытырман оқиғалы әуесқойларды тарту үшін өзінің бірегей географиялық ерекшеліктерін пайдалана отырып және инфрақұрылымды дамыта отырып, қазақстанның экстремалды туризм секторындағы өсіп келе жатқан рөлін көрсетеді.

Талқылау. Қазақстанда экстремалды туризмді дамыту үшін оның күшті, әлсіз жақтарын, мүмкіндіктері мен қауіптерін бағалау, тұрақты өсу мен халықаралық позициялау үшін стратегиялық түсініктер беру үшін SWOT талдауы жүргізілетін болады (Кесте 2).

Кесте 2 – SWOT талдау (авторлармен құрастырылған)

Мықты жақтары (Strengths)	Әлсіз жақтары (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Қазақстанда таулар, шөлдер, каньондар, үңгірлер, көлдер бар, бұл экстремалды туристік қызметтің кең спектрін жүзеге асыруға мүмкіндік береді. 2. Халықтың тығыздығының төмендігі шытырман оқиғалы туризм үшін өте қолайлы көптеген шалғай, таза жерлерді қамтамасыз етеді. 3. Ғарыштық туризм (Байқоңыр ғарыш айлағы), мұзға сүңгу (Қайыңды көлі) және шөл далада аман қалу сияқты іс-шаралар Қазақстанды ерекше етеді. 4. Өсіп келе жатқан мемлекеттік қолдау. Туристік инфрақұрылымға инвестициялар және көптеген елдер үшін визасыз саясат шетелдік туристерді ынталандырады. 5. Қазақстандағы экстремалды туризм Еуропа мен Солтүстік Американың шытырман оқиғалы саяхаттарымен салыстырғанда салыстырмалы түрде қолжетімді. 6. Жыл бойғы іс-шараларға арналған климаттың әртүрлілігі. Суық қыс пен ыстық жаз мезгілдері шаңғы тебу және шөл далада серуендеу сияқты әр түрлі маусымдардағы экстремалды іс-шараларға мүмкіндік береді. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Көптеген экстремалды туристік бағыттарда тиісті жолдар, тұру орындары және келушілер үшін қолайлы жағдайлар жоқ. 2. Материалдық-техникалық базаның тозуы. 3. Шалғай аудандардағы тәуекелдерді басқару және төтенше жағдайларды жою жүйелерінің жеткіліксіздігі қауіпсіздік мәселелерін тудырады. 4. Маркетинг және менеджмент саласында ескірген технологияларды қолдану. 5. Халықаралық ілгерілеудің болмауынан Қазақстан әлемдік аренада экстремалды туристік бағыт ретінде кеңінен танылмайды. 6. Көптеген шытырман оқиғалы туристік орындар ірі қалалардан алыс орналасқан және мамандандырылған тасымалдауды қажет етеді. 7. Оқытылған гидтер мен нұсқаушылардың жетіспеушілігі. Шытырман оқиғалы туризм бойынша сертификатталған мамандардың саны шектеулі, бұл тәжірибенің сапасы мен қауіпсіздігіне әсер етеді. 8. Көптеген аймақтарда ағылшын тілінде сөйлейтін гидтер мен маңдайшалар жетіспейді, бұл халықаралық саяхатшыларға қиындық туғызады.
Мүмкіндіктер (Opportunities)	Қауіптер (Threats)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Экологиялық таза туристік тәжірибені енгізу жауапты саяхатшылар мен халықаралық ұйымдарды тарта алады. 2. Жаһандық шытырман оқиғалы тuroператорлармен ынтымақтастық көрінуді арттырып, шетелдік туристерді тарта алады. 3. Инфрақұрылымды жақсарту бағдарламалары көлікке, қауіпсіздікке және тұрғын үйге мемлекеттік және жеке инвестициялар тәжірибені жақсарта алады. 4. Қысқы спорт түрлері мен экстремалды Жарыстарды кеңейту шаңғы, альпинизм және төзімділік спорт түрлерінен халықаралық жарыстарды өткізу Қазақстанның беделін арттыра алады. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ауа райының қолайсыздығы қыста Қатты суық және жаздың жоғары температурасы дайын емес туристерге қауіп төндіруі мүмкін. 2. Аймақтық қақтығыстар немесе экономикалық құлдырау шетелдік туристердің келуіне және осы салаға салынған инвестицияларға әсер етуі мүмкін. 3. Непал, Швейцария және Жаңа Зеландия сияқты елдер қазірдің өзінде әлемдік шытырман оқиғалы туризм нарығында үстемдік етуде. 4. Төтенше жағдайлар қызметтерінің, қауіпті аумақтардың және жоғары қауіпті әрекеттердің болмауы елдің беделіне нұқсан келтіретін жазатайым оқиғаларға әкелуі мүмкін.

SWOT талдауға сүйене отырып, Қазақстан географиясының әртүрлілігіне, мемлекеттік қолдаудың артуына байланысты экстремалды туризмді дамыту үшін айтарлықтай әлеуетке ие. Таулардың, шөлдердің, каньондардың, үңгірлердің және көлдердің болуы экстремалды туристік іс-шаралардың кең ауқымын қамтамасыз етеді. Алайда, бірнеше әлсіздіктер мен қауіптер осы әлеуетті толық іске асыруға кедергі келтіреді. Дамыған инфрақұрылымның, соның ішінде жолдардың, тұрғын үйлердің және шалғай аудандардағы төтенше жағдайлар қызметтерінің болмауы қауіпсіздікке қауіп төндіреді және туристер үшін қолжетімділікті шектейді. Сонымен қатар, ескірген маркетингтік стратегиялар мен халықаралық жылжытудың жеткіліксіздігі Қазақстанның экстремалды туризмнің жоғары деңгейлі бағыты ретінде әлемдік деңгейде танылуына жол бермейді.

Төменде география, инфрақұрылым, нарық тенденциялары және тұрақтылық сияқты негізгі факторларға негізделген оның әлеуетін талдау берілген.

Географиялық және климаттық артықшылықтары. Қазақстанның топографиясы әртүрлі шытырман оқиғалы туристік іс-шараларға қолайлы экстремалды орталардың бірегей үйлесімін қамтамасыз етеді. Елдің континентальды климаты жыл бойы экстремалды іс-шараларды өткізуге мүмкіндік береді: қысқы спорт түрлері суық айларда өркендейді, ал жазда шөлдер мен таулардағы шытырман оқиғалар басым болады.

Нарықтық әлеует және өсіп келе жатқан сұраныс. Экстремалды туризмге әлемдік сұраныс артып келеді, бұл мыналарға байланысты: а) жас, ауқатты туристер арасында шытырман оқиғалы саяхаттардың танымалдылығының артуы; б) дәстүрлі экскурсиялардан иммерсивті және адреналинмен жұмыс істейтін іс-шараларға көшу.

Инфрақұрылым және даму мәселелері. Табиғи артықшылықтарына қарамастан, Қазақстан инфрақұрылым мен дамудың бірнеше кедергілеріне тап болады: а) шектеулі қолжетімділік; б) тау шаңғысы курорттары, базалық лагерьлер, сертификатталған оқу орталықтары сияқты экстре-

малды туристік инфрақұрылымның жеткіліксіздігі; в) халықаралық стандартты төтенше жағдайларды жою жүйелерін қамтамасыз ету үшін қауіпсіздік ережелерін жақсарту қажеттілігі.

Төменде Қазақстанда экстремалды туризмді дамыту бойынша ұсыныстар берілген:

- Экстремалды туристік қызмет үшін нақты қауіпсіздік ережелерін және төтенше жағдайларды жою хаттамаларын белгілеу.

- Туристік қауіпсіздікті қамтамасыз ету үшін кәсіби гидтер мен нұсқаушыларды оқыту және сертифициаттау.

- Қазақстанды экстремалды туризмнің басты бағыты ретінде көрсету үшін жаһандық маркетингтік науқандарды бастау.

- Халықаралық шытырман оқиғалы туристік агенттіктермен және әсер етушілермен серіктестік орнату.

- Халықаралық экстремалды спорт жарыстары мен төзімділік сынақтарын өткізу.

- Нәзік ландшафттарды қорғау үшін экологиялық туризм бойынша нұсқаулықтарды енгізу.

- Жауапты туризмді дамыту мақсатында жергілікті қауымдастықтарды туристік операцияларға тарту.

- Технологияны жақсы білетін туристерді тарту үшін интерактивті карталарды, қолданбаларды және виртуалды шындық тәжірибелерін жасау.

Осы ұсыныстарды іске асыру арқылы Қазақстан қауіпсіздікті, тұрақтылықты және халықаралық тартымдылықты қамтамасыз ете отырып, экономикасын ынталандыра отырып, экстремалды туризмнің басты бағыты ретіндегі позициясын нығайта алады.

Қорытынды. Қазақстанның экстремалды туризмнің жаһандық хабына айналу үшін орасан зор әлеуеті бар, ол өзінің әртүрлі ландшафттарында шытырман оқиғалардың кең ауқымын ұсынады. Бұған қол жеткізу үшін инфрақұрылымды жақсарту, қауіпсіздік шараларын жақсарту және елдің халықаралық ауқымдағы экстремалды туризмнің бірегей мүмкіндіктерін ілгерілету өте маңызды. Ұзақ мерзімді экономикалық пайданы қамтамасыз

ете отырып, қоршаған ортаны қорғау үшін тұрақты даму мен жауапты туристік тәжірибеге басымдық беру керек. Жаһандық серіктестіктерді нығайту, технологияларды пайдалану және ережелерді жеңілдету Қазақстанға экстремалды туристерді көбірек тартуға және өзін шытырман оқиғалы әуесқойлар үшін басты бағыт ретінде көрсетуге көмектеседі. Стратегиялық инвестициялар мен тиімді басқарудың арқасында ел өзінің табиғи артықшылықтарын толығымен пайдалана алады және дамып келе жатқан экстремалды туризм индустриясын құра алады.

Зерттеуге сәйкес, Қазақстан табиғи ландшафттардың алуан түрлілігін (тау жоталары, шөлдер, дала, каньондар, су қорлары) ескере отырып, экстремалды туризмді дамыту үшін үлкен әлеуетке ие. Күшті және әлсіз жақтарын талдау көрсеткендей, экстремалды туристік мүмкіндіктер көп болғанымен, ел нашар дамыған инфрақұрылымға, жақсы дайындалған қызметкерлердің жетіспеушілігіне және туристік бағыт ретінде жаһандық танылуының төмендігіне байланысты кедергілерге тап болады.

Сонымен қатар, үкіметтің қамқорлығын арттыру, экологиялық таза туризмді дамыту және жаһандық туристік желілерге қосу сияқты анықталған мүмкіндіктер туристер ағынының өсуіне және туризм индустриясының өсуіне ықпал етуі мүмкін. Қолда бар әлеуетті іске асыру үшін басқарудың заманауи технологияларын енгізу, көлік және туризм инфрақұрылымын дамыту және Қазақстанды халықаралық экстремалды туризм нарығында ілгерілету маңызды.

Сондықтан осы зерттеудің нәтижелері осыған байланысты елдің бәсекеге қабілеттілігін арттыруға, сондай-ақ тұрақты аймақтарды дамытуға, жұмыс орындарын құруға және инвестицияларды тартуға ықпал ететін экстремалды туризмді дамытуға кешенді көзқарастың қажеттілігін көрсетеді. Алайда бұл зерттеу тәуекелдерді басқарудың көрнекті жүйесін құру, реттеуді күшейту, сондай-ақ неғұрлым қолайлы туристік өнімдерді жасау үшін қосымша зерттеулерді қажет етеді.

Әдебиеттер тізімі

- 1 Мемлекет басшысы Қасым-Жомарт Тоқаевтың Үкіметтің кеңейтілген отырысында сөйлеген сөзі. <https://www.akorda.kz> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 2 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2023 жылғы 28 наурыздағы № 262 қаулысы. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 3 Ussenova A.A. Development of tours to national parks as the most effective direction of ecotourism on the example of the «Ile-Alatau» national park // Central Asian Economic Review. – 2021. – №5(140). – pp. 64-75.
- 4 Карбаева Ш.Ш. Ландшафтно-экологическое обеспечение туристско-рекреационной деятельности (на примере Восточного Казахстана) // Естественные и математические науки в современном мире. – 2014. – №24. – С. 179-185.

- 5 Sarsenbay Sh. Extreme tourism: definitions, types, and technology for organizing extreme routes // Вопросы науки и образования. – 2020. – №41(125). – С. 162-168.
- 6 Головина А.А. Роль организации Объединенных Наций в развитии туризма / сб. ст.статей междунар. науч.-практич. конф. – Самара, 2016. – С. 75-80.
- 7 Global Report on Adventure Tourism. UNWTO. - URL: <https://cdn-research.adventuretravel.biz/research/5bbf8f9d6e8306.18931611/UNWTO-global-report-on-adventure-tourism-web.pdf> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 8 Report: Adventure tourism. <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:21101:ed-1:v1:en> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 9 Gavurova B., Ivankova V., Rigelsky M., Privarova M. Relations Between Tourism Spending and Global Competitiveness: an Empirical Study in Developed OECD Countries // Journal of Tourism and Services. – 2020. – Vol. 11. – №21. – pp. 38-54.
- 10 Leo J., Dwyer L. Optimising the potential of mega-events: an overview // International Journal of Event and Festival Management. - 2020. - №1. - pp. 220-237.
- 11 Adventure Tourism Market to Reach \$2 Trillion, Globally, by 2032 at 19.5% CAGR: Allied Market Research. <https://www.globenewswire.com> (қолданылған күні: 23.02.2025).
- 12 Innovative Autonomous Tech Powers Future Road Travel Revolution. <https://www.numberanalytics.com/blog/innovative-autonomous-tech-powers-future-road-travel-revolution> (қолданылған күні: 25.02.2025).
- 13 Кицис В.М. География экстремального туризма в туристских макрорегионах мира // География и туризм. – 2022. – №2(10). – С. 81-86.
- 14 Виды туризма: учебное пособие для обучающихся по направлению подготовки 43.03.02 Туризм / под общ. ред. д-ра филос. наук, проф. Л. А. Мясникова. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2023. – 333 с.
- 15 Возисова М.А., Шутова Т.Н. Теория и методика спортивно-оздоровительного туризма: учебное пособие. - Москва: ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова», 2017. – 100 с.
- 16 Байковский Ю.В. Классификация и особенности формирования горных неолимпийских видов спорта. – Москва: «Вертикаль», 2005. – 66 с.
- 17 Буйленко В.В. Классификация факторов качества услуг экстремального туризма // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2019. – №19. – С. 50-53.
- 18 Aimen A.T., Faizova E.R., Jolanov E.E., Dossymova O.Zh. Analysis of the prospects for the development of extreme tourism in the Republic of Kazakhstan // Tourism and Hospitality. – 2022. – №1. – pp. 49-54.
- 19 Rally Kazakhstan. https://en.wikipedia.org/wiki/Rally_Kazakhstan (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 20 Болдырев Б.Н. Олимпийские спортивные сооружения Алматы // Теория и методика физической культуры. – 2018. – №1(51). – С. 53-61.

References

- 1 Memleket basshysy Qasym-Zhomart Тоқаевтың Ykimettiң кеңejtilgen otyrysynda sejlegen sözi. <https://www.akorda.kz> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 2 Қазақстан Республикасының туристик саласын дамытудың 2023 – 2029 жылдарға арналған тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Ykimetiniң 2023 жылғы 28 наурыздары № 262 қаулысы. <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P2300000262> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 3 Ussenova A.A. Development of tours to national parks as the most effective direction of ecotourism on the example of the «Ile-Alatau» national park // Central Asian Economic Review. – 2021. – №5(140). – pp. 64-75.
- 4 Karbaeva Sh.Sh. Landshaftno-jekologicheskoe obespechenie turistsko-rekreacionnoj dejatel'nosti (na primere Vostochnogo Kazahstana) // Estestvennye i matematicheskie nauki v sovremennom mire. – 2014. – №24. – S. 179-185.
- 5 Sarsenbay Sh. Extreme tourism: definitions, types, and technology for organizing extreme routes // Voprosy nauki i obrazovaniya. – 2020. – №41(125). – S. 162-168.
- 6 Golovina A.A. Rol' organizacii Ob#edinennyh Nacij v razvitii turizma / sb. st.statej mezhdunar. nauch.-praktich. konf. – Samara, 2016. – S. 75-80.
- 7 Global Report on Adventure Tourism. UNWTO. - URL: <https://cdn-research.adventuretravel.biz/research/5bbf8f9d6e8306.18931611/UNWTO-global-report-on-adventure-tourism-web.pdf> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 8 Report: Adventure tourism. <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:iso:21101:ed-1:v1:en> (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 9 Gavurova B., Ivankova V., Rigelsky M., Privarova M. Relations Between Tourism Spending and Global Competitiveness: an Empirical Study in Developed OECD Countries // Journal of Tourism and Services. – 2020. – Vol. 11. – №21. – pp. 38-54.
- 10 Leo J., Dwyer L. Optimising the potential of mega-events: an overview // International Journal of Event and Festival Management. - 2020. - №1. - pp. 220-237.
- 11 Adventure Tourism Market to Reach \$2 Trillion, Globally, by 2032 at 19.5% CAGR: Allied Market Research. <https://www.globenewswire.com> (қолданылған күні: 23.02.2025).
- 12 Innovative Autonomous Tech Powers Future Road Travel Revolution. <https://www.numberanalytics.com/blog/innovative-autonomous-tech-powers-future-road-travel-revolution> (қолданылған күні: 25.02.2025).
- 13 Kicis V.M. Geografija jekstremal'nogo turizma v turistskih makroregionah mira // Geografija i turizm. – 2022. – №2(10). – S. 81-86.
- 14 Vidy turizma: uchebnoe posobie dlja obuchajushhhsja po napravleniju podgotovki 43.03.02 Turizm / pod obshh. red. d-ra filoz. nauk, prof. L. A. Mjasnikovoj. – Ekaterinburg: Gumanitarnyj universitet, 2023. – 333 s.
- 15 Vozisova M.A., Shutova T.N. Teorija i metodika sportivno-ozdorovitel'nogo turizma: uchebnoe posobie. - Moskva: FGBOU VO «RJeU im. G. V. Plehanova», 2017. – 100 s.
- 16 Bajkovskij Ju.V. Klassifikacija i osobennosti formirovaniya gornyh neolimpijskih vidov sporta. – Moskva: «Vertikal'», 2005. – 66 s.
- 17 Bujlenko V.V. Klassifikacija faktorov kachestva uslug jekstremal'nogo turizma // Trudy Kubanskogo gosudarstvennogo agrarnogo universiteta. – 2019. – №19. – S. 50-53.

- 18 Aimen A.T., Faizova E.R., Jolanov E.E., Dossymova O.Zh. Analysis of the prospects for the development of extreme tourism in the Republic of Kazakhstan // *Tourism and Hospitality*. – 2022. – №1. – pp. 49-54.
- 19 Rally Kazakhstan. https://en.wikipedia.org/wiki/Rally_Kazakhstan (қолданылған күні: 03.02.2025).
- 20 Boldyrev B.N. Olimpijskie sportivnye sooruzhenija Almaty // *Teoriya i metodika fizicheskoj kul'tury*. – 2018. – №1(51). – S. 53-61.

<p>Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор) Рахметов Эльёр Хурсандович, докторант, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан, e-mail: rahmetovvip99@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0001-4285-4050</p>	<p>Автор для корреспонденции (первый автор) Рахметов Эльёр Хурсандович, докторант, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы Казахстан, e-mail: rahmetovvip99@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0001-4285-4050</p>	<p>The Author for Correspondence (The First Author) Rakhmetov Elyor Khursandovich, PhD student, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan, e-mail: rahmetovvip99@gmail.com, ORCID ID: https://orcid.org/0009-0001-4285-4050</p>
---	--	--

Мақала түскен күні: 25.02.2025
Мақала басылымға қабылданған күні: 26.05.2025

Сведения об авторах

Акимов Жаксылық Макмутович – PhD; Международный казахско-турецкий университет имени Ходжи Ахмеда Яссави; г. Туркестан, Казахстан. e-mail: akimov404@mail.ru, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5476-9742>

Алиясова Валентина Нурмагамбетовна – кандидат культурологии, Павлодарский педагогический университет им. Әлкей Марғұлан, г. Павлодар, Казахстан. e-mail: alijasova@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1423-0339>

Амренова Галия Капбаровна – магистр, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан. e-mail: amrenova1969@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3830-9834>

АмUTOVA Фарида Бахтияровна – PhD, Казахский национальный университет имени аль-Фараби / Научно-производственное предприятие Антиген; Алматинская область, поселок Абай, Казахстан. e-mail: amutovafb@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-3325-4018>

Асипова Жанна Медеуовна – PhD, доцент, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. e-mail: zhanna.assipova@kaznu.kz, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1260-4867>

Ахмеджанова Дильда Жайшигалиевна – магистр педагогических наук, Казахский университет международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, г. Алматы, Казахстан. e-mail: dilda_akhmejanova@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-6927-1733>

Ахмедова Салтанат Жолдасбековна – магистр туризма, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: a_saltanat@list.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-9743-795X>

Біләл Зәуреш Спардиярқызы – докторант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби / Научно-производственное предприятие Антиген; Алматинская область, поселок Абай, Казахстан. e-mail: bilalzauresh@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7874-3857>

Болат Алибек Алмазович – магистр права, Жетысуский университет им. И. Жансугурова; г. Талдыкорган, Казахстан. e-mail: a.bola.edu@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-7098-1305>

Болат Кенжебек Болатович – магистр туризма, Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан. e-mail: kenzhebek.bolat.93@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-5169-9998>

Винокурова Елена Ивановна – магистр истории, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: vinokur_historik@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3875-5084>

Джетимов Мырзабай Айтмуханович – кандидат технических наук, Жетысуский университет имени И. Жансугурова, г. Талдыкорган, Казахстан. e-mail: make_d_61@mail.ru; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5103-4695>

Есенгабылова Айман Касенхановна – PhD, Жетысуский университет имени И. Жансугурова, г. Талдыкорган, Казахстан. e-mail: aiman_13_90@mail.ru; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-2956-5665>

Жаксыбекова Динара Кабировна – DBA, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: d.kabirovna@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1332-1116>

Жилкибаева Маржанкул Инкарбековна – старший преподаватель, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. e-mail: marzhan56@list.ru

Зиявдинова Асыл Кадырхановна – магистр, Казахский национальный женский педагогический университет г. Алматы, Казахстан. e-mail: assylziyavdinova@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5922-9932>

Кадырбекова Динара Сериковна – PhD, и.о. ассоциированного профессора, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: 6537275@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8641-253X>

Кәрімов Дәурен Жалғасұлы – магистр в области услуг, Казахская академия спорта и туризма г. Алматы, Казахстан. e-mail: dauren050902@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-1902-0433>

Касымова Айгерим Маликовна – PhD, Жетысуский университет им. И. Жансугурова; г. Талдыкорган, Казахстан. e-mail: aiko_1990kz@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8725-2432>

Конуспаева Гаухар Сапаркалиевна – PhD, профессор, Казахский национальный университет имени аль-Фараби / Научно-производственное предприятие Антиген; Алматинская область, поселок Абай, Казахстан. e-mail: konuspayevags@hotmail.fr, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-0171-3582>

Көпес Нурайым Ганикызы – магистрант, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан. e-mail: kopesnuraiym@gmail.com

Куандыкова Элмира Куандыккызы – магистр, Казахский национальный женский педагогический университет г. Алматы, Казахстан. e-mail: elmira_kuandykov@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3050-3587>

Кулахметова Гульбарам Амантаевна – PhD, Казахский национальный университета аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан. e-mail: kulakhmetova.gulbaram@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0318-3514>

Мадиярова Диана Макаевна – доктор экономических наук, профессор, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: mdm-diana@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6991-7528>

Мазбаев Орденбек Блисбекович – доктор географических наук, профессор, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан. e-mail: ordenbek@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8769-1240>

Муканов Айдар Хамзеевич – PhD, Евразийский национальный университета им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан, e-mail: Aidar81hamzauli@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-5193-7555>

Мусагажинова Айгорым Александровна – магистр истории и этнографии, Республиканское общественное объединение «QazaqGeography», г. Астана, Казахстан. e-mail: aiya84@mail.ru

Нурашева Кулянда Кулбосыновна – доктор экономических наук, профессор, Казахская академия спорта и туризма; г. Алматы, Казахстан. e-mail: nurasheva@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4639-467X>

Онаева Балдырган Талгатовна – докторант, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, Астана, Казахстан, e-mail: baldyrgan81@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-6370-2168>

Рахметов Эльёр Хурсанович – докторант, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: rahmetovvip99@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-4285-4050>

Рсалдин Ерлан Серикович – докторант, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан. e-mail: rsldnrln@gmail.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-6496-2353>

Снеубаева Марал Сержановна – докторант, Евразийский Национальный Университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан. e-mail: maral.siyebayeva@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-8816-2594>

Тлеубаева Айтолкын Тлеубайкызы – PhD, и.о. доцента, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан. e-mail: aitolkyn.t@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5749-4289>

Токпанов Еркин Айпович – кандидат географических наук, доцент, Жетысуский университет имени И. Жансугурова, г. Талдыкорган, Казахстан. e-mail: tokpanov60@mail.ru; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2029-5278>

Трушева Шарафат Айтмухамбетовна – PhD, и.о. доцента, Торайгыров университет, Павлодар, Казахстан. e-mail: sharafat.trusheva.80@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-7594-032X>

Тлеубаев Жанибек Зейнолла-улы - магистр истории, научный сотрудник центра «Изучение истории и культуры Евразии», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан. e-mail: janiko86@mail.ru; ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-1865-7125>

Тулбаева Айгерим Турлыбековна – DBA, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: aika_tu81@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0007-4834-985X>

Ушкулакова Гулнара Мукамеденовна – ст.преподаватель, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан. e-mail: gulnara.uskulakova@mail.ru, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-8935-1303>

Хамидов Обиджон Хафизович – доктор экономических наук, профессор, Бухарский государственный университет, г. Бухара, Узбекистан, e-mail: obidjon2006@yahoo.com, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5190-3328>

Шокпаров Алибек Жумабекович – кандидат педагогических наук, Международный университет туризма и гостеприимства, г. Туркестан, Казахстан, e-mail: shokparov.alibek@iuth.edu.kz, ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-2697-3006>

Құрметті авторлар!

«Туризм, демалыс және қонақжайлылық» ғылыми-теориялық журналында мәліметтерді жариялау Open Journal System - ғылыми мақалаларды онлайн-ұсыну және пікір беру жүйесін пайдалану арқылы жүзеге асырылады. Тіркеу немесе авторландыру «Мақаланы жіберу» бөлімінде қол жетімді - <http://46.34.130.122/index.php/tlh>. Журналдың сайты <http://tlh.kz/>

МАҚАЛАЛАРДЫ РӘСІМДЕУГЕ ҚОЙЫЛАТЫН ТАЛАПТАР

Редакциялық кеңес журналының ғылыми бағыттары бойынша бұрын жарияланбаған мақалаларды қабылдайды. Мақала электрондық форматта (doc, .docx, .rtf форматта), текжурнал сайтының (Open Journal System) функционалдығымен жүктеу арқылы ұсынылады.

Журналдың пішімі: Microsoft Word (doc). Парақ пішімі: А4. Жоғарғы және төменгі жиегі – 2 см, сол жағы – 3 см, оң жағы – 1 см. Негізгі қаріп: Times New Roman. Негізгі мәтіннің қаріп өлшемі: 12 кегль. Кестелердің, сілтемелердің, сызбалардың, кестелердің, диаграммалар мен суреттердің мәтінінде кіші өлшемдегі қаріпті (12 кегель) пайдалануға рұқсат етіледі. Жоларалық интервал: дара. Мәтінді туралау: ені бойынша, сөз тасымалсыз болу тиіс. Азат жол (қызыл жол): 1,0 см.

Мақалада мәтін суреттердің жанына емес, төмен жағына жазылады. Суреттер анық болуы керек, олардағы жазулар оңай оқылуы керек. Суреттер мен кестелерде қол болмауы керек. Суреттер тұтас пішімде болуы тиіс (жекелеген бөліктерді, фигураларды, жазбаларды және т.б. біріктіріп сурет жасауға болмайды). Барлық суреттер мен кестелер нөмірленуі керек. Кестелер мен суреттерді нөмірлеу бөлек жүргізіледі. Мақала мәтнінде міндетті түрде кестелерге, суреттерге, графиктерге сілтемелер болуы тиіс. Барлық кестелер мен суреттердің дереккөз сілтемелері көрсетілуі тиіс (егер кесте немесе сурет басқа жерден алынған болса) немесе авторлардың суреті болса, қол қойылуы тиіс. Статистикалық деректерді пайдаланған кезде кестелер мен суреттерде көрсетілуі тиіс - (Авторлар деректер негізінде құрастырған).

Формуларды жасау үшін тек стандартты Microsoft Office құралдарын пайдаланыңыз.

Мақаланы журналға жариялауға берген кезде төменде көрсетілгендерге жол берілмейді:

- беттерді нөмірлеу;
- мәтінде беттердің алшақтықтарын пайдалану;
- автоматты бет сілтемелерін пайдалану;
- автоматты тасымалдарды пайдалану;
- сирек немесе тығыздалған әріптік аралықты пайдалану;
- мақаланың бөлімдері ішінде қалың қаріппен мәтінді белгілеу.

Әдебиет тізімдерінің сілтемелері тік жақшада рәсімделеді:

Қазақ тілінде - [1]; [1, б. 78]; [189, б. 42-43].

Орыс тілінде - [1]; [1, с.78]; [189, с. 42-43].

Ағылшын тілінде - [1]; [1, б.78]; [189, р. 42-43].

Мақала көлемі – 7 беттен кем болуы керек.

Мақаланың түпнұсқалығы кем дегенде 60% болуы керек. Түпнұсқалығы 40% және одан жоғары болса, егер мақалада пайдаланылған материал және авторлық қорытындылар толық талданған болса, бір ақпарат көзінен бұрыс және көп көлемде ақпарат алынбаған жағдайда шолу мақалаларына қабылданады.

Мақала келесі ережелерге сәйкес рәсімделуі тиіс: жоғарғы сол жақ бұрышында –ГТАМР, бос жолдан кейін, ортасында авторлардың тегі және аты-жөнінің инициалы (5 автордан көп емес), төменірек ЖОО-ның немесе ғылыми мекеменің атауын, мемлекет пен қала атауын жазу керек. Ортасында бос жолдан кейін мақаланың атауы бас әріптермен жазылады. Бос жолдан кейін, парақтың ені бойынша бос жолдан кейін – аңдатпа (100-200 сөз аралығында) және 5-7 түйін сөздер және бос жолдан кейін, мақаланың мәтінді жазылады. Мақаланың соңында бос жолдан кейін әдебиет тізімі көрсетіледі. Әрі қарай, аударылған әдебиеттер тізімі.

Мақала атауы, авторлардың толық аты-жөні, аңдатпа және түйін сөздер үш тілде (қазақ, орыс, ағылшын) болуы тиіс. Аударма сапалы және мамандар тарапынан орындауы керек. Жеке парақта авторлардың толық аты-жөні, ғылыми (академиялық) дәрежелері мен ғылыми атақтары (бар болса), лауазымы, кафедра, ұйым, қызметтік мекен-жайлары, телефондары және e-mail адресі толық көрсетіледі.

Аңдатпа орыс, қазақ және ағылшын тілдерінде **100-200 сөзден** тұрып, мақаланың мазмұнын көрсету керек, себебі көптеген оқырмандар үшін бұл зерттеу туралы негізгі ақпарат көзі болады.

Барлық қысқартулар мақалада бірінші рет қолданған кезде толық жазылуы керек.

Мақаланың құрылымы: Кіріспе (зерттеудің өзектілігі, мақсаты мен міндеттері); **Әдістер мен материалдар, Нәтижелер, Талқылау, Қорытынды, Әдебиет тізімі.**

Автордың (лардың) аты-жөні*, мақаланың атауын және «Аңдатпа», «Түйін сөздер», «Кіріспе» (зерттеудің өзектілігі, мақсаты мен міндеттері), «**Әдістер мен материалдар**», «**Нәтижелер**», «**Талқылау**», «**Қорытынды**», «**Әдебиет тізімі**» бөлімдерінің атауларын қалың қаріппен жазып көрсету қажет.

* Хат - хабарға арналған авторды (бірінші авторды) автордың аты-жөнінен кейін латын әрпімен «а» белгілеу қажет, мысалы, ¹Құлбаев А.Т.^а, ²Бектурғанов Ө.Е.

«**Әдістер мен материалдар**» бөлімі мыналарды қамтуы керек:

- зерттеу жүргізу үрдісі;
- үлгі сипаттамасы: эксперимент немесе сауалнама қатысушылардың саны, жынысы, жасы және басқа да сипаттамалары;
- зерттеу барысында қолданылған әдістер мен әдістемелердің сипаттамасы;
- талдау және статистикалық өңдеу әдістері және репродуктивтілікті қамтамасыз етудің басқа тәсілдері.

Сандық деректерді ұсыну кезінде талдау мен статистикалық өңдеудің заманауи әдістерін қолдану қажет

Библиографияда негізгі жұмыстардан және соңғы 5 жылдағы жарияланымдардан басқа, Web of Science, SCOPUS, РҒДИ (РИНЦ) базаларына кіретін жоғары дәйексөзді шетелдік және қазақстандық журналдардың мақалаларына сілтемелер болуы тиіс. Авторлар өз еңбектерін 30%-дан аспайтын көлемде дәйексөз ретінде пайдалана алады. Мәтіндері интернет желісінде қолжетімді болса, барлық дереккөздер үшін URL мекенжайын (сілтемені) және жүгіну күнін көрсету ұсынылады.

17. Әдебиеттер тізімін (алфавит бойынша емес) мәтіндегі дереккөздердің аталуына қарай, мақаланың соңында көрсету керек. Қазақ және орыс тілдерінде әдебиеттер тізімі МС7.1-2003 «Библиографиялық жазба. Библиографиялық сипаттама «Құрастырудың жалпы талаптары мен ережелері» талаптарына сәйкес рәсімделеді (Білім және ғылым саласында сапаны қамтамасыз ету комитетінің тізіміне кіретін басылымдарға қойылатын талаптар).

Авторлар библиографиялық мәліметтердің дұрыстығына жауап береді.

Жарияланбаған диссертациялық жұмыстарға сілтеме жасауға жол берілмейді.

Әдебиеттер тізімінде пайдаланылған дереккөздердің дұрыс сипаттамасы келтірілген жарияланым оның авторлары мен олар ұсынатын ұйымдардың ғылыми қызметін бағалау кезінде ескерілетіндігінің кепілі болып табылады.

Әдебиеттер тізімінде кириллицада ұсынылған жұмыстар болған жағдайда, әдебиеттер тізімін екі нұсқада ұсыну қажет:

Біріншісі - түпнұсқада;

Екіншісі - романизацияланған алфавитпен (транслитерация <http://www.translit.ru>).

Мысалы:

Әдебиет тізімі

1 Сайлау Т.Б. Теория управления тренировочным процессом в спорте / IX Междунар. науч. конф. «Тенденции развития спорта высших достижений»: сб. науч. тр. – М.: ЦНИИС, 2022. – С. 34-37.

References

1 Sajlau T.B. Teorija upravljenija trenirovochnym processom v sporte / IX Mezhdunar. nauch. konf. «Tendencii razvitija sporta vysshih dostizhenij»: sb. nauch. tr. – M.: CNIIS, 2022. – S. 34-37.

Ағылшын тіліндегі мақалаларда әдебиеттер тізімі тек ағылшын тілінде ұсынылады, мысалы:

References

1 Arcelli, E., Canova R. Treirovka v marafonskombege: nauchni podhod [Training in marathon running: a scientific approach]. Moscow, House Terra-Sport Publ. – 2000. – 70 p.

2 Kiryanov M.A., Kalinin I.N., Kharitonova L.G. [Rheographic performance athletes cyclic sports]. Bulletin of the South Ural state University. Ser. Education, Healthcare Service, Physical Education. – 2010. – №24 (200). – pp. 125-128 (in Russ.).

3 Krotee M.L. Management of Physical Education and Sport. McGraw-Hill Humanities / Social Sciences / Languages. – 2006. – 624 p.

Авторлар туралы мәліметтер

Жеке бетте әрбір автор туралы қосымша мәліметтер көрсетіледі: толық аты-жөні қазақ, орыс және ағылшын тілдерінде, ғылыми (академиялық) дәрежелер мен ғылыми атақтары (болған жағдайда), лауазымы, ұйымы, байланыс телефондары, қолданып жүрген e-mail адресі, ORCID цифрлық сәйкестендіргіші URL (сілтеме).

Баспахана, түзету қызметтеріне шығындарды өтеу, РҒДИ және Crossref базаларында орналастыру, DOI-сәйкестендіргішін беру мақсатында мақалаларды жариялау ақылы негізде жүзеге асырылады.

Мақаланы жариялау құны (формат А4, 12 кегль, 1,0 интервал, қаріп Times New Roman) **25 000** теңгені құрайды (сыртқы құпия пікір беруді ескере отырып). Сыртқы құпия пікір берушілерді редакциялық кеңес тағайындайды.

Мақаланы, редакция жариялауға қабылдау туралы хабарлағаннан кейін ғана, төлем төменде көрсетілген банктік деректемелер бойынша жүзеге асырылады (ҚР азаматтары үшін ағымдағы шот ашу қажет):

NAO KAZ AKAD SPORTA I TURIZMA (KAZAST)

ABAY AVENUE, 85, ALMATY, KAZAKHSTAN

Account: KZ 07856000000011507 (KZT);

KZ 57856000004009529 (EURO);

KZ 21856000005479598 (USD);

KZ 5085622203309006737 (RUB)

RNN 600700016358

BIN 010840001890

SWIFT KCJBKZKX

КБе 16 JSC BANKCENTERCREDIT, ALMATY KZ

Branch: SWIFT KCJBKZ1ALM

¹Жақсыбекова Д.К.², ²Нұрқайдар Н.Е.

¹Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

²ЖШС «EVISA TRAVEL», Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЭКСКУРСИЯЛАРДЫҢ ТҮРЛЕРІ

Жақсыбекова Динара Кабировна, Нұрқайдар Назерке Ертисқызы
Қазақстандағы инновациялық экскурсиялардың түрлері

Аңдатпа. 100- 200 сөз

Түйін сөздер: 5-7 сөз

Жақсыбекова Динара Кабировна, Нұрқайдар Назерке Ертисқызы
Виды инновационных экскурсий в Казахстане

Аннотация. 100-200 слов

Ключевые слова: 5-7 слов

Zhaxybekova Dinara Kabirovna, Nurkaidar Nazerke Yertiskyzy
Types of innovative excursions in Kazakhstan

Abstract. 100-200 words

Key words: 5-7 words

Кіріспе...мақала мәтіні

Әдістер мен материалдар. ...мақала мәтіні

Нәтижелер. ...мақала мәтіні

Талқылау. ...мақала мәтіні

Қорытынды. ...мақала мәтіні

Әдебиет тізімі

1 Сындрлы қоғамдық диалог - Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі . — Текст : электронный // Әділет: [сайт]. — URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1900002019> (дата обращения: 13.01.2023).

2 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019 - 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 мамырдағы № 360 қаулысы. — Текст : электронный // Әділет : [сайт]. — URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (дата обращения: 13.01.2023)..

3 Основы инновационной деятельности. Ответственный редактор — С. В. Мальцева. Москва - Юрайт – 2019. – 527 с.

References

1 Syndarly қоғамдық dialog - Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі . — Текст : электронный // Әділет : [сайт]. — URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1900002019> (data obrashhenija: 13.01.2023).

2 Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019 - 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 мамырдағы № 360 қаулысы. — Текст : электронный // Әділет : [сайт]. — URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (data obrashhenija: 13.01.2023)..

3 Osnovy innovacionnoj dejatel'nosti. Otvetstvennyj redaktor — S. V. Mal'ceva. Moskva - Jurajt – 2019. – 527 s.

АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР:

Жақсыбекова Динара Кабировна – DBA докторы; Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

Жақсыбекова Динара Кабировна – доктор DBA; Казахская академия спорта и туризма, город Алматы, Республика Казахстан

Zhaxybekova Dinara Kabirovna – doctor DBA; Kazakh Academy of Sport and Tourism

e-mail:

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0995-1266>

Пікір берушінің пікіріне сәйкес мақала авторларға қайта өңдеу және түзету үшін қайтарылған жағдайда, мақала 20 жұмыс күні ішінде түзетілген нұсқа түрінде қайтарылуы тиіс. Көрсетілген түзету мерзімнен кеш түскен мақалалар жаңадан түскен мақала ретінде қарастырылады. Редакция қажетті нақтылаулар мен қысқартулар жасау құқығын, сондай-ақ авторларға өз мақалаларын қысқартуды ұсыну құқығын өзіне қалдырады.

Уважаемые авторы!

Публикация материалов в научно-теоретическом журнале «Туризм, досуг и гостеприимство» осуществляется с использованием Open Journal System - системы онлайн-подачи и рецензирования научных статей. Регистрация или авторизация доступны в разделе «Отправить материал» - <http://46.34.130.122/index.php/tlh>. Сайт журнала <http://tlh.kz/>

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ СТАТЕЙ

Редакционный совет принимает ранее неопубликованные статьи по научным направлениям журнала. Статья представляется в электронном формате (в форматах .doc, .docx, .rtf) ТОЛЬКО посредством ее загрузки через функционал сайта журнала (Open Journal System).

Формат файла: Microsoft Word (docx). Формат листа: А4. Поля: верхнее и нижнее — 2 см, левое — 3 см, правое — 1 см. Основной шрифт: Times New Roman. Размер шрифта основного текста: 12 пунктов. Допускается использование шрифта меньшего размера (12 пунктов) в тексте таблиц, ссылок, схем, графиков, диаграмм и рисунков. Межстрочный интервал: одинарный. Выравнивание текста: по ширине, без переноса слов. Абзацный отступ (красная строка): 1,0 см.

Рисунки в тексте статьи располагаются без обтекания текстом. Рисунки должны быть четкими, надписи на них — легко читаемыми. Подписи не должны быть частью рисунков или таблиц. Рисунки должны иметь цельный формат (не допустимо составление рисунка из отдельных частей в виде вставок, фигур, надписей и т.д.). Все рисунки и таблицы должны быть пронумерованы. Нумерация таблиц и рисунков ведется раздельно. В тексте статьи обязательно должны содержаться ссылки на таблицы, рисунки, графики. Все таблицы и рисунки должны иметь ссылку на источник (если таблица или рисунок заимствованы) или подписаны «Рисунок/фото автора (-ов)». При использовании статистических данных в таблицах и рисунках должно быть указано - (Составлено автором (-ами) на основе данных...).

Для составления формул использовать только стандартные средства Microsoft Office.

При подаче статьи для публикации в журнал не допускается:

- нумерация страниц;
- использование в тексте разрывов страниц;
- использование автоматических постраничных ссылок;
- использование автоматических переносов;
- использование разреженного или уплотненного межбуквенного интервала;
- выделение текста жирным шрифтом внутри разделов статьи.

Ссылки на литературу оформляются в квадратных скобках:

На казахском языке - [1]; [1, б. 78]; [189, б. 42-43].

На русском языке - [1]; [1, с. 78]; [189, с. 42-43].

На английском языке - [1]; [1, p. 78]; [189, p. 42-43].

Объем статьи – не менее 7 страниц.

Оригинальность статьи должна быть не менее 60%. Для обзорных статей допускается оригинальность в объеме 40% и выше, при наличии в статье полноценного анализа использованного материала и авторских выводов, отсутствии некорректных заимствований, отсутствии заимствований большого объема из одного источника.

Статья должна быть оформлена в строгом соответствии со следующими правилами: в верхнем левом углу – МРНТИ, через пустую строку по центру – фамилия и инициалы автора (-ров) (не более 5 авторов), ниже без пропуска наименование вуза или научного учреждения, город и страна. Через пустую строку по центру прописными буквами – название статьи. Далее через пустую строку по ширине страницы – аннотация (от 100 до 200 слов) и ключевые слова (5-7 слов) и через пустую строку – текст статьи. В конце статьи через пустую строку – «Список литературы». И далее транслитерированный список литературы.

Название статьи, ФИО авторов (полностью), аннотация и ключевые слова должны быть на трех языках (казахский, русский, английский). Перевод должен быть качественным и выполнен специалистами.

Аннотация, объемом **100-200 слов**, на русском, казахском и английском языках, должна отражать содержание статьи, поскольку для большинства читателей она будет главным источником информации о проведенном исследовании.

Все аббревиатуры и сокращения должны быть расшифрованы при первом использовании в статье.

Структура статьи: Введение (актуальность, цель и задачи исследования); Материалы и методы; Результаты; Обсуждение; Заключение; Информация о финансировании (при наличии); Список литературы.

Необходимо выделить жирным шрифтом **ФИО автора (-ров)***, **наименование статьи** и наименования разделов: **«Аннотация»**, **«Ключевые слова»**, **«Введение»** (актуальность, цель и задачи исследования), **«Материалы и методы»**, **«Результаты»**, **«Обсуждение»**, **«Заключение»**, **«Список литературы»**.

*Автора для корреспонденции (первого автора) необходимо отметить латинской буквой «а» после инициалов автора, например, ¹Иванов И.И.^а, ²Петров П.П.

Раздел **«Материалы и методы»** должен содержать:

- процедуру проведения исследования;
- описание выборки: число участников эксперимента либо опроса, пол, возраст и другие характеристики;
- примененные в ходе исследования методы и методики с их описанием;
- методы анализа и статистической обработки и другие способы обеспечения воспроизводимости.

При представлении количественных данных необходимо использовать современные методы анализа и статистической обработки.

Библиография должна содержать, помимо основополагающих работ, публикации последних 5 лет, приветствуются ссылки на статьи из высокоцитируемых зарубежных и казахстанских журналов входящих в базы: Web of Science, SCOPUS, РИНЦ. Самоцитирование допустимо в объеме не более 30% источников. Рекомендуется указывать URL (ссылку) и дату обращения для всех источников, тексты которых доступны в сети Интернет.

Список литературы следует составлять по мере упоминания источников в тексте (не по алфавиту) и размещать в конце статьи. Стиль оформления списка литературы на казахском и русском языках согласно ГОСТ 7.1-2003 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления» (требование к изданиям, входящих в перечень КОКСОН).

Авторы несут ответственность за верность библиографических данных.

Не допускаются ссылки на неопубликованные диссертационные работы.

Правильное описание используемых источников в списках литературы является залогом того, что цитируемая публикация будет учтена при оценке научной деятельности ее авторов и организаций, которые они представляют.

В случае наличия в списке литературы работ, представленных на кириллице, необходимо представить список литературы в двух вариантах:

первый – в оригинале;

второй – романизированным алфавитом (транслитерация - <http://www.translit.ru>).

Например:

Список литературы

1 Сайлау Т.Б. Теория управления тренировочным процессом в спорте / IX Междунар. науч. конф. «Тенденции развития спорта высших достижений»: сб. науч. тр. – М.: ЦНИИС, 2022. – С. 34-37.

References

1 Sajlau T.B. Teorija upravljenja trenirovochnym processom v sporte / IX Mezhdunar. nauch. konf. «Tendencii razvitija sporta vysshih dostizhenij»: sb. nauch. tr. – M.: CNIIS, 2022. – S. 34-37.

В статьях на английском языке список литературы представляется только на английском языке, например:

References

1 Arcelli, E., Canova R. Trenirovka v marafonskombege: nauchni podhod [Training in marathon running: a scientific approach]. Moscow, House Terra-Sport Publ. – 2000. – 70 p.

2 Kiryanov M.A., Kalinin I.N., Kharitonova L.G. [Rheographic performance athletes cyclic sports]. Bulletin of the South Ural state University. Ser. Education, Healthcare Service, Physical Education. – 2010. – №24 (200). – pp. 125-128 (in Russ.).

3 Krotee M.L. Management of Physical Education and Sport. McGraw-Hill Humanities / Social Sciences / Languages. – 2006. – 624 p.

Сведения об авторах.

На отдельной странице указываются дополнительные сведения о каждом авторе: ФИО полностью на казахском, русском и английском языках*, ученые (академические) степени и ученые звания (при наличии), должность, организация, контактные телефоны, действующий e-mail, URL (ссылку) цифрового идентификатора ORCID.

В целях возмещения затрат на услуги типографии, корректуры, размещения в базах РИНЦ и Crossreff, присвоения DOI-идентификатора, публикация статей осуществляется на платной основе.

Стоимость публикации статьи (формат А4, 12 кегль, 1,0 интервал, шрифт TimesNewRoman) составляет **25 000 тенге** (с учетом внешнего слепого рецензирования). Рецензентов для внешней рецензии назначает Редакционный совет.

Оплата за публикацию статьи осуществляется только после сообщения редакции о принятии к публикации и производится по указанным ниже банковским реквизитам (для граждан РК необходимо открыть текущий счет):

NAO KAZ AKAD SPORTA I TURIZMA (KAZAST)

ABAY AVENUE, 85, ALMATY, KAZAKHSTAN

Account: KZ 07856000000011507 (KZT);

KZ 578560000004009529 (EURO);

KZ 218560000005479598 (USD);

KZ 5085622203309006737 (RUB)

RNN 600700016358

BIN 010840001890

SWIFT KCJBKZKX

КБе 16 JSC BANKCENTERCREDIT, ALMATY KZ

Branch: SWIFT KCJBKZ1ALM

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

МРНТИ 13.01.

Агелеуова А.Т. ^а, Винокурова Е.И.
Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

ПАМЯТНИКИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КАЗАХСТАНА КАК ОБЪЕКТЫ ТУРИЗМА

Агелеуова Айгуль Токтархановна, Винокурова Елена Ивановна
Памятники культурного наследия Казахстана как объекты туризма

Аннотация. 100-200 слов
Ключевые слова: 5-7 слов

Агелеуова Айгуль Токтархановна, Винокурова Елена Ивановна
Қазақстанның мәдени мұра ескерткіштері туризм объектілері ретінде

Аңдатпа. 100-200 сөз
Түйін сөздер: 5-7 сөз

Ageleuova Aigul Toktarkhanovna, Vinokurova Elena Ivanovna
Monuments of cultural heritage of Kazakhstan as objects of tourism

Abstract. 100-200 words.
Key words: 5-7 words
Введение... текст статьи
Материалы и методы. ... текст статьи
Результаты. ... текст статьи
Обсуждение. ... текст статьи
Заключение. ... текст статьи

Список литературы

- 1 Хоруженко К.М. Культурология: Энциклопедический словарь. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. – 639 с.
- 2 Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия. - Текст : электронный // веб-сайт ООН : [сайт]. - URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml (дата обращения: 04.02.2023).
- 3 Матюхина Ю.А. Организация туристской индустрии. – М.: Альфа-М: ИНФРА-М, 2012. – 304 с.

References

- 1 Horuzhenko K.M. Kul'turologija: Jenciklopedicheskiy slovar'. – Rostov-na-Donu: Feniks, 1997. – 639 s.
- 2 Konvencija ob ohrane vseirnogo kul'turnogo i prirodnoho nasledija. - Tekst : jelektronnyj // veb-sajt OON : [sajt]. - URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml (data obrashhenija: 04.02.2023).
- 3 Matjuhina Ju.A. Organizacija turistskoj industrii. – M.: Al'fa-M: INFRA-M, 2012. – 304 s.

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ:

Агелеуова Айгуль Токтархановна, кандидат философских наук, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Республика Казахстан.

Агелеуова Айгуль Токтархановна, философия ғылымдарының кандидаты, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы.

Ageleuova Aigul Toktarkhanovna, Candidate of Philosophical Sciences, Kazakh Academy of Sports and Tourism, Almaty, Republic of Kazakhstan.

e-mail:

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9541-5046>

*В случае возвращения статьи авторам для переработки и исправления, согласно отзыву рецензента, статья должна быть возвращена в течение **20 рабочих дней** в виде доработанного варианта. Статьи, поступившие с доработки позднее указанного срока, рассматриваются как вновь поступившие. Редакция оставляет за собой право производить необходимые уточнения и сокращения, а также право предложить авторам сократить свою статью.*

Dear Authors!

The publication of materials in the scientific-theoretical journal "Tourism, leisure and hospitality" is carried out using the Open Journal System - a system of online submission and review of scientific articles. Registration or authorization is available in the section "Make a Submission". The journal's website <http://tlh.kz/>.

REQUIREMENTS FOR REGISTRATION OF ARTICLES

The editorial board accepts previously unpublished articles on the scientific areas of the journal. The article is submitted in electronic format (in .doc, .docx, .rtf formats) only by uploading it through the functionality of the journal's website (Open Journal System).

File format: Microsoft Word (doc). Sheet size: A4. Margins: upper and lower - 2 cm, left - 3 cm, right - 1 cm. Body type: Times New Roman. Body text size: 12 pt size. It is allowed to use a smaller size (12 pt size) in the text of tables, links, diagrams, graphs, diagrams, and figures. Line spacing: single. Text justification: breadthwise, without word break. Paragraph indents (red line): 1.0 cm.

Figures in the text of the article are located without text circumfluence. Figures should be clear and legible. Captions should not be part of figures or tables. Figures should have an integral format (it is not permissible to compose a figure from separate parts in the form of inserts, figures, inscriptions, etc.). All figures and tables should be numbered. Tables and figures are numbered separately. The text of the article must contain references to tables, figures, graphs. All tables and figures must have a link to the source (if the table or figure is borrowed) or signed "Figure/photo of the author (s)". When using statistical data, tables and figures should indicate - (Compiled by the author (s) based on data ...).

To compose formulas use only standard Microsoft Office tools.

While submitting an article for publication in the journal, it is not allowed:

- pagination;
- use of page breaks in the text;
- use of automatic paging links;
- using automatic hyphenation;
- using sparse or condensed letter spacing;
- text highlighting in bold type within sections of an article.

References to literature are made in square brackets:

In Kazakh language - [1]; [1, 6. 78]; [189, 6. 42-43].

In Russian language - [1]; [1, c. 78]; [189, c. 42-43].

In English language - [1]; [1, p. 78]; [189, p. 42-43].

The volume of the article – at least 7 pages.

The originality of the article must be at least 60%. If there is a full analysis of the used material and the author's conclusions in the article, the absence of incorrect borrowings, and the absence of large amounts of borrowing from one source, originality in the amount of 40% is allowed for review articles.

The article must be drawn up in strict accordance with the following rules: in the upper left corner - IRSTI, through an empty line in the center - the surname and initials of the authors (no more than 5 authors), academic degree, and academic title (without abbreviations), below without space the name of the university or scientific institution, city, and country. Through an empty line in the center in capital letters - the title of the article. Then, through an empty line across the width of the page - an Abstract (from 100 to 200 words) and keywords (5-7 words) and an empty line - the text of the article. At the end of the article through an empty line - "References". Then a transliterated list of references.

The title of the article, full names of authors, abstract, and keywords should be in three languages (Kazakh, Russian, and English). The translation must be of high quality and performed by specialists. On a separate sheet, the full name, patronymic, and surnames of the authors, academic degrees and academic titles (if any), position, organization, telephones, and e-mail are indicated.

An Abstract, volume **100-200 words** in Kazakh, Russian, English languages should reflect the content of the article, as far as it will be the main source of information about the study for most readers.

All abbreviations must be deciphered when it is used in the article for the first.

Structure of the article: Introduction (relevance, purpose and objectives of the study); Materials and methods, Results, Discussion, Conclusions, References.

It is necessary to observe in bold **the full name of the author* (s), the title of the articles, and the titles of the sections: "Abstract", "Keywords", "Introduction"** (relevance, purpose, and objectives of the study), **"Materials and methods", "Results", "Discussion", "Conclusions", "References"**.

* The author for correspondence (the first author) should be marked with the Latin letter "a" after the initials of the author, for example, ¹Ivanov I.I.^a, ²Petrov P.P.

Section **"Materials and methods"** should contain:

- Research procedure;
- Sample description: the number of participants in the experiment or survey, gender, age, and other characteristics;
- Methods and techniques used in the course of the research with their description;
- Methods of analysis and statistical processing and other methods of ensuring reproducibility.

The bibliography should contain, in addition to the fundamental works, publications of the last 5 years, references to articles from highly cited foreign and Kazakh journals included in the bases are welcomed: Web of Science, SCOPUS, and RSCI. Self-citation is permissible in the amount of no more than 30% of sources. It is recommended to indicate the URL (link) and the date of reference for all sources, the texts of which are available on the Internet.

The list of references should be compiled as the sources are mentioned in the text (not alphabetically) and drawn up under 7.1-2003 “Bibliographic record. Bibliographic description. General requirements and rules of drawing up “. The authors are responsible for the accuracy of the bibliographic data.

The list of references should be compiled as the sources are mentioned in the text (not alphabetically) and displayed at the end of the article. Style of the references list in Kazakh and Russian languages according to AUSS 7.1-2003 “Bibliographic record. Bibliographic description. General requirements and compilation rules” (the requirement for publications included in the committee for quality assurance in education and science list).

The authors are responsible for the accuracy of the bibliographic data.

Links to unpublished dissertations are not allowed.

A correct description of the used sources in the bibliography is a guarantee that the cited publication will be taken into account when evaluating the scientific activities of authors and the organizations that they represent.

If there are works presented in the Cyrillic alphabet in the list of references, it is necessary to submit the list of references in two versions:

- the first is in the original;
- the second - in a Romanized alphabet (transliteration - <http://www.translit.ru>).

For example:

Список литературы

1 Сайлау Т.Б. Теория управления тренировочным процессом в спорте / IX Междунар. науч. конф. «Тенденции развития спорта высших достижений»: сб. науч. тр. – М.: ЦНИИС, 2022. – С. 34-37.

References

1 Sajlau T.B. Teorija upravljenja trenirovochnym processom v sporte / IX Mezhdunar. nauch. konf. «Tendencii razvitija sporta vysshih dostizhenij»: sb. nauch. tr. – M.: CNIIS, 2022. – S. 34-37.

In English articles, the bibliography is presented only in English, for example:

References

1 Arcelli, E., Canova R. Trenirovka v marafonskombege: nauchni podhod [Training in marathon running: a scientific approach]. Moscow, House Terra-Sport Publ. – 2000. – 70 p.

2 Kiryanov M.A., Kalinin I.N., Kharitonova L.G. [Rheographic performance athletes cyclic sports]. Bulletin of the South Ural state University. Ser. Education, Healthcare Service, Physical Education. – 2010. – №24 (200). – pp. 125-128 (in Russ.).

3 Krotee M.L. Management of Physical Education and Sport. McGraw-Hill Humanities / Social Sciences / Languages. – 2006. – 624 p.

Information about the authors

On a separate sheet, additional information about each author is indicated: full name in Kazakh, Russian and English, academic degrees and academic titles (if any), position, organization, contact numbers, valid e-mail, URL (link) ORCID digital identifier.

To reimburse the costs of printing services, proof, posting in the RSCI and Crossreff databases, assignment of a DOI identifier, the publication of articles is carried out on a paid basis.

The cost of article publication (A4 format, 12-point size, 1.0 spacing, Times New Roman font) is **25 000 tenge** (including external blind review). Reviewers for external review are appointed by the Editorial Board.

Payment for the publication of an article is carried out only after the editorial board informs about acceptance for publication and is made according to the bank details indicated below (for citizens of the Republic of Kazakhstan, you must open a current account):

NAO KAZ AKAD SPORTA I TURIZMA (KAZAST)

ABAY AVENUE, 85, ALMATY, KAZAKHSTAN

Account: KZ 07856000000011507 (KZT);

KZ 57856000004009529 (EURO);

KZ 21856000005479598 (USD);

KZ 5085622203309006737 (RUB)

RNN 600700016358

BIN 010840001890

SWIFT KCJBKZKX

BC 16 JSC BANKCENTERCREDIT, ALMATY KZ

Branch: SWIFT KCJBKZ1ALM

SAMPLE REGISTRATION OF THE ARTICLE

IRSTI 71.37.75

Evloyeva A.S.^a, Utegenova Zh.S.
Sh. Ualikhanov Kokshetau University, Kokshetau, Republic of Kazakhstan

THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE FORMATION OF A SUSTAINABLE TOURISM
INDUSTRY IN AKMOLA REGION

Yevloyeva Aza Sultanovna, Utegenova Zhuldyz Sairanovna

The role of small and medium enterprises in the formation of a sustainable tourism industry in Akmola region

Abstract. 100-200 words.

Key words: 5-7 words

Евлоева Аза Султановна, Утегенова Жулдыз Сайрановна

Ақмола облысының тұрақты туристік индустриясын қалыптастырудағы шағын және орта бизнесінің маңызы

Аңдатпа. 100-200 сөз

Түйін сөздер: 5-7 сөз

Евлоева Аза Султановна, Утегенова Жулдыз Сайрановна

Роль малого и среднего бизнеса в формировании устойчивой туристской индустрии Акмолинской области

Аннотация. 100-200 слов

Ключевые слова: 5-7 слов

Introduction... the text of an article

Materials and methods. ...the text of an article

Results. ...the text of an article

Discussion. ...the text of an article

Conclusions...the text of an article

References

1 Making tourism more sustainable: Guide to policy makers. – Text: electronic // UNEP: [site]. – URL: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/8741> (date of reference: 20.01.2023).

2 Brunt, P. Research Methods in Tourism, Hospitality & Events Management / P. Brunt, Horner S. and Semley N. – 1st edition. – London: SAGE Publications Ltd., 2017. – 71 p.

3 Khokhobaia, M. The role of small and medium size enterprises in regional tourism development: the case of Georgia / M. Khokhobaia. – Text: paper // ICBME Conference Proceedings. – Tehran: IEEE, 2019. – P. 178-188.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS:

Aza Yevloyeva – MSc in Tourism, Lecturer, Sh. Ualikhanov Kokshetau University, Kokshetau, Kazakhstan.

Евлоева Аза Султановна – туризм магистрі, лектор, Ш. Уәлиханов атындағы Көкшетау университеті, Көкшетау қ., Қазақстан.

Евлоева Аза Султановна – магистр туризма, лектор, Кокшетауский университет им. Ш. Уалиханова, г. Кокшетау, Казахстан.

e-mail:

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7524-6633>.

*In case if the paper is returned to the author for further corrections according to the reviewer's comments it should be reviewed and resubmitted within **20 working days**. The articles resubmitted after the deadline are considered as newly submitted. The Editorial board keeps the right for refinements and reductions. The Editorial board can ask the authors to abbreviate their articles*

Для заметок
