

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



ТУРИЗМ, ДЕМАЛЫС ЖӘНЕ  
ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ

---

ТУРИЗМ,  
ДОСУГ И ГОСТЕПРИИМСТВО

---

TOURISM,  
LEISURE AND HOSPITALITY

№ 1(12) 2026

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

#### Главный редактор

**Агелеуова Айгүль 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 фольклорологии  
Болгарской академии наук (Болгария)

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

**Мадиярова Диана Макаевна** – доктор экономических наук, профессор,  
Казахская академия спорта и туризма (Казахстан)

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

**Меликова Ширин Яшар кызы**, PhD, Азербайджанский национальный  
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)

**Санпов 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 профессор,  
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.

#### Компьютерная верстка и дизайн обложки Калиева Айша

Подписано в печать 30.03.2026. Формат 60x84 1/8.  
Бумага офсетная. Печать цифровая.  
Объем 7,75 п.л. Тираж 500 экз.  
Отпечатано в типографии издательство  
«ALIPRESS». 050040, г. Алматы,  
улица Пушкина, 2

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).

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 ҚОНАҚЖАЙЛЫҚТЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ

### ЭКОНОМИКА, ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

### ECONOMICS, PLANNING AND ORGANIZING OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

*Әбубәкір А.Н., Молдағалиева А.Е., Сатқали И.Қ., Шәкен А.Ш., Молдағалиев А.Ж.*

Алматы қаласының туристік ағындарының динамикасын талдау және статистикалық болжау (2019–2025 жж.) ..... 6

*Nurmaganbetkyzy N., Zhakupov A.A., Sharapayeva B.Zh.*

Assessment of the factors shaping the tourism brand of small towns in the Turkestan region ..... 18

### ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАҢДА 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

*Baizakova A.S., Zhakupov A.A., Yeryomenko T.Y.*

Spatial organization and concentration of tourist accommodation in the Eastern Kazakhstan region ..... 28

*Байбуриев Р.М., Әділбай Б.С., Шәкен А.Ш.*

Жаһандық сын-қатерлер мен тұтынушылық мінез-құлықтың трансформациясы жағдайында халықаралық туризмнің қазіргі даму тенденциялары..... 39

*Кабланбек Д.М., Мадиярова Д.М., Расулова С.К., Шадиева А.А.*

Влияние кластерного развития туризма Сарыагашского района на социально-экономическое развитие региона ..... 50

*Молдажанов М.Б., Гарипова А.А., Дүйскенова Р.Ж.*

Факторы формирования спроса на ядерный туризм на территории Семипалатинского испытательного полигона: эмпирический анализ..... 59

*Брысбай Г., Молдағалиева А.Е., Асипова Ж.М.*

Қазақстанға келетін халықаралық туристік ағындарды талдау және картографиялық модельдеу (2019–2024 жж.) ..... 70

### ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫҚ САЛАСЫНДА КӘСІПТІК БІЛІМ

### ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

### PROFESSIONAL EDUCATION IN THE FIELD OF TOURISM AND HOSPITALITY

*Зиявдинова А.К., Оспанбаева А.А., Болат К.Б., Қуандықова Э.Қ.*

Жасанды интеллект құралдарының «Туризм» білім беру бағдарламасы білім алушыларының оқу белсенділігі мен ынтасына әсері ..... 81

---

**ӘЛЕМДЕГІ ЖӘНЕ  
ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ  
ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ЖӘНЕ  
ӘЛКЕТАНУ ҚЫЗМЕТІ**

**ЭКСКУРСИОННАЯ  
И КРАЕВЕДЧЕСКАЯ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ**

**EXCURSION AND LOCAL  
HISTORY ACTIVITIES  
IN THE WORLD AND  
KAZAKHSTAN**

*Величко А.В., Ерубаета Г.К.*

Проектирование информационного гида экотуриста для устойчивого  
использования природных территорий..... 97

*Проскурин В.Н.*

Областной съезд сельских хозяйев 1913 г. в городе Верном как объект экскурсионного показа ..... 107

ЭКОНОМИКА, ЖОСПАРЛАУ,  
ТУРИЗМ МЕН ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫ  
ҰЙЫМДАСТЫРУ

ЭКОНОМИКА, ПЛАНИРОВАНИЕ,  
ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА И  
ГОСТЕПРИИМСТВА

ECONOMICS, PLANNING AND  
ORGANIZING OF TOURISM AND  
HOSPITALITY INDUSTRY

<sup>1</sup>Әбубәкір А.Н.<sup>a</sup>, <sup>ib</sup> <sup>1</sup>Молдағалиева А., <sup>ib</sup> <sup>1</sup>Сатқали И.Қ.<sup>b</sup>, <sup>ib</sup> <sup>1</sup>Шәкен А.Ш.,  
<sup>2</sup>Молдағалиев А.Ж.<sup>ib</sup>

<sup>1</sup>Әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

<sup>2</sup>AlmaU, Алматы, Қазақстан

## АЛМАТЫ ҚАЛАСЫНЫҢ ТУРИСТІК АҒЫНДАРЫНЫҢ ДИНАМИКАСЫН ТАЛДАУ ЖӘНЕ СТАТИСТИКАЛЫҚ БОЛЖАУ (2019–2025 ЖЖ.)

Әбубәкір Аружан Нұрланқызы, Молдағалиева Айтолқын Есенкуловна, Сатқали Илан Қуанышқызы, Шәкен Айман Шәкенқызы, Молдағалиев Адил Жексенбинович

**Алматы қаласының туристік ағындарының динамикасын талдау және статистикалық болжау (2019–2025 жж.)**

**Аңдатпа.** Мақалада 2019–2025 жылдар аралығындағы Алматы қаласының туристік ағындарының динамикасы мен даму үрдістері талданады. Зерттеудің мақсаты – ресми статистикалық деректер негізінде туристік ағындардың өзгеру заңдылықтарын анықтау және олардың орта мерзімді даму әлеуетін болжау. Зерттеу әдістемесі ретінде орташа жылдық өсім қарқыны (AAGR) және күрделі жылдық өсім қарқыны (CAGR) көрсеткіштері қолданылды. Ақпараттық база ретінде Ұлттық статистика бюросының деректері, Алматы қаласының туризм басқармасының материалдары және халықаралық зерттеулер пайдаланылды. Есептеу нәтижелері туристік ағындардың пандемиядан кейін тұрақты қалпына келу үрдісін көрсетеді. CAGR көрсеткіші бойынша туристік ағындардың орташа жылдық өсімі 11,1 % құрайды, ал 2025 жылға болжамды келушілер саны 2,5–2,6 млн адам аралығында анықталды. Зерттеу нәтижелері туристік инфрақұрылымды жоспарлау, маркетингтік стратегияларды жетілдіру және қаланың бәсекеге қабілетті туристік дестинация ретінде дамуын қамтамасыз ету үшін ғылыми негіз бола алады.

**Түйін сөздер:** туристік ағындар, туристік сұранысты болжау, қалалық туризм, туризм статистикасы, статистикалық модельдеу, туризм динамикасы, Алматы туристік дестинациясы.

Әбубәкір Аружан Нұрланқызы, Молдағалиева Айтолқын Есенкуловна, Сатқали Илан Қуанышқызы, Шәкен Айман Шәкенқызы, Молдағалиев Адил Жексенбинович

**Анализ динамики туристских потоков города Алматы и статистическое прогнозирование (2019–2025 гг.)**

**Аннотация.** В статье анализируются динамика и тенденции развития туристских потоков города Алматы в период 2019–2025 гг. Цель исследования заключается в выявлении закономерностей изменения туристских потоков на основе официальных статистических данных и прогнозировании их среднесрочных перспектив развития. В качестве методического инструментария использованы показатели среднего годового темпа роста (AAGR) и совокупного среднегодового темпа роста (CAGR). Информационной базой послужили данные Бюро национальной статистики, материалы управления туризма города Алматы, а также результаты международных исследований. Результаты расчетов демонстрируют устойчивую тенденцию восстановления туристских потоков после пандемии. Согласно показателю CAGR, среднегодовой темп роста туристских потоков составляет 11,1 %, а прогнозируемое количество посетителей на 2025 год находится в диапазоне 2,5–2,6 млн человек. Полученные результаты могут служить научной основой для планирования туристской инфраструктуры, совершенствования маркетинговых стратегий и обеспечения развития города как конкурентоспособной туристской дестинации.

**Ключевые слова:** туристские потоки, прогнозирование туристского спроса, городской туризм, статистика туризма, статистическое моделирование, динамика туризма, туристская дестинация Алматы.

Abubakir Aruzhan Nurlankyzy, Moldagaliyeva Aitolkyn Esenkulovna, Satkali Ilan Kuanyshkyzy, Shaken Aiman Shakenkyzy, Moldagaliyev Adil Zheksenbinovich

**Analysis of the dynamics of tourist flows in the city of Almaty and statistical forecasting (2019–2025)**

**Abstract.** The article analyzes the dynamics and development trends of tourist flows in the city of Almaty for the period 2019–2025. The aim of the study is to identify patterns in the changes of tourist flows based on official statistical data and to forecast their medium-term development prospects. The methodological framework is based on the use of the Average Annual Growth Rate (AAGR) and the Compound Annual Growth Rate (CAGR). The information base includes data from the Bureau of National Statistics, materials from the Almaty City Tourism Department, and international research studies. The calculation results demonstrate a stable recovery trend in tourist flows after the pandemic. According to the CAGR indicator, the average annual growth rate of tourist flows is 11.1 %, while the forecasted number of visitors for 2025 is estimated at 2.5–2.6 million people. The findings can serve as a scientific basis for tourism infrastructure planning, improvement of marketing strategies, and strengthening the city's development as a competitive tourist destination.

**Key words:** tourist flows, forecasting tourism demand, urban tourism, tourism statistics, statistical modelling, tourism dynamics, Almaty tourist destination.

**Кіріспе.** Алматы қаласы – Қазақстанның туристік картасындағы ең тартымды дестинациялардың бірі. Қаланың визит картасы – оның асқақ таулармен үйлескен қалалық пейзажы, қар басқан шыңдардағы зәулім ғимараттары. Бұл Қазақстанның белсенді туризмінің негізгі орталығы және оның бұрынғы астанасы, мұнда кеңес дәуіріндегі ескерткіштер футуристік заманауи сәулетпен үйлеседі.

Қала елдің мәдени, іскерлік және табиғи-рекреациялық орталығы бола отырып, жыл сайын ішкі және сыртқы туристерді тұрақты қабылдайды. Туризмнің дамуына қаланың қолайлы географиялық орналасуы, дамыған инфрақұрылымы, көліктік қолжетімділігі, сондай-ақ табиғи-рекреациялық әлеуетінің болуы оңтайлы әсер етеді.

Соңғы жылдары Алматы қаласына келушілер саны артып келеді. Бұл өз кезегінде қаланың әлеуметтік-экономикалық әлеуетінің дамуына маңызды үлес қосуда. Туризм Алматы қаласының экономикасына, әсіресе қызмет көрсету саласына, соның ішінде көлік, қонақ үй бизнесі, тамақтану орындары және мәдениет салаларының оркендеуіне зор ықпал етеді.

**Зерттеудің мақсаты** – Алматыға келетін туристердің саны мен құрылымын, сондай-ақ олардың өзгеруіне әсер ететін негізгі факторларды талдауға бағытталған. Мақалада соңғы жылдардағы статистикалық мәліметтерді пайдалана отырып, туристер ағынының өсу үрдістері, ішкі және халықаралық нарықтардың ерекшеліктері, маусымдық ауытқулар және келушілердің мінезқұлқы сияқты аспектілер қарастырылады.

#### **Зерттеудің міндеттері:**

– 2019-2025 жылдар аралығындағы Алматы қаласының туристік ағындары бойынша ресми статистикалық деректерді жинақтау және жүйелеу;

– Туристік ағындардың динамикасын, өсу қарқынын және маусымдық ауытқуларын талдау;

– Туристік ағындарды болжау үшін статистикалық әдістерді (CAGR және AAGR) қолдану;

– Алынған нәтижелер негізінде туризмді дамыту, инфрақұрылымды жоспарлау және басқарушылық шешімдерге практикалық ұсыныстар беру.

– Алматы қаласының туристік ағындарын жан-жақты талдау туризм саласындағы стратегиялық жоспарлау, маркетингтік саясатты жетілдіру және дестинацияның бәсекеге қабілеттілігін арттыру үшін маңызды ғылыми-тәжірибелік негіз болып табылады.

Бұл зерттеудің ғылыми құндылығы – Алматы қаласындағы пандемиядан кейінгі кезеңге (2019-2025 жж.) туристік ағындарды болжау үшін AAGR және CAGR әдістерін бір мезгілде қолдануда. Бұл бізге өсімнің тек тенденциясын ғана емес, сонымен қатар оның тұрақтылығын бағалауға, сондай-ақ қаладағы ішкі және халықаралық туризмнің ерекшеліктерін ескеретін практикалық кеңестер ұсынуға мүмкіндік береді.

Зерттеудің практикалық маңыздылығы алынған нәтижелердің Алматы қаласының туризм саласын жоспарлау және басқару үдерісінде қолданылу мүмкіндігімен айқындалады. Зерттеу қорытындылары туристік ағындардың өзгеру үрдістерін бағалауға, маусымдық ерекшеліктерді ескеруге, инфрақұрылымдық жүктемені болжауға және туристік өнімді жетілдіруге мүмкіндік береді. Сонымен қатар зерттеу нәтижелері қалалық әкімдік, туризм басқармасы, туристік ұйымдар мен бизнес субъектілері үшін маркетингтік стратегияларды әзірлеуде, туристік бағыттарды ілгерілетуде және туристерге арналған сервистік ұсыныстарды жетілдіруде пайдалы болуы мүмкін.

Бұл әдеби шолу Scopus (2019-2024) жүйесінде индекстелген туризмді модельдеу мен болжау әдістері және қалалық туризм тенденциялары, атап айтқанда Алматы мен Орталық Азияға қатысты соңғы зерттеулерді жинақтайды. Ол туризмге сұранысты модельдеудің статистикалық және экономикалық тәсілдерін, маусымдық өзгерістер мен пандемиядан кейінгі кезеңдегі өзгерістерді, сондай-ақ Қазақстан мен ұқсас аймақтардағы дамудың кең ауқымды мәселелерін қарастырады. Әрбір зерттеудің негізгі нәтижелері көрсетілген және дереккөздер толық келтірілген.

Уақыт қатарлары және эконометрикалық модельдер әртүрлі зерттеулерде туризмнің көлемін болжау үшін қолданылды. Мысалы, Қадырбекова Д. және т.б. Қазақстандағы туризмді болжау үшін серпімділік талдауын және Марков тізбегін модельдеуді пайдаланды [1]. Олардың жұмысы туризмнің 2024-2025 жылдары 73,5 %-ға өсетінін анықтады. Болжам нәтижелері туристік ағындардың алдағы кезеңде өсуі сақталуы мүмкін екенін көрсеткенімен, өсім қарқыны сыртқы және ішкі факторларға байланысты өзгеруі ықтимал. Сонымен қатар Сафаров Б. және т.б. Өзбекстанда бір айнымалы ARIMA уақыт қатарлы моделін және себепші факторлар үшін ARDL әдісін қолдана отырып, кіріс туризмін болжады [2]. Олардың жұмысы макрофакторлардың, мысалы жан басына шаққандағы нақты ЖІӨ

және қауіпсіздік туристер санына едәуір әсер ететінін негіздеді. Сондай-ақ олар COVID-19-дың жағымсыз салдары 2026 жылдан кейін де жалғасатынын болжады.

Holt-Winters модельдері Непалдағы халықаралық келулерді SARIMA модельдеріне қарағанда дәлірек болжағанын анықтады. Winter-көбейткіштік моделі ең жақсы сәйкестік пен болжау дәлдігіне ие болды [3]. Бұл зерттеулер туристік сұраныстың тенденцияларын түсіну үшін ARIMA, Марков процестері және маусымдық модельдер сияқты бірнеше әдістерді қолданады.

2025 жылғы зерттеу COVID-19-дан кейінгі Алматы облысындағы туризмді зерттеді. Мақаладағы сұхбаттар сауықтыру қызметтеріне қызығушылықтың артқанын көрсетіп, Алматының Орталық Азиядағы сауықтыру бағытындағы туристік бағыт ретіндегі әлеуетін анықтады [4]. Бұл қалпына келтіру кезінде ішкі туризмнің маңыздылығы артқан кеңірек өзгерістерді көрсетеді. Тұтастай алғанда, бұл зерттеулер пандемиядан кейінгі туризм үлгілері (мысалы, кешіктірілген сұраныс, саяхатшылардың жаңа профильдері) және маусымдық болжамдарға айтарлықтай әсер ететінін айқындайды.

Орталық Азиядағы кіріс туризмін орташа топтық ARDL және квантильдік регрессия әдістері

арқылы зерттеді [5]. Олардың нәтижелері қаржылық инновациялар мен сауда ашықтығы туризмді ынталандыратынын дәлелдейді. Бұл жұмыстар туризмді талдауда классикалық уақыт қатарларын болжау әдістері мен жетілдірілген панельдік/регрессиялық техникалардың қолданылуын негізге алады. Келесі зерттеуде Алматы қаласында 2014-2023 жылдар аралығындағы туризм деректерін зерттеді [6]. Олардың жұмысы бүкіл ел бойынша шетелдік келушілер саны 2014 жылы 679 000-нан 2023 жылы 1 084 800-ге дейін өскенін растайды. 2023 жылы Алматыға осы туристердің 261 571-і келді, ал сол жылы туризм қаланың ЖІӨ-нің 11,3 %-ын құрады. Өсімді сақтау үшін авторлар инфрақұрылымды жақсартуға, маркетингті дамытуға және белсенді демалыс түрлерін ұлғайтуға баса назар аударады. Олар сондай-ақ басқару және институционалдық мәселелерге тоқталады. Сондай-ақ, Sakurbek M. және т.б. өкілеттіктердің бөлінуі, рұқсаттамалардың анық еместігі және сенімнің жоқтығы сияқты өзекті мәселелер жүйелі ақаулар болып табылатынын, әсіресе пандемиядан кейінгі кезеңде туристер санының тез өсуі индустрияның әлеуетті өсімін шектейтінін анықтады. Авторлар Алматының туристік әлеуетін ашу үшін реттеуді оңтайландыруды және үйлестіруді біріздендіруді ұсынады [7].

Кесте 1 – Мақалалардың қысқаша мазмұны, атаулары және негізгі нәтижелері

Мақала тақырыбы	Негізгі нәтижелер
Forecasting the Volume of Tourism Services in Uzbekistan	Өзбекстанға келетін туризмді талдау үшін ARIMA (уақыттық қатар) және ARDL эконометрикалық модельдері қолданылады. Экономикалық әл-ауқат пен қауіпсіздік туристер ағынына күшті әсер ететіні анықталды. ARIMA болжамдары COVID-19 соққысының туризмге 5 жылдан астам уақыт бойы теріс әсер ететінін, әсері 2026 жылдан кейін де сақталатынын дәлелдейді.
Forecasting Tourist Arrivals in Nepal: A Comparative Analysis of Seasonal Models and Implications	1992-2023 жылдар аралығындағы Непалға ай сайынғы туристер ағыны бойынша SARIMA мен Holt-Winters (қосу және көбейту) модельдерін салыстырады. Барлық модельдер жақсы нәтиже көрсетті, бірақ Holt-Winters көбейту моделі ең үздік болып, бақылған деректерге дәл сәйкес келіп, ең дәл болжамдарды берді. Туризмді жоспарлауға көмек ретінде 2030 жылға дейінгі ұзақ мерзімді болжамдар ұсынады.
Exploring the Post-COVID-19 Wellness Tourism Potential in Central Asia: A Case of Almaty Region, Kazakhstan	Ковидтен кейінгі Алматының сауықтыру туризмі бойынша сапалық далалық зерттеу (газды бұлақ орталықтарындағы сұхбаттар). Зерттеу сауықтыру қызметтеріне қызығушылықтың артуын анықтап, Алматы облысын Орталық Азиядағы дамып келе жатқан сауықтыру туризмі орталығы ретінде сипаттайды. Стратегия 2030-ға сәйкес сауықтыру туризмі өнімдерін дамыту үшін шешім қабылдаушылар мен инвесторларға мүмкіндіктер ұсынады.
The Impact of Financial Innovation and Infrastructure on Inbound Tourism in Central Asia	Орталық Азия елдері бойынша панельдік талдау қаржылық инновациялар мен сауда ашықтығының кіріс туризміне айтарлықтай оң әсер ететінін, ал инфрақұрылымның (теміржол/әуе қуаты) туризм өсіміне әсері елеусіз екенін анықтайды. Қорытынды: финтех пен сауда саясатын жетілдіру өңірлік туризмді дамытуға ықпал етеді.
Study of the Current State and Prospects for the Development of Tourist Flow in the City of Almaty, Kazakhstan	2014-2023 жылдар аралығындағы Алматыны талдау келген туристер санының қарқынды өскенін көрсетті: 2023 жылы ел бойынша 1084,8 мың шетелдік турист, оның ішінде Алматыда 261 571; ішкі туристер саны Алматыда 710 586. Туризмнің Алматы ЖІӨ-дегі үлесі 11,3 %-ға жетті. Белсенді демалыс туристерін көптеп тарту үшін инфрақұрылым мен маркетингті жетілдіруді ұсынады.

<p>Governance Barriers to Sustainable Tourism Development in Almaty City and Region</p>	<p>Аралас әдістемелік зерттеу (қызығушылық танытқан тараптармен 2018 және 2024 жылдардағы сұхбаттар) Алматы туризмінің өсуіне кедергі келтіретін факторларды анықтайды. Онда үздіксіз шектеулер көрсетілген: басқарудың бөлшектенуі, рұқсат берудің мөлдір еместігі және мемлекеттік пен жекеменшік секторлар арасындағы сенімсіздік. Бұл жүйелік ақаулар сектордың әлеуетін шектеуді жалғастыруда, әсіресе пандемиядан кейінгі келушілер санының тез өсуі кезеңінде. Тұрақты туристік дамуды ынталандыру үшін үйлестіруді біріктіру мен реттеуді оңтайландыру ұсынылады.</p>
<p>Дереккөз: әдеби шолу негізінде авторлармен құрастырылған [2-7]</p>	

**Әдістер мен материалдар.** Зерттеудің ақпараттық базасын Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросының ресми статистикалық деректері, Алматы қаласының туризм басқармасының аналитикалық материалдары, сондай-ақ 2019–2025 жылдар аралығындағы туристік ағындардың динамикасын сипаттайтын ашық дереккөздер құрады. Зерттеуде ішкі және кіріс туристер саны, туристік қызметтердің көлемі, туристік инфрақұрылымға салынған инвестициялар және туристік сұраныс құрылымы туралы мәліметтер пайдаланылды.

Зерттеудің әдіснамалық негізін туристік ағындардың динамикасын бағалауға және пандемиядан кейінгі кезеңдегі даму үрдістерін анықтауға мүмкіндік беретін уақыт қатарларын сандық талдау әдістері құрайды. Туристік ағындардың өсу қарқынын анықтау үшін орташа жылдық өсім қарқыны (Average Annual Growth Rate – AAGR) және күрделі жылдық өсім қарқыны (Compound Annual Growth Rate – CAGR) көрсеткіштері қолданылды. Бұл индикаторлар туристік нарықтың даму тұрақтылығын бағалауға, ұзақ мерзімді үрдістерді анықтауға және туристік сұраныстың болжамды мәндерін есептеуге мүмкіндік береді.

CAGR көрсеткіші зерттелетін кезеңдегі туристік ағындардың жинақталған өсу қарқынын анықтау үшін пайдаланылды. Бұл әдіс қысқа мерзімді ауытқулардың әсерін төмендетіп, жалпы даму трендін айқындауға мүмкіндік береді. AAGR көрсеткіші жыл сайынғы өзгерістерді бағалауға қолданылып, COVID-19 пандемиясының және халықаралық қозғалыстарға енгізілген шектеулердің әсерінен болған төмендеу және қалпына келу кезеңдерін талдауға мүмкіндік берді.

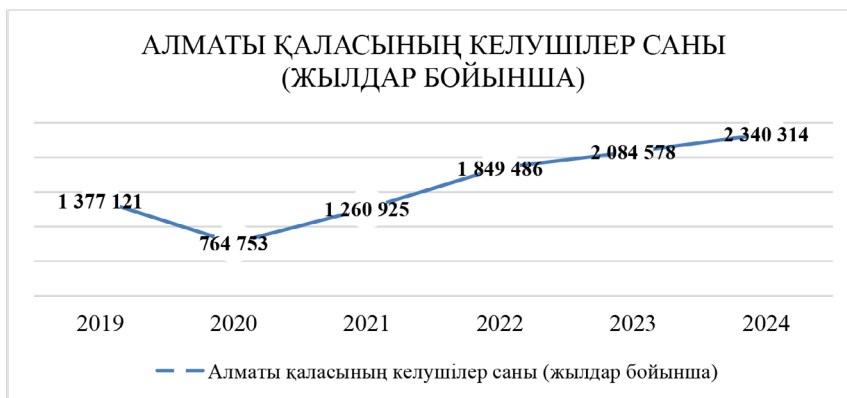
Нәтижелердің сенімділігін арттыру мақсатында әртүрлі дереккөздердегі статистикалық мәліметтер салыстырылып, туристік

ағындардың құрылымдық талдауы жүргізілді. Атап айтқанда, туристердің шығу елдері, сапар мақсаты және болу ұзақтығы бойынша құрылымдық көрсеткіштер қарастырылды. Алынған нәтижелер орта мерзімді кезеңге арналған туристік сұраныстың өзгеру сценарийлерін қалыптастыруға және қаланың туристік инфрақұрылымына түсетін ықтимал жүктемені бағалауға мүмкіндік берді.

Статистикалық талдау және болжау әдістерін қолдану зерттеу нәтижелерінің объективтілігін қамтамасыз етеді және алынған қорытындыларды туристік ағындарды басқару, инфрақұрылымды дамыту және Алматы қаласының туристік дестинация ретіндегі бәсекеге қабілеттілігін арттыру бағытындағы стратегиялық шешімдер әзірлеуде пайдалануға мүмкіндік береді.

Ұлттық статистика бюросы мәліметтеріне сүйенсек, Алматы қаласына 2024 жылы туристер саны рекордтық деңгейге жеткенін хабарлайды – маусымаралық деректер бойынша 1,729,6 мыңға жетті (қайта артумен +14,2% жылдық өсім) және жақын уақыттағы жалпы есеп бойынша 2,34 млн адамға дейін жеткен [8]. Бұл пандемиядан кейін қаланың туризм саласының толықтай қалпына келгенін білдіреді [9]. Төмендегі 1-суретте 2019–2024 жылдар аралығындағы Алматы қаласының негізгі туристік көрсеткіштерінің динамикасы берілген.

Алматы Қазақстанның жалпы туристік ағынының 25 %-ын құрайды, бұл оның елдің негізгі туристік хабы ретіндегі мәртебесін растайды. Алматы қаласындағы жетекші туристік бағыттар: Ресей (117 534 турист, 23,2 % үлес), Үндістан (82 731 турист, 16,3 % үлес), Қытай (73 328 турист, 14,45 % үлес), Түркия (26 273 турист, 5,2 % үлес), Америка Құрама Штаттары (21 561 турист, 4,25 % үлес) және Оңтүстік Корея (15 775 турист, 3,11 % үлес) [10]. Осы мәліметке орай, 2-суретте 2024 жылғы туристік ағын құрылымындағы туристердің пайыздық үлесі ұсынылған.



Сурет 1 – Алматы қаласындағы туристік көрсеткіштер (2019–2024)



Сурет 2 – Алматы қаласының 2024 жылғы туристердің пайыздық үлесі

Шетелдік туристердің ағынының жыл сайын қарқынды өсуі туризм индустриясының белсенді дамуы инвестициялардың айтарлықтай өсуімен қатар жүрді. 2024 жылдың алғашқы 10 айында инфрақұрылымды жақсартуға, жаңа нысандарды құруға және қызмет көрсету сапасын жақсартуға салынған инвестициялар 86,6 млрд теңгені құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 29,3 %-ға өскен. Туризм салығынан түскен кірістер екі есеге өсіп, 76,9 млрд теңгеге жетті.

Халықаралық мойындау қаланың туристік имиджін нығайтуда да маңызды рөл атқарды. Алматы The New York Times газетінің әлемдегі ең үздік туристік бағыттардың тізімінде 25-ші орынға ие болды. Британдық Wanderlust журналы Алматыға баса назар аудара отырып, Қазақстанды 2024 жылы міндетті түрде бару керек 24 бағыттың қатарына қосты. Бұл жетістіктер жарнама көрсетілімдерінің 2,4 есеге артуына ықпал етіп, олардың қамтуын 300 миллион аккаунтқа дейін жеткізді.

Халықаралық туристік көрмелерде Алматы шетелдік туроператорлармен 230 меморандумға қол қойды, бұл алдағы үш жылда 190 000-нан астам туристі тартады. Күтілетін экономикалық әсер 285 миллион АҚШ долларын құрайды (келушінің орташа шығыны 1500 АҚШ долларын құрайды).

Алматы қаласының әкімдігі жасаған «Туристің портреті» сияқты зерттеулер жоғары сапалы халықаралық туристерді тартуға стратегиялық басымдылық берді, олардың орташа шығыны ішкі саяхатшыларға қарағанда 8,7 есе жоғары. Бұл мақсатқа жету үшін Қытай, Түркия, Оңтүстік Корея, Ұлыбритания, Германия, БАӘ, Италия, Малайзия, Сауд Арабиясы және Сингапурды қоса алғанда, 11 мақсатты нарыққа баса назар аударылады. Бұл елдерден келген туристердің саяхат шығындары жоғары: 750 АҚШ долларынан 1500 АҚШ долларына дейін, бұл оларды Алматыдағы туризмді дамыту үшін маңызды аудиторияға айналдырады.

Алматы туризм бюросы Қазақстан Республикасы Стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросының Алматы қаласы бойынша департаменті мен Mastercard көмегімен Алматыға келетін орташа туристің профилін жасады.

Ұлттық статистика және туризм туралы түсінік бюросының (Mastercard аналитикалық платформасы) деректерін талдау шетелдік туристердің көпшілігі 26-35 жас аралығындағы ер адамдар екенін, олар достарымен де, жалғыз

саяхаттайтынын мәлімдейді. Шетелдік туристер мәдени іс-шаралар мен экотуризмді қалайды, 42 %-ы тұру үшін қонақ үйлерді таңдайды. Орташа есеппен олар Алматыда бес күн өткізеді және күніне шамамен 334 АҚШ долларын жұмсайды.

Ішкі туристер, негізінен 18-25 жас аралығындағы жас жігіттер, көбінесе туыстарына барып, жатақханаларды қалайды. Олардың орташа күнделікті шығындары 38 долларды құрайды, екі күндік тұру ұзақтығымен. Шетелдік туристер отандық туристерге қарағанда 8,7 есе көп жұмсайды.

Кесте 2 – 2024 жылдың турист портреті

Көрсеткіштер	Шетелдік турист	Ішкі турист
Жынысы және жасы	26-35 жастағы ер адам	18-25 жастағы ер адам
Саяхат	Жалғыз 40 %, достарымен 30 %, отбасыларымен 30 %	Жалғыз 44 %, достарымен 35 %, отбасыларымен 21 %
Сапардың мақсаты	Бос уақыт 68 %, іскерлік 32 %	Туыстарына бару 49 %, іскерлік 24 %, бос уақыт 27 %
Орналастыру	Қонақ үйлер 42 %, жатақхана 27 %, пәтер 31 %	Туыстары 62, пәтер 24, қонақ үйлер 14
Тартылу арналары	Мәдени іс-шаралар 48 %, экотуризм 44%, ойын-сауық 8 %	Мәдени іс-шаралар 79 %, экотуризм 16 %, ойын-сауық 5 %
Орташа ұзақтығы	5 күн	2 күн
Күнделікті шығындар	USD 334	USD 38
Қанағаттану деңгейі	86 % NPS	95 % NPS
Дереккөз: авторлармен құрастырылған [9]		

Жалпы алғанда, Алматының туризм индустриясы күшті өсімді көрсетуді жалғастыруда. 2024 жылдың бірінші жартысында Алматыға келген туристер саны 10,1 %-ға өсіп, 1 070 358 адамға жетті. Халықаралық туристік сегментте айтарлықтай өсім байқалды, ол өткен жылмен салыстырғанда 15,6 %-ға өсіп, 302 358-ге жетті немесе Қазақстанның жалпы туристік ағынының 53,3 %-ын құрады.

Алматы қаласының туризм секторындағы салық түсімдері 2024 жылдың алғашқы сегіз айында 62,5 млрд теңгені құрады, бұл өткен жылмен салыстырғанда 39,5 %-ға өскен. Негізгі капиталға инвестициялар 72,3 %-ға өсті. Тұру орындарына көрсетілген қызметтердің көлемі 32,5 %-ға өсті, бұл Алматыға туристік қызығушылықтың артқанын дәлелдейді.

2025 жылдың бірінші жартыжылдығында Алматы қаласына 1,14 млн турист келген, бұл 2024 жылмен салыстырғанда 6,5 пайыздық өсімді сипаттайды, 3-суретте 2025 жылы Алма-

ты қаласына келген шетелдік туристердің елдер бойынша үлесі көрсетілген.

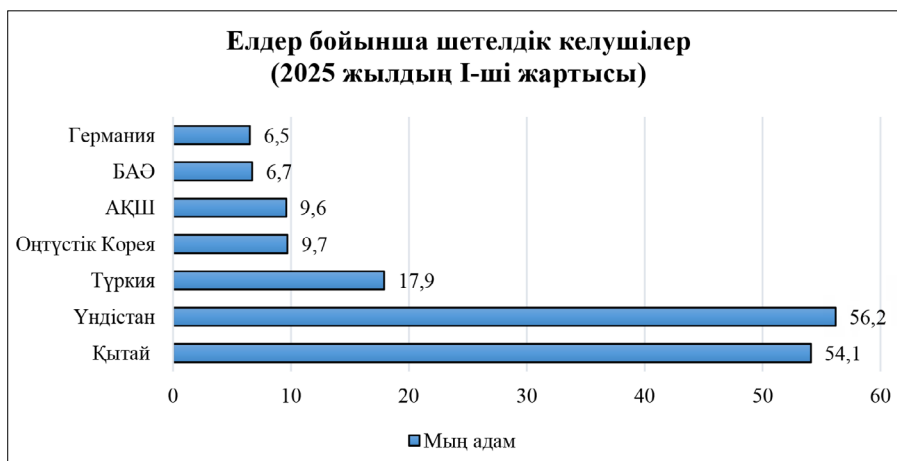
Шет елден келген туристер 323,5 мың адамды құраса, ішкі туристер 816,5 мың адамды құрайды. Шет елден келген саяхатшылардан Қытай елінен келген туристер алдыңғы жылға қарағанда 33,4 % өсімді растайды. Қытайдан кейін – Үндістан (56,2 мың), одан кейін Түркия (17,9 мың), Оңтүстік Корея (9,7 мың), АҚШ (9,6 мың), БАӘ (6,7 мың), Германия (6,5 мың).

Туризмнен түскен табыс 2025 жылдың алғашқы айларында туристік қызметтер көлемі 96,3 млрд тг-ге дейін өскен.

**Нәтижелер.** Алматы қаласындағы туристік ағынның қарқынды дамып жатқаны елдің экономикалық жағдайын да арттыруда. Туристік ағындардың динамикасын және өзгерістерін талдау негізінде туризм саласында қолданылатын экономикалық-математикалық формулалар арқылы есептеу арқылы туристік ағынның болжамын жасауға болады. Бұл зерттеуде туристер санының

жылдық өзгерісін бағалау үшін орташа жылдық өсім қарқыны (AAGR – Average Annual Growth Rate) және күрделі жылдық өсім қарқыны (CAGR – Compound Annual Growth Rate) қолданылды. Екі

көрсеткіш те туристік ағындардың ұзақ мерзімді тенденцияларын түсінуге мүмкіндік береді, бірақ олардың әрқайсысының өзіндік мақсаттық артықшылықтары бар [11].



Сурет 3 – 2025 жылы Алматыға келген шетелдік туристердің үлесі

CAGR (Орташа жылдық өсу қарқыны) формуласы қарастырылып отырған кезеңдегі келушілер санының өсу қарқынын есептейді және оны орташа жылдық өсу қарқынымен салыстырады. Бұл көрсеткіш деректерді «қалыпқа келтіру» арқылы ұзақ мерзімді үрдістерді анықтауға көмектеседі. CAGR әдісі болжамдардың сенімділігін арттырады және деректер сериясының дамуын бақылау үшін кеңінен қолданылады [12].

1) Орташа жылдық өсім қарқыны формуласы:

$$T_{t+1} = T_1 \times (CAGR)^n$$

$$CAGR = \left(\frac{T_n}{T_1}\right)^{\frac{1}{n-1}} - 1$$

$$CAGR = \left(\frac{V_{final}}{V_{initial}}\right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

Алматы қаласының келушілер санының статистикасынан алынған деректер арқылы формуланы түрлендіреміз:

$$CAGR = \left(\frac{T_{2024}}{T_{2019}}\right)^{1/5} - 1$$

$$CAGR = \left(\frac{2\,340\,314}{1\,377\,121}\right)^{0.2} - 1$$

$$CAGR = (1.698)^{0.2} - 1 \approx 0.111$$

Орташа жылдық өсім 11,1 %  
CAGR арқылы 2025 жылға болжам:

$$T_{2025} = 2\,340\,314 \times 1.111$$

$$T_{2025} \approx 2\,601\,000$$

2) AAGR формуласы зерттеу кезеңіндегі әрбір жыл үшін нақты өсу қарқынын есептеуге мүмкіндік береді. Бұл әдіс туристік ағындардың ауытқуларын, маусымдықты немесе сыртқы факторларға (пандемиялар, экономикалық дағдарыстар, шекаралық шектеулер) байланысты өзгерістерді дәл анықтауда тиімді. AAGR орташа жылдық салыстырмалы өсу қарқынын білдіретіндіктен, ол туризм нарығының динамикасын талдауда маңызды рөл атқарады.

Орташа жылдық тренд өсімі:

$$\frac{2\,340\,314 - 1\,377\,121}{6 - 1} = \frac{963\,193}{5}$$

$$b \approx 192\,639 \text{ (жыл сайынғы өсім)}$$

$$T_{2025} = 2\,340\,314 + 192\,639$$

$$T_{2025} \approx 2\,532\,953$$

Сонымен қатар бар мәлімет қолданылатын болса, осы формулалар арқылы нақтырақ келушілер санын шығара алады. 2025 жылдың бірінші жартыжылдығында келген туристер санын негізге ала отырып маусымдыққа қарай есептелінсе, үш нұсқа арқылы есептеледі. Егер жазғы маусым қарқынды болған жағдайда 45 % (H1=45 %) көрсеткішпен есептеуге болады, теңгерімді болған жағдайда 50 % (H1=50 %) және көктем маусымында келушілер саны белсенді болған жағдайда 55 % (H1=55 %) көрсеткішпен есептеледі:

$$H1=45 \% \quad T_{2025} = \frac{1\,140\,000}{0.45} \approx 2\,533\,000$$

$$H1=48 \% \quad T_{2025} = \frac{1\,140\,000}{0.48} \approx 2\,375\,000$$

$$H1=50 \% \quad T_{2025} = \frac{1\,140\,000}{0.50} \approx 2\,280\,000$$

Ең ықтимал көрсеткіш:

$$T_{2025} \approx 2\,400\,000 - 2\,550\,000$$

Кесте 3 – Алматы қаласындағы туристік ағындарды талдау

Көрсеткіш	Мерзім	Мағынасы	Түсіндіру
Нақты туристік ағын (базалық деңгей)	2019 ж.	базалық жыл	Сыртқы соққылардан бұрынғы бастапқы деңгей
Туристік ағынның төмендеуі	2020 ж.	кенет төмендеу	COVID-19 пандемиясы мен сапар шектеулерінің әсері
Орташа жылдық өсім қарқыны (AAGR)	2019-2024 жж.	мақалада есептелген	Туристік ағынның қалпына келуінің орташа динамикасын сипаттайды
Қосарланған орташа жылдық өсім қарқыны (CAGR)	2019-2024 жж.	мақалада есептелген	Қолданыстағы ауытқуларды тегістеуді ескере отырып, ұзақ мерзімді өсім үрдісін көрсетеді
Туристік ағын болжамы (тенденция)	2025 ж.	болжамды мән	Пандемиядан кейінгі қалпына келудің күтілетін жалғасуы
Болжамның сценарийлік бағалануы	2025 ж.	орташа өсім	Болжам елеулі сыртқы соққылар болмайды деп есептейді
Дереккөз: авторлармен құрастырылған [10]			

Бұл зерттеуде AAGR нақты жылдық өзгерісті талдау үшін, ал CAGR болашақ туристік ағындардың динамикасын болжау үшін қолданылады. Бұл екі формуланы қолданудың артықшылығы – олар туристік ағындарды кешенді бағалауға мүмкіндік береді: біріншісі жылдық өзгерістерді көрсетеді, ал екіншісі ұзақ мерзімді тұрақты өсу үрдісін негіздейді. Бұл тәсіл туристік нарықтың даму деңгейін кешенді талдауға мүмкіндік береді және стратегиялық шешімдер қабылдау үшін ғылыми негіз береді.

**Талқылау.** Алматы қаласының туристік ағындарының соңғы жылдардағы динамикасы тұрақты өсіммен сипатталатыны анықталды. Қалаға келетін туристер санының артуына инфрақұрылымның дамуы, көліктік қолжетімділіктің кеңеюі, мәдени және табиғи ресурстардың тартымдылығы, сондай-ақ туристік сервис сапасының жақсаруы сияқты факторлар әсер етуде. Деректер талдауы көрсеткендей, Алматы қаласы ішкі және сыртқы туристер үшін

елдегі жетекші туристік дестинация ретінде өз позициясын нығайтып келеді.

Статистикалық әдістерді, соның ішінде орташа жылдық өсім қарқыны (AAGR) мен күрделі жылдық өсім қарқынын (CAGR) қолдану туристік ағындардың нақты жағдайын бағалауға және ұзақ мерзімді өзгеріс тенденциясын болжауға мүмкіндік берді. AAGR жыл сайынғы өзгерістерді айқындауға тиімді болса, CAGR көрсеткіші жалпы даму қарқынын тұрақты түрде өлшеуге көмектесті. Бұл екі тәсілдің үйлесімді қолданылуы туристік ағын динамикасын кешенді түрде түсінуге мүмкіндік берді және зерттеу нәтижелерінің сенімділігін арттырды.

Зерттеу нәтижелері Алматы қаласының туристік ағындары соңғы жылдары тұрақты өсім траекториясында екенін айқындайды. Екі әдістің де нәтижелері бір-бірін толықтырып, қаланың туристік әлеуетінің жоғары екенін және сырттан келушілер санының болашақта да арта беретінін дәлелдейді. Бұл әдістердің қарапайымдылығы,

практикалық қолайлылығы және деректерге төмен талап қоюы оларды Алматы қаласының туризм саласындағы жедел талдау мен бастапқы болжау жұмыстарында тиімді құрал етеді.

Зерттеу шектеулері – қолданылған модельдердің қарапайымдылығы мен айқындығына қарамастан, АAGR мен CAGR қолданудың кемшіліктері бар. Бұл әдістер өткен үрдістердің жалғасатыны туралы болжамға негізделген және кенеттен болатын өзгерістер мен дағдарыстардың ықтималдығын жеткілікті түрде ескермейді. Болашақ зерттеулерде ұзақ мерзімді болжамды дәлірек жасау үшін машинамен оқыту әдістерін немесе көптеген факторларды ескеретін эконометрикалық модельдерді қолдану қажет. Нәтижесінде алынған өсім болжамы (~11% CAGR) Kadyrbekova D. және т.б.; Zheldibayev A. және т.б. зерттеулерінде ұсынылған оптимистік сценарийлерге сәйкес келеді және пандемиядан кейін Алматыда туризмді қалпына келтірудің елеулі әлеуеті бар деген ойды растайды [1, 6]. Негізгі нәтижелер – 11,1% құрайтын қосынды жылдық өсім қарқыны (CAGR) және жылына орта есеппен 193 000 адамға жуық өсім (AAGR) – Алматының туризмі пандемиядан кейін қалпына келіп, қазір тұрақты әрі қарқынды өсу жолында екенін айқындайды. Бұл өсім тек сандармен шектелмейді; ол сондай-ақ қаланың жақсарған жаһандық имиджін (The New York Times пен Wanderlust басылымдарындағы атап өтулерден көрінгендей) және инфрақұрылымға салынған инвестициялардың 2024 жылы 29,3%-ға өсуін негіздейді. Сонымен қатар, бұл 11 негізгі нарыққа бағытталған мақсатты маркетингтік жоспардың нәтижесі. Зерттеу нәтижелері бұрынғы зерттеулермен салыстырғанда, олар негізінен сәйкес келеді. Мысалы, Kadyrbekova D. et al. зерттеуінде 2024-2025 жылдарға арналған 11,1% CAGR болжамы екі жыл ішінде 73,5% өсім мен туризмнің Алматының ЖІӨ-сіне 11,3% үлесін ескере отырып орынды болып көрінеді, Zheldibayev A. және т.б. көрсетілгендей [1, 6]. Алайда, біздің негізгі тренд модельдеріміз Safarov B. және Paudel T. қолданылған ARIMA модельдерінен айтарлықтай ерекшеленеді, олар SARIMA немесе Holt-Winters сияқты уақыт қатар әдістерінен де өзгеше. Біз жалпы ұзақ мерзімді трендті жақсы көрсетсек те, басқа модельдер маусымдық өзгерістер мен қысқа мерзімді оқиғаларды көрсетуде тиімдірек болуы мүмкін [2, 3]. Сонымен қатар, Sakurbek M. және т.б. зерттеуінде орталықсыз басқару және күрделі рұқсат беру процестері сияқты институционалдық мәселелер өсімді шектей алатыны көрсетілген, сондықтан

біздің нәтижелерімізді ықтимал ең жоғарғы шегі ретінде қарастыру керек [7].

Зерттеуде CAGR мен AAGR қолданудың артықшылықтары мен кемшіліктерін қарастыру маңызды. Олар қарапайым болғандықтан, көп деректерді қажет етпейді және ұзақ мерзімді үрдісті тез көрсете алады, бұл жоспарлауға көмектеседі. Алайда, олар кенеттен туындайтын дағдарыстарды (мысалы, тағы бір пандемия) немесе нарықтағы ірі өзгерістерді нақты болжап бере алмайды. Біздің модель негізінен былай дейді: егер өсім осылай жалғаса берсе, 2025 жылы халық саны 2,6 миллион адамға жетеді. Сонымен қатар, бұл әдістер маусымдық ауытқуларды (мысалы, жазда туристер көп, қыста аз) немесе туристердің қызығушылығындағы қысқа мерзімді өзгерістерді ескермейді. Туристердің түрлері туралы деректерге (2-кесте) қарау болашақтағы өсімнің қалай болатынын түсінуге көмектеседі. Шетелдік туристер күніне көп ақша жұмсайды (334 АҚШ доллары) және қонақүйлерді жиі таңдайды, бұл қонақүй бизнесі үшін жақсы жаңалық. Жергілікті туристер өте қанағаттанған (95 % NPS) және жиі туыстарына барады, бұл қаланың жергілікті тұрғындарға тартымды екенін және ішкі нарықтың тұрақты екенін негізге алады. Осы болжамдарды бірнеше жолмен пайдалануға болады. Біріншіден, 2,5-2,6 миллион туристке жеткілікті инфрақұрылым (көлік, қонақүйлер, мейрамханалар) бар екеніне көз жеткізуіміз керек. Екіншіден, нарық үлестеріне сүйене отырып маркетинг жоспарымызды түзетуіміз қажет: қытай және үнді нарықтарындағы қарқынды өсуді қолдап, АҚШ пен Еуропада көбірек күш салу. Үшіншіден, туризмнен көбірек табыс алу үшін туристерді көбірек жұмсауға итермелейтін жолдарды іздеу керек, мысалы, жоғары деңгейлі турлар мен денсаулық сақтау туризмін ұсыну.

Осылайша, бұл зерттеу қарапайым, бірақ пайдалы статистикалық әдістерді қолдана отырып, Алматыдағы туризмнің орта мерзімді болашағына сандық тұрғыдан шолу жасап, шешім қабылдауға бағыт-бағдар береді. Алдағы уақытта болжамдарды жақсарту үшін маусымдық модельдерді (мысалы, SARIMA) немесе туристер санына әсер ететін ЖІӨ мен айырбас бағамдары сияқты көрсеткіштерді қамтитын экономикалық талдауды пайдаланған жөн. Сонымен қатар, Sakurbek M. және т.б. айтылғандай, туризмді басқаруды жеңілдету пандемиядан кейінгі қалпына келуге көмектесіп, Алматыны туристер үшін тартымды орынға айналдырады [7].

**Қорытынды.** Бұл зерттеу 2019 жылдан 2025 жылға дейінгі кезеңдегі Алматыға туристердің

келу тенденцияларын талдауға және орта мерзімді болжам жасауға бағытталды. Негізгі мақсат – қалаға келушілер санының қалай өзгертінін анықтап, статистикалық әдістерді қолдана отырып оның болашақ дамуын модельдеу болды. Зерттеу мынадай негізгі нәтижелерді анықтады: Алматы туризмі пандемиядан кейін қалпына келіп, қазір тұрақты түрде өсіп келеді. 2024 жылы қалаға туристік ағын рекордтық 2,34 миллион адамға жетті, бұл 2019 жылмен салыстырғанда айтарлықтай өсім. Жыл сайынғы орташа өсім қарқыны (AAGR) және күрделі жылдық өсім қарқыны (CAGR) модельдері болжаудың қарапайым әрі айқын әдістері ретінде жақсы нәтиже көрсетті. AAGR әдісі бойынша орташа жылдық өсім шамамен 193 000 адамды құрайды, ал CAGR моделі орташа жылдық өсім қарқыны 11,1 % екенін анықтады.

Екі әдістің нәтижелері бір-бірін растап, 2025 жылға болжамды көрсеткіштерді AAGR бойынша 2,53 миллион және CAGR бойынша 2,60 миллион адам деңгейінде анықтайды. Бұл сандар қаланың туризмінің жоғары өсім әлеуеті бар екенін растайды. Өсімді ілгерілететін негізгі факторлар – ғимараттар мен қызметтерге көбірек инвестиция, 11 халықаралық нарыққа бағытталған тиімді маркетинг жоспары, қаланың *The New York Times*,

*Wanderlust* сияқты халықаралық басылымдарда жариялануы және сапалы қызметке жоғары сұраныс. Бұл зерттеу пайдалы, себебі болжамдар қала әкімдігі мен туристік бизнеске ғимараттар мен қызметтерді дамытуды, қызмет көрсету мен логистиканы басқаруды және маркетинг бюджетін бөлуді жоспарлауға көмектеседі. Сонымен қатар, туристердің әртүрлі түрлерін (шетелдік/жергілікті, шығын деңгейі, тұру ұзақтығы) зерттеу нарық жоспарларын дәлірек жасауға көмектеседі. Бір шектеу – тренд модельдері маусымдық өзгерістерді немесе кенеттен пайда болатын сыртқы факторларды (экономикалық дағдарыс, геосаяси өзгерістер) ескермейді. Болашақ зерттеулерде маусымдық өзгерістерді ескеретін уақыт қатарлы модельдерді (SARIMA, Holt-Winters) немесе туристік ағынға әсер ететін сыртқы макроэкономикалық көрсеткіштерді қамтитын эконометрикалық талдауды қолдануға болады. Сонымен қатар, туризмнің тұрақты өсуін қамтамасыз ету үшін дереккөзінде аталған басқару мәселелерін мұқият зерттеу маңызды.

Қорытындылай келе, бұл зерттеу Алматыға туристердің орта мерзімді келешектегі келуіне сандық негіздегі көзқарас ұсынады және қаланы танымал туристік орын ретінде дамыту жоспарын жасауға көмектеседі.

## Әдебиеттер тізімі

- 1 Kadyrbekova D., Sarsebayeva A., Serikpaeva S. Management effectiveness in Kazakhstan's tourism sector and its impact on sectoral development // *Eurasian Journal of Economic and Business Studies*. – 2025. – Vol. 69. – №4. – pp. 104–118. DOI: 10.47703/ejeb.v69i4.599.
- 2 Safarov B., Al-Smadi H.M., Buzrukova M., Janzakov B., Iliş A., Grama V., Iliş D.C., Csobán Vargáné K., Dávid L.D. Forecasting the volume of tourism services in Uzbekistan // *Sustainability*. – 2022. – Vol. 14. – №13. – Art. 7762. DOI: 10.3390/su14137762.
- 3 Paudel T., Li W., Dhakal T. Forecasting tourist arrivals in Nepal: a comparative analysis of seasonal models and implications // *Journal of Statistical Theory and Applications*. – 2024. – Vol. 23. – №3. – pp. 206–223. DOI: 10.1007/s44199-024-00079-7.
- 4 Sabirzhan S., Sheikhi A., Anatolyevna A.Y., Erikovna N.D., Namazbayeva Z. Exploring the post-COVID-19 wellness tourism potential in Central Asia: a case of Almaty region, Kazakhstan // *Indonesian Journal of Geography*. – 2025. – Vol. 57. – №2. – pp. 365–372. DOI: 10.22146/ijg.100259.
- 5 Ul Haq I., Pardaev J., Allayarov P., Munir S. The impact of financial innovation and infrastructure on inbound tourism in Central Asia // *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. – 2024. – Vol. 10. – Iss. 1. – Art. 100175. DOI: 10.1016/j.joitmc.2023.100175.
- 6 Zheldibayev A., Kulazhanov Y., Moldagaliyeva A., Abdildayeva N., Zhoya K., Sarkitkan K., Savanchiyeva A., Aldasheva A., Askarova M., Pavlichenko L. Study of the current state and prospects for the development of tourist flow in the city of Almaty, Kazakhstan // *Geojournal of Tourism and Geosites*. – 2024. – Vol. 57. – pp. 1952–1963. DOI: 10.30892/gtg.574spl09-1362.
- 7 Sakypbek M., Assipova Z., Minnaert L., Yessenov M., Aktymbayeva A. Governance barriers to sustainable tourism development in Almaty city and region: evidence from stakeholder interviews (2018 and 2024) conducted in Kazakhstan // *Tourism and Hospitality*. – 2025. – Vol. 6. – №5. – Art. 238. DOI: 10.3390/tourhosp6050238.
- 8 Ұлттық статистика бюросы. Қазақстан Республикасының ресми статистикалық деректері [Электрондық ресурс]. – URL: <https://stat.gov.kz/> (қол жеткізу күні: 06.01.2026).
- 9 Портрет туриста в Алматы: аналитический взгляд Mastercard [Электрондық ресурс]. – URL: <https://er10.kz/read/it-novosti/portret-turista-v-almaty-analiticheskij-vzglyad-mastercard/> (қол жеткізу күні: 06.01.2026).
- 10 За девять месяцев 2024 года Алматы посетило более 1,7 млн туристов [Электрондық ресурс]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty/press/news/details/898136?lang=ru> (қол жеткізу күні: 07.01.2026).
- 11 Armstrong J.S. Principles of forecasting: a handbook for researchers and practitioners. – Boston: Springer, 2001. – 862 p. – URL: <https://gwern.net/doc/statistics/prediction/2001-armstrong-principlesforecasting.pdf>.

- 12 Song H., Li G., Witt S.F., Fei B. Tourism demand modelling and forecasting: how should demand be measured? // *Tourism Economics*. – 2010. – 19 p. – Vol. 16. – №1. – URL: <https://ira.lib.polyu.edu.hk/bitstream/10397/1771/1/Song.pdf>.

## References

- 1 Kadyrbekova D., Sarsebayeva A., Serikpaeva S. Management effectiveness in Kazakhstan's tourism sector and its impact on sectoral development // *Eurasian Journal of Economic and Business Studies*. – 2025. – Vol. 69. – №4. – pp. 104–118. DOI: 10.47703/ejeb.v69i4.599.
- 2 Safarov B., Al-Smadi H.M., Buzrukova M., Janzakov B., Iliş A., Grama V., Iliş D.C., Csobán Vargáné K., Dávid L.D. Forecasting the volume of tourism services in Uzbekistan // *Sustainability*. – 2022. – Vol. 14. – №13. – Art. 7762. DOI: 10.3390/su14137762.
- 3 Paudel T., Li W., Dhakal T. Forecasting tourist arrivals in Nepal: a comparative analysis of seasonal models and implications // *Journal of Statistical Theory and Applications*. – 2024. – Vol. 23. – №3. – pp. 206–223. DOI: 10.1007/s44199-024-00079-7.
- 4 Sabirzhan S., Sheikhi A., Anatolyevna A.Y., Erikovna N.D., Namazbayeva Z. Exploring the post-COVID-19 wellness tourism potential in Central Asia: a case of Almaty region, Kazakhstan // *Indonesian Journal of Geography*. – 2025. – Vol. 57. – №2. – pp. 365–372. DOI: 10.22146/ijg.100259.
- 5 Ul Haq I., Pardaev J., Allayarov P., Munir S. The impact of financial innovation and infrastructure on inbound tourism in Central Asia // *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. – 2024. – Vol. 10. – Iss. 1. – Art. 100175. DOI: 10.1016/j.joitmc.2023.100175.
- 6 Zheldibayev A., Kulazhanov Y., Moldagaliyeva A., Abdildayeva N., Zhoya K., Sarkitkan K., Savanchiyeva A., Aldasheva A., Askarova M., Pavlichenko L. Study of the current state and prospects for the development of tourist flow in the city of Almaty, Kazakhstan // *Geojournal of Tourism and Geosites*. – 2024. – Vol. 57. – pp. 1952–1963. DOI: 10.30892/gtg.574spl09-1362.
- 7 Sakypbek M., Assipova Z., Minnaert L., Yessenov M., Aktymbayeva A. Governance barriers to sustainable tourism development in Almaty city and region: evidence from stakeholder interviews (2018 and 2024) conducted in Kazakhstan // *Tourism and Hospitality*. – 2025. – Vol. 6. – №5. – Art. 238. DOI: 10.3390/tourhosp6050238.
- 8 Ұлттық статистика бюросы. Қазақстан Республикасының ресми статистикалық деректері [Jelektronдық resurs]. – URL: <https://stat.gov.kz/> (қол зhetkizu күні: 06.01.2026).
- 9 Портрет туриста в Алматы: аналитический взгляд Mastercard [Jelektronдық resurs]. – URL: <https://er10.kz/read/it-novosti/portret-turista-v-almaty-analiticheskij-vzglyad-mastercard/> (қол зhetkizu күні: 06.01.2026).
- 10 За девят' месjaceв 2024 goda Almaty posetilo bolee 1,7 mln turistov [Jelektronдық resurs]. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/almaty/press/news/details/898136?lang=ru> (қол зhetkizu күні: 07.01.2026).
- 11 Armstrong J.S. Principles of forecasting: a handbook for researchers and practitioners. – Boston: Springer, 2001. – 862 p. – URL: <https://gwern.net/doc/statistics/prediction/2001-armstrong-principlesforecasting.pdf>.
- 12 Song H., Li G., Witt S.F., Fei B. Tourism demand modelling and forecasting: how should demand be measured? // *Tourism Economics*. – 2010. – 19 p. – Vol. 16. – №1. – URL: <https://ira.lib.polyu.edu.hk/bitstream/10397/1771/1/Song.pdf>.

## АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

### <sup>a</sup>Бірінші автор

Әбубәкір Аружан Нұрланқызы – «Туризм» білім беру бағдарламасының 2 курс магистранты, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

### <sup>a</sup>Первый автор

Әбубәкір Аружан Нұрланқызы – магистрант 2 курса образовательной программы «Туризм», Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

### <sup>a</sup>The First Author

Abubakir Aruzhan Nurlankyzy – 2nd year master's student of the educational program “Tourism”, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

e-mail: aruzhana379@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-5531-7488>

### <sup>b</sup>Хат-хабарларға арналған автор

Сатқали Илан Қуанышқызы – PhD докторант, әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

### <sup>b</sup>Автор для корреспонденции

Сатқали Илан Қуанышқызы – PhD докторант, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

### <sup>b</sup>The Author for Correspondence

Satkali Ilan Kuanyshkyzya – PhD student, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

e-mail: issanova10@mail.ru

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0006-3143-9333>

Молдағалиева Айтолқын Есенқуловна – география ғылымдарының кандидаты, доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

Молдағалиева Айтолқын Есенқуловна – кандидат географических наук, доцент, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

**Moldagaliyeva Aitolkyn Esenkulovna** – candidate of geographical sciences, associate professor, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** moldagaliyeva.aitolkyn2016@gmail.com

**ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0002-8060-4933>

**Шәкен Айман Шәкенқызы** – PhD, доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ Ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

**Шәкен Айман Шәкенқызы** – PhD, и.о. доцента, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

**Shaken Aiman Shakenkyzy** – PhD, acting associate professor, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** shakenaiman1982@gmail.com

**ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0002-6730-6245>

**Молдағалиев Адил Жексенбинович** – DBA кандидаты, AlmaU, Алматы қ., Қазақстан.

**Молдағалиев Адил Жексенбинович** – кандидат DBA, AlmaU, г. Алматы, Казахстан.

**Moldagaliyev Adil Zheksenbinovich** – DBA candidate, AlmaU, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** adil\_info@mail.ru

**ORCID ID:** <https://orcid.org/0009-0003-9010-7775>

Мақала түскен күні: 21.01.2026

Мақала басылымға қабылданған күні: 26.03.2026

Nurmaganbetkyzy N.<sup>a</sup>, , Zhakupov A.A., , Sharapayeva B.Zh. 

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

## ASSESSMENT OF THE FACTORS SHAPING THE TOURISM BRAND OF SMALL TOWNS IN THE TURKESTAN REGION

Nurmaganbetkyzy Nurdana, Zhakupov Altynbek Amanzholovich, Sharapayeva Bota Zhanabekovna  
**Assessment of the factors shaping the tourism brand of small towns in the Turkestan region**

**Abstract.** The article examines the factors influencing the formation of a tourism brand in small towns of the Turkestan region (Saryagash and Shardara). The purpose of the study is to identify the unique characteristics of tourist destinations and to propose a model for improving the tourism brand based on a comprehensive assessment of key factors that enhance the tourism image of these destinations. The research methodology is based on semi-structured interviews conducted with 20 respondents, including tourists, local residents, and tourism business representatives. The results indicate that the towns of Saryagash and Shardara have strong potential for the development of health and wellness tourism as well as recreational beach tourism; however, insufficient infrastructure and a low level of digitalization limit the effective development of the tourism brand. The study proposes a "4D tourism brand model" aimed at increasing the competitiveness of small towns by promoting uniqueness, digitalization, service quality improvement, and diversification of tourism services. The findings can be applied in strategic planning processes for tourism brand development at the regional level.

**Key words:** tourism branding, small towns, place branding, destination management, qualitative research, regional tourism development, digitalization in tourism.

Нурмаганбетқызы Нурдана, Жакупов Алтынбек Аманжолович, Шарапайева Бота Жанабековна  
**Оценка факторов формирования туристского бренда малых городов Туркестанской области**

**Аннотация.** В статье рассматриваются вопросы оценки факторов формирования туристского бренда малых городов Туркестанской области (Сарыағаш и Шардара). Цель исследования заключается в выявлении уникальных особенностей туристских дестинаций и разработке модели совершенствования туристского бренда на основе комплексной оценки ключевых факторов, способствующих повышению туристского имиджа территорий. В качестве метода исследования использовано полуструктурированное интервью, проведенное среди 20 респондентов (туристов, местных жителей и субъектов туристского предпринимательства). Результаты исследования показали, что города Сарыағаш и Шардара обладают высоким потенциалом для развития лечебно-оздоровительного и рекреационно-пляжного туризма, однако недостаточный уровень инфраструктуры и цифровизации ограничивает эффективное формирование туристского бренда. В рамках исследования предложена «4D-модель туристского бренда», направленная на повышение конкурентоспособности малых городов и включающая развитие уникальности, цифровизации, качества услуг и диверсификации туристских услуг. Полученные результаты могут быть использованы при стратегическом планировании формирования туристского бренда на региональном уровне.

**Ключевые слова:** туристский брендинг, малые города, территориальный брендинг, управление дестинацией, качественное исследование, региональное развитие туризма, цифровизация туризма.

Нурмағанбетқызы Нурдана, Жакупов Алтынбек Аманжолович, Шарапайева Бота Жанабековна  
**Түркістан облысындағы шағын қалалар туристік брендін қалыптастыру факторларын бағалау**

**Аңдатпа.** Аталған зерттеу жұмысында Түркістан облысындағы шағын қалалардың (Сарыағаш және Шардара) туристік брендін қалыптастыру факторларын бағалау мәселелері қарастырылады. Мақаланың мақсаты – туристік дестинациялардың бірегей ерекшеліктерін анықтау және олардың туристік имиджін арттыруға ықпал ететін негізгі факторларды кешенді бағалау негізінде туристік брендті жетілдіру моделін ұсыну. Зерттеу едістемесі ретінде 20 респонденттен (туристер, жергілікті тұрғындар, туристік кәсіпкерлік субъектілері) алынған жартылай құрылымдалған сұхбат әдісі қолданылды. Зерттеу нәтижелері көрсеткендей, Сарыағаш және Шардара қалаларының емдік-сауықтыру және рекреациялық-жағажай туризмі үшін әлеуеті жоғары болғанымен, инфрақұрылым мен цифрландыру деңгейінің жеткіліксіздігі туристік брендтің тиімді дамуын шектейді. Зерттеу аясында шағын қалалардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған, бірегейлікке негізделген, цифрландыруды дамыту, қызмет сапасын жақсарту және туристік қызмет түрлерін ертартапандыруды қамтитын «4D туристік бренд моделі» ұсынылды. Зерттеу нәтижелері өңірлік деңгейде туристік брендті қалыптастыруды стратегиялық жоспарлау барысында қолданылуы мүмкін.

**Түйін сөздер:** туристік брендинг, шағын қалалар, аумақтық брендинг, дестинацияны басқару, сапалық зерттеу, өңірлік туризмді дамыту, туризмді цифрландыру.

**Introduction.** Currently, in the period of globalization, the competition of tourist destinations is growing not only between large giant countries, but also at the level of small peripheral regions and recreational centers. The formation of the tourist image of small towns in the Turkestan region, such as Sarygash and Shardara, forms the tourist image not only of these small towns, but also of the region as a whole. The tourism brand of small towns is closely linked to the formation of attractiveness for tourists and attracting investments from various stakeholders for the development of the tourism sector [1, p. 72]. Branding of small towns is also assessed as a marketing tool for shaping the unique specifics of the city and the emotional connection of the tourist region with the target audience [2, p. 7]. Despite the validity of the general state of development of the tourist potential of small towns in the Turkestan region, there are some barriers to the popularization of these small towns in the international tourism market. These barriers arise due to an incorrect assessment of the factors of tourism brand development in the region.

In modern regional development theory, tourism branding is considered not only as a marketing instrument, but also as an important strategic tool for strengthening the competitiveness of territories. Destination branding contributes to the formation of a stable associative perception of the territory, distinguishing it from competing destinations and shaping a recognizable image among tourists and investors. In the context of small towns, branding plays a particularly important role, since such territories often lack significant financial and infrastructural resources and therefore must rely on uniqueness, authenticity and emotional attractiveness as key competitive advantages. In this regard, the tourism brand can be considered an intangible asset contributing to regional competitiveness.

Place branding theory emphasizes that the image of a tourist destination is formed through the interaction of both tangible and intangible elements. Tangible elements include natural resources, infrastructure, quality of services and accessibility of transport networks, while intangible elements include emotional perception of the territory, local identity, authenticity of cultural traditions and hospitality of residents. The combination of these elements creates a holistic perception of the destination and influences tourists' behavioral intentions. Therefore, the tourism brand of small towns should be considered through an integrated approach that combines regional marketing, territorial development and social participation.

Another important theoretical aspect is the growing role of stakeholders in the formation of

a tourism brand. The effectiveness of branding strategies depends on the interaction between local communities, tourism enterprises, local authorities and visitors. The involvement of stakeholders contributes to the formation of a more authentic and sustainable tourism brand, reflecting the real characteristics of the territory and increasing trust in the destination. Cooperation between business structures and public institutions also creates conditions for improving tourism infrastructure and expanding the range of services. The participation of local communities in tourism brand formation strengthens social capital and contributes to the preservation of local identity, which is especially important for small towns seeking to maintain cultural authenticity in the context of globalization.

In recent years, the importance of digital technologies in the formation of tourism brands has increased significantly. Digital platforms, online navigation systems and social media content influence the level of awareness of potential tourists and determine the convenience of travel planning. Smart tourism technologies allow destinations to increase their visibility in the global tourism market and create a positive user experience even before visiting the destination. The availability of information in digital applications such as navigation services, booking platforms and online reviews contributes to the formation of trust in the destination and influences tourists' decision-making processes. Thus, digitalization becomes one of the key factors in increasing the competitiveness of small towns and improving the effectiveness of tourism branding strategies.

The concept of sustainable tourism also plays an important role in the formation of the tourism brand of small towns. Sustainable development involves balancing economic growth with the preservation of cultural heritage and environmental resources. Small towns often rely on unique natural landscapes, traditional lifestyles and cultural heritage as key elements of their tourism appeal. The integration of sustainability principles into branding strategies contributes to long-term competitiveness and reduces the risks associated with excessive tourist pressure on local ecosystems. Therefore, the development of tourism branding should consider environmental, social and economic aspects in order to ensure balanced regional development.

According to some foreign practices of tourism branding in small towns, brand formation is widespread through entrepreneurial services starting in the neighborhood. This is due to the fact that small towns lack certain types of resources to

implement regional integrated branding. In these regions, the focus is on partnerships and marketing activities, and local active resources are being used to create a unique feature that attracts the tourism business – a guarantee of economic development [3, p. 309]. In some regions, the main strategy for creating a tourism brand is formed in connection with such unique resources as cultural and historical features. This is the only way that has a significant impact on solving the socio-economic problems of the region and shaping the tourist image of cities, creating close ties with the local community [4, p. 35]. Also, not only natural resources, but also tangible and intangible factors play an important role in shaping the tourist image of small towns. Material factors include simple needs such as digital accessibility for tourists, convenient parking, etc., while non-material factors include qualities such as the quality of life of local residents and hospitality. That is, it is important to consider the tourism branding of small towns in a broader concept through a synthesis of urban marketing and regional branding [5, p. 112].

The cultural diversity and traditional food art of the region, as well as the priority given to natural landscape resources, make a great contribution to the formation of the tourism brand of small towns. In addition, improving the quality of public services, improving digital services, and involving members of the local community in the brand formation process play an important role in creating a successful travel brand. These actions not only form the tourism brand of cities, but also improve the quality of life of the local population by developing features that attract the attention of tourists [6, p. 108]. Branding of small towns involves creating a unique feature to attract city residents and stakeholders, while the dominant role in this process is played by partnership between the values of society and business entities [7, p. 465].

In forming the tourism brand of small towns, not only cultural heritage and social capital are used, but also aspects of sustainable tourism. This affects the development of society and the economic improvement of the region, while preserving the local identity [8, p. 98]. The experience of local community representatives and the involvement of stakeholders in brand creation also play an important role in the branding of small towns. It also characterizes the strongest understanding and perception of a small town by members of local society [9, p. 100]. Also relevant nowadays is the widespread use of natural elements and unique architectural structures to enhance the attractiveness of small towns. Cities, being attractive to tourists, can also influence economic growth, which will be due to the fact

that cities combine historical features, local natural landscapes and landscape design [10, p. 118].

Therefore, the need arises to identify empirically grounded factors influencing the formation of a tourism brand in small towns of the Turkestan region and to develop a conceptual model for strengthening their competitive positioning.

**The purpose of the study** is to develop scientific and practical recommendations on the formation of a competitive destination brand, identifying the main branding factors affecting the tourist image of small towns (Saryagash, Shardara) in the Turkestan region.

Scientific novelty of the study is that the key indicators determining the tourist image of small towns in the Turkestan region are identified, and the optimal model of effective management of tourist destinations is substantiated. This method allows to turn into a “tourism brand» those regions that, being rich in tourist resources on the tourist map of the Turkestan region, but are not recognized as a tourist route.

**Objectives of the study.** To achieve the goal of the study, the following tasks were set:

1. To define the characteristics of the concept of “Tourist brand of small towns” and theoretically substantiate the importance of creating a tourist brand based on international experience.
2. Identification of factors (cultural, historical, environmental) affecting the general state of small towns based on a survey, as well as an assessment of the attitude of tourists and local residents to the existing tourist potential of selected small towns.
3. Based on the results of the research, to propose an optimal model for the development of the tourism brand of small towns in the region and to prepare practical advice on destination management policy.

**Materials and methods.** Based on the identified theoretical approaches to destination branding and stakeholder interaction, the study applies qualitative methodology to explore the perceptions of key actors involved in the tourism system of small towns. Given the limited empirical research on the formation of a tourism brand in small towns of the Turkestan region, qualitative analysis was selected as the most appropriate approach. This method makes it possible to study complex socio-economic phenomena in depth, identify respondents’ perceptions and reveal relationships between factors influencing the formation of a tourism brand, which is particularly important in the context of limited statistical data.

The choice of qualitative methodology is justified by the exploratory nature of the research, aimed at identifying the key determinants influencing the perception of small towns as tourist destinations.

The qualitative approach allows not only to identify factors shaping the tourism image, but also to analyze the interaction between stakeholders, including local residents, tourism business representatives and tourists. This makes it possible to assess the tourism brand as a multidimensional construct that reflects both economic and socio-cultural characteristics of the territory.

Primary data collection was carried out through semi-structured interviews. This method allows combining a structured set of questions with the flexibility necessary to clarify respondents' opinions and interpretations. Semi-structured interviews make it possible to obtain more detailed answers and identify aspects that may not be reflected in standardized questionnaires. In addition, this format allows the interviewer to adapt the sequence of questions depending on the level of respondents' awareness of tourism branding and their professional experience in the tourism sector.

The interview guide was developed on the basis of a literature review on tourism destination branding and place branding theory. Particular attention was paid to identifying factors related to the perception of the city image, tourism infrastructure, digital accessibility and the role of the local community in creating the tourism brand. The interview questions were formulated in a way that allowed respondents to express their own understanding of the tourism potential of small towns and identify the most significant attributes influencing the attractiveness of destinations.

The interview structure consisted of three main thematic blocks: 1) image attributes of the city; 2) factors influencing the formation of the tourism brand; 3) prospects and sustainability of the tourism brand. The structure of the interview made it possible to consistently assess both existing characteristics of tourist destinations and future opportunities for strengthening the tourism image of small towns. The interview guide was initially prepared in Kazakh and then translated into Russian to ensure accessibility for all respondents. The use of two language versions made it possible to reduce interpretation bias and improve the reliability of responses.

In order to test the clarity and logical consistency of the questions, a pilot interview was conducted in two cities included in the study (Saryagash – one tourist, Shardara – one local resident). Based on the results of the pilot interview, minor adjustments were made to improve the clarity of wording and eliminate potential ambiguities in the interpretation of questions. The pilot study allowed to ensure the relevance of the questions and their correspondence to the objectives of the research.

Respondents were selected using purposive sampling, which allows selecting participants with relevant experience and knowledge related to the research topic. The sample included representatives of three key stakeholder groups: local residents, tourists and representatives of tourism enterprises. This approach made it possible to obtain diverse perspectives on the formation of the tourism brand and assess differences in the perception of small towns depending on the role of respondents in the tourism system.

The selection of Saryagash and Shardara as research objects is due to the fact that these cities belong to the category of small towns in the Turkestan region and have significant tourism potential. Saryagash is characterized by the development of health and wellness tourism based on mineral water resources, while Shardara has opportunities for the development of recreational and beach tourism. The comparative analysis of these destinations makes it possible to identify common and specific factors influencing the formation of the tourism brand of small towns.

The main stage of data collection was conducted in April 2025 in Saryagash and in April–May 2025 in Shardara. A total of 20 respondents participated in the study, including 11 respondents from Saryagash and 9 respondents from Shardara. Interviews were conducted in locations convenient for respondents, including tourism facilities, workplaces and public spaces. Each interview lasted on average 30–35 minutes and was audio recorded with the consent of respondents. The total number of interview questions was 12, which ensured sufficient coverage of research topics while maintaining respondents' engagement throughout the interview process.

Before data collection, respondents were informed about the purpose of the study and guaranteed confidentiality of the information provided. Participation in the study was voluntary, and respondents had the opportunity to refuse participation at any stage of the interview. All respondents were provided with an informed consent form explaining the objectives of the study and the use of collected data exclusively for scientific purposes.

The interviews were conducted in Kazakh and Russian languages, depending on respondents' preferences. The collected materials were fully transcribed into Kazakh, which allowed ensuring consistency of interpretation and facilitating subsequent analysis. The results of the pilot interview were not included in the final dataset. Data analysis was carried out through thematic coding, which allows grouping respondents' answers into categories

reflecting key factors influencing the formation of the tourism brand.

To ensure reliability and transparency of the research process, all stages of data collection and analysis were documented in a research log. The use of a unified protocol for recording interview results made it possible to increase the accuracy of interpretation and ensure consistency of analytical procedures. The synthesis of data was carried out jointly by members of the research team, which allowed reducing subjectivity in the interpretation of qualitative information.

All ethical requirements were observed during the research process. Participation in interviews was voluntary, respondents were informed about their rights and confidentiality conditions, and the collected data were used exclusively for scientific purposes. Respondents were also informed of their right to withdraw from the study at any time without providing reasons.

The applied methodological approach allowed obtaining a comprehensive understanding of the factors influencing the formation of the tourism brand of small towns in the Turkestan region and

ensured the reliability of the obtained results for further interpretation and development of practical recommendations.

**Results.** According to the results of the study, it turned out that for the formation of a tourism brand in the small towns of the Turkestan region, first of all, there are sufficient reserves of natural resources in the region. This region is characterized by warmth in winter and hot in summer. Special excursions are organized in the vicinity of Saryagash for vacationers who come to resorts in picturesque places. And the natural conditions of Shardara are favorable for organizing a pleasant stay for any age segment of tourists. Also, the hospitality of the locals will allow tourists coming to the city to form a good opinion of the city and visit it again as a tourist (Table 2).

“As a tour guide, I take our vacationers who have come to our Saryagash sanatorium on day trips. Besides nature, our vacationers do not hide their special delight from the large number of cultural and historical places that we have. I believe that this is an indispensable opportunity to create a unique travel brand for us” (R10).

Table 1 – Respondents’ profile

Respondent's code	City	Respondent category	Age	Status
R1	Saryagash	Tourist	65	Retired (Taldykorgan)
R2	Saryagash	Business entity	43	Health resort manager
R3	Saryagash	Local resident	38	School Teacher
R4	Saryagash	Tourist	23	Student
R5	Saryagash	Local resident	52	Individual entrepreneur (agriculture)
R6	Saryagash	Tourist	45	School Teacher (Almaty)
R7	Saryagash	Local resident	20	Student
R8	Saryagash	Business entity	38	Hotel manager
R9	Saryagash	Local resident	43	Specialist in crop production
R10	Saryagash	Business entity	28	Guide
R11	Saryagash	Tourist	48	Doctor (Shymkent)
R12	Shardara	Local resident	54	Fisheries specialist
R13	Shardara	Tourist	22	Student (Shymkent)
R14	Shardara	Business entity	39	Restaurant owner
R15	Shardara	Tourist	42	School Teacher (Zhetysai)
R16	Shardara	Local resident	45	School Teacher
R17	Shardara	Business entity	44	Mini hotel owner
R18	Shardara	Local resident	36	Doctor
R19	Shardara	Tourist	25	Individual entrepreneur (Shymkent)
R20	Shardara	Local resident	32	Doctor

As we can see in Table 1 above, a total of 20 respondents participated in the overall interview. 11 of them are from Saryagash, and 9 are from Shardara. The respondents consisted of a total of three categories. They are: local residents, tourists

and tourist subjects. The youngest respondent is 20 years old, while the oldest respondent is 65 years old. This made it possible to analyze the possibilities of acceptance and popularity in various age segments of small towns.

Table 2 – Main attributes of tourism brand of small towns based on respondents' answers

Key Quote ID	Tourist image of the city	Respondents' answer
R1	Climate comfort	"In fact, I visit the sanatoriums of Saryagash every year. What I like the most is that the weather in this city is always warm. Especially in the sanatoriums from March to June there are the most comfortable sunny days. It is a good opportunity to return to rest and restore the strength that you have exhausted as much as possible"
R4	Hospitality of people	"I am grateful for the hospitality that people in this city always smile warmly. A different atmosphere is felt. And then it gives the mood that next time you want to come again"
R13	Natural resources	"I like the natural state of this city. The beautiful beauty is especially impressive in the summer months. We often come and rest with our families every year during the summer holidays"
R20	Abundance of cultural and historical sites	"I think We have in our city the main attribute that attracts tourists is its abundance of cultural objects and historical sites, in addition to our climatic features. I know that we have a lot of demand for such places from tourists. Special excursions are also organized in our city to such places"

Based on the features of Saryagash and Shardara, which we note as branding factors for the formation of a tourism brand, there are noted some negative disadvantages. Among them, such factors as poor quality of roads between cities, disappointing quality of service, low level of digital accessibility are mentioned.

"I come to Saryagash every year in the summer months to relax. But what I notice with each visit is not to say that the quality of the roads is very good. It takes a long time to get to the destination. In my opinion, if the focus was on improving the quality of the road, this would also be the basis for developing the tourist brand" (R6).

"I would call the shortcomings of the network infrastructure as an obstacle to the proper formation and development of the tourism brand in the city. That is, the development of digitalization. I often noticed that data on some hotels, catering establishments in this city is not included in digital applications such as 2GIS, Google Maps. We did not find the current prices in hotels and catering establishments in a timely manner. It seems to me that this would cause discomfort for any tourist" (R19).

"Sometimes, if you break into a catering facility or visit other tourist facilities, we witness negligent treatment on the part of the staff. Of course, in these cities, the hospitality of people is great. However, even the fact that some employees' smiling is difficult" (R15).

However, if these negative factors are improved, this, on the contrary, can open up new opportunities, taking into account the tourist potential of small towns. These opportunities include such important aspects as the possibility of broad involvement of investors, the search for new partners in tourism brand projects, the development of ecotourism and the formation of a digitalization system in tourism (Figure 1).

"I think that in addition to large hotels, we often need small ethno-villages that are less harmful to nature. I think it will be environmentally friendly and interesting for visitors. Moreover, our natural conditions and climate are also comfortable in it" (R8).

"If the city still has more conditions for the implementation of investment projects for various entrepreneurs who are engaged in tourism, this would improve investment indicators not only in our city, but also in the Turkestan region as a whole" (R14).

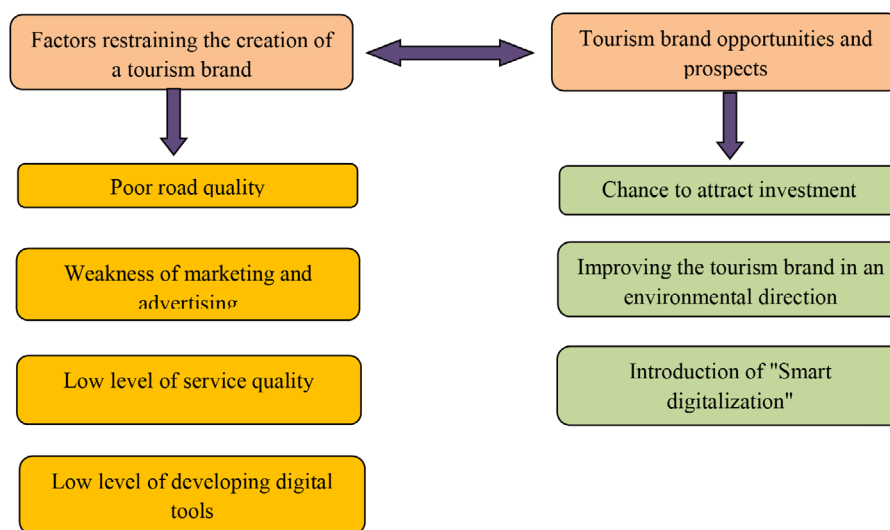


Figure 1 – Negative factors and future prospects

The identified factors demonstrate that the tourism image of small towns is shaped by a combination of natural, cultural and managerial characteristics, which requires conceptual interpretation within the framework of destination branding theory.

**Discussion.** Interview results show that representatives of tourism businesses and local residents tend to perceive the tourism brand of small towns primarily through historical and cultural attributes, while tourists visiting the destinations for recreational purposes emphasize the need to improve the quality of services and infrastructure. This demonstrates the existence of a gap between the perceived image of the destination and the actual level of service delivery. Such discrepancies often reduce the effectiveness of branding strategies, as the symbolic attractiveness of the destination is not always supported by the real experience of tourists. The results confirm that the formation of a tourism brand requires not only the identification of unique territorial characteristics, but also the development of supporting infrastructure and service quality that correspond to the expectations of visitors.

The results of the interviews show that the tourism brand of small towns is formed through a combination of natural, cultural, social and managerial factors. The importance of cultural heritage and natural resources is complemented by the growing role of service quality, accessibility of information and digital communication channels. This confirms the theoretical assumption that tourism branding should be considered as a multidimensional process combining elements of place marketing, destination management and stakeholder interaction. The findings

also demonstrate that tourists increasingly evaluate destinations not only based on the availability of attractions, but also based on the overall quality of the tourist experience, including comfort, accessibility and informational transparency.

The model for the development of a tourism brand of small towns studied in the article can be presented below, taking into account the results of the interview. The proposed 4D model is aimed at the systematic formation of a tourism brand in small towns, taking into account the restraining factors identified during the qualitative analysis. The model integrates both traditional branding elements and modern approaches related to digital transformation and sustainable tourism development.

**1D: Distinctiveness.** The first dimension of the model is associated with the identification and promotion of the unique characteristics of the destination. Distinctiveness plays a key role in differentiating small towns from competing destinations and strengthening their position in the regional tourism system. In the case of Saryagash, the uniqueness of the tourism brand is associated with the positioning of the destination as a complex of health resorts based on mineral water resources. In Shardara, the tourism brand is linked to beach recreation and fishing tourism. The formation of a clear positioning strategy allows small towns to create a recognizable image and increase their attractiveness for specific target segments of tourists.

**2D: Digital systems.** The second dimension reflects the growing role of digital technologies in shaping the tourism image of destinations. The creation of a unified digital ecosystem, such as

the proposed “Smart Turkestan” platform, allows integrating information about tourist attractions, accommodation facilities and services. Digital accessibility plays a crucial role in forming the first impression of the destination, as modern tourists actively use online navigation tools, booking platforms and social networks when planning their trips. The presence of reliable information in digital applications contributes to increasing trust in the destination and improves communication between tourism service providers and visitors. The integration of digital tools into the tourism brand development strategy also contributes to increasing the visibility of small towns in the international tourism market.

**3D: Delivery – quality of service.** The third dimension of the model emphasizes the importance of maintaining high service standards. The tourism brand should be supported by the actual quality of services provided in accommodation facilities, catering establishments and tourism infrastructure. The introduction of standardized service quality indicators allows ensuring consistency of the tourist experience and forming positive emotional associations with the destination. The quality of service is directly related to the perception of the tourism brand, as tourists tend to associate the level of comfort and hospitality with the overall attractiveness of the destination. Therefore, improving service quality is one of the key conditions for strengthening the competitiveness of small towns in the tourism market.

**4D: Diversification.** The fourth dimension of the model is associated with the diversification of tourism services and the reduction of seasonality risks. Small towns often face the problem of uneven distribution of tourist flows during the year. The diversification of tourism services makes it possible to expand the range of tourism products and ensure the sustainability of tourism demand throughout the year. For example, beach tourism in Shardara can be complemented by cultural events and fishing festivals during the off-season, while Saryagash has opportunities for the development of medical and rehabilitation tourism outside the peak season. The expansion of tourism products allows increasing the duration of tourists’ stay and contributes to the development of related sectors of the regional economy.

The results of the study also emphasize the importance of developing a “hospitality culture” among local residents. The formation of a positive emotional atmosphere in the destination significantly influences tourists’ perceptions and their intention to revisit the destination. Training programs, seminars and awareness activities aimed

at improving the understanding of the importance of tourism development among local communities can contribute to strengthening the tourism brand. The involvement of residents in tourism development processes increases the level of social responsibility and contributes to the formation of a positive image of the destination.

The study revealed several limiting factors affecting the development of tourism brands in small towns. Among them are insufficient digital representation of tourism services, uneven quality of service and limited marketing activities in social media. According to the responses of some respondents (R5, R19), the lack of digital information about tourism services reduces the visibility of destinations and complicates the planning of tourist trips. The absence of up-to-date information about accommodation facilities, catering services and tourist routes may create additional barriers for potential visitors.

In addition, the results indicate that the formation of a tourism brand requires the creation of a favorable overall atmosphere in the destination. The perception of the destination is influenced not only by the availability of natural and cultural resources, but also by the emotional comfort of tourists and the friendliness of the local population. Respondents (R15, R13) noted that improving the level of service culture and communication with tourists can significantly strengthen the tourism brand of small towns.

Thus, the proposed 4D model provides a conceptual framework for transforming small towns of the Turkestan region from destinations with tourism potential into territories with a fully developed tourism brand. The integration of uniqueness, digitalization, service quality and diversification into a unified strategy contributes to strengthening the competitiveness of small towns and increasing their attractiveness in the regional tourism system. The implementation of the model can also contribute to the development of sustainable tourism and the formation of a positive long-term image of the region.

**Conclusion.** Research has shown that the tourism brand of small towns of the Turkestan region (Saryagash, Shardara) is still at the stage of formation. As it turned out as a result of the conducted qualitative research, the potential of Saryagash “medical and recreational” and Shardara “beach and recreational” is strong, but due to the lack of uniform standards in the field of infrastructure and services, to some extent hinders the full formation of a tourism brand.

The 4D tourism brand model proposed on the basis of the conducted study is aimed at organizing

the uniqueness, digital development of small towns, the quality of service and the expansion of the range of services provided. The introduction of this model in the system of Destination Management will increase the competitiveness of small towns in the region and make them an international tourism brand.

The practical significance of the study is that the proposed ways for developing a tourism brand can serve as a basis for regional tourism development programs in the Turkestan region. A promising area of research is the need to quantitatively assess the effectiveness of public-private partnerships in developing tourism brand in small towns.

## References

- 1 Fedorov A.A., Medvedeva L.N. Small town branding in the regional dimension: Methodological Approach // Bulletin of the Volgograd State University. Economy. – 2024. – Vol. 26. – № 3. – pp. 68-79. DOI: 10.15688/ek.jvolsu.2024.3.6.
- 2 Kestane S.Ü. Perception research on developing brand identity for small cities // Prizren Social Science Journal. – 2019. – T.3. – №2. – pp. 1-10. DOI: 10.32936/pssj.v3i2.104.
- 3 Fraccastoro K.A., Karani K. Marketing small towns: a preliminary investigation // Journal of Business&Economics Research. – 2014. – T. 12. – №3. – pp. 307-312. DOI: 10.19030/jber.v12i3.8736.
- 4 Dianov S., Dianova Y., Basarieva L., Poluyanov O. “Western Gates of the Urals”: geocultural branding of a small city / SHS Web of Conferences. – 2021. – T. 116. – pp. 30-38. DOI: 10.1051/shsconf/202111600030.
- 5 Hilpert M., Völkening N., Beck C. Innenstädte im ländlichen Raum: Wirksame Maßnahmen zur Revitalisierung zentraler Einzelhandelslagen im ruralen Umfeld // Standort. – 2018. – T. 42. – №2. – pp. 111-116. DOI: 10.1007/s00548-018-0532-2.
- 6 Zahrah F. City branding dimensions, strategies, and obstacles: A literature review // Jurnal Bina Praja. – 2023. – T. 15. – №1. – pp. 101-109. DOI: 10.21787/jbp.15.2023.101-109.
- 7 Lockert A.S., Bjorna H., Krane M.S. Policy transfer of branding and reputation management: Motivations, challenges, and opportunities for a small rural municipality // Public Performance&Management Review. – 2020. – T. 43. – №2. – pp. 461-482. DOI: 10.1080/15309576.2019.1694545.
- 8 Zawadzka A.K. Making small towns visible in Europe: the case of Cittaslow Network—the strategy based on sustainable development // Transylvanian Review of Administrative Sciences. – 2017. – T.13. – №SI. – pp. 90-106. DOI: 10.24193/tras.SI2017.6.
- 9 Källström L., Siljeklint P. Branding Kristianstad: a case of rebranding and stakeholder engagement // Place Branding and Public Diplomacy. – 2024. – T. 20. – №1. – pp. 97-104. DOI: 10.1057/s41254-023-00299-1.
- 10 Dyda O. Using of natural environment elements in formation of attractiveness of small town space // Środowisko Mieszkaniowe. – 2018. – №22. – pp. 115-120. DOI: 10.4467/25438700SM.18.027.8708.

## INFORMATION ABOUT THE AUTHORS // ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ

### ***“The Author for Correspondence (The First Author)***

**Nurmaganbetkyzy Nurdana** – doctoral student, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

### ***“Автор для корреспонденции (первый автор)***

**Нурмаганбетқызы Нурдана** – докторант, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

### ***“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)***

**Нұрмағанбетқызы Нұрдана** – докторант, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан.  
e-mail: nurmaganbetnurdana@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0574-3562>

**Zhakupov Altynbek Amanzholovich** – PhD, associate professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

**Жакупов Алтынбек Аманжолович** – PhD, ассоциированный профессор, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

**Жакупов Алтынбек Аманжолович** – PhD, қауымдастырылған профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан.

e-mail: zhakupov\_aa\_1@enu.kz

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0381-6799>

**Sharapaeva Bota Zhanabekovna** – lecturer, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

**Шарапаева Бота Жанабековна** – преподаватель, Евразийский национальный университет имени Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

**Шарапаева Бота Жанабековна** – оқытушы, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан.

e-mail: botashka-14@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-6719-320X>

Date of submission of the article: 14.02.2026

Date accepted for publication: 27.03.2026

ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДА  
ТУРИСТІК БИЗНЕСТІ ДАМУДЫҢ  
ӨҢІРЛІК МӘСЕЛЕСЕРІ

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА  
В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ

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

<sup>1</sup>Baizakova A.S.<sup>a</sup>, <sup>1</sup>Zhakupov A.A., <sup>2</sup>Yeryomenko T.Y.<sup>b</sup>

<sup>1</sup>L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan

<sup>2</sup>«Turan-Astana» University, Astana, Kazakhstan

## SPATIAL ORGANIZATION AND CONCENTRATION OF TOURIST ACCOMMODATION IN THE EASTERN KAZAKHSTAN REGION

Baizakova Aiganyam Serikovna, Zhakupov Altynbek Amanzholovich, Yeryomenko Tatyana Yuryevna  
**Spatial organization and concentration of tourist accommodation in the Eastern Kazakhstan region**

**Abstract.** The article analyzes the spatial structure of tourist accommodations in the East Kazakhstan region based on the dynamics of the number of accommodations by stable administrative units from 2020 to 2024. The purpose of the study is to identify the degree of territorial differentiation, concentration, and typological differences in the development of accommodation infrastructure. The methodological basis includes descriptive statistics and the assessment of dynamics by territory, calculation of spatial concentration indices (Herfindahl–Hirschman index) and distribution unevenness (Gini coefficient), as well as clustering of territories based on a combination of average level, relative change, and variability of the indicator. The results confirm the structural transformation of the space: a core of territories with a high level of provision of accommodation facilities is forming, while peripheral areas with low values and limited dynamics are being preserved. Concentration and unevenness indicators show that the structural “framework” of distribution is being preserved, with a tendency toward increasing differences between groups of territories. The proposed typology (core-semi-periphery-periphery) can be used to justify differentiated management decisions in regional tourism policy and to prioritize infrastructure development measures.

**Key words:** spatial organization, tourist accommodation, spatial concentration, Herfindahl–Hirschman Index, Gini coefficient, East Kazakhstan Region.

Байзақова Айғаным Сериковна, Жақұпов Алтынбек Аманжолович, Ерёменко Татьяна Юрьевна

**Шығыс Қазақстан облысындағы туристік орналастыру объектілерін кеңістіктік ұйымдастыру және шоғырландыру**

**Аңдатпа.** Мақалада Шығыс Қазақстан облысындағы орналастыру нысандары санының ауытқуына негізделген туристерді орналастырудың кеңістіктік құрылымы талданады. Деректер 2020-2024 жылдардағы тұрақты әкімшілік бірліктерге негізделген. Зерттеудің мақсаты – орналастыру инфрақұрылымын дамытудағы аумақтық саралау, шоғырлану және типологиялық айырмашылықтар дәрежесін анықтау. Әдістеме сипаттамалық статистика мен динамиканы бағалауды, кеңістіктік концентрация индекстерін есептеуді (Херфиндаль-Хиршман индексі) және біркелкі емес үлестіруді бағалауды (Джинни коэффициенті), және орташа деңгей, салыстырмалы өзгерістер мен көрсеткіштің өзгергіштігін біріктіру арқылы аумақтарды кластерлеуді қамтиды. Нәтижелер кеңістіктік біртектіліктің трансформациясын растайды: орналастыру орындарының жоғары тығыздығымен сипатталатын аумақтарда ядро қалыптасса, перифериялық аймақтарда қанағаттанарлықсыз көрсеткіштер мен шектеулі динамика сақталады. Шоғырлану және біркелкі емес көрсеткіштер бөлудің құрылымдық «шеңберлерінің» сақталуын көрсетеді, бұл аумақтық топтар арасындағы диспропорциялардың нашарлау тенденциясымен бірге жүреді. Ұсынылған типология (ядро – жартылай периферия – периферия) аймақтық туристік саясат шеңберінде басқарудың сараланған стратегияларын негіздеу және инфрақұрылымды дамыту жөніндегі бастамаларды айқындау үшін қолданылады.

**Түйін сөздер:** кеңістіктік ұйымдастыру, туристерді орналастыру, кеңістіктік шоғырлану, Херфиндаль-Хиршман индексі, Джинни коэффициенті, Шығыс Қазақстан облысы.

Байзақова Айғаным Сериковна, Жақұпов Алтынбек Аманжолович, Ерёменко Татьяна Юрьевна

**Пространственная организация и концентрация туристских объектов размещения в Восточно-Казакхстанской области**

**Аннотация.** В статье анализируется пространственная структура размещения туристов в Восточно-Казакхстанской области, основанная на колебаниях количества объектов размещения. Данные основаны на стабильных административных единицах за 2020-2024 годы. Целью исследования является определение степени территориальной дифференциации, концентрации и типологических различий в развитии инфраструктуры размещения. Методология включает в себя описательную статистику и оценку динамики, расчет пространственных индексов концентрации (индекс Херфиндала-Хиршмана) и оценку неравномерного распределения (коэффициент Джинни), а также кластеризацию территорий путем объединения среднего уровня, относительных изменений и изменчивости показателя. Результаты подтверждают трансформацию пространственной неоднородности: формируется ядро территорий, которые характеризуются высокой плотностью жилых объектов, в то время как периферийные районы сохраняют демонстрирующие неудовлетворительные показатели и ограниченную динамику. Показатели концентрации и неравномерности указывают на сохранение структурных «рамоч» распределения,

что сопровождается тенденцией к усугублению диспропорций между территориальными группами. Предложенная типология (ядро – полупериферия – периферия) применима для обоснования дифференцированных стратегий управления в рамках региональной туристской политики и определения инициатив по развитию инфраструктуры.

**Ключевые слова:** пространственная организация, размещение туристов, пространственная концентрация, индекс Херфиндаля-Хиршмана, коэффициент Джини, Восточно-Казахстанская область.

**Introduction.** The spatial organization of tourism is one of the key factors in regional development, as tourist activity and related services form heterogeneous “hubs” of growth and peripheral areas with varying levels of involvement in the tourism economy. The East Kazakhstan region (EKR) has a unique natural landscape, which requires a thorough approach when planning tourist infrastructure, routes, accommodation facilities, taking into account the recreational load on the territory and the environment.

The East Kazakhstan region is known for its natural attractions, including Katon-Karagay National Park, the largest in Kazakhstan, which was designated as a UNESCO Biosphere Reserve in 2014 and as part of the transboundary biosphere reserve “Great Altai” in 2017 [1]. Despite its high tourism potential, issues related to the uneven distribution of tourist flows remain relevant. Within the framework of the National Concept for the Development of the Tourism Industry of the Republic of Kazakhstan for the period 2023–2029, particular emphasis is placed on regional tourism as one of the key drivers of economic growth. In this context, the East Kazakhstan region, possessing significant natural and cultural potential, plays an important role in achieving the objectives of the concept [2].

One of the most important factors influencing the transformation of the tourism space of the East Kazakhstan region is the administrative-territorial reform of 2022, including the establishment of the Abai region [3, 4]. This reform became a key step towards a more integrated approach to regional development, highlighting the need to strengthen local governance, promote economic growth, and improve the quality of life of the population. The creation of new districts contributed to the optimization of public administration and improved access to services by reducing distances to administrative centres and slowing migration processes. It should also be noted that changes in administrative boundaries lead to changes in the number of specially protected natural areas within regions, which in turn affects the planning and organization of tourist routes and tourist mobility [5].

These changes have significantly affected the structure of tourism infrastructure, including the spatial distribution of accommodation facilities and the

level of disparities across districts. In this regard, there is a need to analyse the territorial differentiation of the tourism space of the East Kazakhstan region in the context of ongoing socio-economic transformations, including rural development and the growing tourism activity in the Katon-Karagay district.

For a practical assessment of the spatial organization of the tourism sector, an important criterion is the distribution of accommodation facilities, because, unlike tourist flows, the accommodation infrastructure reflects the potential of the territory. That is, analysing the distribution of facilities by administrative districts makes it possible to identify a territorial imbalance. This helps to assess the degree of concentration of the tourist offer and draw practical conclusions for the regional tourism policy.

Despite the existence of studies devoted to the development of tourism in the regions of Kazakhstan, the regional level of analysis of the spatial structure of accommodation infrastructure remains underdeveloped, especially in terms of quantitative assessment of concentration and typology of territories. As a result, management decisions are often based on generalized indicators that do not reflect intra-group differences between areas. This leads to a research gap: a transparent methodological analysis is needed to determine the degree of concentration of accommodation infrastructure in specific areas, the evolution of the distribution structure over time. And the types of areas that can be distinguished based on their level and development dynamics.

**The purpose of this study** is to assess the spatial structure of tourist accommodation in the East Kazakhstan region based on the dynamics of the number of accommodations by stable administrative units from 2020 to 2024. To achieve this goal, the following **objectives of the study** have been set:

1. To characterize the territorial differentiation and dynamics of the number of accommodation facilities by administrative units.
2. To assess the degree of concentration and uneven distribution of accommodation facilities using the Herfindahl-Hirschman index and the Gini coefficient.
3. To form a typology of territories based on the combination of the level, dynamics, and sustainability

of the development of accommodation facilities (clustering) and interpret it from the point of view of tourism development management.

The scientific novelty of the study lies in the application of a set of quantitative indicators of concentration (HHI), inequality (Gini), and typology of territories to statistical data on accommodation facilities at the subregional level within the East Kazakhstan region. The practical significance is determined by the possibility of using the results obtained to justify a differentiated approach to regional tourism policy: the identification of the core, semi-periphery, and periphery allows for a more accurate formulation of priorities for infrastructure measures, business support, and improving the accessibility of tourism services.

The structure of the article includes an introduction, an overview of approaches to assessing the spatial structure of tourist accommodation, a description of data and analysis methods, the results of the assessment of differentiation and concentration, the typology of territories, and conclusions.

Literature review. Spatial organization of tourism in contemporary scientific literature is viewed as the result of the interaction between tourism resources, infrastructure, settlement, and transport accessibility, which form a stable configuration of the region's tourism space. One of the key elements of this configuration is accommodation facilities, which reflect the accumulated infrastructure potential of the territory and are characterized by high inertia compared to tourist flows. In this regard, accommodation facilities are widely used as an indicator of spatial tourism development at the regional and subregional levels [6, 7].

Studies of the spatial distribution of accommodation facilities show that their location is highly uneven and tends to form local concentrations. Based on data from urban and regional destinations, it has been established that hotels and other accommodation facilities are concentrated near transport hubs, tourist attractions, and business areas, forming the core of the tourist space [6-9]. Spatial-temporal analysis of hotel locations allows us to identify stable patterns of localization that persist over time and determine the structure of the tourist infrastructure of the territory [7].

An important area of research is the analysis of the spatial concentration of tourism activities and infrastructure. Indices borrowed from regional economics and economic geography are widely used for quantitative assessment of concentration, in particular the Herfindahl–Hirschman Index, which allows assessing the degree of concentration

of tourism supply between administrative units [10]. The application of this index in tourism research shows its suitability for analyzing regional and subregional tourism systems [11]. Along with this, the Gini coefficient is actively used to measure the unevenness of the spatial distribution of tourist facilities and to compare the levels of differentiation between territories [12].

The development of spatial analysis methodology has led to the emergence of modified approaches to measuring concentration that take into account spatial interactions between territories. The use of the so-called locational Gini allows for the influence of the proximity of administrative units and territorial connectivity to be taken into account, which is particularly important for regions with a sparse settlement network [13]. Despite their greater methodological complexity, these approaches confirm the basic conclusion about the tendency of tourism infrastructure to spatial concentration [13, 14].

A separate area of research is related to the clustering and typology of territories based on tourism development indicators. Cluster analysis is widely used to group regions and districts according to the level of infrastructure development, dynamics, and sustainability of tourism activities. The formation of typologies allows us to move from simple ranking of territories to the identification of structural groups—the core, semi-periphery, and periphery of the tourist space [15, 16]. In practical terms, such typologies are used to justify differentiated measures of regional tourism policy.

Studies of tourist clusters show that accommodation facilities often form spatial agglomerations together with catering, leisure, and transport enterprises, enhancing the effects of local development [8, 14]. The cluster structure of accommodation affects the competitiveness of destinations and the spatial distribution of tourist activity in both urban and regional tourism systems [17].

At the same time, much of the work on the spatial structure of tourism is based on detailed geodata and is analyzed mainly at the level of cities or individual destinations. Research at the administrative district level using official statistics on accommodation facilities is less common in the literature [10, 18]. This explains the relevance of studies aimed at identifying spatial differentiation and concentration of tourism infrastructure at the subregional level.

For Kazakhstan and its regions, scientific works mainly focus on the socio-economic effects of tourism and general trends in the development of the industry. Based on data from the East Kazakhstan region, the

importance of tourism for the regional economy and the need for a comprehensive assessment of its impact have been demonstrated [19]. At the same time, the spatial structure of tourist infrastructure at the district level has only been examined in fragments [20]. In this context, it is important to analyze the spatial differentiation, concentration, and typological structure of accommodation facilities in the region in order to supplement existing studies with a more detailed spatial approach and increase their practical significance.

**Materials and methods.** The study uses official statistical data on the number of accommodation facilities by administrative districts of East Kazakhstan Region for 2020-2024. The main indicator was selected for accommodation facilities in East Kazakhstan, which reflects the level of development of the basic tourist infrastructure at the territorial level. Due to the division of some districts, for comparability of data, only administrative districts that maintain stable borders throughout the entire observation period were included in the analysis. The districts formed as a result of administrative and territorial reforms from 2022 to 2024 were not included in the dynamic analysis.

To ensure data comparability for the period of 2020-2024, a retrospective approach was applied: territories transferred to the Abai region, as well as newly established districts lacking complete data for the entire period, were excluded from the analysis. Data for 2020-2021 were aligned with the current administrative boundaries, which enabled a consistent comparison of indicators over time. This made it possible to trace the evolution of the emerging spatial structure of the tourism space.

Data processing and analysis were performed in the R environment. During the data preparation stage, the completeness of the time series was checked, the names of administrative units were unified, and the source tables were converted into a format that ensured correct spatial-temporal comparison of indicators.

The `dplyr` and `tidyr` packages (data preparation and transformation), `ggplot2` (visualization), `ineq` and `DescTools` (calculation of spatial concentration indices), as well as basic R functions for calculating dynamics and variation indicators, were used for statistical processing and visualization. Cluster analysis was performed using standard clustering procedures in the R environment.

Descriptive statistics methods were used to assess the spatial differentiation of accommodation development, including the calculation of mean and median values, as well as indicators of

variation between regions. The level of spatial concentration of tourist accommodation was assessed using concentration indices (the Gini coefficient and the Herfindahl–Hirschman index), which allow characterizing the degree of infrastructure concentration in individual administrative units.

The nature of changes in tourist accommodation levels across regions was assessed using indicators of relative dynamics and development sustainability, including the standard deviation and coefficient of variation for the period under review. Cluster analysis based on standardized indicators of accommodation level, dynamics, and sustainability was then used to identify typological differences among regions. Regions were grouped based on the similarity of standardized indicators, which helped reduce subjectivity in forming the typological clusters.

To obtain a generalized description of the spatial structure of tourist accommodation, an integrated assessment of the level of development of accommodation facilities by region was carried out, which made it possible to identify the spatial hierarchy of tourist development in the region. The results obtained reflect the spatial features of the development of accommodation facilities within the selected time interval and do not claim to identify long-term trends in the development of tourist infrastructure.

**Results.** Spatial differentiation of tourist accommodation. An analysis of the distribution of accommodation facilities across districts in East Kazakhstan Region for 2020–2024 revealed significant spatial differentiation. The values of the indicator vary considerably between districts, as evidenced by differences in average and median values and a high level of variation.

Even within a relatively short time frame, there is a persistent asymmetry in the distribution of tourism infrastructure, with a significant portion of accommodation facilities concentrated in a limited number of districts, while a number of areas are characterized by a low level of infrastructure provision. This indicates structural heterogeneity in the region's tourism space (Table 1).

The data presented in the table indicate that the development of accommodation facilities across districts is uneven: the gap between territories with minimum and maximum values persists throughout the entire period from 2020 to 2024. At the same time, most districts demonstrate relatively low levels, while a few territories significantly outperform others. The dynamics also vary: some districts show growth, whereas others experience stagnation or decline.

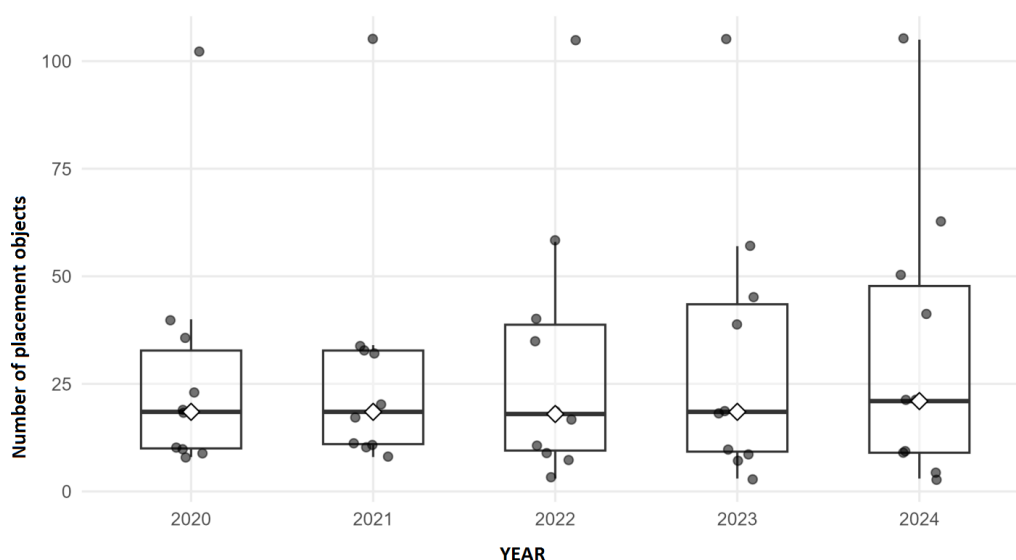
Table 1 – Descriptive statistics and dynamics of the number of accommodation facilities by administrative units of the East Kazakhstan Region in 2020-2024 (stable territories)

Area	2020	2024	Average	Median	Minimum	Maximum	Standart deviation	Coefficient of variaton (CV)	Growth in 2024 compared to 2020, %
Altai District	102	105	104,4	105	102	105	1,34	0,013	2,9
Ust-Kamenogorsk City	40	63	50,2	57	33	63	12,95	0,258	57,5
Katon-Karagay District	23	50	38	40	23	50	10,7	0,282	117,4
Ridder Town	36	41	37	36	34	41	2,92	0,079	13,9
Ulan District	18	21	19,4	19	18	21	1,14	0,059	16,7
Glubokovsky District	19	21	18,4	18	17	21	1,67	0,091	10,5
Shemonaikha District	9	9	10	10	9	11	1	0,1	0
Zaisan District	10	9	9,4	9	9	10	0,55	0,058	-10
Kurchum District	8	4	6,8	7	4	8	1,64	0,242	-50
Tarbagatai District	10	3	6	3	3	11	4,12	0,687	-70

Note: Authors constructed this note using data from Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan [21]

The coefficient of variation (CV) helps assess the stability of these changes (Figure 1): higher values indicate greater fluctuations over time. The values of standard deviation and CV reflect differences in the stability of tourism infrastructure development across districts. A high CV value in the Tarbagatai district (0.687) is associated with a sharp decrease in the number of accommodation facilities (from 10 to 3), which may indicate

structural changes in the area's development. In contrast, a low CV value in the Altai district (0.013) points to the stability of tourism infrastructure. Thus, variation indicators make it possible to distinguish between more stable and less stable areas of tourism development. Part of this dynamic may be linked to the administrative changes of 2022, including the creation of new districts from the territory of the Tarbagatai district.


 Figure 1 – Distribution of the number of placement facilities by administrative units of the East Kazakhstan Region in 2020–2024  
 Note: compiled by authors based on sources [21]

The swing diagram shows a stable transformation heterogeneity in the distribution of accommodation facilities between administrative units in the region: in all years, there is a wide spread of values with a relatively compact median. The presence of observations in the upper range, significantly above the main cluster, indicates leading territories that form the infrastructural core of tourist accommodation. In 2023-2024, the spread and upward shift of the upper values will visually intensify, indicating not so much uniform growth as the growth of individual territories. Overall, the distribution remains asymmetrical: most territories are concentrated at the bottom of the scale, while the contribution of the leaders is significantly above average.

Spatial concentration of accommodation facilities.

The calculation of spatial concentration indices showed that tourist accommodation in East Kazakhstan Region is characterized by moderate but stable concentration. A comparison of the Gini coefficient and the Herfindahl-Hirschman index at the beginning and end of the period under review indicates that the established core of tourist accommodation has been preserved.

The results suggest a spatial hierarchy of tourism infrastructure, in which individual areas serve as important accommodation centers, while a significant portion of the territory remains on the periphery of tourism development. This structure reflects stable spatial differences in the level of infrastructure development rather than transient variations (Figure 2a).

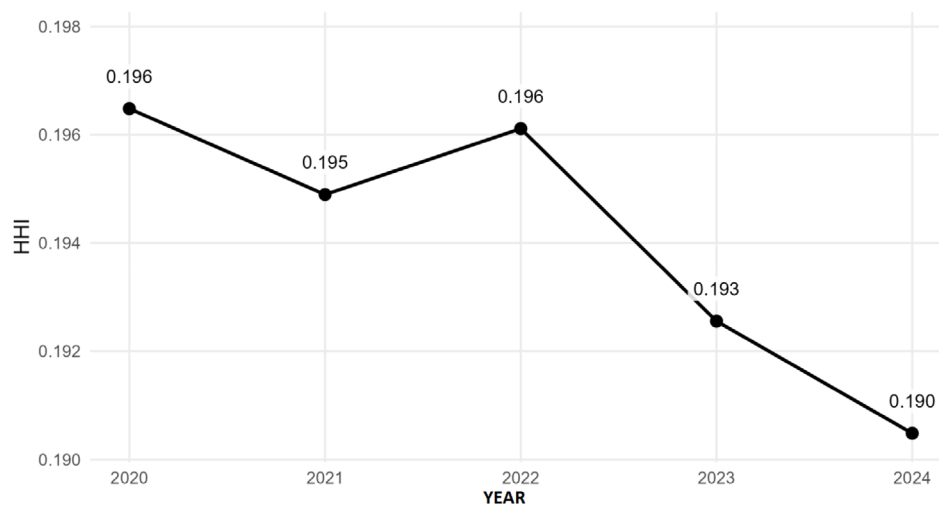


Figure 2a – Dynamics of the Herfindahl–Hirschman Index (HHI) of concentration of placement objects in the East Kazakhstan Region in 2020–2024

Note: compiled by authors based on sources [21]

HHI values fluctuate within a narrow range of 0.190-0.196, indicating a relatively stable distribution structure of placement objects between territories. At the same time, there is a decline in the index by 2024 (from 0.196 to 0.190), which is interpreted as a weak trend towards deconcentration: the share of leading territories in the total number of facilities is slightly decreasing, or growth is occurring not only in one “core.” However, the scale of the changes is small, so the structural “framework” of distribution remains the same: distribution is still noticeably concentrated around a limited number of territories (Figure 2b).

In 2020-2021, the Gini coefficient indicates a moderate level of inequality (0.448 → 0.433). Starting from 2022, the indicators are growing (0.495-0.501),

reflecting high inequality. A Gini coefficient of 0.501 indicates a relatively high level of inequality in the distribution of tourism infrastructure across the East Kazakhstan region. This pattern is driven not only by natural conditions but also by socio-economic factors: investment, transport accessibility, and tourist demand are concentrated in specific growth areas such as the Katon-Karagay district and Ust-Kamenogorsk, while peripheral districts, including Tarbagatai and Kurchum, lag significantly behind. As a result, a limited number of territories concentrate the majority of accommodation facilities, reflecting a spatial pattern of tourism concentration characteristic of the region. Only a limited number of territories are experiencing changes, while most of them remain at a low level (Table 2).

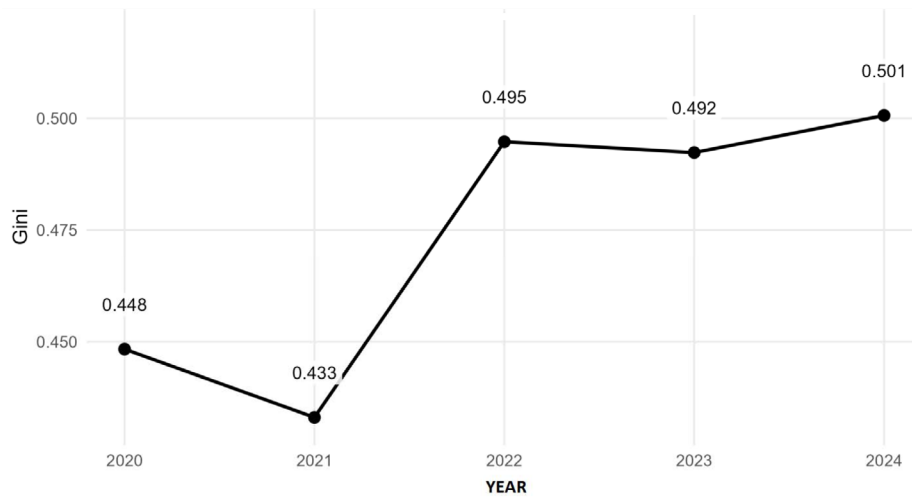


Figure 2b – Dynamics of the Gini coefficient of uneven distribution of placement objects in the East Kazakhstan Region in 2020-2024  
 Note: compiled by authors based on sources [21]

Table 2 – Indices of spatial concentration and uneven distribution of placement objects in the EKR (HHI and Gini coefficient), 2020-2024

Year	Herfindahl-Hirschman Index (HHI)	Gini coefficient
2020	0,196	0,448
2021	0,195	0,433
2022	0,196	0,495
2023	0,193	0,492
2024	0,19	0,501

Note: Compiled by authors

The table shows the dynamics of two complementary indicators of spatial structure. HHI values are within a narrow range (around 0.190-0.196), which indicates relative stability in concentration: the distribution of facilities between territories retains its basic “framework” and does not undergo any sharp structural shifts. At the same time, the Gini coefficient shows more noticeable dynamics and reaches values of around 0.495-0.501 in 2022-2024, which indicates an increase in spatial unevenness.

The decline in the Herfindahl-Hirschman Index (HHI) alongside the increase in the Gini coefficient does not represent a contradiction but reflects different aspects of the spatial structure: a decrease in overall concentration may occur simultaneously with a widening gap between territories. In the East Kazakhstan region, this is manifested in the growing importance of specific tourism centres. For instance,

an increase in the number of accommodation facilities is observed in the Katon-Karagay and Altai districts, while a decline in tourism infrastructure is recorded in others, such as Tarbagatai and Kurchum. As a result, the overall structure becomes less concentrated but more uneven. Such dynamics are typical of regions undergoing structural transformation and reflect the process of forming a new spatial organization of tourism.

**Discussion.** The results of cluster analysis made it possible to form a typology of regions in the East Kazakhstan Region by level and nature of accommodation development. The typology distinguishes between groups of regions with a relatively high and stable level of development of tourist accommodation, regions with an average level and moderate dynamics, and territories with limited and unstable infrastructure development.

The typology reflects the spatial structure of tourism development in the region and allows us to move from describing individual indicators to a comprehensive characterization of territories.

The identification of typological groups creates the basis for a differentiated approach to managing the development of tourism infrastructure at the district level (Figure 3).

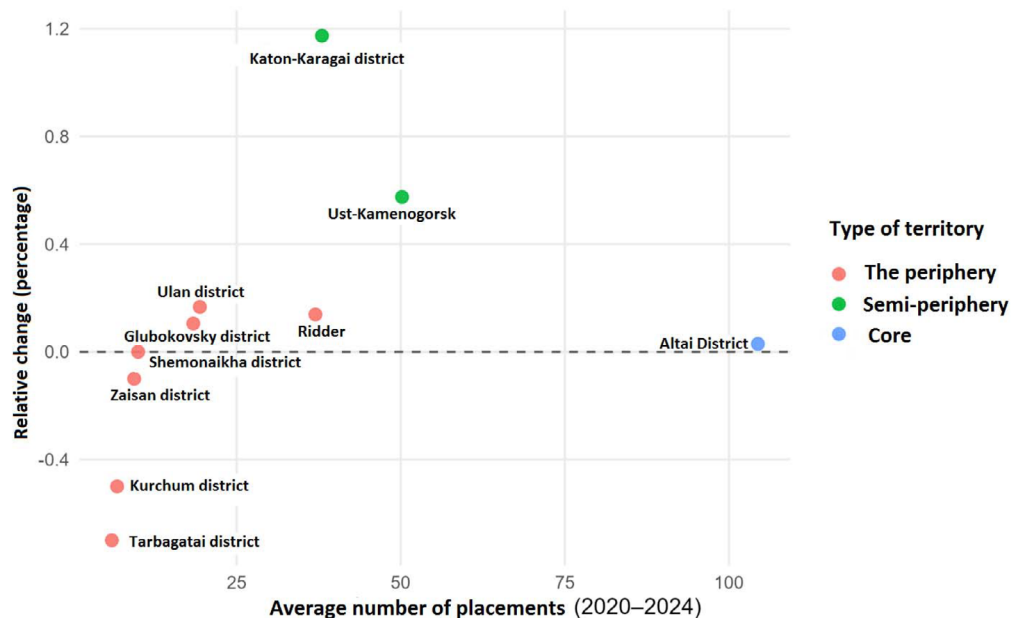


Figure 3 – Typology of administrative units in the East Kazakhstan Region by level and dynamics of development of placement facilities (average and relative change for 2020-2024)  
Note: compiled by authors based on sources [21]

The diagram clearly confirms the existence of a spatial hierarchy: territories are grouped into three types-core, semi-periphery, and periphery. The core is characterized by the highest average level of placement objects with near-zero dynamics, which corresponds to a mature and stable infrastructure base (on the graph, this is the territory with the highest average value). Semi-peripheral territories

show a noticeable rate of growth at an average level of development. In Katon-Karagai, the increase is +120 %, in Ust-Kamenogorsk +60 %. Such dynamics confirm the growth of investment and entrepreneurial activity in the region. In some regions, there is a decrease in indicators due to the closure or legal re-registration of accommodation facilities (Table 3).

Table 3 – Typology of administrative units in the East Kazakhstan Region by level and dynamics of development of placement facilities (clustering: core – semi-periphery – periphery), 2020-2024

Territory	Average (2020–2024)	Relative change (share)	Relative change, %	Standard deviation	Cluster	Territory type
Altai District	104,4	0,029	2,9	1,34	2	Core
Ust-Kamenogorsk City	50,2	0,575	57,5	12,95	1	Semi-periphery
Katon-Karagay District	38	1,174	117,4	10,7	1	Semi-periphery
Ridder Town	37	0,139	13,9	2,92	3	Periphery

Ulan District	19,4	0,167	16,7	1,14	3	Periphery
Glubokovsky District	18,4	0,105	10,5	1,67	3	Periphery
Shemonaikha District	10	0	0	1	3	Periphery
Zaisan District	9,4	-0,1	-10	0,55	3	Periphery
Kurchum District	6,8	-0,5	-50	1,64	3	Periphery
Tarbagatai District	6	-0,7	-70	4,12	3	Periphery

Note: Authors constructed this note using data from Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan [21]

The table presents the results of the typology of territories based on a combination of level (average value for 2020-2024), dynamics (relative change 2024/2020), and stability (standard deviation). The identification of clusters allows us to move from a simple listing of values to an interpretation of the spatial structure of the region as a “core-semi-periphery-periphery” system.

The clustering of districts was carried out based not only on the number of accommodation facilities but also on their growth dynamics and development stability. This approach makes it possible to consider accommodation as an element of the spatial organization of tourism rather than merely a set of quantitative indicators. The Altai district forms the core due to its high concentration and stability. Ust-Kamenogorsk and the Katon-Karagay district are classified as semi-peripheral areas, as they demonstrate strong growth and are increasing their importance within the accommodation structure despite their smaller scale. The remaining districts, including Ridder, are classified as peripheral, as they are characterized by weaker dynamics or declining indicators.

The resulting typology reflects processes of concentration and redistribution of tourism infrastructure in the region and provides a more accurate description of the emerging spatial structure of accommodation.

The results confirm that the development of tourism infrastructure is spatially selective and requires consideration of territorial specifics when forming regional tourism policy.

**Conclusion.** The analysis of the spatial structure of tourist accommodation in the East Kazakhstan region revealed a transformation in the territorial distribution of accommodation facilities. The results show that tourism accommodation in the region is developing unevenly and remains in a state of change. On the one hand, certain areas, particularly

the Altai district, maintain a stable concentration of accommodation facilities; on the other hand, disparities between districts are increasing. This is due to the fact that some areas, such as the Katon-Karagay district and Ust-Kamenogorsk, are actively expanding their infrastructure, while others, including Tarbagatai and Kurchum, are experiencing a decline. Overall, this reflects a redistribution of tourism activity and the formation of a new spatial structure of accommodation.

The cluster analysis confirmed the division into core, semi-peripheral, and peripheral areas: some territories act as stable centers, others as zones of growth, while a number remain underdeveloped. This structure indicates that tourism development in the region is uneven and requires differentiated approaches for different types of territories.

The practical implications of the results can be expressed in the following recommendations:

- for core areas – maintaining service quality and diversifying tourism offerings to reduce pressure and enhance sustainability;
- for semi-peripheral areas – stimulating investment and developing accommodation infrastructure as growth points;
- for peripheral areas – implementing targeted support measures, including improving transport accessibility and basic tourism infrastructure;
- developing inter-district tourist routes to redistribute flows and reduce spatial disparities;
- introducing monitoring of the spatial distribution of accommodation facilities to identify emerging growth and decline areas in a timely manner.

A limitation of the study is the use of a single indicator, the number of accommodation facilities. In addition, the study does not include formal statistical hypothesis testing, which may be addressed in future research. Future research may be expanded by incorporating data on capacity, tourist flows, and the spatial location of facilities.

## References

- 1 Baizakova A. S., Zhakupov A. A., Yeryomenko T. Yu. Spatial planning of tourist and recreational areas: expansion of agritourism // *Problemy agrorynka*. – 2024. – № 4. – pp. 69-77. <https://doi.org/10.46666/2024-4.2708-9991.06>.
- 2 İdryşov M., Apyşeva A., Şolpanbaeva K. Ekonomicheskaiia effektivnost turizma v vostochno-kazahstanskoi oblasti: analiz i rekomendatsii [Economic efficiency of tourism in the East Kazakhstan region: analysis and recommendations] // *Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality*. – 2024. – №4(6). – pp. 54–61. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2024-4/6.05>.
- 3 Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated July 1, 2023, № 529. On changes in the boundaries of East Kazakhstan and Pavlodar regions and the establishment of the Abai region boundaries. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000529> (date of access: 12.01.2026).
- 4 Decree of the President of the Republic of Kazakhstan dated May 3, 2022, № 887. On certain issues of the administrative-territorial structure of the Republic of Kazakhstan. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/U2200000887> (date of access: 12.01.2026).
- 5 Kulikova E. N., Rotanova I. N. Prospects for the development of ecotourism in specially protected natural areas of the East Kazakhstan region under new administrative boundaries // *Opportunities for the development of local history and tourism in the Siberian region and adjacent territories*. – 2022. – pp. 25-30. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=49830397> (date of access: 12.01.2026).
- 6 Li M., Fang L., Huang X., Goh C. A spatial–temporal analysis of hotels in an urban tourism destination // *International Journal of Hospitality Management*. – 2015. – Vol. 45. – pp. 34–43. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2014.11.005>.
- 7 Fang L., Li H., Li M. Does hotel location tell a true story? Evidence from geographically weighted regression analysis of hotels in Hong Kong // *Tourism Management*. – 2019. – Vol. 72. – pp. 78-91. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.11.010>.
- 8 Anguera-Torrell O., Cerdan A. Which commercial sectors coagglomerate with the accommodation industry? Evidence from Barcelona // *Cities*. – 2021. – Vol. 112. – pp. 103112. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103112>.
- 9 Al-Saad S. A., Jawarneh R. N., Aloudat A. S. Spatiotemporal cluster analysis of reputable tourist accommodation in Greater Amman Municipality, Jordan // *Journal of Hospitality and Tourism Technology*. – 2023. – Vol. 14. – №4. – pp. 579-597. DOI: <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2021-0071>.
- 10 Fernandes P.O., Nunes A.M., Veloso C.M., Santos E., Ferreira F.A., Fonseca M.J. Spatial and temporal concentration of tourism supply and demand in Northern Portugal. Application of the Herfindahl-Hirschman index // *Advances in tourism, technology and smart systems: Proceedings of ICOTTS 2019*. – Singapore: Springer Singapore. – 2020. – pp. 263-273. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2\\_24](https://doi.org/10.1007/978-981-15-2024-2_24).
- 11 Gaki E., Kostopoulou S., Lagos D. Measuring regional inequalities in Greek tourism development. – 2013. <https://hdl.handle.net/10419/124025> (date of access: 12.01.2026).
- 12 Jiang L., Chen X., Pu L., Xue H. Spatio-temporal evolution characteristics of tourism ecological resilience in China // *Land*. – 2025. – Vol. 14. – №5. – Art. 966. DOI: <https://doi.org/10.3390/land14050966>.
- 13 Panzera D., Postiglione P. Measuring the spatial dimension of regional inequality: An approach based on the Gini correlation measure // *Social Indicators Research*. – 2020. – Vol. 148. – №. 2. – pp. 379-394. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11205-019-02208-7>.
- 14 Lee Y. J. A., Jang S., Kim J. Tourism clusters and peer-to-peer accommodation // *Annals of Tourism Research*. – 2020. – Vol. 83. – Art. 102960. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102960>.
- 15 Park S., Xu Y., Jiang L., Chen Z., Huang, S. Spatial structures of tourism destinations: A trajectory data mining approach leveraging mobile big data // *Annals of Tourism Research*. – 2020. – Vol. 84. – Art. 102973. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102973>.
- 16 Shpak N., Kulyniak I., Novakivskiy I., Oleksiv I. Clusterization in tourism development level’s assessment of regions: example of Ukraine // *Journal of Tourism and Services*. – 2023. – Vol. 14. – №. 26. – pp. 45-56. DOI: <https://doi.org/10.29036/jots.v14i26.444>.
- 17 Jędruch M., Furmankiewicz M., Kaczmarek I. Spatial analysis of asymmetry in the development of tourism infrastructure in the borderlands: The case of the Bystrzyckie and Orlickie Mountains // *ISPRS International Journal of Geo-Information*. – 2020. – Vol. 9. – №8. – pp. 470. DOI: <https://doi.org/10.3390/ijgi9080470>.
- 18 Weidenfeld A., Butler R. W., Williams A. M. Clustering and compatibility between tourism attractions // *International journal of tourism research*. – 2010. – Vol. 12. – №1. – pp. 1-16. DOI: <https://doi.org/10.1002/jtr.732>.
- 19 Aliyeva S., Chen X., Yang D., Samarkhanov K., Mazbayev O., Sekenuly A., Issanova G., Kozhokulov S. The socioeconomic impact of tourism in East Kazakhstan Region: Assessment approach // *Sustainability*. – 2019. – Vol. 11. – №17. – Art. 4805. DOI: <https://doi.org/10.3390/su11174805>.
- 20 Shayakhmetova L.M., Maydirova A.B. Current state of the tourism industry in the East Kazakhstan region // *Economic series of the Bulletin of the L.N. Gumilyov ENU*. – 2020. – №4. – pp. 215-222. DOI: <https://doi.org/10.32523/2079-620X-2020-4-215-222>.
- 21 Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. Official statistics. – URL: <https://stat.gov.kz/> (date of access: 16.12.2025).

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS // ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ

***<sup>a</sup> The First Author***

**Baizakova Aiganym Serikovna** – doctoral student, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

***<sup>a</sup> Первый автор***

**Байзакова Айғаным Сериковна** – докторант PhD, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

***<sup>a</sup> Бірінші автор***

**Байзакова Айғаным Сериковна** – PhD докторанты, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана қ., Қазақстан.

**e-mail:** aiganym.baiza@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0005-2259-3323>

***<sup>b</sup> The Author for Correspondence***

**Yeryomenko Tatyana Yuryevna** – Master of tourism, senior teacher of the Department of design, service and tourism, «Turana Astana» University, Astana, Kazakhstan.

***<sup>b</sup> Автор для корреспонденции***

**Ерёмченко Татьяна Юрьевна** – магистр туризма, старший преподаватель кафедры «Дизайн, сервис и туризм», Университет «Туран-Астана», г. Астана, Казахстан.

***<sup>b</sup> Хат-хабарларға арналған автор***

**Ерёмченко Татьяна Юрьевна** – туризм магистрі, «Дизайн, сервис және туризм» кафедрасының аға оқытушысы; «Тұран-Астана» университеті, Астана қ., Қазақстан.

**e-mail:** tanya170898@bk.ru

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0003-2773-336X>

**Zhakupov Altynbek Amanzholovich** – PhD, associate professor, acting professor of the Department of tourism, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

**Жакупов Алтынбек Аманжолович** – PhD, ассоциированный профессор, и.о. профессора кафедры «Туризм», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

**Жакупов Алтынбек Аманжолович** – PhD, қауымдастырылған профессор, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті «Туризм» кафедрасының профессор м.а., Астана қ., Қазақстан.

**e-mail:** altynbekz1981@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-0381-6799>

Date of submission of the article: 26.01.2026

Date accepted for publication: 26.03.2026

Байбуриев Р.М.<sup>а</sup>,  Әділбай Б.С.,  Шөкен А.Ш. 

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## ЖАҒАНДЫҚ СЫН-ҚАТЕРЛЕР МЕН ТҰТЫНУШЫЛЫҚ МІНЕЗ-ҚҰЛЫҚТЫҢ ТРАНСФОРМАЦИЯСЫ ЖАҒДАЙЫНДА ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИЗМНІҢ ҚАЗІРГІ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ

Байбуриев Руслан Муратович, Әділбай Бекзат Сабырханұлы, Шөкен Айман Шөкенқызы

**Жаһандық сын-қатерлер мен тұтынушылық мінез-құлықтың трансформациясы жағдайында халықаралық туризмнің қазіргі даму тенденциялары**

**Аңдатпа.** Мақала қазіргі заманғы халықаралық туризмнің даму тенденцияларын жаһандық экономикалық, технологиялық және эпидемиологиялық өзгерістер жағдайында анықтауға арналған. Зерттеудің мақсаты – әлемдік туристік нарықтың трансформациясының негізгі бағыттарын жүйелеу, сондай-ақ сұраныс құрылымының өзгеруіне және туристік бағыттардың бәсекеге қабілеттілігіне әсер ететін факторларды айқындау. Әдіснамалық негіз ретінде халықаралық ұйымдардың ғылыми жарияланымдары мен аналитикалық есептерін контент-анализі, статистикалық деректерді салыстырмалы талдау, сондай-ақ авторлық туристерге жүргізілген әлеуметтік сауалнама нәтижелері (n=1056) қолданылды. Зерттеу барысында ішкі және өңірлік туризмнің тұрақты өсім тенденциялары, туристік мінез-құлықты қалыптастырудағы цифрлық технологиялардың рөлі күшейіп келе жатқаны, тұрақты даму мен бағыттардың экологиялық жауапкершілігінің маңыздылығы артып келе жатқаны анықталды. Туристерді мотивациялық сипаттамалары бойынша сегменттеу жүргізіліп, негізгі тұтынушы топтары мен олардың сұранысының ерекшеліктері айқындалды. Туристік нарықтың трансформациясы бизнестің модельдерінің өзгеруімен, бағыттар арасындағы бәсекелестіктің күшеюімен және инновациялық басқару шешімдерін енгізу қажеттілігімен қатар жүреді екені белгіленді. Алынған нәтижелер туристік индустрияның сыртқы өзгерістерге бейімделу тетіктерін ғылыми тұрғыдан тереңірек түсінуге мүмкіндік береді және оларды ұлттық және өңірлік деңгейде туризмнің тұрақты дамыту стратегияларын әзірлеуде, сондай-ақ туристік бағыттардың бәсекеге қабілеттілігін арттыруға бағытталған туристік ұйымдардың қызметінде қолдануға болады.

**Түйін сөздер:** халықаралық туризм, жаһандық туристік трендтер, туризмнің тұрақты дамуы, туристік сұраныстың трансформациясы, туристердің мінез-құлқы, туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігі, жаһандық туристік нарық.

Байбуриев Руслан Муратович, Адильбай Бекзат Сабырханұлы, Шөкен Айман Шөкенқызы

**Современные тенденции развития международного туризма в условиях глобальных вызовов и трансформации потребительского поведения**

**Аннотация.** Статья посвящена выявлению современных тенденций развития международного туризма в условиях глобальных экономических, технологических и эпидемиологических изменений. Цель исследования заключается в систематизации ключевых направлений трансформации мирового туристского рынка, а также в определении факторов, влияющих на изменение структуры спроса и конкурентоспособность туристских дестинаций. Методологическую основу составили контент-анализ научных публикаций и аналитических отчетов международных организаций, сравнительный анализ статистических данных, а также результаты авторского социологического опроса туристов (n=1056). В ходе исследования выявлены устойчивые тенденции роста внутреннего и регионального туризма, усиление роли цифровых технологий в формировании туристского поведения, повышение значимости устойчивого развития и экологической ответственности дестинаций. Проведена сегментация туристов по мотивационным характеристикам, что позволило определить ключевые группы потребителей и особенности их спроса. Установлено, что трансформация туристского рынка сопровождается изменением бизнес-моделей, усилением конкуренции между дестинациями и необходимостью внедрения инновационных управленческих решений. Полученные результаты расширяют научное понимание механизмов адаптации туристской индустрии к внешним шокам и могут быть использованы при разработке стратегий устойчивого развития туризма на национальном и региональном уровнях, а также в деятельности туристских организаций, направленной на повышение конкурентоспособности туристских направлений.

**Ключевые слова:** международный туризм, глобальные туристские тренды, устойчивое развитие туризма, трансформация туристского спроса, поведение туристов, конкурентоспособность дестинаций, глобальный туристский рынок.

Baiburiyev Ruslan Muratovich, Adilbay Bekzat Sabyrkhanuly, Shaken Aiman Shakenkyzy

### Contemporary trends in international tourism development under global challenges and transformation of consumer behavior

**Abstract.** The article aims to identify contemporary trends in the development of international tourism under conditions of global economic, technological, and epidemiological changes. The purpose of the study is to systematize the key directions of transformation in the global tourism market and to determine the factors influencing changes in demand structure and the competitiveness of tourist destinations. The methodological framework includes content analysis of scientific publications and analytical reports of international organizations, comparative analysis of statistical data, and the results of an author's sociological survey of tourists (n=1056). The study reveals stable trends in the growth of domestic and regional tourism, the increasing role of digital technologies in shaping tourist behavior, and the growing importance of sustainable development and environmental responsibility of destinations. A segmentation of tourists based on motivational characteristics was carried out, which made it possible to identify key consumer groups and specific features of their demand. It was established that the transformation of the tourism market is accompanied by changes in business models, increasing competition between destinations, and the need to implement innovative management solutions. The results obtained expand the scientific understanding of the mechanisms of adaptation of the tourism industry to external shocks and may be used in developing strategies for sustainable tourism development at national and regional levels, as well as in the practical activities of tourism organizations aimed at improving the competitiveness of tourist destinations.

**Key words:** international tourism, global tourism trends, sustainable tourism, tourism demand transformation, tourist behavior, destination competitiveness, global tourism market.

**Кіріспе.** Халықаралық туризм – бүгінгі таңда әлемдік экономиканың ажырамас бөлігіне айналды, өзіндік табиғаты жағынан, туризм саласы өте серпінді және күрделі құбылыс. Соңғы он жылда туризм саласы елеулі өзгерістерге ұшырады: жаһандану процестері, технологиялық прогресс, геосаяси ахуалдың тұрақсыздануы, экологиялық мәселелердің шиеленісуі – осының бәрі халықаралық туризмнің жаңа бет-бейнесін қалыптастыруда шешуші рөл атқарды. Туризмнің трансформациялық сипатын айқындайтын тағы бір маңызды фактор – тұтынушылардың өзгермелі талаптары мен күтулері. Қазіргі заманғы турист бұрынғы пассивті қызмет алушы емес: ол саяхатты жоспарлауға белсенді қатысады, жеке тәжірибелерді іздейді, экологиялық жауапкершілікті бағалайды және цифрлық технологиялар арқылы өзінің таңдауын қалыптастырады.

Мақалада халықаралық туризмнің дамуындағы негізгі үрдістер кешенді талдауға алынды. Себебі, тұтынушылардың өзгермелі мінез-құлқы мен туристік нарықтың трансформациясы арасындағы себеп-салдарлық байланыс бұрынғы ғылыми еңбектерде жеткілікті дәрежеде ашылмаған. Зерттеуде тұтынушылық сұраныстың эволюциясы – жай статистикалық деректер ретінде емес, туристік саланың құрылымдық өзгерістерін қозғаушы күш ретінде қарастырылады. Зерттеудің ғылыми жаңалығы халықаралық туризмді статикалық емес, үздіксіз жаңарып отыратын динамикалық жүйе ретінде тұжырымдамалық тұрғыдан қайта қарастырылуында жатыр. Осы тұжырым туризм теориясы мен практикасы үшін жаңа зерттеу

бағыттарын ашуға және саланы мемлекеттік реттеу тетіктерін жетілдіруге ықпал етеді деп күтілуде.

Халықаралық туризм бүгінгі таңда мемлекеттердің экономикалық өсуінің маңызды қозғаушы күшіне, валюталық түсімдердің негізгі көздеріне және миллиондаған адамдарға жұмыс орындарын қамтамасыз ететін стратегиялық маңызды салаға айналуда. 2024 жылы туризм мен қонақжайлық индустриясы әлемдік ЖІӨ-ге жалпы үлесі 10,9 триллион АҚШ долларын құрады, бұл жаһандық экономиканың 10 %-ын білдіреді. Сонымен қатар, туризм саласы 2024 жылы әлем бойынша 357 миллион жұмыс орнын қамтамасыз етті, бұл әр 10-шы жұмыстың 1-іне сәйкес келеді [1]. Туризмнен түсетін халықаралық түсім 2024 жылы 1,6 триллион АҚШ долларына жетті, бұл нақты мәнде 2023 жылмен салыстырғанда 3 %-ға және 2019 жылмен салыстырғанда 4 %-ға артық [2].

**Зерттеудің мақсаты** – жаһандық әлеуметтік-экономикалық және эпидемиологиялық қиындықтар жағдайында халықаралық туризмнің дамуындағы заманауи үрдістерді анықтау және жүйелеу, сондай-ақ туризм индустриясының тұрақты даму тұрғысынан трансформациясын талдау және Қазақстан Республикасында оларды жүзеге асырудың ерекшеліктерін айқындау.

#### **Зерттеудің міндеттері:**

– Халықаралық туризмнің қазіргі жағдайын талдау. Пандемиядан кейінгі кезеңдегі туристік ағымдардың қалпына келу динамикасын зерделеу және әлемдік туризм нарығының негізгі көрсеткіштерін бағалау.

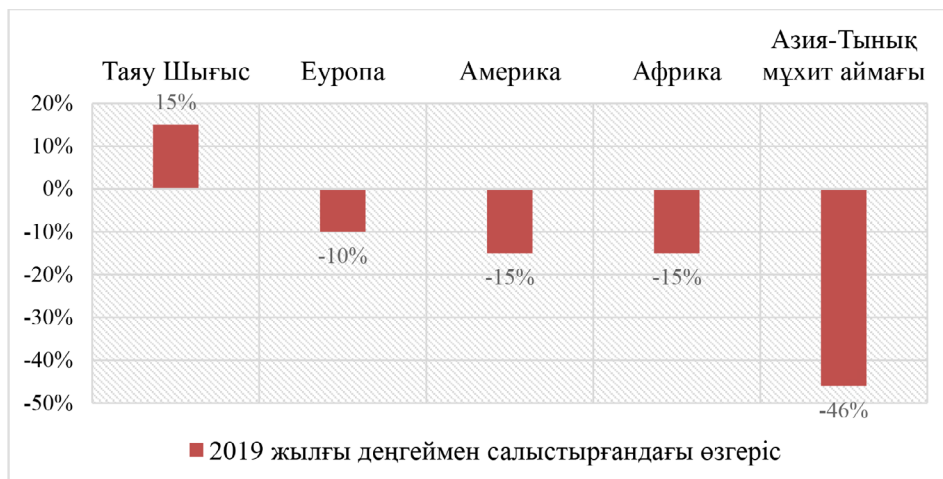
– Саяхатшылардың мінез-құлық үлгілерін зерттеу. Өртүрлі туристік сегменттердің мо-

тивациялары, қалаулары және тұтыну мінез-құлқын сипаттайтын кластерлерді анықтау және талдау.

– Туризм индустриясындағы бизнес-модельдердің трансформациясын талдау. Қонақ үй саласындағы, тәжірибелік туризмдегі инновациялық басқару тәсілдері мен бизнес-стратегияларын зерттеу.

Әлемдік экономиканың ең серпінді дамып келе жатқан салаларының бірі болып табылатын

халықаралық туризм жаһандану процестерінің қарқынды дамуы мен технологиялық прогрестің әсерінен түбегейлі өзгерістерді бастан кешуде. 2025 жылы әлемде 1,52 миллиард халықаралық турист тіркелген болатын, бұл 2024 жылмен салыстырғанда 4 %-ға немесе 60 миллион туристке артық, аталмыш көрсеткіш туризм саласының 2019 жылғы пандемиядан кейінгі және 2023 жылғы ағымдар санына қарағанда (сурет 1) елеулі қалпына келуін көрсетеді.



Сурет 1 – 2023 жылғы аймақтар бойынша туристік ағымдардың қалпына келу қарқыны (авторлар [3] дереккөз негізінде құрастырған)

Аймақтық тұрғыдан қарайтын болсақ, 2024 жылы туризмнің қалпына келуі әртүрлі болды. Таяу Шығыс аймағы ең күшті көрсеткіштерге жетіп, 2024 жылы пандемияға дейінгі деңгейден 32 %-ға жоғары, 95 миллион келушіні қабылдады. Африка 74 миллион турист қабылдап, 2019 жылмен салыстырғанда 7 %-ға артық болды. Еуропа, әлемдегі ең ірі туристік аймақ ретінде, 2024 жылы 747 миллион халықаралық келушіні қабылдады. Америка континенті пандемияға дейінгі көрсеткіштердің 97 %-ын қалпына келтіріп, 213 миллион туристті тіркеді.

Жекелеген елдер ерекше табыстарға қол жеткізді. Франция 2024 жылы 102 миллион халықаралық келушіні қабылдай отырып, жылына 100 миллионнан астам туристті қабылдаған алғашқы ел болды. Катар, Албания, Колумбия, Мальта және Сербия сияқты елдер өте күшті өсім көрсетті, бұл туристік нарықтардың әртараптандырылуын көрсетеді.

Алайда, туризм саласы климаттық өзгерістер, геосаяси тұрақсыздық, пандемиялық қауіптер және тұрақты даму қағидаттарын

сақтау қажеттілігі сияқты бірқатар қиындықтарға тап болуда. Туризм саласы 2024 жылы жаһандық ЖІӨ-нің 10 %-ын құрағанымен, климаттық әсерлер мен қоғамдастықтарға түсетін салмақ сияқты сыртқы факторларды шешу қажеттілігі күн тәртібінде тұр. Бұл жағдайлар халықаралық туризм дамуының жаңа бағыттары мен үрдістерін зерделеуді, оның болашақ келешегін болжауды және тиімді басқару механизмдерін әзірлеуді өзекті міндетке айналдырады.

Қазақстан Республикасы, туризм индустриясын экономикалық әртараптандыру, аймақтық даму және халықаралық бәсекеге қабілеттілікті арттыру үшін перспективті сала ретінде қарастырады. Осыған байланысты, әлемдік және ұлттық туризмді дамыту үрдістерін талдау және оларды елдің әлеуметтік-экономикалық жағдайларына бейімдеу ерекше өзекті болып табылады.

Көптеген отандық және шетелдік авторлар өз жұмыстарында ғаламдық туризм нарығына сараптама жүргізіп, даму перспек-

тиваларын талдаған [4–6]. Кейбір зерттеулер заманауи туризм индустриясын ілгерілетуде ғаламдық өзгерістер, соның ішінде, әсер ететін табиғи-антропогендік факторларға арналған [7-8]. Көптеген зерттеулер туризм үрдістерін статистикалық мәліметтерге шолу жасау арқылы сипаттама мен талдау жүргізуге бағытталған. Мысалы, 2019-2024 жылдар аралығында жарияланған әдебиетке шолу (n=148 мақала) жасанды интеллект пен тұрақты туризм арасындағы байланыстардың көпшілігі оң, болжамды, жалпы және оптимистік екенін көрсетті [9]. Алайда бар зерттеулердің көпшілігі бұл мәселенің жекелеген қырларын ғана талдаумен шектеледі немесе оны тар аяда қарастырады.

Осыған орай, халықаралық туризм дамуының негізгі бағыттары мен үрдістеріне әсер ететін негізгі факторларды анықтап, оның келешегін болжауға бағытталған практикалық ұсыныстарды әзірлеу үшін кешенді зерттеу жүргізу қажеттілігі туындайды. Осылайша, бұл зерттеу аталмыш мәселені шешуге бағытталған.

**Әдістер мен материалдар.** Зерттеудің эмпирикалық базасы ретінде отандық және шетел ғалымдарының ғылыми ізденістері мен еңбектері, халықаралық аналитикалық ұйымдардың есептері ұсынылған деректер болып табылады. Зерттеудің негізгі дерек көзі ретінде авторлармен құрастырылған сауалнама нәтижелері пайдаланылды.

Зерттеу барысында келесі ғылыми әдістер қолданылды:

– контент-талдау – есептегі негізгі тақырыптар мен үрдістерді жүйелеу, кешенді әдіснамаға негізделген, сандық және сапалық деректерді пайдалану.

– салыстырмалы талдау – аймақтар мен туристік сегменттер арасындағы айырмашылықтарды анықтау; әлемнің ірі қалаларын алты өлшем бойынша бағалау жүргізілді: жергілікті экономика, жергілікті қауымдастық, туристік тәжірибе, инфрақұрылым, табиғат пен қоршаған орта, мәдениет пен мұра.

– жүйелік тәсіл – туризм экожүйесінің элементтері арасындағы өзара байланыстарды анықтау. 2013 жылдан 2024 жылға дейінгі кезеңдегі уақыт бойынша өзгерістерді талдау, туризм трендтерінің эволюциясын қадағалау үшін ұзақ мерзімді деректер қарастырылды.

Зерттеу үдерісі бір-бірімен өзара логикалық байланыстағы бірнеше негізгі кезеңдерді қамтыды.

1. Зерттеудің бастапқы кезеңінде туризм және қонақжайлылық саласының қазіргі

дамуына қатысты отандық және шетелдік ғылыми еңбектерге, халықаралық ұйымдардың аналитикалық есептеріне шолу жасалынды.

2. Жиналған деректер жүйеленіп, өңделді және талданды. Бұл кезеңде контент-талдау, салыстырмалы талдау және құрылымдық-функционалдық талдау әдістері қолданылды. Өртүрлі өңірлердегі (Еуропа, Азия, Америка) туристік даму үрдістері салыстырылып, туристік сұраныс пен ұсыныс құрылымындағы айырмашылықтар анықталды.

3. Аналитикалық нәтижелер Қазақстанның ұлттық туризм жүйесінің ерекшеліктері тұрғысынан интерпретацияланды. Бұл кезеңде ішкі туризмді дамыту, өңірлік туристік кластерлерді қалыптастыру, туристік инфрақұрылым мен кадрлық әлеуетті жетілдіру мәселелері талқыланды.

4. Зерттеудің соңғы кезеңінде жүргізілген талдау негізінде ғылыми қорытындылар тұжырымдалды. Туризм және қонақжайлылық саласының тұрақты дамуын қамтамасыз етуге бағытталған практикалық ұсыныстар әзірленді. Алынған нәтижелердің ғылыми және практикалық маңыздылығы бағаланып, болашақ зерттеулерге арналған перспективалық бағыттар айқындалды.

Әдістемелік тұрғыдан зерттеу сапалық және сандық тәсілдерді ұштастыру арқылы жүргізілді, бұл алынған нәтижелердің ғылыми негізділігін қамтамасыз етті.

**Нәтижелер.** Халықаралық ұйымдармен берілген статистикалық мәліметтерді зерттеу нәтижесі, 2020 жылы халықаралық туристік ағымның 75 %-ға төмендегеннен кейін туризмнің 2024 жылдың соңына қарай толық қалпына келгендігін көрсетеді. Халықаралық ішкі туризм 2030 жылға қарай жылына 3 % өсіп, жыл сайын туристік түнеу саны 19 миллиардқа жетеді деп күтілуде. Осы уақыт аралығында халықаралық саяхат өзінің тарихи орташа деңгейі бойынша тоғыз миллиард түнеуге дейін өсетіндігін көрсетеді.

Жүргізілген зерттеулер саяхат шығындарының үш негізгі сегментін анықтады. Ішкі туризм нарығы әлемдік туристік шығындардың 75 %-ын құрайды және 2030 жылға қарай 6,0 триллион доллардан 8,6 триллион долларға дейін өседі деп болжанады. Аймақ ішіндегі саяхат екінші ең үлкен сегмент болып табылады, ол 16 %-дан 20 %-ға дейін өседі деп күтілуде. Аймақтар арасындағы саяхат қазіргі уақытта 9 %-ды құрайды және 2030 жылға қарай 11 %-ға дейін өседі (сурет 2).



Сурет 2 – Әлемдік туристік шығындардың 2030 жылға дейінгі өзгеріс болжамы (авторлар [9] дереккөз негізінде құрастырған)

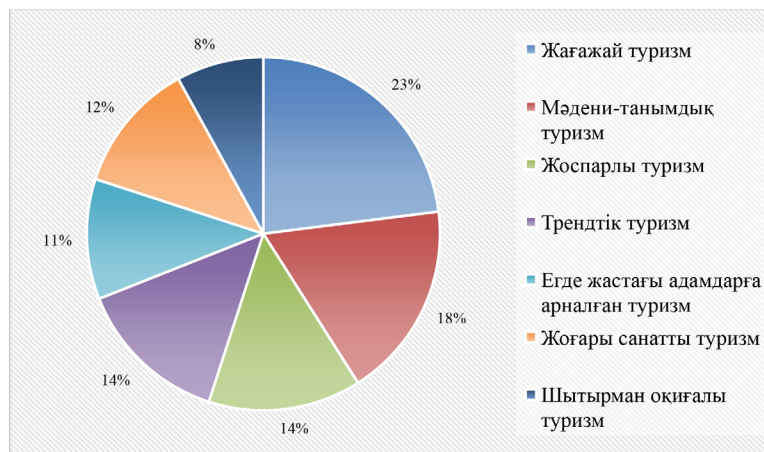
Еуропада халықаралық сапарлардың 70 %-ы аймақ ішінде қалады, ең танымал бағыттар Испания (18 %), Италия (10 %) және Франция (8 %) болып табылады. Азия аймағында аймақ ішіндегі саяхат қазіргі уақытта халықаралық сапарлардың шамамен 60 %-ын құрайды, бұл үлестің 2030 жылға қарай 64 %-ға дейін өсуі күтілуде.

Дәстүрлі туристік нарықтар (Солтүстік Америка, Океания және Батыс Еуропа) әлемдік туристік шығындардың 57 %-ынан 2030 жылға қарай 49 %-ға дейін төмендейді деп болжауға болады. Керісінше, жаңадан енген саяхатшылар саны (Таяу Шығыс және Солтүстік-Шығыс Азия) 23 %-дан 30 %-ға дейін өседі, ал өсіп келе жатқан дәстүрлі нарықтар (Шығыс Еуропа, Оңтүстік Азия, Оңтүстік-Шығыс Азия) 20 %-дан 21 %-ға дейін өседі.

Үндістан ерекше назар аударуды қажет етеді. Үндістандық саяхатшылардың шығын-

дары 2030 жылға қарай жылына 9 % өсіп, 217 миллиард доллардан 319 миллиард долларға жетеді деп болжанады. Шығыс Еуропа шығындары жылына 7 % өсіп, 148 миллиард доллардан 176 миллиард долларға жетеді. Оңтүстік-Шығыс Азия да жылына 7 % өсіп, 228 миллиард доллардан 369 миллиард долларға жетеді [10].

Халықаралық туризм дамуына әсер етуші, туристердің саяхаттау мақсатын анықтау үшін, отандық нарықта авторлармен жүргізілген туристер арасындағы сауалнама нәтижесі (1056 респондент), келесідей көрсеткіштерге ие болды (сурет 3). Сауалнама жүргізу арқылы, зерттеуші топ саяхатшылардың жеті анық кластерін (саяхат мақсатын) анықтауға мүмкіндік алды, олардың әрқайсысы өзіндік мотивациялары мен мінез-құлық үлгілеріне ие.



Сурет 3 – Саяхатқа деген ортақ көзқарастары мен мотивацияларын білдіретін саяхатшылар тобы (авторлармен құрастырылған)

Сауалнама нәтижесі бойынша, отандық демалыс пен жағажай саяхатын ұнататын туристер салыстырмалы түрде сирек саяхаттап, өз қаражаттарын үнемді жұмсайды, көпшілігі жеңіл қолжетімді танымал дестинацияларды қалайтындығы анықталды. Мәдени-танымдық туризм іздеушілері белсенді және жоғары бюджетті саяхатшылар болып табылады, олар әдетте демалысқа тәулігіне 150 доллардан астам қаражат жұмсайды.

Жоспарлы саяхатшылар (14 %) шынайы, мұқият таңдалған саяхаттарға таңдамалы түрде көп қаражат жұмсауға дайын, бірақ жалпы шығындарға мұқият қарайды. Трендке сезімтал саяхатшылар (14 %) жоғары бюджетті топ (демалысқа тәулігіне 150 доллардан астам қаражат жұмсайды) және дестинацияларды таңдау барысында әуелі достар мен отбасына (79 %), содан кейін әлеуметтік медиаға (62 %) жүгінеді.

Егде жастағы саяхатшылар (11 %) сирек саяхаттайтын, көбінесе жасы үлкен саяхатшылардан тұрады және жиі баратын дестинацияларға қайтып оралады. Жоғары санатты саяхатшылар (12 %) саяхат кезінде жоғары сапалы қонақ үйлерде тоқтайды және тек 20 %-ы құнның маңызды фактор екенін айтады. Шытырман оқиға іздеушілер (8 %) жас сегмент, саяхат мақсаттары

бірегей кездестіру мүмкіндіктерін ұсынатын белсенді демалыстарды ұнатады.

Қазіргі таңда, әлемдік нарықта люкс туризмге деген сұраныс, кез келген басқа саяхат сегментінен жылдамырақ өсуі күтілуде, әсіресе Азия мен Еуропа аймақтарында. Ғылыми ізденіс аясында, люкс саяхаттар туризм нарығының 35 %-ы ала отырып, турдың таза құны 100 мыңнан – 1 миллион доллар аралығындағы саяхатшылардан тұратынын көрсетеді. Бұл «люкс» сегменті дәстүрлі жоғары таза құнды жеке тұлғалардан (1-5 миллион доллар), өте жоғары таза құнды жеке тұлғалардан (5-30 миллион доллар) және ультражоғары таза құнды жеке тұлғалардан (30 миллион доллардан астам) айтарлықтай ерекшеленеді.

Жас бойынша сегментация 60 жастан төмен адамдар люкс демалысқа жұмсалатын шығындардың 80 %-ын құрайтынын көрсетеді. Бұл люкс провайдерлер үшін орта жастағы тұтынушыларға, соның ішінде жасөспірім балалары бар отбасыларға және перспективалы өмірлік құны жоғары жас сегментке назар аудару қажеттілігін көрсетеді.

Халықаралық туризм дамуының негізгі үрдістерін талқылайтын болсақ, жүргізілген зерттеу жұмыстары, алты өлшем бойынша (сурет 4) төрт негізгі дестинация архетипін анықтады.



Сурет 4 – Туристік дестинацияға ықтимал әсер тигізетін көрсеткіштер (авторлар [11] дереккөз негізінде құрастырған)

Туристік дестинацияға әсер тигізетін көрсеткіштер, әлем қалаларын біріктіруге бағытталған негізгі 4 дестинация архетипін жасауға көмектесті:

1. Маусымдық асыра жүктелген дестинациялар (Канкун, Дубровник, Марракеш қалалары) – келушілердің жоғары шоғырлануы, шектеулі

туристік ағымды басқару қабілеттерімен үйлеседі.

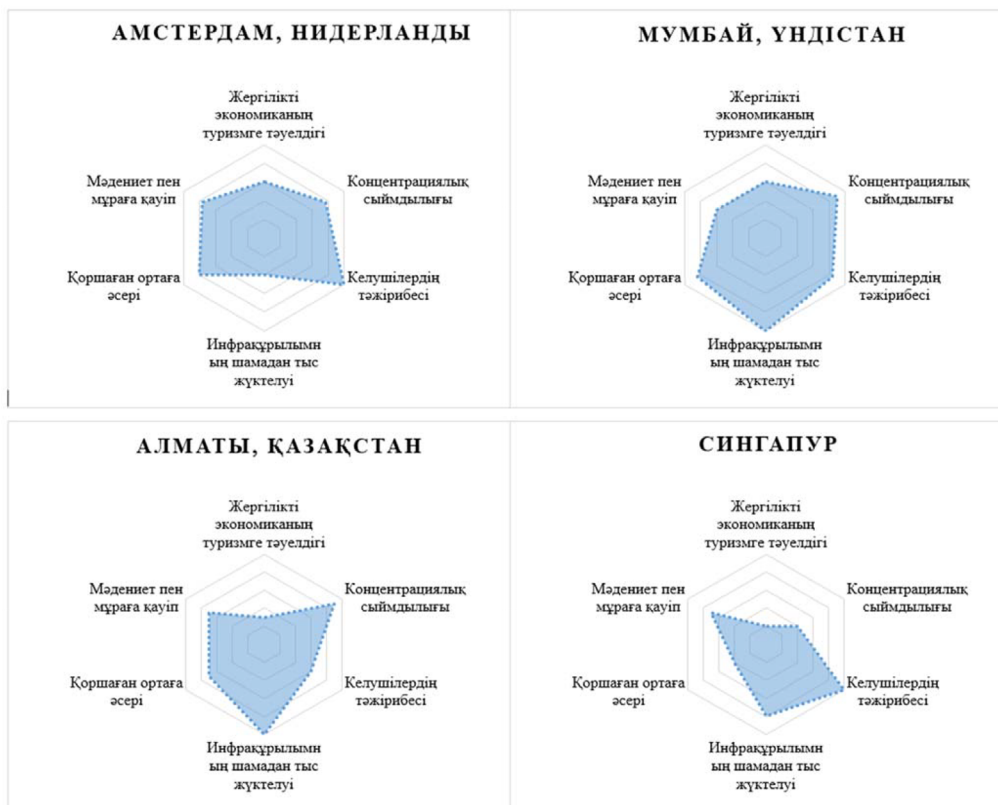
2. Өсіп келе жатқан күйзелген дестинациялар (Лос-Анджелес, Манила, Мумбай қалалары) – қазіргі уақытта келушілердің шектеулі санын қабылдайды, аталмыш дестинациялар шектеулі туризмді басқарудан туындаған күйзелген инфрақұрылым белгілерін көрсетеді.

3. Белсенді басқарылатын дестинациялар (Амстердам, Бангкок, Дубай қалалары) – келушілердің жоғары шоғырлануын қабылдайды және жауап ретінде сенімді келушілерді басқару ағындарын әзірлейді.

4. Теңдестірілген қуаттылық дестинациялары (Абу-Даби, Лима, Сингапур қалалары) – салыстырмалы түрде аз келушілерді қабылдайды,

бірақ дамыған туризмді басқару жүйелерін енгізген.

Алынған нәтижелердің визуалдық көрінісі жасалынып (сурет 5), архетиптер арасындағы байланыстар белгіленді. Статистикалық деректерді талдау және шетелдік авторлардың ғылыми еңбектерін жүйелі түрде зерделеу нәтижесінде туристік тәуекелдің шоғырлану деңгейі, сондай-ақ квинтильдер бойынша көрсеткіштер айқындалды [9]. Аталған әдістемелік тәсіл туристік тәуекелдердің аумақтық және құрылымдық ерекшеліктерін кешенді бағалауға мүмкіндік берді. Зерттеу нәтижелері әлемдік деңгейде туристік дестинациялардың даму үрдістерін, олардың бәсекеге қабілеттілігі мен тұрақтылық деңгейін анықтауға негіз қалады.



Сурет 5 – Дестинациялардың туристік дайындығының көпөлшемді талдауы (авторлармен құрастырылған)

Консолидация соңғы онжылдықты анықтаған басқа негізгі тренд болды. Бірнеше қонақ үй брендтері стратегиялық сатып алулар арқылы негізгі географиялық аймақтар мен тұтынушы сегменттеріндегі өздерінің орындарын тез өсірді, жол бойында масштаб экономикасына қол жеткізді.

Сонымен қатар, туризм индустриясы қазіргі таңда тұрақты даму мақсаттарын жүзеге асыруда, әлеуметтік нәтижелерге қол жеткізуде маңызды рөл атқарады. Кең ауқымды жаңа бағыттарды жылжыту мен кері байланыстар, мемлекеттік-жекеменшік серіктестікті нығайту арқылы туризм индустриясы туристік бағыттардың

инфрақұрылымын жаңғырту мен қайта құруға, тұрғындардың өмір сүру сапасын жақсартуға үлес қосады [12].

Круиз саласы әлемдік туризм нарығының тек 2 %-ын құрағанымен, соңғы онжылдықта табыстың жылына 6 % өсуіне қол жеткізді. Жаңа саяхатшыларды тарту және жаңа тәжірибелерді ұсыну негізгі өсу стратегиялары болды. 3000-нан астам орны бар мегакемелер 2015 жылдан бері әлемдік круиз флотының 27 %-дан 47 %-ға дейін өсті. Жағажайда экскурсиялар мен кемедегі казинолар сияқты қосымша қызмет түрлері орташа есеппен табыстың 30 %-ын құрады [13].

Тақырыптық саябақтарға саяхаттау соңғы онжылдықта жылына 3 % өсті. Азия-Тынық мұхит аймағы 2013-2021 жылдар аралығында жаңадан келуші туристердің жалпы санының 57 %-ын құрады. Миллениал ата-аналардың 78 %-ы және миллениал ата-ана емес адамдардың 75 %-ы тақырыптық саябаққа баруға қызығушылық танытады.

Туризмнің қарқынсыз дамуы көптеген дестинацияларда келушілердің шоғырлануының артуына әкелуде, бұл инфрақұрылымды асыра жүктеуге, табиғи және мәдени тартымдылықтарға зиян келтіруге әкелуі мүмкін. Зерттеу дестинациялардың осы қысымды болжау және азайту үшін белсенді шаралар қабылдауы керек екенін көрсетеді.

**Талқылау.** Халықаралық саяхат тартымды болғанымен, ішкі туризм әлі де нарықтың негізгі бөлігін құрайды және жаһандық саяхат шығындарының 75 %-ын береді. Бұл маңызды мағынаға ие, себебі туристік мекемелер халықаралық саяхатшыларға назар аударардан бұрын отандық туризмнің толық әлеуетін қамтамасыз етуі керек. Сондай-ақ, аймақ ішіндегі саяхат ішкі сапарлардан кейінгі ең үлкен саяхат сегменті болып табылады [14].

Осы тұрғыдан алғанда, туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігі тек маркетингтік белсенділікпен ғана емес, ең алдымен ұсынылатын қызметтердің нақты сапасымен айқындалады. Келушілердің қанағаттану деңгейі – осы сапаның ең шынайы және тікелей өлшемі болып табылады, өйткені ол нарықтың ешқандай сүзгісіз тұтынушының субъективті, бірақ шынайы бағасын бейнелейді. Қазақстан бойынша жиналған деректер де осы тезисті нақты сандармен растайды.

2025 жылдың қаңтар-шілде айларын қамтитын кезең ішінде жүргізілген зерттеу нәтижелері бойынша кіру туризміндегі келу-шілердің қанағаттану дәрежесі бірнеше қызмет салалары бойынша жеке-жеке бағаланды (кесте 1) [15]. Кестеде берілген деректер бес балдық шкала бойынша жіктелген: «өте жақсы» (5), «жақсы» (4), «қанағаттанарлық» (3), «жаман» (2) және «өте жаман» (1).

Кесте 1 – Қанағаттану дәрежесіне байланысты кіру келушілердің саны, қаңтар-шілде 2025 жыл [15]

Қызмет түрлері	Сапармен қанағаттандыру сатысы				
	5	4	3	2	1
	өте жақсы	жақсы	қанағаттанарлық	жаман	өте жаман
Орналастыру бойынша қызмет	17 494	2 006	96	2	491
Қоғамдық тамақтандыру объектілерінің қызметі	19 408	2 687	323	38	470
Көлік қызметі	18 133	2 964	222	58	459
Демалыс және ойын-сауық қызметтері	15 226	2 941	266	40	458
Эксперсиялық қызмет (гидтер қызметі)	10 786	2 340	664	183	494
Сапармен қанағаттану дәрежесін көрсеткен кіру келушілер саны	20 055	2 315	318	134	406

Сапармен жалпы қанағаттану дәрежесі бойынша бағасын берген 20 055 келуші «өте жақсы» деп белгілеген, бұл жалпы туристік тәжірибенің оң екенін аңғартады. Алайда «өте жаман» санатындағы 406 жауап, сондай-ақ «жа-

ман» деңгейіндегі 134 пікір назардан тыс қалмауы тиіс: бұл – туристік дестинацияның имиджіне тікелей зиян келтіруі мүмкін аудитория.

Осылайша, кестенің деректері ішкі туризм нарығының маңыздылығы туралы

жоғарыда келтірілген тезисті нақты контекстпен толықтырады: жоғары тұтынушылық қанағаттану – бұл ішкі де, халықаралық та туристік ағындарды ұстап тұрудың басты тетігі. Тұтынушының бағасы бір рет теріс болса, ол қайта оралмайды; бірақ оң тәжірибе туристің «бренд-елшіге» айналуына, яғни ауызша жарнаманың ең тиімді тетігіне айналуына жол ашады. Бұл тұжырым халықаралық туризмнің трансформациясы контекстінде сапа менеджментін стратегиялық басымдыққа айналдырудың қажеттілігін тағы бір мәрте дәлелдейді.

Жаһандық дағдарыстар туризм саласын қатты күйзелтті, әсіресе COVID-19 пандемиясы, әлемнің тұрақсыз саяси жағдайы аталмыш салаға үлкен әсер етіп, жоспарлау мен болжамдар шығаруға үлкен назар аудару қажеттігін көрсетті. Жаһандық дағдарыстар салдарынан, адамдар күнделікті өмірлерін әдеттегідей жалғастыра алмады. 2019 жылғы пандемия туризм бизнесіне екі тұрғыдан әсер етті: біріншіден, сұраныс жағы, бұл туристердің денсаулық, психологиялық және әлеуметтік қауіп туралы түсініктеріне қатысты болса, екіншісі ұсыныс жағы, бұл өтімділік мәселелерімен, жұмыс орындарының жоғалуымен, қозғалыс шектеулерімен және тағы басқалай әсер тигізді. Жаһандық өзгерістер қонақжайлылық, туристік және көлік салаларында шектеу ережелердің салдарынан туристік сыйымдылықтың азаюына жол ашты. Алайда, әлемде болып жатқан өзгерістер, жаңа туристік нарықтар мен трендтердің пайда болуына үлкен себепкер болды, әсіресе туристік талғамдардың трансформациясы, ішкі туризм нарығының дамуына, әсіресе Қазақстан үшін, өзінің оңтайлы жағын көрсете алды. Оның айғағы ретінде, 2025 жылғы ішкі туристер саны 2019 жылғы көрсеткіштермен салыстырғанда 1,5 есе артқан, дәлірек айтқанда былтыр Қазақстанда 6,5 миллион турист ел ішінде саяхат жасаған.

**Қорытынды.** Қазіргі таңда, еліміздің үкіметі өз назарын туристік бизнеске аударып бастады, дегенмен ол тұтастай алғанда экономикаға жұмыс істеуі керек екендігі енді ғана айтыла бастады. Әлем елдерінің үкіметтері туризм саласына төмен пайыздық несиелер, салықтық демалыстар немесе кепілдік бағдарламалары, қосымша құн салығын уақытша төмендету және басқа да шаралар түрінде қаржылық көмек көрсету үстінде. Мысал ретінде – Еуропалық Комиссия шағын компанияларға көмектесу үшін «Коронавирусқа қарсы инвестициялық бастама» атты бағдарламаға 37 миллиард еуро қаражат жұмсады. Сондай-ақ, дипломатиялық және халықаралық байланыс арналары арқылы туристік бағыттарды насихаттау және жарнамалау үкіметтің негізгі алға қойған міндеті екендігі жиі айтылып жатыр [16]. Туристердің сенімін қалпына келтіруде және олардың жағымды әсерлерін қалыптастыруда үкіметтер маңызды рөл атқаруда.

Ауыр зардап шеккен туристік секторды қалпына келтіру ақпараттың дәл, уақтылы және сенімді түрде таратылуына байланысты. Ақпаратты тарату саяхатшылардың тәуекелдерді қалай қабылдайтынына және оларға қалай жауап беретініне айтарлықтай әсер етеді. Туристердің назарын, хабардарлығын, сенімін және адалдығын жақсы жоспарланған маркетингтік коммуникация арқылы дамытуға болады. Алдағы 4-5 жыл аралығында, денсаулық сақтау және қауіпсіздік мәселелеріне байланысты шектеулерге байланысты жаппай туризмнің орнына тар нарықтарды іздеу қажеттілігі туындауы мүмкін [17]. Нәтижесінде, туроператорлар әртүрлі бағыттарды жеке тұлғаларға немесе шағын топтарға жарнамалай алады. Сонымен қатар, туристік топтар бағыттың қауіпсіздігін, тағамның сапасын, медициналық қызметтердің қолжетімділігін және тағы басқаларын атап өту арқылы өз қамту аясын кеңейте алады.

## Әдебиеттер тізімі

- 1 Travel & Tourism Economic Impact Research. – URL.: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (қол жеткізілген күні: 24.01.2026).
- 2 International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. – URL.: <https://www.untourism.int/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 3 Текущие тенденции в области международного туризма. – URL.: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2023.4.g51w645001604516> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 4 Веткина А.В., Саидова Л.И., Мударисов Р.Г. Мировые тренды развития туризма в эпоху глобализации // Международная торговля и торговая политика. – 2024. – Vol. 10 (2). – pp. 33-45. DOI: 10.21686/2410-7395-2024-2-33-45
- 5 Tso E. The Evolution of Global Tourism: Trends, Challenges, and Opportunities // International Journal of Open Publication and Exploration. – 2017. – Vol. 5. – Iss. 1. – pp. 21-26. URL.: [https://www.researchgate.net/publication/384055504\\_The\\_Evolution\\_of\\_Global\\_Tourism\\_Trends\\_Challenges\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/384055504_The_Evolution_of_Global_Tourism_Trends_Challenges_and_Opportunities) (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).

- 6 Кенжин Ж.Б., Куангалиева Т.К., Нурсапина К.У., Мукина Г.С., Домалатов Е.Б. Современный кризис мирового туристического рынка и возможности выхода // *Economy: strategy and practice*. – 2023. – Vol. 18(1). – pp. 133-144. DOI: 10.51176/1997-9967-2023-1-133-144.
- 7 Li S., Li H., Song H., Chen M. Mitigating Tourism Social Costs during a Pandemic: Evaluating Residents' Perceptions and Behavioral Intentions // *Journal of Travel Research*. – 2021. – Vol. 61. – pp. 493-510. DOI: 10.1177/00472875211000447.
- 8 Motevalli-Taher F., Paydar M.M. Supply chain design to tackle coronavirus pandemic crisis by tourism management // *Applied Soft Computing*. – 2021. – Vol. 104. – 107217. DOI: 10.1016/j.asoc.2021.107217.
- 9 Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024. – URL.: <https://www.mckinsey.com/industries/travel/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024#/> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 10 Thushara S. C., Su J. J., Bandara J. S. Forecasting international tourist arrivals in formulating tourism strategies and planning: The case of Sri Lanka // *Cogent Economics & Finance*. – 2019. – Vol. 7 (1). – Iss. 1. – Art. 1699884. DOI: 10.1080/23322039.2019.1699884.
- 11 Dupeyras A., MacCallum N. Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Tourism Papers, 2013/02/ – Paris: OECD Publishing, 2013. DOI: 10.1787/5k47t9q2t923-en.
- 12 Buhalis D., Leung X.Y., Fan D., Darcy S., Chen G., Xu F., Wei-Han Tan G., Nunkoo R., Farmaki A. Editorial: Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint // *Tourism Review*. – 2023. – Vol. 78 (2). – pp. 293–313. DOI: 10.1108/TR-04-2023-620.
- 13 Smirnov A., Smolokurov E., Timofeeva E., Krovsh S. Features of Development of Sea Cruise Tourism // *Transportation Research Procedia*. – 2022. – Vol. 61. – pp. 147-154. DOI: 10.1016/j.trpro.2022.01.024.
- 14 Nicula, V. Developments in the international tourism market before and after the pandemic // *Revista Economică*. – 2024. – Vol. 76 (3). – pp. 52-62. DOI: 10.56043/reveco-2024-0024.
- 15 Туризм статистикасы. Электрондық кестелер (2025). – Текст : электронды // Қазақстан Республикасы стратегиялық жоспарлау және реформалар агенттігінің Ұлттық статистика бюросы: – URL: <https://stat.gov.kz/en/industries/business-statistics/stat-tourism/spreadsheets/> (қол жеткізілген күні: 19.03.2026)
- 16 Thomas A., Chopra M. On how big data revolutionizes knowledge management / *Digital transformation in business and society*, Springer Books. – 2020. – pp. 39-60. DOI: 10.1007/978-3-030-08277-2\_3.
- 17 Fuchs G., Reichel A. An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination // *Tourism Management*. – 2011. – Vol. 32 (2). – pp. 266-276. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.012.

## References

- 1 Travel & Tourism Economic Impact Research. – URL.: <https://wtcc.org/research/economic-impact> (қол жеткізілген күні: 24.01.2026).
- 2 International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. – URL.: <https://www.untourism.int/news/international-tourism-recovers-pre-pandemic-levels-in-2024> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 3 Tekushhie tendencii v oblasti mezhdunarodnogo turizma. – URL.: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwtogad.2023.4.g51w645001604516> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 4 Vetkina A.V., Saidova L.I., Mudarisov R.G. Mirovye trendy razvitiya turizma v jepohu globalizacii // *Mezhdunarodnaja torgovlja i trgovovaja politika*. – 2024. – Vol. 10 (2). – pp. 33-45. DOI: 10.21686/2410-7395-2024-2-33-45
- 5 Tso E. The Evolution of Global Tourism: Trends, Challenges, and Opportunities // *International Journal of Open Publication and Exploration*. – 2017. – Vol. 5. – Iss. 1. – pp. 21-26. URL.: [https://www.researchgate.net/publication/384055504\\_The\\_Evolution\\_of\\_Global\\_Tourism\\_Trends\\_Challenges\\_and\\_Opportunities](https://www.researchgate.net/publication/384055504_The_Evolution_of_Global_Tourism_Trends_Challenges_and_Opportunities) (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 6 Kenzhin Zh.B., Kuangaliev T.K., Nursapina K.U., Mukina G.S., Domalatrov E.B. Sovremennyy krizis mirovogo turisticheskogo rynka i vozmozhnosti vyhoda // *Economy: strategy and practice*. – 2023. – Vol. 18(1). – pp. 133-144. DOI: 10.51176/1997-9967-2023-1-133-144.
- 7 Li S., Li H., Song H., Chen M. Mitigating Tourism Social Costs during a Pandemic: Evaluating Residents' Perceptions and Behavioral Intentions // *Journal of Travel Research*. – 2021. – Vol. 61. – pp. 493-510. DOI: 10.1177/00472875211000447.
- 8 Motevalli-Taher F., Paydar M.M. Supply chain design to tackle coronavirus pandemic crisis by tourism management // *Applied Soft Computing*. – 2021. – Vol. 104. – Art. 107217. DOI: 10.1016/j.asoc.2021.107217.
- 9 Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024. – URL.: <https://www.mckinsey.com/industries/travel/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024#/> (қол жеткізілген күні: 25.01.2026).
- 10 Thushara S. C., Su J. J., Bandara J. S. Forecasting international tourist arrivals in formulating tourism strategies and planning: The case of Sri Lanka // *Cogent Economics & Finance*. – 2019. – Vol. 7 (1). – Iss. 1. – Art. 1699884. DOI: 10.1080/23322039.2019.1699884.
- 11 Dupeyras A., MacCallum N. Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document, OECD Tourism Papers, 2013/02/ – Paris: OECD Publishing, 2013. DOI: 10.1787/5k47t9q2t923-en.
- 12 Buhalis D., Leung X.Y., Fan D., Darcy S., Chen G., Xu F., Wei-Han Tan G., Nunkoo R., Farmaki A. Editorial: Tourism 2030 and the contribution to the sustainable development goals: the tourism review viewpoint // *Tourism Review*. – 2023. – Vol. 78 (2). – pp. 293–313. DOI: 10.1108/TR-04-2023-620.
- 13 Smirnov A., Smolokurov E., Timofeeva E., Krovsh S. Features of Development of Sea Cruise Tourism // *Transportation Research Procedia*. – 2022. – Vol. 61. – pp. 147-154. DOI: 10.1016/j.trpro.2022.01.024.
- 14 Nicula, V. Developments in the international tourism market before and after the pandemic // *Revista Economică*. – 2024. – Vol. 76 (3). – pp. 52-62. DOI: 10.56043/reveco-2024-0024.

- 15 Turizm statistikasy. Jelektronдық kesteler (2025). – Tekst : jelektronды // Қазақстан Respublikasy strategijalyқ zhosparlau zhәне reformalar agenttiginiң Ұлттық statistika bjurosy: – URL: <https://stat.gov.kz/en/industries/business-statistics/stat-tourism/spreadsheets/> (қол zhetkizilgen күни: 19.03.2026)
- 16 Thomas A., Chopra M. On how big data revolutionizes knowledge management / Digital transformation in business and society, Springer Books. – 2020. – pp. 39-60. DOI: 10.1007/978-3-030-08277-2\_3.
- 17 Fuchs G., Reichel A. An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination // Tourism Management. – 2011. – Vol. 32 (2). – pp. 266-276. DOI: 10.1016/j.tourman.2010.01.012.

#### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

***“Автор для корреспонденции (первый автор)”***

**Байбуриев Руслан Муратович** – PhD, доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

***“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”***

**Байбуриев Руслан Муратович** – PhD, и.о. доцента, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

***“The Author for Correspondence (The First Author)”***

**Baiburiyev Ruslan Muratovich** – PhD, acting Associated professor, Al-Farabi Kazakh national university, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [Ruslan.Baiburiev@kaznu.edu.kz](mailto:Ruslan.Baiburiev@kaznu.edu.kz)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-8752-9190>

**Әділбай Бекзат Сабырханұлы** – магистр, оқытушы, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

**Адилбай Бекзат Сабырханұлы** – магистр, преподаватель, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

**Adilbay Bekzat Sabyrkhanuly** – Master degree, lecturer, Al-Farabi Kazakh national university, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [Adilbay.b@mail.ru](mailto:Adilbay.b@mail.ru)

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0009-8554-1052>

**Шәкен Айман Шәкенқызы** – PhD, доцент м.а., әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы қ., Қазақстан

**Шакен Айман Шакенқызы** – PhD, и.о. доцента, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан

**Shaken Aiman Shakenkyzy** – PhD, acting Associated professor, Al-Farabi Kazakh national university, Almaty, Kazakhstan

**e-mail:** [Aiman.Shaken@kaznu.edu.kz](mailto:Aiman.Shaken@kaznu.edu.kz)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-6730-6245>

<sup>1</sup>Кабланбек Д.М., <sup>2</sup>Мадиярова Д.М., <sup>1</sup>Расулова С.К., <sup>2</sup>Шадиева А.А.

<sup>1</sup>Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

<sup>2</sup>Центрально-Азиатский инновационный университет, г. Шымкент, Казахстан

## ВЛИЯНИЕ КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА САРЫАГАШСКОГО РАЙОНА НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Кабланбек Дильнура Мустапаевна, Мадиярова Диана Макаевна, Расулова Саодат Касымовна, Шадиева Айгуль Амирхановна

### Влияние кластерного развития туризма Сарыагашского района на социально-экономическое развитие региона

**Аннотация.** В статье проводится комплексный анализ особенностей формирования и развития туристской отрасли Сарыагашского района, рассматриваемой как значимый фактор социально-экономического развития региона. Оценивается влияние туристской деятельности на уровень занятости населения, развитие сервисной инфраструктуры, а также формирование доходной части местного бюджета. На основе анализа официальных статистических данных обоснована роль санаторно-курортного туризма как одного из ключевых направлений устойчивого территориального развития. В работе применяется сценарный подход, позволяющий определить возможные траектории развития туристского кластера Сарыагашского района в среднесрочной перспективе с учётом институциональных, инвестиционных и инфраструктурных условий. Особое внимание уделяется необходимости координации государственных и частных инициатив, направленных на повышение конкурентоспособности туристской отрасли и обеспечение бюджетной устойчивости региона.

**Ключевые слова:** туристский кластер, санаторно-курортный туризм, региональное развитие, бюджетная устойчивость, сценарный анализ.

Кабланбек Дильнура Мустапаевна, Мадиярова Диана Макаевна, Расулова Саодат Касымовна, Шадиева Айгуль Амирхановна

### Сарыағаш ауданы туризмінің кластерлік дамуының өңірдің әлеуметтік-экономикалық дамуына әсері

**Аңдатпа.** Мақалада Сарыағаш ауданының туристік саласының қалыптасуы мен дамуының ерекшеліктеріне кешенді талдау жүргізіледі және оның өңірдің әлеуметтік-экономикалық дамуына ықпалы қарастырылады. Туристік қызметтің халықты жұмыспен қамту деңгейіне, сервистік инфрақұрылымның дамуына, сондай-ақ жергілікті бюджеттің кіріс бөлігінің қалыптасуына әсері бағаланады. Ресми статистикалық деректерді талдау негізінде санаторий-курорттық туризм аумақтың орнықты дамуын қамтамасыз ететін негізгі бағыттардың бірі ретінде негізделеді. Зерттеуде институционалдық, инвестициялық және инфрақұрылымдық жағдайларды ескере отырып, Сарыағаш ауданының туристік кластерін орта мерзімді кезеңде дамытудың ықтимал траекторияларын айқындауға мүмкіндік беретін сценарийлік тәсіл қолданылады. Туристік саланың бәсекеге қабілеттілігін арттыру және өңірдің бюджеттік тұрақтылығын қамтамасыз ету мақсатында мемлекеттік органдар мен жеке сектор бастамаларының үйлесімділігінің маңыздылығына ерекше назар аударылады.

**Түйін сөздер:** туристік кластер, санаторий-курорттық туризм, өңірлік даму, бюджеттік тұрақтылық, сценарийлік талдау.

Kablanbek Dilnura Mustapaevna, Madiyarova Diana Makayevna, Rassulova Saodat Kasymovna, Shadiyeva Aigul Amirkhanovna

### The impact of cluster-based tourism development in the Saryagash district on the region's socio-economic development

**Abstract.** The article provides a comprehensive analysis of the formation and development of the tourism industry in the Saryagash district, which is considered a significant factor in the socio-economic development of the region. The impact of tourism activities on employment levels, the development of service infrastructure, and the formation of local budget revenues is assessed. Based on the analysis of official statistical data, the role of health and wellness tourism is substantiated as one of the key drivers of sustainable territorial development. A scenario-based approach is applied to identify possible development trajectories of the tourism cluster in the Saryagash district in the medium term, taking into account institutional, investment, and infrastructure conditions. Particular attention is paid to the importance of coordination between public authorities and private sector initiatives aimed at enhancing the competitiveness of the tourism industry and ensuring the fiscal sustainability of the region.

**Key words:** tourism cluster, health and wellness tourism, regional development, budget sustainability, scenario analysis.

**Введение.** Республика Казахстан, обладая обширной территорией и значительным разнообразием регионов, в условиях трансформации мирового рынка уделяет всё большее внимание развитию несырьевых отраслей экономики, способных обеспечить устойчивый экономический рост. В целях диверсификации экономики туристская отрасль рассматривается как одно из ключевых направлений, оказывающее существенное влияние на развитие сферы услуг, малого и среднего предпринимательства, формируя выраженный мультипликативный эффект [1].

В настоящее время государство реализует комплекс мер, направленных на переход от развития отдельных туристских объектов к формированию территориально интегрированных структур на основе кластерного подхода. Данный подход закреплён в стратегических и концептуальных документах Республики Казахстан и предполагает развитие туризма во взаимосвязи с инфраструктурой, транспортной системой, социальной сферой и локальными производственными цепочками [1, 2].

Для эффективного использования природно-экономического потенциала территорий туристский кластер рассматривается как инструмент повышения конкурентоспособности регионов.

В научной литературе широкое распространение получило понятие кластеризации. В экономической теории кластер трактуется как совокупность взаимосвязанных субъектов, территориально расположенных в непосредственной близости друг к другу, взаимодействие которых способствует росту производительности и повышению инновационной активности по сравнению с их функционированием по отдельности [3]. Для Казахстана, характеризующегося значительной территориальной неоднородностью как по географическим условиям, так и по уровню социально-экономического развития, кластерный подход приобретает особую значимость, способствуя формированию локальных центров экономической активности за пределами крупных городов.

Одним из перспективных регионов является Туркестанская область, обладающая высоким туристским потенциалом, основанным на сочетании историко-культурных и лечебно-оздоровительных ресурсов. Выделение лечебно-оздоровительного туризма в качестве одного из приоритетных направлений развития соответствует региональной стратегии развития туристской отрасли [2].

Сарыагашский район занимает важное место в формировании регионального туристского кластера, выступая как санаторно-курортная база и одновременно обладая потенциалом развития

экологического туризма. Это способствует формированию устойчивого спроса на туристские и сопутствующие услуги в регионе.

Анализ научных исследований в области кластерного развития туризма показывает, что большинство работ посвящено национальному и региональному уровням, тогда как отдельные административные районы изучены в меньшей степени [4]. В связи с этим значимость санаторно-курортного комплекса Сарыагашского района остаётся недостаточно исследованной и систематизированной.

Особого внимания требует недостаточная изученность влияния структуры доходов и расходов местного бюджета, а также уровня занятости населения на развитие туристского кластера.

Бюджетная система Сарыагашского района характеризуется значительной долей трансфертов из республиканского бюджета при ограниченном объёме собственных доходов. В этой связи развитие туристского кластера может выступать потенциальным источником расширения налоговой базы, повышения деловой активности и стимулирования развития инфраструктуры [5].

Вместе с тем сохраняется ряд институциональных и инфраструктурных ограничений, что обуславливает необходимость применения аналитических методов прогнозирования при формировании кластерной модели. В статье используется сценарный подход, позволяющий оценить возможные траектории развития туристского кластера с учётом неопределённости социально-экономических условий [6]. Применение сценарного подхода даёт возможность выявить как благоприятные, так и ограничивающие факторы развития экономики района на основе использования туристского потенциала.

**Целью** настоящего исследования является анализ кластерного развития туризма в Сарыагашском районе и оценка его влияния на социально-экономическое развитие региона. Для достижения поставленной цели в работе предполагается решение следующих **задач**:

- анализ теоретических основ кластерного подхода в развитии туризма;
- исследование социально-экономической характеристики Сарыагашского района;
- анализ структуры доходов и расходов местного бюджета с выделением туристского компонента;
- оценка роли туризма в формировании занятости и доходов территории;
- формирование сценарного прогноза развития туристского кластера на среднесрочную перспективу.

Объектом исследования является социально-экономическая система Сарыагашского района Туркестанской области. Предметом исследования выступают процессы кластерного развития туризма и их влияние на доходы, расходы и занятость региона. Научная новизна исследования заключается в комплексной оценке роли туристского кластера в системе социально-экономического развития Сарыагашского района на основе анализа бюджетных показателей и сценарного прогнозирования. Практическая значимость работы состоит в возможности использования полученных выводов при разработке и корректировке программ регионального развития и управления туристской отраслью.

**Материалы и методы.** Исследование выполнено на основе анализа процессов территориального развития отдельных районов, в которых туристская деятельность постепенно приобретает всё более значимое социально-экономическое значение. При рассмотрении данной проблематики использовались подходы, характерные для исследований региональной экономики и кластерного развития, в рамках которых особое внимание уделяется отраслевой специализации территорий и её влиянию на социально-экономические показатели [5, 6].

Информационной базой исследования послужили официальные статистические материалы, размещённые в открытом доступе. В работе использованы данные Бюро национальной статистики Республики Казахстан, а также отчёты и аналитические публикации местных исполнительных органов Туркестанской области и Сарыагашского района [2–4]. В анализ включены показатели доходов и расходов местного бюджета, численности туристов, количества санаторно-курортных организаций, а также сведения о реализуемых инфраструктурных проектах. Следует отметить, что часть статистических показателей представлена в агрегированном виде, что обусловлено особенностями официального раскрытия информации.

Обработка собранных данных осуществлялась с применением методов сравнительного и статистического анализа. Показатели рассматривались в динамике за период 2020–2024 гг. без детализированного разреза по отдельным направлениям. Такой подход позволил сосредоточиться на выявлении общих тенденций и изменений, связанных с развитием туристской деятельности на территории региона [2, 3]. При анализе бюджетных показателей использовался укрупнённый подход, широко применяемый в

региональных социально-экономических исследованиях.

Для оценки возможных направлений развития туристского кластера применялся сценарный подход. Данный метод используется при анализе процессов, развитие которых зависит от совокупности институциональных, экономических и инфраструктурных факторов [6]. В рамках исследования рассмотрены альтернативные траектории развития, различающиеся условиями реализации программных мероприятий и уровнем инвестиционной активности. Следует подчеркнуть, что разработанные сценарии носят аналитический характер и не предполагают точного количественного прогнозирования.

Прогнозные оценки формировались на основе выявленных тенденций и их логического продолжения. Использовалась экстраполяция динамики туристских потоков и развития инфраструктуры без корректировки исходных статистических данных [1, 2]. Несмотря на определённые ограничения данного подхода, он позволяет сформировать общее представление о возможных изменениях в развитии туристского кластера в среднесрочной перспективе.

В целом применённые методы обеспечили достаточную методологическую основу для анализа и интерпретации результатов исследования. Использование официальных источников данных и распространённых аналитических инструментов позволило обеспечить сопоставимость полученных выводов с результатами других исследований, посвящённых проблемам территориального и кластерного развития.

Следует отметить, что результаты исследования отражают авторскую интерпретацию рассматриваемых процессов и основаны на доступных на момент проведения анализа статистических данных. Ограничения исследования связаны с особенностями официального представления информации, а также различиями в подходах к её агрегированию, что в определённой степени влияет на глубину анализа отдельных показателей.

**Результаты.** Для анализа социально-экономического развития Сарыагашского района за период 2020–2024 гг. были использованы статистические данные и официальные публикации акиматов, государственные программы, а также аналитические обзоры, посвящённые развитию туризма и региональной экономики Республики Казахстан [1–4]. В целом сохраняется дотационный характер областной экономики, однако формируются устойчивые точки роста, связанные с развитием санаторно-курортного туризма [1–4].

Поскольку бюджетная система отражает фактические доходы и расходы района, ниже в таблице 1 представлены основ-

ные показатели, характеризующие динамику социально-экономического развития территории.

Таблица 1 – Основные показатели бюджета Сарыагашского района за 2020–2024 гг.

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024
Доходы бюджета, млрд тг	45,7	33,2	36,3	~40,0	~44,0
Расходы бюджета, млрд тг	45,8	33,4	36,3	~40,0	~44,0
Собственные доходы, млрд тг	н/д	н/д	5,0	~5,6	~6,0
Доля собственных доходов, %	~10	~12	14	~14	~14
Дефицит бюджета, млрд тг	-0,13	-0,22	-0,27	~-0,17	~-0,20
Источник: составлено автором, на основе источников [1–4].					

На основе представленных данных в отчетном периоде наблюдается зависимость бюджета Сарыагашского района от межбюджетных трансфертов. Доля собственных доходов не превышает 14%, что свидетельствует об ограниченности налоговой базы и высокой степени перераспределения финансовых ресурсов. Вместе с тем за рассматриваемый период прослеживается положительная динамика увеличения собственных доходов, обусловленная ростом предпринимательской активности в районе.

Расходная часть бюджета в значительной степени коррелирует с доходной, что отражает жесткие рамки бюджетного планирования и минимальный уровень дефицита. Основная часть бюджетных средств направляется на развитие социальной сферы и инфраструктуры, что соответствует национальным приоритетам территориального развития.

Для более детальной оценки направлений использования бюджетных ресурсов проанализирована структура расходов бюджета Сарыагашского района, представленная в таблице 2.

Таблица 2 – Структура расходов бюджета Сарыагашского района по основным направлениям за 2020–2024 гг., %

Направление расходов	2020	2021	2022	2023	2024
Образование	45–48	46–49	47–50	48–50	48–50
Социальная защита и помощь	12–14	13–15	13–15	14–15	14–15
ЖКХ и инфраструктура	15–17	14–16	14–16	15–17	15–17
Транспорт и коммуникации	5–7	5–7	6–8	6–8	6–8
Культура, спорт и туризм	2–3	2–3	3–4	3–4	3–4
Прочие расходы	6–8	6–8	6–7	6–7	6–7
Источник: составлено автором, на основании источников [1–4]					

Как видно из таблицы, структура расходов бюджета Сарыагашского района преимущественно ориентирована на финансирование образовательной и социальной сфер. При этом расходы, непосредственно направленные на развитие куль-

туры, спорта и туризма, занимают относительно небольшую долю. Вместе с тем значительная часть бюджетных средств косвенно способствует развитию туристского сектора, обеспечивая транспортную доступность, развитие инженерной

инфраструктуры и повышение качества сервиса в курортных зонах.

Отличительной особенностью Сарыагашского района является сформировавшийся лечебно-оздоровительный кластер, который в рассматриваемый период стал одним из наиболее динамично развивающихся секторов

экономики района. Это подтверждается ростом туристского потока и расширением сети санаторно-курортных организаций за счёт привлечения инвестиций в отрасль [5–7]. Количественные показатели развития туристского кластера систематизированы и представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Основные показатели развития туристского кластера Сарыагашского района за 2020–2024 гг.

Показатель	2020	2021	2022	2023	2024
Число туристов, тыс. чел.	85	112	142,5	~156	~150
Количество санаториев и оздоровительных объектов, ед.	>50	53	57	~60	64
Новые туристские объекты, ед.	4	4	3	3	–
Созданные рабочие места, чел.	~60	~50	~100	~80	н/д
Источник: составлено автором, на основании источников [5–8]					

Анализ данных, представленных в таблице 3, показывает, что за период 2020–2024 гг. туристский поток в Сарыагашском направлении увеличился почти в два раза. Снижение показателей в 2020 году было обусловлено пандемийными ограничениями. В последующие годы наблюдается устойчивый рост, связанный со строительством новых объектов размещения и модернизацией действующих санаторно-курортных организаций, что способствует привлечению туристов различных ценовых категорий.

Рост туристского потока оказывает положительное влияние на рынок труда, способствуя созданию новых рабочих мест и повышению спроса на квалифицированные кадры. Развитие туризма стимулирует деловую активность не только в самой отрасли, но и в смежных сферах, включая торговлю, общественное питание, бытовые услуги, транспорт и другие виды экономической деятельности.

Формирование туристского кластера в Сарыагашском районе осуществляется при активной государственной поддержке в рамках программ развития туризма и территориального развития [9]. Для обеспечения устойчивого функционирования кластера реализуются меры поддержки малого и среднего предпринимательства.

В целом результаты анализа свидетельствуют о наличии мультипликативного эффекта от развития туристского кластера, проявляющегося в расширении занятости, росте доходной базы бюджета и активизации структуры региональной экономики.

**Обсуждение.** Для проведения более комплексного анализа применяется сценарный метод, широко используемый в региональных исследованиях и рекомендуемый международными организациями, включая OECD [9]. Данный подход позволяет учитывать неопределённость социально-экономических условий и оценивать возможные траектории развития исследуемой территории.

В рамках исследования выделены три сценария развития туристского кластера: негативный, базовый и оптимистичный. Каждый из них отражает различные условия реализации программ развития, уровень инвестиционной активности и степень инфраструктурных преобразований.

В таблице 4 представлены прогнозные значения численности туристов в Сарыагашском районе в соответствии с рассматриваемыми сценариями развития.

Таблица 4 – Прогноз численности туристов в Сарыагашском районе по сценариям, тыс. чел.

Год	Негативный сценарий	Базовый сценарий	Оптимистичный сценарий
2024 (факт)	150	150	150
2025	145	160	175
2026	140	170	195

Примечание – составлено автором, на основании анализа данных

На основании представленных данных можно отметить, что негативный сценарий предполагает замедление темпов реализации государственных программ, а также сохранение существующих инфраструктурных ограничений. При данных условиях возможно незначительное снижение численности туристов или замедление темпов их роста.

Базовый сценарий характеризуется реализацией действующих государственных программ без существенных отклонений от запланированных параметров. В данном случае прогнозируется стабильный ежегодный рост численности тури-

стов, соответствующий текущим тенденциям развития отрасли.

Оптимистичный сценарий возможен при условии применения системного и структурированного подхода к развитию туристского кластера, включающего эффективную реализацию государственных программ при активном привлечении частных инвестиций. В этом случае ожидается более интенсивный рост туристского потока, обусловленный ускоренным развитием инфраструктуры, повышением качества услуг и расширением туристского предложения.

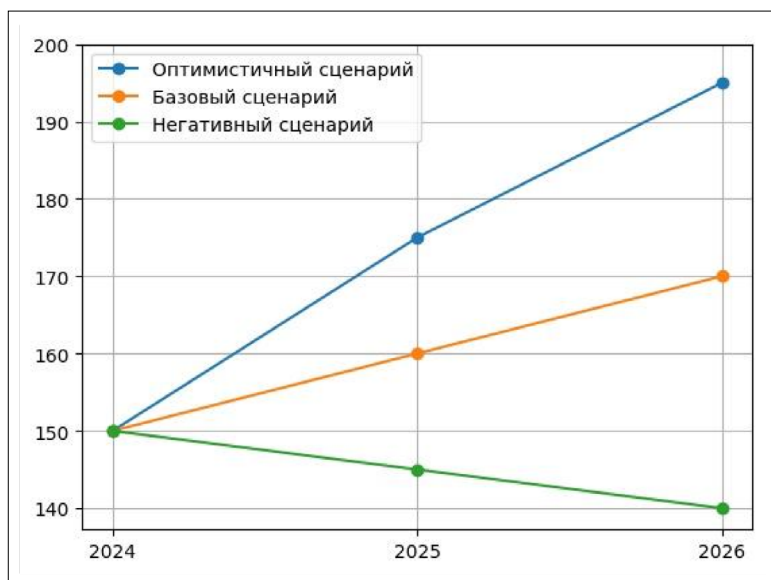


Рисунок 1 – Сценарный прогноз туристского потока в Сарыагашском районе, 2024–2026 гг. (составлено автором, на основании анализа источников [5–10])

Представленные прогнозные оценки основаны на фактической динамике туристских потоков за отчетный период и учитывают положения дей-

ствующих государственных программ развития туризма и региональной экономики [5–10]. Проведенная оценка позволяет наглядно продемон-

стрировать, в какой степени отсутствие активных мер поддержки может повлиять на численность туристов в районе.

Даже при реализации негативного сценария в краткосрочной перспективе существенного снижения туристского потока не ожидается, что обусловлено спецификой региона, ориентированного преимущественно на внутренний спрос в сегменте лечебно-оздоровительного туризма. Устойчивость данного кластера обеспечивается сформированной санаторно-курортной базой и стабильным спросом со стороны резидентов страны [6, 7].

При последовательной реализации действующих государственных программ возможно развитие по базовому сценарию. В данном случае прогнозируется рост туристского потока до 170 000 человек к 2026 году. Ожидаемая динамика связана с постепенным улучшением инфраструктуры, повышением качества сервисных услуг и сохранением мер государственной поддержки [5, 8].

Оптимистичный сценарий демонстрирует наиболее значительный эффект, достигаемый за счёт привлечения частных инвестиций в дополнение к реализуемым государственным программам. При ускоренной модернизации курортных зон, расширении инфраструктуры, формировании круглогодичного туристского продукта и развитии сопутствующих услуг кластер способен обеспечить рост туристского потока до 195 000 человек к 2026 году. Полученные результаты подтверждают перспективность дальнейшего развития регионального туризма и необходимость усиления внимания к кластерной модели [9, 10].

Сценарный анализ наглядно демонстрирует зависимость развития туристского кластера Сарыагашского района от согласованных действий государства и бизнеса. Кластерная модель способствует трансформации туризма из вспомогательного направления экономики в один из системообразующих факторов социально-экономического развития территории.

Результаты анализа показывают, что развитие туристского кластера напрямую связано с уровнем инвестиционной активности и модернизацией инфраструктуры. При кластерном подходе финансовые ресурсы распределяются более целенаправленно, а внедрение инноваций осуществляется эффективнее на микроуровне. При сохранении текущих тенденций туристская отрасль может стать одним из ключевых факторов экономического роста Сарыагашского района.

**Заключение.** Результаты проведённого исследования позволяют дать комплексную оценку

социально-экономического состояния туристского кластера Сарыагашского района. Анализ структуры бюджета, динамики туристских потоков и общих тенденций территориального развития показал, что туризм перестаёт выполнять исключительно вспомогательную функцию и постепенно трансформируется в один из структурообразующих элементов экономики района.

Полученные результаты подтверждают, что Сарыагашский район сохраняет зависимость от межбюджетных трансфертов при ограниченной доле собственных доходов. В современных условиях диверсификации источников бюджетных поступлений туристская отрасль приобретает особое значение. Устойчивость спроса обусловлена спецификой лечебно-оздоровительного туризма, что снижает чувствительность туристского кластера к внешним экономическим рискам.

Проведённый сценарный анализ показал, что формирование туристского кластера в Сарыагашском районе осуществляется преимущественно на основе взаимодействия государственных программ и частной предпринимательской инициативы. Бюджетные средства направляются на создание базовых условий функционирования кластера, включая развитие транспортной доступности, благоустройство инфраструктуры и поддержку социальной сферы, что способствует повышению качества предоставляемых услуг. При этом модернизация действующих и создание новых санаторно-курортных организаций в значительной степени обеспечиваются за счёт привлечения частных инвестиций.

Кластерная модель способствует развитию взаимодействия между государственными институтами и предпринимательским сектором, а также формированию мультипликативных эффектов, выражающихся в росте занятости, расширении деловой активности и развитии смежных отраслей экономики. Проведённый сценарный анализ показал, что туристская деятельность сохраняет относительную устойчивость даже при неблагоприятных условиях. При последовательной реализации государственных программ и активизации инвестиционной деятельности возможно формирование устойчивого туристского кластера за счёт роста туристских потоков и повышения качества инфраструктуры. Ожидается усиление вклада отрасли в социально-экономическое развитие района.

Таким образом, для обеспечения сбалансированного территориального развития подтверждается целесообразность применения кластерного подхода. При системной координации

государственных программ и частных инициатив Сарыагашский район обладает значительным потенциалом развития туристского кластера. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования предложенных методических подходов при разработке и корректировке программ развития туризма на уровне района и области в рамках кластерной модели.

Для повышения эффективности функционирования туристского кластера Сарыагашского района целесообразно реализовать следующие направления:

- дальнейшая модернизация инфраструктуры санаторно-курортных зон;
- расширение спектра туристских услуг;
- развитие круглогодичных туристских продуктов;
- активизация механизмов государственно-частного партнёрства, направленных на привлечение инвестиций в кластер.

Таким образом, развитие Сарыагашского района обладает значительным потенциалом и может служить примером внедрения локальных туристских кластеров на территории Республики Казахстан.

### Список литературы

- 1 Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262. Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023–2029 годы. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения 03.03.2026).
- 2 Информация по туристскому потоку страны. Статистика туризма – Текст электронный // Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. – URL: <https://stat.gov.kz/upload/iblock/99f/81kxrrl3wpzakkwkiczely0jszsmz9z0/2023k1.DOC> (дата обращения 03.03.2026).
- 3 Nurmaganbetkyzy N., Zhakupov A., Abdramanova G., Shokparov A. Natural and Climatic Potential of Saryagash as a Basis for the Formation of Health Tourism Brand of Turkestan Region// Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2025. – №3(9). – pp. 146–159. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-3.12>.
- 4 Объем оказанных услуг за 2024 год. Туркестанская область – Динамические ряды // Бюро национальной статистики Агентства по стратегическому планированию и реформам Республики Казахстан. – URL: <https://stat.gov.kz/api/iblock/element/region/44847/file/ru/> (дата обращения 03.03.2026).
- 5 Перспективы развития Туркестанской области: предложения Фонда «Даму» 2023 год. <https://damu.kz/poleznaya-informatsiya/informatsiya-fonda/analitika/Аналитический%20обзор%20Туркестанской%20области.pdf> (дата обращения 03.03.2026).
- 6 Портер М. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран. – Russia: Альпина Паблишер, 2023. – 947 с.
- 7 World Tourism Organization. Tourism and Rural Development: A Policy Perspective. – Madrid, 2023. – DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424306>.
- 8 Постановление Правительства Республики Казахстан от 27 декабря 2019 года № 990. Об утверждении Государственной программы развития регионов на 2020-2025 годы. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000990> (дата обращения 03.03.2026).
- 9 Постановление Правительства Республики Казахстан от 25 августа 2025 года № 679. Об утверждении Концепции регионального развития Республики Казахстан на 2025-2030 годы. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2500000679> (дата обращения 03.03.2026).
- 10 OESD. Regional Outlook 2023: The Longstanding Geography of Inequalities. – OESD Publishing, Paris. – DOI: <https://doi.org/10.1787/92cd40a0-en>.

### References

- 1 Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 28 marta 2023 goda № 262. Ob utverzhdenii Konceptii razvitiya turistskoj otrasli Respubliki Kazahstan na 2023–2029 gody. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (data obrashhenija 03.03.2026).
- 2 Informacija po turistskomu potoku strany. Statistika turizma – Tekst jelektronnyj // Bjuro nacional'noj statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan. – URL: <https://stat.gov.kz/upload/iblock/99f/81kxrrl3wpzakkwkiczely0jszsmz9z0/2023k1.DOC> (data obrashhenija 03.03.2026).
- 3 Nurmaganbetkyzy N., Zhakupov A., Abdramanova G., Shokparov A. Natural and Climatic Potential of Saryagash as a Basis for the Formation of Health Tourism Brand of Turkestan Region// Bulletin of the International university of Tourism and Hospitality. – 2025. – №3(9). – pp. 146–159. <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-3.12>.
- 4 Ob'em okazannyh uslug za 2024 god. Turkestanskaja oblast' – Dinamicheskie rjady // Bjuro nacional'noj statistiki Agentstva po strategicheskomu planirovaniju i reformam Respubliki Kazahstan. – URL: <https://stat.gov.kz/api/iblock/element/region/44847/file/ru/> (data obrashhenija 03.03.2026).
- 5 Perspektivy razvitiya Turkestanskoj oblasti: predlozhenija Fonda «Damu» 2023 god. <https://damu.kz/poleznaya-informatsiya/informatsiya-fonda/analitika/Analiticheskij%20obzor%20Turkestanskoj%20oblasti.pdf> (data obrashhenija 03.03.2026).
- 6 Porter M. Mezhdunarodnaja konkurencija: Konkurentnye preimushhestva stran. – Russia: Al'pina Pablisher, 2023. – 947 s.
- 7 World Tourism Organization. Tourism and Rural Development: A Policy Perspective. – Madrid, 2023. – DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284424306>.

- 8 Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 27 dekabrya 2019 goda № 990. Ob utverzhdenii Gosudarstvennoj programmy razvitiya regionov na 2020-2025 gody. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P1900000990> (data obrashhenija 03.03.2026).
- 9 Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 25 avgusta 2025 goda № 679. Ob utverzhdenii Konceptii regional'nogo razvitiya Respubliki Kazahstan na 2025-2030 gody. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2500000679> (data obrashhenija 03.03.2026).
- 10 OESD. Regional Outlook 2023: The Longstanding Geography of Inequalities. – OESD Publishing, Paris. – DOI: <https://doi.org/10.1787/92cd40a0-en>.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

***“Автор для корреспонденции (первый автор)”***

**Кабланбек Дильнура Мустапаевна** – докторант PhD, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан.

***“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”***

**Кабланбек Дильнура Мустапаевна** – PhD докторанты, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан.

***“The Author for Correspondence (The First Author)”***

**Kablanbek Dilnura Mustapaevna** – PhD student, Kazakh academy of sport and tourism, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [dilnura89@mail.ru](mailto:dilnura89@mail.ru)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-8060-1601>

**Мадиярова Диана Макаевна** – доктор экономических наук, профессор, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан.

**Мадиярова Диана Макаевна** – экономика ғылымдарының докторы, профессор, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан.

**Madiyarova Diana Makaevna** – doctor of economic sciences, professor, Kazakh academy of sport and tourism, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [mdm-diana@mail.ru](mailto:mdm-diana@mail.ru)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-6991-7528>

**Расулова Саодат Касымовна** – кандидат экономических наук, ассоциированный профессор, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан.

**Расулова Саодат Касымовна** – экономика ғылымдарының кандидаты, ассоциированный профессор, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан.

**Rassulova Saodat Kasymovna** – candidate of economic sciences, associate professor, Kazakh academy of sport and tourism, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [sbkuniver@gmail.com](mailto:sbkuniver@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-5759-8435>

**Шадиева Айгуль Амирхановна** – кандидат экономических наук, Центрально-Азиатский инновационный университет, заведующая кафедры «Бизнес и туризм», г. Шымкент, Казахстан.

**Шадиева Айгуль Амирхановна** – экономика ғылымдарының кандидаты, Орталық Азия инновациялық университеті, «Бизнес және туризм» кафедрасының меңгерушісі, Шымкент қ., Қазақстан.

**Shadiyeva Aigul Amirkhanovna** – candidate of economic sciences, Central Asian Innovation University, Head of the Department of business and tourism, Shymkent, Kazakhstan.

**e-mail:** [ms.shadiyeva@mail.ru](mailto:ms.shadiyeva@mail.ru)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-1996-5342>

Дата поступления статьи: 27.01.2026

Дата принятия к публикации: 26.03.2026

<sup>1</sup>Молдажанов М.Б.<sup>a</sup>, <sup>2</sup>Гарипова А.А., <sup>3</sup>Дүйскенова Р.Ж.

<sup>1</sup>Alikhan Bokeikhan University, г. Семей, Казахстан

<sup>2</sup>Карагандинский университет Казпотребсоюза, г. Караганда, Казахстан

<sup>3</sup>Алматинский технологический университет, г. Алматы, Казахстан

## ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ СПРОСА НА ЯДЕРНЫЙ ТУРИЗМ НА ТЕРРИТОРИИ СЕМИПАЛАТИНСКОГО ИСПЫТАТЕЛЬНОГО ПОЛИГОНА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Молдажанов Марат Бетимбаевич, Гарипова Альбина Альбертовна, Дүйскенова Райгүл Жеңісқызы  
**Факторы формирования спроса на ядерный туризм на территории Семипалатинского испытательного полигона: эмпирический анализ**

**Аннотация.** Современные исследования ядерного туризма рассматривают Семипалатинский испытательный полигон как высокорисковую и одновременно познавательную дестинацию. Настоящее исследование направлено на эмпирическую идентификацию и количественную оценку факторов, детерминирующих готовность потенциальных туристов к участию в турах по территории полигона. На основе онлайн-опроса (n=948) респондентов из Республики Казахстан и зарубежных стран оценивались уровень информированности о полигоне, степень заинтересованности в его посещении, а также значимость ключевых характеристик туристского продукта. Сводные результаты показали, что 52,9 % опрошенных (496 человек) выделили интересную экскурсионную программу, 51,2 % (485 человек) – безопасность маршрутов, 44,6 % (418 человек) – доступную стоимость тура, 33,7 % (316 человек) – возможность углубленного ознакомления с историей и наукой, 27,6 % (259 человек) – наличие профессионального гида. Интегральное ранжирование выявило, что «безопасность маршрутов» занимает 1-е место среди факторов развития, «интересная экскурсионная программа» – 2-е место, «возможность узнать больше об истории и науке» – 3-е место, «доступная стоимость тура» – 4-е место, «наличие профессионального гида» – 5-е место. Исследование подтверждает, что восприятие ядерного туризма определяется сочетанием безопасности и познавательной ценности, тогда как ценовой фактор и сопровождение профессионального гида играют вспомогательную роль.

**Ключевые слова:** ядерный туризм, Семипалатинский испытательный полигон, факторный анализ, туристский спрос, мотивация путешествий, сегментация рынка, темный туризм.

Молдажанов Марат Бетимбаевич, Гарипова Альбина Альбертовна, Дүйскенова Райгүл Жеңісқызы  
**Семей ядролық сынақ полигоны аумағындағы ядролық туризмге сұранысты қалыптастыратын факторлар: эмпирикалық талдау**

**Аңдатпа.** Қазіргі заманғы ядролық туризмге қатысты зерттеулер Семей ядролық сынақ полигоны аумағын тәуекелі жоғары, бірақ сонымен қатар танымдық маңызы зор туристік бағыт ретінде қарастырады. Осы зерттеудің мақсаты – полигон аумағына ұйымдастырылатын турларға қатысуға әлеуетті туристердің дайын болуын айқындайтын факторларды эмпирикалық тұрғыда анықтау және сандық бағалау болып табылады. Қазақстан Республикасынан және шет елдерден келген респонденттердің онлайн сауалнамасы (n=948) негізінде полигон туралы хабардар болу деңгейі, оған баруға қызығушылық дәрежесі, сондай-ақ туристік өнімнің негізгі сипаттамаларының маңыздылығы бағаланды. Жиынтық нәтижелерге сәйкес, сауалнамаға қатысқандардың 52,9%-ы (496 адам) қызықты экскурсиялық бағдарлама, 51,2%-ы (485 адам) – маршруттардың қауіпсіздігі, 44,6%-ы (418 адам) – турдың қолжетімді құны, 33,7%-ы (316 адам) – тарихпен және ғылыммен терең танысу мүмкіндігі, 27,6%-ы (259 адам) – кәсіби гидтің болуы маңызды деп атап өтті. Интегралды рейтинг нәтижесінде «маршруттардың қауіпсіздігі» даму факторлары арасында 1-орынды, «қызықты экскурсиялық бағдарлама» – 2-орынды, «тарих пен ғылым туралы көбірек білу мүмкіндігі» – 3-орынды, «тур құнының қолжетімділігі» – 4-орынды, «кәсіби гидтің болуы» – 5-орынды иеленді. Зерттеу нәтижелері ядролық туризмді қабылдау қауіпсіздік пен танымдық құндылықтың үйлесімімен анықталатынын растайды, ал баға факторы мен кәсіби гидтің сүйемелдеуі кемеші рөл атқарады.

**Түйін сөздер:** ядролық туризм, Семей ядролық сынақ полигоны, факторлық талдау, туристік сұраныс, саяхат мотивациясы, нарықты сегменттеу, қараңғы туризм.

Moldazhanov Marat Betimbaevich, Garipova Albina Albertovna, Duiskenova Raigul  
**Factors shaping demand for nuclear tourism at the Semipalatinsk Test Site: an empirical analysis**

**Abstract.** Modern research on nuclear tourism considers the Semipalatinsk test site as a high-risk and at the same time educational destination. The present study is aimed at the empirical identification and quantification of the factors determining the willingness of potential tourists to participate in tours to the territory of the test site. Based on an online survey (n=948) of respondents from the Republic of Kazakhstan and foreign countries, the study evaluated the level of awareness about the test site, the degree of interest in visiting it, and the importance of key characteristics of the tourism product. The summary results showed that 52.9 % of respondents (496 people) identified an interesting excursion program, 51.2% (485 people) – safety of routes, 44.6 % (418 people) – affordable cost of the tour, 33.7 % (316 people) – the opportunity to get acquainted with history and science in depth, 27.6 % (259 people) – the presence of a professional guide. Integral ranking revealed that “route safety” ranks 1st among development factors, “engaging excursion program” ranks 2nd, “opportunity to learn more about history and science” ranks

3rd, "affordable tour cost" ranks 4th, and "presence of a professional guide" ranks 5th. The study confirms that the perception of nuclear tourism is determined by a combination of safety and cognitive value, while the price factor and the accompaniment of a professional guide play a supporting role.

**Key words:** nuclear tourism, Semipalatinsk Test Site, factor analysis, tourism demand, travel motivation, market segmentation, dark tourism.

**Введение.** Семипалатинский испытательный полигон (СИП) представляет собой уникальный историко-научный объект. Закрытие полигона в 1991 году стало фундаментальным актом анти-ядерной политики Казахстана и обозначило начало нового этапа осмысления атомного наследия, в том числе с позиций его интеграции в туристское пространство [1]. Историографический анализ казахстанских исследований, посвящённых СИП, свидетельствует о том, что научный интерес к полигону охватывает широкий спектр дисциплин – от экологии и медицины до политологии и туризма, однако экономический и факторный анализ туристского потенциала данной территории остаётся малоизученным [1, 2].

В мировой практике ядерный туризм (в некоторых источниках «Атомый туризм») формируется на стыке военно-промышленного, образовательного и культурно-наследственного туризма и предполагает посещение как действующих, так и выведенных из эксплуатации объектов ядерной индустрии [3]. Исследования показывают, что ядерный туризм обладает значительным образовательным потенциалом, способствуя повышению энергетической грамотности населения и формированию ответственного отношения к ядерному наследию [3]. На примере ряда экскурсионно-познавательных маршрутов можно продемонстрировать тот факт, что ядерный туризм вызывает устойчивый интерес у посетителей, однако требует тщательной проработки вопросов безопасности и этической интерпретации объектов посещения. Величко А.В. и Плохих Р.В. (2021) прослеживают эволюцию научных представлений о «тёмном» туризме (ядерный туризм является частью тёмного туризма), начиная от первых работ, описывающих посещение мест трагедий и катастроф, и заканчивая современными концепциями, в которых dark tourism рассматривается как сложный социальнокультурный феномен с разными мотивационными и этическими измерениями. Авторы систематизируют ключевые зарубежные и казахстанские исследования, выделяют основные направления развития тематики (танатотуризм, ядерный туризм, индустриальное наследие), а также указывают на недостаточную разработанность теоретикометодологических основ анализа таких дестинаций в отечественной литературе,

что обосновывает необходимость дальнейших исследований в этой области [4].

Туристский дискурс, формирующий коммуникацию между дестинацией и потенциальным посетителем, играет ключевую роль в продвижении специализированных туристских продуктов. Как показали Dauirkhan S. и соавторы (2025), туристские тексты выполняют не столько информационную, сколько убеждающую функцию, что принципиально важно при позиционировании такого чувствительного объекта, как СИП [5].

В предшествующем исследовании авторами была проведена оценка экономического потенциала ядерного туризма на СИП, включающая анализ спроса, доходности и инфраструктурных ограничений [2]. Настоящая работа является логическим продолжением указанного исследования и направлена на проведение факторного анализа детерминант, определяющих готовность различных сегментов респондентов к участию в турах по территории полигона.

**Целью** исследования выступает выявление и ранжирование ключевых факторов, влияющих на выбор туристского продукта в сфере ядерного туризма, на основе результатов анкетирования респондентов.

#### **Задачи исследования:**

- провести анкетирование респондентов различных возрастных групп;
- выделить и оценить ключевые факторы, влияющие на решение о посещении СИП;
- выполнить ранжирование факторов и выявить наиболее значимые из них для различных сегментов потенциальных туристов;
- сформулировать выводы о приоритетных направлениях разработки туристских продуктов и управленческих решений в сфере развития ядерного туризма на основе результатов факторного ранжирования.

**Материалы и методы.** Эмпирической базой исследования послужили данные онлайнанкетирования, проведённого в период с 1 марта по 20 августа 2025 г. с использованием платформы Google Forms. Анкета распространялась по университетам Казахстана, ближнего и дальнего зарубежья. Перед началом обработки данные прошли проверку на полноту и логическую согласованность ответов, после чего выгружались в формат Excel для дальнейшего статистического анализа.

Описание выборки. В исследовании приняли участие 948 респондентов из Республики Казахстан, Российской Федерации, Испании, Италии, Германии, Узбекистана, Кыргызстана и Болгарии. Структура выборки характеризуется преобладанием представителей академического сообщества (студенты, магистранты, докторанты и преподаватели). Возраст респондентов варьировал от 18 лет и старше 50 лет. Половой состав в исследовании не детализировался, поскольку акцент делался на возрастной и ценовой сегментации, а также факторном анализе мотивации.

Инструментарий и методики. Анкета включала блоки вопросов, направленных на оценку: уровня информированности о СИП, заинтересованности в его посещении, готовности платить за турпродукт и относительной значимости ключевых факторов выбора тура. Для оценки платёжной готовности применялась методика contingent valuation (Willingness to Pay, WTP) с предварительным разбиением респондентов на четыре интервала: до 100 тыс. тг. (до 200 USD), 100–200 тыс. тг. (200–400 USD), 200–500 тыс. тг. (400–1000 USD) и свыше 500 тыс. тг. (более 1000 USD). Значимость факторов внутри каждого сегмента оценивалась методом ранжирования: респонденты распределяли факторы по убыванию важности.

Методы анализа и статистической обработки. Количественная обработка включала методы описательной статистики для характеристики информированности, заинтересованности и платёжной готовности. На следующем этапе выполнялось внутригрупповое ранжирование факторов по каждой возрастной и ценовой подвыборке, а затем построена сводная матрица ранжирования, на основе которой вычислялся интегральный ранг каждого фактора. Такой подход позволил сопоставить результаты, полученные на уровне отдельных сегментов, с обобщённой картиной предпочтений и снизить риск ошибки агрегирова-

ния данных. Для обеспечения воспроизводимости исследования в тексте статьи детализированы структура выборки, границы ценовых интервалов WTP, перечень анализируемых факторов и алгоритм расчёта интегральных рангов.

**Результаты.** В целях выявления факторов, определяющих перспективы развития ядерного туризма на территории СИП, было проведено онлайн-анкетирование, охватившее 948 респондентов. Структура респондентов преимущественно представлена представителями академического сообщества, включая докторантов, магистрантов и студентов. Возрастной диапазон участников варьирует от 18 лет (3,9 %) до старше 50 лет (11 %), при этом наибольшая доля приходится на группу 18-25 лет (48,9 %), далее следуют группы 36-50 лет (22,2 %) и 26-35 лет (14 %). Из анализа исключена возрастная группа до 18 лет, по причине того, что ответов получено от 37 респондентов, то есть ответы не позволяют сформировать обоснованные аналитические выводы для настоящего исследования.

Ответы на вопрос «Слышали ли Вы ранее о СИП?» позволяют охарактеризовать уровень информированности респондентов как преимущественно высокий. Значительная часть опрошенных (258 человек, или около 65,8 %) указала, что хорошо знакома с СИП, тогда как 73 респондента (18,6 %) отметили лишь поверхностную осведомлённость, и только 61 участник (15,6 %) заявил об отсутствии знаний о нём. Таким образом, у порядка 84,4 % респондентов имеются сформированные или базовые когнитивные представления об объекте, тогда как у оставшихся 15,6 % наблюдается информационный разрыв в восприятии СИП [6].

Анализ уровня заинтересованности респондентов показал, что 42,5 % участников выбрали вариант ответа «да, очень интересно», тогда как 34,2 % отметили готовность рассмотреть возможность посещения в будущем (таблица 1).

Таблица 1 – Показатели заинтересованности в путешествиях по СИП в разрезе возрастных групп

Возрастная группа	Всего респондентов	Ответ: да, очень интересно	Ответ: возможно, рассмотрю такую возможность	Доля заинтересованных лиц
18-25 лет	465	152	210	78,02
26-35 лет	133	55	50	78,95
36-50 лет	210	74	83	74,76
Свыше 50 лет	104	26	47	70,19
Примечание: Составлено авторами на основе данных анкетирования [6]				

Представленные в таблице данные свидетельствуют о стабильно высоком уровне интереса к путешествиям по территории СИП, а также к ядерному туризму в целом во всех возрастных группах. Наибольшая доля заинтересованных респондентов зафиксирована в возрастной группе 26–35 лет, где суммарный показатель ответов «да, очень интересно» и «возможно, рассмотрю такую возможность» составляет 78,95 %. В категории 18–25 лет данный показатель практически сопоставим и достигает 78,02 %, что также отражает выраженный интерес со стороны молодёжи. Среди респондентов в возрасте 36–50 лет и старше 50 лет уровень заинтересованности несколько ниже и составляет 74,76 % и 70,19 % соответственно. Таким образом, можно констатировать, что потенциальный спрос на продукты ядерного туризма формируется во всех возрастных сегментах, при наибольшей концентрации

интереса в молодёжной и среднемолодёжной группах.

Распределение ответов, ранжированных по методу WTP, демонстрирует преобладание умеренных ценовых ожиданий. Абсолютное большинство респондентов (745 человек, или 78,5 %) ориентируются на стоимость до 100 тыс. тенге (до 200 USD). В ценовом диапазоне 100–200 тыс. тенге (200–400 USD) готовы оплатить туристский продукт 151 участник, что составляет 15,9 % опрошенных. Лишь 3,9 % респондентов (37 человек) допускают расходы на уровне 200–500 тыс. тенге (400–1000 USD), и только 16 участников указали готовность потратить более 500 тыс. тенге (свыше 1000 USD). Выраженная ценовая чувствительность спроса указывает на необходимость позиционирования большинства туристских продуктов в сегменте относительно доступных по стоимости предложений (рисунок 1).

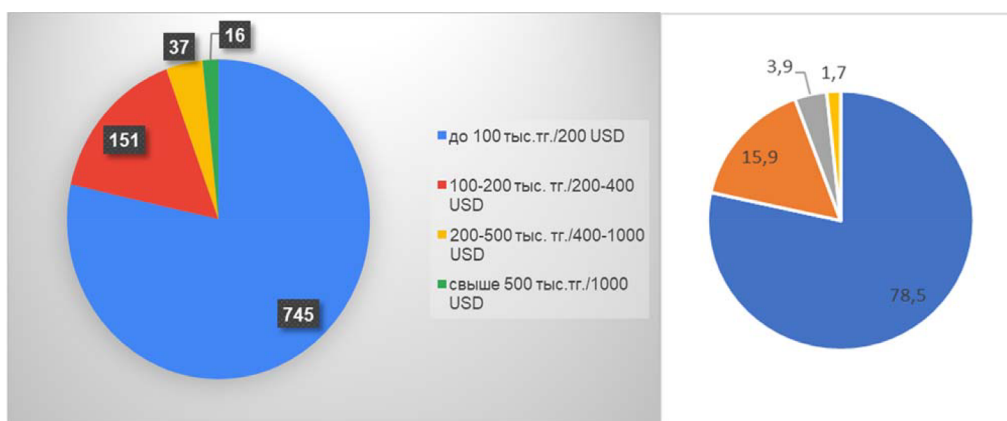


Рисунок 1 – Количество туристов, ранжированных по методу WTP  
Примечание: составлено авторами на основе анкетирования [6]

Анализ ответов на вопрос «Какие факторы могли бы повлиять на Ваше решение посетить СИП?» позволил определить ключевые детерминанты, положительно влияющие на развитие ядерного туризма (рисунок 2).

К числу наиболее значимых факторов респонденты отнесли:

- 1) наличие интересной экскурсионной программы;
- 2) обеспечение безопасности маршрутов;
- 3) доступную стоимость тура;
- 4) возможность углублённого ознакомления с историческим и научным контекстом атомной эпохи;
- 5) наличие профессионального гида.

По результатам опроса респондентов наиболее значимым фактором при выборе тура по объектам СИП выступает наличие интересной экскурсионной программы: данный показатель отметили 52,9 % участников исследования, что эквивалентно 496 респондентам. Такая структура предпочтений указывает на то, что ключевое значение для потенциальных туристов имеет не столько сам факт посещения уникальной территории, сколько качество и содержательность предлагаемого опыта, степень его познавательности и эмоциональной вовлечённости.

Ряд современных исследований туристского опыта подтверждает, что содержательная и эмоционально насыщенная программа является

ключевым детерминантом интереса, вовлечённости и удовлетворённости путешественников [7-9]. В работе Larsen et al. (2019) показано, что степень «интересности» туристского опыта определяется качеством интерпретации, новизной и когнитивной сложностью получаемой информации, что напрямую соотносится с задачей осмысления сложного историко-научного атомного наследия [7]. Результаты исследования Хие et al. (2022) демонстрируют, что хорошо спроектированный туристский опыт способен стимулировать вдохновение и познавательную мотивацию, особенно при учёте уровня знакомости посетителей с дестинацией, что принципиально важно для специфического объекта ядерного туризма [8]. В свою очередь, Bagheri et al. (2024) эмпирически обосновывают, что качество туристского опы-

та опосредованно влияет на удовлетворённость и лояльность через чувство благополучия, что подчёркивает значимость разработки глубокой, этически выверенной экскурсионной программы для формирования долгосрочного интереса к маршрутам по объектам СИП [9].

Полученные результаты позволяют рекомендовать туристским операторам формировать туристский продукт на основе продуманной, тематически целостной и научно обоснованной программы, а не ограничиваться только фактом посещения «уникального» объекта. Это обуславливает необходимость инвестиций в разработку концепций экскурсионных сценариев, а также в подготовку гидов, обладающих специализированными знаниями в области истории атомного наследия.

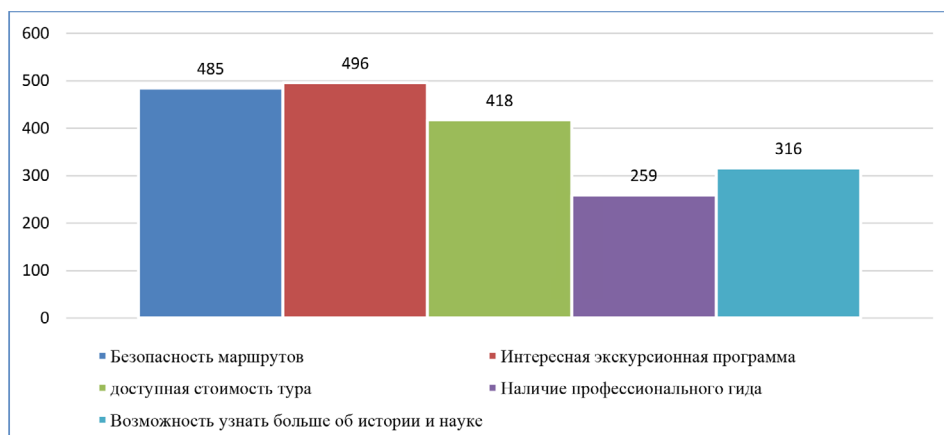


Рисунок 2 – Приоритетные факторы развития ядерного туризма  
Примечание: составлено авторами на основе данных анкетирования [6]

Отдельного внимания заслуживает тот факт, что 259 респондентов указали наличие профессионального гида в числе ключевых факторов при выборе тура по объектам СИП. В этой связи образовательным учреждениям, реализующим программы подготовки специалистов в сфере туризма, целесообразно усилить учебные модули, связанные с дизайн-менеджментом туристского опыта, интерпретацией атомного наследия и этическими аспектами ядерного туризма. Это позволит подготовить специалистов, способных разрабатывать содержательные и одновременно социально ответственные экскурсионные продукты на базе СИП и аналогичных территорий.

Согласно результатам опроса, фактор «безопасность маршрутов» был отмечен 485 респон-

дентами, что выводит его в число приоритетных условий при принятии решения о поездке по объектам СИП. Такая структура ответов свидетельствует о высокой чувствительности потенциальных туристов к рискам, ассоциированным с радиационным наследием полигона, и о том, что любые предложения в сфере ядерного туризма изначально оцениваются через призму гарантий безопасности и контроля возможных негативных последствий пребывания на данной территории. Для туроператоров это означает необходимость явного позиционирования вопросов радиационной, транспортной и организационной безопасности в структуре туристского продукта, а также прозрачного информирования клиентов о принятых мерах защиты и соблюдении национальных и международных норм.

Посещение СИП действительно связано с сохраняющимися радиационными рисками. В обзоре Grosche B. et al. (2015) показано, что проживание и длительное пребывание в районах, подвергшихся воздействию радиоактивных выпадений, ассоциировано с повышенной заболеваемостью злокачественными новообразованиями, патологиями щитовидной железы, сердечно-сосудистыми заболеваниями и неблагоприятными репродуктивными исходами, что обосновывает необходимость строгих ограничений на нахождение людей в наиболее загрязнённых районах полигона [10].

Результаты исследования Dyussupov A. et al. (2025) демонстрируют статистически значимую связь между хроническим воздействием ионизирующего излучения и повышенными рисками смертности от сердечнососудистых заболеваний; авторы показывают, что увеличение накопленной дозы облучения сопряжено с ростом относительных рисков смертности от хронических форм цереброваскулярной патологии, геморрагического инсульта и атеросклеротического поражения периферических сосудов, что подчёркивает медико-социальную значимость ограничения длительного пребывания населения в зонах радиационного загрязнения [11].

Радиоэкологические исследования, проведённые Evseeva T.I. и соавторами (2009) для техногенной площадки «Опытное поле», свидетельствуют, что, несмотря на отсутствие оснований относить большинство почв к категории радиоактивных отходов по ряду национальных нормативов, в соответствии с рекомендациями МАГАТЭ они не могут быть выведены из-под регуляторного контроля: расчёты показывают, что снижение активности техногенных радионуклидов до безопасных уровней с учётом распада  $^{137}\text{Cs}$ ,  $^{90}\text{Sr}$  и накопления распада  $^{241}\text{Am}$  ожидается лишь в отдалённой перспективе, а до 26 % площади характеризуется признаками токсичности по данным биотестов [12].

Аналогичные выводы Evseeva T.I. и соавт. (2008) сделаны в отношении района подземного ядерного взрыва «Чаган» (участок «Балапан»), где картографирование радиационной обстановки выявило зоны максимальных доз гаммаизлучения на насыпном теле кратера и в шлейфах радиоактивных выпадений; значительная часть почв по удельной активности техногенных радионуклидов отнесена к радиоактивным отходам в соответствии с критериями МАГАТЭ и ОСПОРБ, при этом естественное снижение радиоактивности до

безопасных уровней в среднесрочной перспективе не прогнозируется [13].

В контексте развития ядерного туризма указанные данные подтверждают, что формирование туристских маршрутов на СИП должно опираться на принцип приоритета радиационной безопасности и включать тщательное зонирование территории в рамках создания Семипалатинской зоны ядерной безопасности (выделение участков, допустимых лишь для кратковременного контролируемого посещения, и зон с жёстко ограниченным либо запрещённым доступом), регламентацию времени пребывания, обязательный дозиметрический контроль, а также информирование туристов о потенциальных рисках и необходимых мерах предосторожности.

Доступная стоимость туристического пакета представляет интерес для 44,6 % респондентов (418 человек), демонстрируя значительную ценовую чувствительность целевого рынка и требование конкурентного ценообразования. Возможность расширить знания об истории и научных аспектах полигона привлекает 33,7 % участников (316 человек), что подтверждает образовательный характер туристического интереса и важность информационно-просветительского компонента. Наличие профессионально подготовленных гидов считают значимым фактором 27,6 % респондентов (259 человек), указывая на необходимость специализированной подготовки персонала туристского обслуживания.

Углублённый анализ ответов респондентов также позволил определить ряд факторов, которые, хотя и были отмечены относительно небольшим числом участников опроса, по мнению авторов, обладают существенным значением для формирования стратегии развития ядерного туризма в Семипалатинской зоне ядерной безопасности. К таким факторам относятся обеспечение стационарного или мобильного размещения с базовым набором удобств (спальное место, санузел, возможности для приготовления и приёма пищи), а также наличие удобной транспортной доступности ключевых туристских локаций.

Таким образом, результаты анкетирования позволили получить достаточный массив данных, отражающих уровень информированности о СИП, степень заинтересованности в посещении полигона, готовность оплачивать туристский продукт, а также значимые для респондентов условия его выбора. Полученные данные свидетельствуют о том, что формирование устойчивого спроса на продукты ядерного туризма в Семипалатинской зоне ядерной безопасности возможно при соблю-

дении комплекса взаимосвязанных требований к качеству туристского продукта и обеспечению необходимого уровня безопасности.

Выявленная совокупность факторов и их относительная значимость в восприятии потенциальных туристов определяют логику последующего раздела «Обсуждение», в рамках которого рассматриваются возможные направления развития туристского продукта и условия формирования устойчивого спроса.

**Обсуждение.** Анализ факторов, выявленных в ходе анкетирования, осуществлялся в два этапа. На первом этапе проводилось ранжирование факторов по степени их значимости для каждого

сегмента респондентов, выделенного на основе методики contingent valuation (WTP), а также по возрастным группам. На втором этапе проводилось сопоставление частоты присвоения рангов, что позволило определить наиболее значимые и критически важные факторы, а также снизить вероятность возможной ошибки, возникающей при обобщённом анализе, представленном в разделе «Результаты».

На рисунке 3 представлены значения ответов респондентов в абсолютных показателях, тогда как в таблице 2 каждый фактор выражен в процентном соотношении к численности соответствующих сегментов опрошенных.

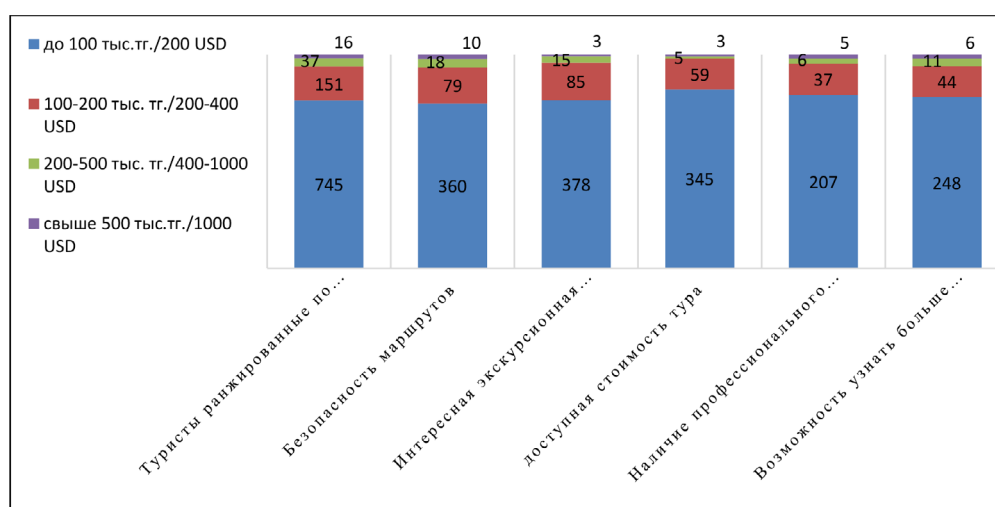


Рисунок 3 – Распределение количества ответов по факторам, в зависимости от платежеспособности респондента

Примечание: составлено автором по результатам анкетирования [6]

Таблица 2 – Значимость факторов в разрезе сегментов contingent valuation (WTP), %

Фактор / Сегмент WTP	До 100 тыс. тг. / 200 USD	Ранг 1	100–200 тыс. тг. / 200–400 USD	Ранг 2	200–500 тыс. тг. / 400–1000 USD	Ранг 3	Свыше 500 тыс. тг. / 1000 USD	Ранг 4
Безопасность маршрутов	48,32	2	52,32	2	48,65	1	62,50	1
Интересная экскурсионная программа	50,74	1	56,29	1	40,54	2	18,75	4
Доступная стоимость тура	46,31	3	39,07	3	13,51	5	18,74	5
Наличие профессионального гида	27,79	5	24,50	5	16,22	4	31,25	3
Возможность узнать больше об истории и науке	33,29	4	29,14	4	29,73	3	37,50	2

Примечание: Составлено авторами на основе расчетов

Ранжирование значимости факторов в разрезе сегментов, выделенных по методике contingent valuation (WTP), показало, что для респондентов первого и второго сегментов (до 400 USD) ключевыми детерминантами выбора туристского продукта являются интересная экскурсионная программа (1-й ранг), безопасность маршрутов (2-й ранг) и ценовая доступность, соответствующая уровню платежеспособности данных групп.

В третьем сегменте на первый план выходит фактор безопасности маршрутов, тогда как содержательность экскурсионной программы смещается на 2-й ранг, что свидетельствует об усилении значимости требований к безопасности по мере перехода к более высокому ценовому сегменту.

Для наиболее платежеспособной группы респондентов наибольшую значимость имеют без-

опасность маршрутов (1-й ранг) и познавательный компонент, выраженный в возможности углублённого ознакомления с историческими и научными аспектами объекта посещения (2-й ранг). Третье место занимает возможность получения услуг профессионального гида, предполагающих более высокий уровень интерпретации и индивидуализации туристского опыта.

Таким образом, во всех рассматриваемых сегментах познавательный компонент, связанный с углублённым изучением истории и науки, рассматривается респондентами как неотъемлемая часть туристского продукта и стабильно входит в число значимых характеристик тура, дополняя требования к безопасности и качеству экскурсионной программы.

Далее проведено ранжирование факторов в разрезе возрастных групп (таблица 1).

Таблица 3 – Значимость факторов в разрезе возрастных групп, чел.

Фактор / Возрастная группа	18–25 лет (465)	Ранг 5	26–35 лет (133)	Ранг 6	36–50 лет (210)	Ранг 7	Свыше 50 лет (104)	Ранг 8
Безопасность маршрутов	234	2	69	1	112	1	52	1
Интересная экскурсионная программа	258	1	65	2	110	2	48	2
Доступная стоимость тура	219	3	65	3	95	3	33	4
Наличие профессионального гида	117	5	47	5	67	5	24	5
Возможность узнать больше об истории и науке	141	4	56	4	74	4	38	3

Примечание: Составлено авторами на основе расчетов

Ранжирование значимости факторов в разрезе возрастных групп позволило выявить различия в приоритетах респондентов на различных этапах жизненного цикла. Для группы 18–25 лет ключевым детерминантом выбора туристского продукта выступает интересная экскурсионная программа (1-й ранг), за которой следуют безопасность маршрутов (2-й ранг) и доступная стоимость (3-й ранг), тогда как познавательный компонент и наличие профессионального гида занимают менее значимые позиции.

В возрастных группах 26–35 лет и 36–50 лет возрастает значимость безопасности маршрутов (1-й ранг) при сохранении высокой роли содержательности экскурсионной программы и ценовой доступности (2-й и 3-й ранги). Такая структура

приоритетов отражает более взвешенный подход к планированию путешествий. Познавательный аспект и наличие профессионального гида в данных группах занимают 4-е и 5-е места соответственно.

В старшей возрастной группе (старше 50 лет) безопасность маршрутов также сохраняет наивысший приоритет (1-й ранг), при этом возрастает значимость познавательного компонента, связанного с возможностью более глубокого изучения исторических и научных аспектов объекта посещения (3-й ранг), тогда как ценовой фактор смещается на 4-е место.

Таким образом, во всех возрастных группах безопасность и содержательная экскурсионная программа формируют ядро туристского продук-

та, тогда как значимость познавательного компонента усиливается по мере увеличения возраста респондентов, особенно в старшей возрастной когорте.

Для выделения наиболее значимых детерминант и формирования интегральной оценки ранги были сведены в сводную матрицу интегрального ранжирования факторов (таблица 4).

Таблица 4 – Матрица интегрального ранжирования факторов и сводные результаты опроса

Фактор	Ранг 1	Ранг 2	Ранг 3	Ранг 4	Ранг 5	Ранг 6	Ранг 7	Ранг 8	Интегральный ранг	Сводные результаты опроса
Безопасность маршрутов	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2
Интересная экскурсионная программа	1	1	2	4	1	2	2	2	2	1
Возможность узнать больше об истории и науке	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4
Доступная стоимость тура	3	3	5	5	3	3	3	4	4	3
Наличие профессионального гида	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5

Примечание: Составлено авторами на основе расчетов

Таким образом, полученный интегральный ранг показал, что первоначальное ранжирование по сводным результатам опроса носило искажённый характер, и с учётом пересмотренных данных по двум сегментам факторы перераспределились по степени значимости в следующем порядке: безопасность маршрутов, интересная экскурсионная программа, возможность узнать больше об истории и науке, доступная стоимость тура, наличие профессионального гида.

**Заключение.** Проведённое исследование позволило на эмпирической основе охарактеризовать и структурировать факторы развития ядерного туризма, определяющих готовность различных групп респондентов участвовать в туристских поездках по СИП. Полученные результаты подтверждают наличие устойчивого интереса к ядерному триумфу во всех возрастных когортах.

Применение комбинированного подхода, включающего сегментацию по возрасту и методу contingent valuation, а также построение матрицы интегрального ранжирования, показало, что агрегированные сводные данные скрывали важные межсегментные различия. С учётом пересчитанных рангов наиболее значимым фактором во всех группах выступает безопасность маршрутов,

далее следуют интересная экскурсионная программа и познавательный компонент, связанный с возможностью углублённого знакомства с историей и наукой, что соответствует целям ядерного туризма. Тем самым продемонстрирована методологическая значимость поэтапного ранжирования с последующей интеграцией рангов для предотвращения искажений при интерпретации сводных результатов.

Содержание выявленных факторов соотносится с современными представлениями о специфике ядерного туризма: потенциальные посетители в первую очередь ожидают гарантий безопасности, а также получения структурированных, научных и познавательных сведений о последствиях ядерных испытаний и истории атомного наследия. Это предполагает, что развитие ядерного туризма должно базироваться на принципе приоритета ответственности, безопасности и на профессионально спроектированной системе интерпретации атомного наследия с участием подготовленных экспертов в туристской индустрии.

Практическим следствием проведённого факторного анализа являются рекомендации для туроператоров и органов управления: при проектировании маршрутов целесообразно

выстраивать туристский продукт вокруг комплексной познавательной программы, явно артикулировать блоки, связанные с обеспечением безопасности, а также адаптировать ценовое предложение под наиболее ёмкие сегменты спроса. Для образовательных учреждений, готовящих специалистов в сфере туризма, результаты исследования обосновывают необходимость усиления модулей по дизайн-менеджменту туристского опыта, радиоэкологической грамотности и этике ядерного туризма. Ограничения исследования, связанные с преобладанием респондентов академической среды и онлайн-форматом сбора данных, задают перспективы дальнейших работ, направленных

на расширение и диверсификацию выборки, а также на проверку выявленных закономерностей в условиях реализации реальных туристских маршрутов в Семипалатинской зоне ядерной безопасности и другим объектам ядерного туризма.

**Информация о финансировании.** Данное исследование финансируется Комитетом науки и высшего образования Министерства науки и высшего образования Республики Казахстан в рамках реализации грантового финансирования исследований молодых ученых по проекту «Жас ғалым» на 2025-2027 годы на тему «АР25794915 Научное исследование экономического потенциала ядерного туризма на примере Семипалатинского испытательного полигона»

### Список литературы

- 1 Жапекова Г.К., Хасенова М.Е. К 30летию закрытия Семипалатинского ядерного полигона: обзор казахстанских исследований / «Стратегические ориентиры развития Центральной Азии: история, тренды и перспективы»: сб. науч. ст. – Екатеринбург: Урал. гос. пед. ун-т, 2021. – С. 62-68. URL: <https://ca.uspu.ru/images/Forum-SNG-Sbornik.pdf> (дата обращения: 26.02.2026).
- 2 Молдажанов М.Б., Золотарева С.В., Тахтаева Р.Ш., Варавин Е.В. Оценка экономического потенциала ядерного туризма на примере Семипалатинского испытательного полигона // Вестник Атырауского университета. – 2025. – №4(79). – С. 353-363. DOI: <https://doi.org/10.47649/vau.25.v79.i4.32>.
- 3 Gerulaitienė E., Mažeikienė N. Energy tourism at nuclear power plants: between educational mission and retention of «safety myth» / In book: Learning the Nuclear: Educational Tourism in (Post)Industrial Site / edited by N. Mažeikienė. – Berlin: Peter Lang, 2021. – pp. 135-174. URL: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/49745> (дата обращения: 26.02.2026).
- 4 Величко А.В., Плохих Р.В. История научных исследований «тёмного» туризма // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2025. – №2(8). – С. 146-165. URL: <https://journal.iuth.edu.kz/index.php/main/article/view/317/209> (дата обращения: 26.02.2026).
- 5 Dauirkhan S., Kulbayeva A., Seitzhapparova A., Abdramanov Y. Text Theory in the Context of Tourist Discourse and Its Relevant Issues in Teaching // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2025. – Vol. 4. – №10. – pp. 226-237. DOI: <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-4.17>.
- 6 Результаты опроса по определению целевой аудитории, заинтересованных в путешествиях по территории Семипалатинского испытательного полигона (СИП) [Электронный ресурс]. – URL: <https://back.abu.edu.kz/uploads/file-1761909791553-403793978.pdf> (дата обращения: 26.02.2026).
- 7 Larsen S., Wolff K., Doran R., Øgaard T. What Makes Tourist Experiences Interesting // Frontiers in Psychology. – 2019. – Vol. 10. – Art. 1603. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01603>.
- 8 Xue J., Zhou Z., Majeed S., Chen R., Zhou N. Stimulating Tourist Inspiration by Tourist Experience: The Moderating Role of Destination Familiarity // Frontiers in Psychology. – 2022. – Vol. 13. – Art. 895136. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.895136>.
- 9 Bagheri F., Guerreiro M.M., Pinto P., Ghaderi Z. From Tourist Experience to Satisfaction and Loyalty: Exploring the Role of a Sense of Well-Being // Journal of Travel Research. – 2024. – Vol. 63(8). – pp. 1989–2004. DOI: <https://doi.org/10.1177/00472875231201509>.
- 10 Grosche B., Zhunussova T., Apsalikov K., Kesminiene A. Studies of health effects from nuclear testing near the Semipalatinsk nuclear test site, Kazakhstan // Central Asian Journal of Global Health. – 2015. – Vol. 4(1). DOI: <https://doi.org/10.5195/cajgh.2015.127>.
- 11 Dyussupov A., Kenzhina I., Zhunussova G. et al. Long-term exposure to ionizing radiation from the Semipalatinsk nuclear test site and cardiovascular mortality // Journal of Radiological Protection. – 2025. – Vol. 45(4). – pp. 1-15. URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/22/12/1781> (дата обращения: 26.02.2026).
- 12 Evseeva T.I., Maïstrenko T.A., Belykh E.S., Geras'kin S.A., Kriazheva E.Iu. The assessment of radionuclide contamination and toxicity of soils sampled from «Experimental field» site of Semipalatinsk nuclear test site // Radiats Biol Radioecol. – 2009. – Vol. 49 (5). – pp. 595–607. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19947524/> (дата обращения: 26.02.2026).
- 13 Evseeva T.I., Maïstrenko T.A., Geras'kin S.A., Belykh E.S., Umarov M.A., Sergeeva I.Iu., Sergeev V.Iu. Assessment of modern radioecological situation at nuclear explosion «Chagan» (Balapan Site, Semipalatinsk Nuclear Test Site, Kazakhstan) // Radiats Biol Radioecol. – 2008. – Vol. 48 (5). – pp. 573–583. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19004330/> (дата обращения: 26.02.2026).

## References

- 1 Zhapekova G.K., Hasenova M.E. K 30 letiju zakrytija Semipalatinskogo jadernoogo poligona: obzor kazhastanskih issledovanij / «Strategicheskie orientiry razvitiya Central'noj Azii: istorija, trendy i perspektivy»: sb. nauch. st. – Ekaterinburg: Ural. gos. ped. un-t, 2021. – S. 62-68. URL: <https://ca.uspu.ru/images/Forum-SNG-Sbornik.pdf> (data obrashhenija: 26.02.2026).
- 2 Moldazhanov M.B., Zolotareva S.V., Tahtaeva R.Sh., Varavin E.V. Ocenka jekonomicheskogo potenciala jadernoogo turizma na primere Semipalatinskogo ispytatel'nogo poligona // Vestnik Atyrauskogo universiteta. – 2025. – №4(79). – S. 353-363. DOI: <https://doi.org/10.47649/vau.25.v79.i4.32>.
- 3 Gerulaitienė E., Mažeikienė N. Energy tourism at nuclear power plants: between educational mission and retention of «safety myth» / In book: Learning the Nuclear: Educational Tourism in (Post)Industrial Site / edited by N. Mažeikienė. – Berlin: Peter Lang, 2021. – pp. 135-174. URL: <https://library.oapen.org/handle/20.500.12657/49745> (data obrashhenija: 26.02.2026).
- 4 Velichko A.V., Plohih R.V. Istorija nauchnyh issledovanij «tjmnogo» turizma // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2025. – №2(8). – S. 146-165. URL: <https://journal.iuth.edu.kz/index.php/main/article/view/317/209> (data obrashhenija: 26.02.2026).
- 5 Daurkhan S., Kulbayeva A., Seitzhapparova A., Abdramanov Y. Text Theory in the Context of Tourist Discourse and Its Relevant Issues in Teaching // Bulletin of the International University of Tourism and Hospitality. – 2025. – Vol. 4. – №10. – pp. 226-237. DOI: <https://www.doi.org/10.62867/3007-0848.2025-4.17>.
- 6 Rezul'taty oprosa po opredeleniju celevoj auditorii, zainteresovannyh v puteshestvijah po territorii Semipalatinskogo ispytatel'nogo poligona (SIP) [Elektronnyj resurs]. – URL: <https://back.abu.edu.kz/uploads/file-1761909791553-403793978.pdf> (data obrashhenija: 26.02.2026).
- 7 Larsen S., Wolff K., Doran R., Øgaard T. What Makes Tourist Experiences Interesting // Frontiers in Psychology. – 2019. – Vol. 10. – Art. 1603. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01603>.
- 8 Xue J., Zhou Z., Majeed S., Chen R., Zhou N. Stimulating Tourist Inspiration by Tourist Experience: The Moderating Role of Destination Familiarity // Frontiers in Psychology. – 2022. – Vol. 13. – Art. 895136. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.895136>.
- 9 Bagheri F., Guerreiro M.M., Pinto P., Ghaderi Z. From Tourist Experience to Satisfaction and Loyalty: Exploring the Role of a Sense of Well-Being // Journal of Travel Research. – 2024. – Vol. 63(8). – pp. 1989–2004. DOI: <https://doi.org/10.1177/00472875231201509>.
- 10 Grosche B., Zhunussova T., Apsalikov K., Kesminiene A. Studies of health effects from nuclear testing near the Semipalatinsk nuclear test site, Kazakhstan // Central Asian Journal of Global Health. – 2015. – Vol. 4(1). DOI: <https://doi.org/10.5195/cajgh.2015.127>.
- 11 Dyussupov A., Kenzhina I., Zhunussova G. et al. Long-term exposure to ionizing radiation from the Semipalatinsk nuclear test site and cardiovascular mortality // Journal of Radiological Protection. – 2025. – Vol. 45(4). – pp. 1-15. URL: <https://www.mdpi.com/1660-4601/22/12/1781> (data obrashhenija: 26.02.2026).
- 12 Evseeva T.I., Maïstrenko T.A., Belykh E.S., Geras'kin S.A., Kriazheva E.Iu. The assessment of radionuclide contamination and toxicity of soils sampled from «Experimental field» site of Semipalatinsk nuclear test site // Radiats Biol Radioecol. – 2009. – Vol. 49 (5). – pp. 595–607. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19947524/> (data obrashhenija: 26.02.2026).
- 13 Evseeva T.I., Maïstrenko T.A., Geras'kin S.A., Belykh E.S., Umarov M.A., Sergeeva I.Iu., Sergeev V.Iu. Assessment of modern radioecological situation at nuclear explosion «Chagan» (Balapan Site, Semipalatinsk Nuclear Test Site, Kazakhstan) // Radiats Biol Radioecol. – 2008. – Vol. 48 (5). – pp. 573–583. URL: <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19004330/> (data obrashhenija: 26.02.2026).

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

*“Автор для корреспонденции (первый автор)”*

Молдажанов Марат Бетимбаевич – PhD, постдокторант, Alikhan Bokeikhan University, г. Семей, Казахстан.

*“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”*

Молдажанов Марат Бетимбаевич – PhD, постдокторант, Alikhan Bokeikhan University, Семей қ., Қазақстан.

*“The Author for Correspondence (The First Author)”*

Moldazhanov Marat – PhD, postdoctoral researcher, Alikhan Bokeikhan University, Semey, Kazakhstan.

e-mail: mmarat84@inbox.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0872-5797>

Гарипова Альбина Альбертовна – PhD, заведующая кафедрой, Карагандинский университет Казпотребсоюза, г. Караганда, Казахстан.

Гарипова Альбина Альбертовна – PhD, кафедра меңгерушісі, Қазтұтынуодағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ., Қазақстан.

Garipova Albina – PhD, head of the department, Karaganda University of Kazpotrebooyuz, Karaganda, Kazakhstan.

e-mail: Albinaalbertovna2511@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5757-8741>

Дүйсеннова Райгүл Жәнісқызы – PhD, и.о. ассоциированного профессора, Алматинский технологический университет, г. Алматы, Казахстан.

Дүйсеннова Райгүл Жәнісқызы – PhD, қауымдастырылған профессор м.а., Алматы технологиялық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

Duiskenova Raigul – PhD, acting associate professor, Almaty Technological University, Almaty, Kazakhstan.

e-mail: raigul19@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7011-8229>

Дата поступления статьи: 02.03.2026

Дата принятия к публикации: 17.03.2026

Ырысбай Г.ª,  Молдағалиева А.Е.,  Асипова Ж.М. 

Әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан

## ҚАЗАҚСТАНҒА КЕЛЕТІН ХАЛЫҚАРАЛЫҚ ТУРИСТІК АҒЫҢДАРДЫ ТАЛДАУ ЖӘНЕ КАРТОГРАФИЯЛЫҚ МОДЕЛЬДЕУ (2019–2024 ЖЖ.)

Ырысбай Гүлден, Молдағалиева Айтолкын Есенкуловна, Асипова Жанна Медеуовна

**Қазақстанға келетін халықаралық туристік ағындарды талдау және картографиялық модельдеу (2019–2024 жж.)**

**Аңдатпа.** Мақалада 2019–2024 жылдар аралығында Қазақстанға келетін халықаралық туристік ағындардың динамикасы мен географиялық құрылымы талданады. Зерттеудің мақсаты – ресми статистикалық деректер негізінде туристік ағындардың уақыттық өзгерістерін анықтау және негізгі шығу елдері бойынша кеңістіктік таралуын картографиялық модельдеу арқылы көрсету. Зерттеу әдістемесі статистикалық талдау, салыстырмалы талдау және геоақпараттық жүйелер негізіндегі картографиялық визуализация әдістерін қамтиды. Талдау нәтижесінде пандемия кезеңінде туристік ағындардың айтарлықтай төмендегені, ал 2023–2024 жылдары қалпына келу үрдісі байқалғаны анықталды. Ресей, Өзбекстан, Қытай, Германия, АҚШ, Үндістан және Иран елдері Қазақстанға келетін негізгі туристік нарықтар ретінде айқындалды. Құрастырылған ағын карталары туристік қозғалыстың кеңістіктік бағыттарын визуалды түрде көрсетуге мүмкіндік береді. Зерттеу нәтижелері туристік инфрақұрылымды жоспарлау, маркетингтік стратегияларды жетілдіру және туристік саясатты негіздеу үшін пайдаланылуы мүмкін.

**Түйін сөздер:** туристік ағындар, халықаралық туризм, картографиялық модельдеу, кеңістіктік талдау, геоақпараттық жүйелер (ГАЖ), туризм динамикасы, Қазақстан туристік нарығы.

Ырысбай Гүлден, Молдағалиева Айтолкын Есенкуловна, Асипова Жанна Медеуовна

**Анализ и картографическое моделирование международных туристических потоков в Казахстан (2019–2024 гг.)**

**Аннотация.** В статье анализируется динамика и географическая структура международных туристических потоков в Казахстан в 2019–2024 годах. Цель исследования – выявление временных изменений туристических потоков на основе официальных статистических данных и демонстрация их пространственного распределения по основным странам происхождения посредством картографического моделирования. Методология исследования включает статистический анализ, сравнительный анализ и методы картографической визуализации на основе географических информационных систем. Анализ показал, что туристские потоки значительно сократились в период пандемии, а в 2023–2024 годах наблюдалась тенденция к восстановлению. В качестве основных туристских рынков для Казахстана были определены Россия, Узбекистан, Китай, Германия, США, Индия и Иран. Составленные карты потоков позволяют визуально продемонстрировать пространственные направления движения туристов. Результаты исследования могут быть использованы для планирования туристской инфраструктуры, совершенствования маркетинговых стратегий и обоснования туристской политики.

**Ключевые слова:** туристские потоки, международный туризм, картографическое моделирование, пространственный анализ, географические информационные системы (ГИС), динамика туризма, туристский рынок Казахстана.

Yrysbay Gulden, Moldagaliyeva Aitolkyn, Assipova Zhanna

**Analysis and cartographic modeling of international tourist flows to Kazakhstan (2019–2024)**

**Abstract.** The article analyzes the dynamics and geographical structure of international tourist flows to Kazakhstan in 2019–2024. The purpose of the study is to identify temporal changes in tourist flows based on official statistical data and to demonstrate their spatial distribution by main countries of origin through cartographic modeling. The research methodology includes statistical analysis, comparative analysis, and cartographic visualization methods based on geographic information systems. The analysis revealed that tourist flows significantly decreased during the pandemic period, and a recovery trend was observed in 2023–2024. Russia, Uzbekistan, China, Germany, the USA, India, and Iran were identified as the main tourist markets for Kazakhstan. The compiled flow maps allow us to visually demonstrate the spatial directions of tourist movement. The results of the study can be used to plan tourism infrastructure, improve marketing strategies, and justify tourism policy.

**Key words:** tourist flows, international tourism, cartographic modeling, spatial analysis, geographic information systems (GIS), tourism dynamics, Kazakhstani tourism market.

**Кіріспе.** Туризм индустриясы екінші дүниежүзілік соғыстан бері тұрақты өсім көрсеткен сала болып табылды, 2008–2009 жылдардағы жаһандық қаржылық дағдарыс сияқты ерекшеліктерді есептемегенде. 2019 жылы әлем бойынша халықаралық келушілер саны 1,481 миллионға жетіп, туризмнен түскен түсім 1,461 миллиард АҚШ долларын құрады. Туризмге деген сұраныстың өсуі жергілікті және ұлттық экономикаларға қаржы ағынын қамтамасыз етіп, туристік бағыттарда салық түсімдерінің артуына және жаңа жұмыс орындарының құрылуына ықпал етеді. Кірмелік туризмнің кеңеюі шетел валютасының келуін және туристік өнімдер экспортының ұлғаюын ынталандырады, бұл өз кезегінде елдің жалпы ішкі өнімінің (ЖІӨ) өсуіне әсер етуі мүмкін [1]. Жаппай вакцинациялау науқандарынан кейін халықаралық туризм нарығы біртіндеп қалпына келе бастады. Туризм индустриясы мен жаһандық экономика пандемиядан кейін қайта жандану кезеңіне қадам басқан жағдайда, туризм дамуының экономикалық әсерін зерттеу теориялық және практикалық тұрғыдан ерекше өзекті болып табылады [2].

Қазіргі таңда туризм индустриясы жаһандық экономикада маңызды орын алып, көптеген мемлекеттердің әлеуметтік және экономикалық дамуына ықпал ететін маңызды салалардың біріне айналып отыр. Халықаралық туристік қозғалыстардың ұлғаюы аймақтардың инфрақұрылымдық дамуын жеделдетіп, мәдениет-аралық байланыстардың кеңеюіне үлкен мүмкіндік береді. Осыған байланысты туристік ағымдардың уақыттық динамикасын және аумақтық таралу ерекшеліктерін талдау туризм саласындағы өзекті ғылыми мәселелердің бірі болып табылады.

Соңғы онжылдықтарда әлем қоғамның әлеуметтік және экономикалық өмірінің барлық салаларына, соның ішінде туризм саласына әсер еткен бірқатар ірі дағдарыстарды бастан өткерді. Геосаяси ахуалдағы өзгерістер, экономикалық ауытқулар, әлеуметтік трансформациялар, қоғамдық денсаулық сақтау мәселелері және экологиялық проблемалар барлығы да жаһандық туризмге елеулі әсер етіп, туристік ағымдарды жаңа тартымдылық нүктелеріне бағыттайды немесе оларға кедергі келтіреді. Мысалы, халықаралық немесе өңірлік экономикалық жағдайлар ықтимал саяхатшылардың сұранысы мен сатып алу қабілетіне әсер етеді, ал қақтығыстар мен визалық саясатты қайта қарау елдің туристік тартымдылығын айтарлықтай өзгертуі мүмкін. COVID-19 пандемиясы аурудың

тез таралуы туризмге қалай әсер ететінін айқын көрсетті, бұл мемлекеттік және өңірлік деңгейде білікті басқару мен туристік индустриядағы жаңа тәуекелдерге бейімделудің маңыздылығын көрсетті [3].

Осы тұрғыда зерттеу 2019–2024 жылдар кезеңінде Қазақстанға келген шетелдік туристердің сандық өзгерісі мен географиялық таралуын анықтауға, сондай-ақ карта-схемалар мен ағындық карталар көмегімен туристік ағымдарды визуалды түрде көрсетуге бағытталған. Алынған қорытындылар туризм саласын дамыту, туристік инфрақұрылымды және мемлекеттік туристік саясатты жетілдіру барысында практикалық маңызға ие болады.

**Зерттеудің мақсаты** – 2019–2024 жылдар кезеңінде Қазақстанға бағытталған 7 елдің туристік ағымдарының динамикасын талдау, 2019–2024 жылдар арасындағы динамикасын картографиялық модельдеу арқылы визуалды түрде көрсету.

#### **Зерттеудің міндеттері:**

- 2019–2024 жылдар арасындағы елге келген шетелдік туристер саны бойынша статистикалық тұрғыдан деректерді жинау және жүйелеу;
- шетелдік туристердің негізгі басым бағыттарын анықтау;
- туристік деректер негізінде карта-схемалармен ағын картасын құрастыру;
- туристік ағымдарды жылдар динамикасы бойынша туристік ағымдарды талдау;
- туризмде картографиялық модельдеу әдістерін теориялық негіздеу.

Туризмді дамыту үшін туристерді тартатын аймақтарды анықтау маңызды міндет болып табылады. Мұндай аумақтарды іздеу туристерге, туризм менеджерлеріне және орталық пен жергілікті атқарушы органдарға маңызды. Туризм индустриясында туристер мен туроператорларға арналған көптеген арнайы картографиялық басылымдар бар. Қазіргі заманғы технологиялар, әсіресе ГИС технологиялары, шешім қабылдауға едәуір көмектесе алады. Олар туристік тартымдылықты анықтауда қуатты құралдар бола алады. Мысалы, олардың көмегімен жоғары сапалы аумақтық жоспарлау схемасын әзірлеуге болады. Аумақтың картографиялық талдауы туризм даму деңгейін анықтауға, туристік қызметті жоспарлауға және басқару тиімділігін арттыруға мүмкіндік береді. Бұл іс-шаралар өте өзекті және маңызды, себебі қазіргі экономиканың дамуында туризмнің рөлі артып келеді.

Геоақпараттық жүйелер (ГАЗ) туризм ресурстарын талдау мен кешенді бағалаудың тиімді

құралдарының бірі болып табылады. Көптеген зерттеушілер ГАЖ технологияларын туризм саласында қолдануды болашағы зор бағыт ретінде қарастырады.

Яковенко (2003) рекреация және туризм саласындағы статистикалық зерттеулерді ұйымдастыру деңгейінің жеткіліксіз екендігін атап көрсетеді [4]. Мельник (2009) туризм индустриясының ГАЖ құрылымына рекреациялық нысандарды сипаттайтын мамандандырылған цифрлық карталар деректер базасын енгізу қажеттігін негіздейді [5]. Шнырькова мен Жигарева (2016) туризмдегі аумақтық жоспарлау сызбасын әзірлеуде ГАЖ қолдану мүмкіндіктерін өзен алабы мысалында қарастырған [6]. Таган (2009) аумақтық рекреациялық теңсіздікті зерттеуде картографиялық әдістердің рөлін айқындайды [7]. Ал Кулик пен Сосса (2018) өңірлердің туристік тартымдылығын бағалауда жылу карталарын қолдану әлеуетін зерттеген [8].

Қазақстан және шетелдік GIS/картографиялық модельдеу салыстыру.

Қазіргі уақытта туристік өнімді қалыптастыру, оны нарықта сәтті жылжыту үшін туризм органдары мен туристік өз қызметінде халықаралық интеграция үшін аса маңызды ақпараттық технологияларды дамыту мәселелерімен үнемі бетпе-бет келеді.

Географиялық ақпараттық жүйелерді дамыту тарихы өткен ғасырдың 50-жылдардың аяғынан басталады. 50–60-жылдары ГАЖ-ды дамытуға негізгі үлес АҚШ-та, Канадада және Батыс Еуропада қосылды. Ресей 1980-жылдардың ортасында геоақпараттық технологияларды құру және дамытудың жаһандық үдерісіне қосылды. Қазіргі уақытта ГИС технологиялары теңіз навигациясында кеңінен қолданылады. Мысалы,

Жапонияда электрондық навигациялық карталар қолданылады. Осы карталарда қосылған навигациялық құрылғылар кеменің орналасқан жерін, кеменің ұстануы тиіс жылдамдығын, сол кеменің қасындағы басқа кемелерді, порттарды және басқа да ақпаратты көрсетеді. АҚШ-та көлік құралдары электрондық карталарды пайдаланады, атап айтқанда қозғалмалы объектілерді анықтауда, туристік бағыттар бойынша жолаушылар тасымалының таралуын, желілердің жүктемесін бақылауда. Бұл ақпарат жиі байланыс жүйесімен расталады [9].

Қазақстан тәжірибесі бойынша алатын болсақ, Қазақстанда геоақпараттық жүйелер «Цифрлық Қазақстан» мемлекеттік бағдарламасы аясында көрсетілген. Бағдарлама аясында кеңістіктік деректерді біріктіру, картографиялық модельдеу, жер картасын цифрландыру міндеттері айқындалған болып табылады [10].

ГАЖ Технологисы еліміздің туризм саласында қолданылуы Қазақстан ұлттық туристік брендіне жауапты Kazakh Tourism ұлттық компаниясы туристік нысандарды, маршруттарды, табиғи және мәдени объектілерді ГАЖ негізінде цифрлап, интерактивті карта форматында ұсынады. Бұндай карталар туристерге бағыттарды алдын-ала жоспарлуды жеңілдетеді [11].

Қазақстандағы туристік статистиканы цифрландыру барысында кеңістіктік деректерді интеграциялайтын жүйе ретінде– eQонақ порталын айтуға болады. Бұл жүйе елге келетін туристерді автоматты тіркеуге мүмкіндік береді. Сонымен қатар кеңістіктік деректер динамикасын талдауға мүмкіндік береді. Туристік ағындар динамикасын, маусымдық өзгерістерді, жүктемелермен аймақтар арасындағы қозғалысты кеңістіктік талдауға мүмкіндік береді [12].

1 кесте – Туристік ақпаратты визуалдау веб-карталар (Қазақстан мысалында)

Карта атауы	Аймақ	Түрі
Almaty city map-Visit Almaty	Алматы қаласы	Ресми интерактивті карта
Amazing& Sacred Places of Mangystau	Маңғыстау облысы	Интерактивті карта және 3D панорама
Interactive map-Mangystau State Historical and Cultural Reserve	Маңғыстау облысы	Қасиетті нысандар интерактивті картасы
Nur-Sultran tourist map (Astana map)	Астана	Туристік карта
Almaty tourist map (City tour)	Алматы	Туристік бағыттар картасы
Дереккөз: авторлармен құрастырылған		

1-ші кестеде көрсетілген туристік карталар ұлттық деңгейдегі сонымен қатар интерактив карталар болып саналады, карталар негізінен көрікті жерлерді, орналастыру орындарын, базалық инфрақұрылымды көрсетеді. Ал шетелдік тәжірибеде тек нысандарды көрсету ғана емес, туристік жүктемеге талдау жасауға, маршрут жоспарлауға, туристік пакеттерді талдауға дейін қолданылады. Осыған сүйене отырып, Қазақстандағы туристік карталар кеңістік визуализация және базалық ақпараттандыру деңгейінде халқаралық трендерге сәйкес келмейді [13-17].

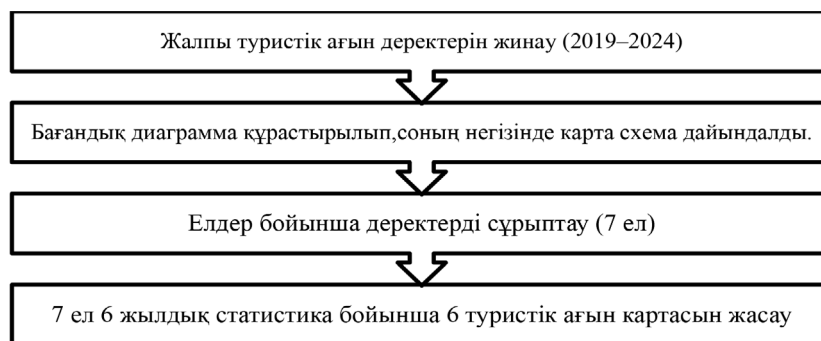
**Әдістер мен материалдар.** Зерттеуде 2019–2024 жылдар аралығындағы кірме туризм динамикасын сипаттайтын Қазақстан Республикасы Ұлттық статистика бюросының ресми статистикалық деректері, «Kazakh Tourism» ұлттық компаниясының материалдары, сондай-ақ халықаралық ашық дереккөздер пайдаланылды.

Зерттеудің әдіснамалық негізін келесі ғылыми тәсілдер құрайды:

- туристік келулердің уақыт қатарларын статистикалық талдау;
- туристік ағындардың шығу елдері бойынша динамикасын салыстырмалы талдау;
- кеңістіктік талдау әдістері;
- геоақпараттық жүйелерді (ГАЗ) қолдану арқылы картографиялық модельдеу.

Статистикалық деректер негізінде Қазақстанға бағытталған неғұрлым тұрақты туристік ағындарды қалыптастыратын 7 ел анықталды. Туристік ағындардың кеңістіктік құрылымын визуализациялау мақсатында туристер қозғалысының қарқындылығы мен бағыттарын көрсететін карта-схемалар және ағын карталары әзірленді. Картографиялық модельдеу нәтижесінде пандемияға дейінгі, пандемия кезеңіндегі және пандемиядан кейінгі кезеңдердегі туристік сұраныстың географиялық құрылымындағы өзгерістер айқындалды.

Зерттеу барысы жалпы мынандай кезеңнен тұрды (1 сурет).



1 сурет – Зерттеу әдістері  
(Дереккөз: авторлармен құрастырылған)

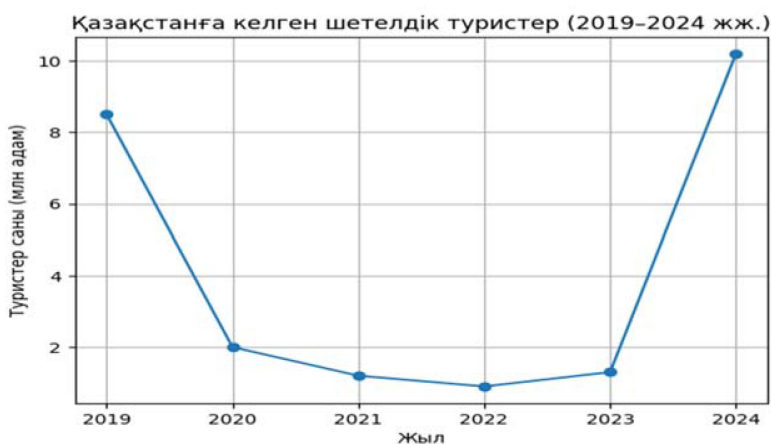
**Нәтижелер.** Ашық дереккөздері бойынша алынған статистикалық мәліметтер негізінде 2019-2024 жылдар арасында Қазақстанға келген

жалпы шетелдік туристер санына диаграммалық және визуалдық тұрғыдан карта схемада көрсетілді (кесте 2).

2 кесте – 2019-2024 жылдар арасында Қазақстанға келген жалпы шетелдік туристер саны

Жыл	Келушілер саны
2019	8 500 000
2020	2 000 000
2021	1 300 000
2022	928 000
2023	1 084 800
2024	15 300 000

Дереккөз: авторлармен құрастырылған



2 сурет – Қазақстандағы шетелдік туристер ағынының динамикасы (2019-2024)  
(Дереккөз: авторлармен құрастырылған)

Кесте 2 және сурет 2 де 2019-2024 жылдар арасында Қазақстанға келген шетел туристер саны және динамикасы көрсетілген. 2019 жылы кірме келушілер саны 8,5 млн туристерді құраған. Алайда Covid-19 пандемиясына байланысты 2020-2021 жылдар бұл көрсеткіш күрт төмендеген болып табылады. 2022 жылдан бастап осы көрсеткіш қайта жоғарлап бастады, 2023 жылы шетелдік туристердің саны арттып, 1 миллион 84,8 мың адамға жетті. Ал 2024

жылы Қазақстанға келген 15,3 миллион шетел азаматының ішінде кемінде бір тәулік елде аялдаған 10,4 миллионы турист ретінде есепке алынған [18-21].

Карта схемада 2019–2024 жылдары арасында келген шетелдік туристер санының өсуі мен төмендеуі көрнекі түрде көрсетілген. Бұл картада туристік ағымдардың өзгерісін талдауға, бағалауға, сонымен қатар саланың даму қарқынын түсінуге көмектеседі (3 сурет).



3 сурет – Қазақстандағы халықаралық туристер санының жылдар бойынша динамикасының карта-схемасы  
(Дереккөз: авторлармен құрастырылған)

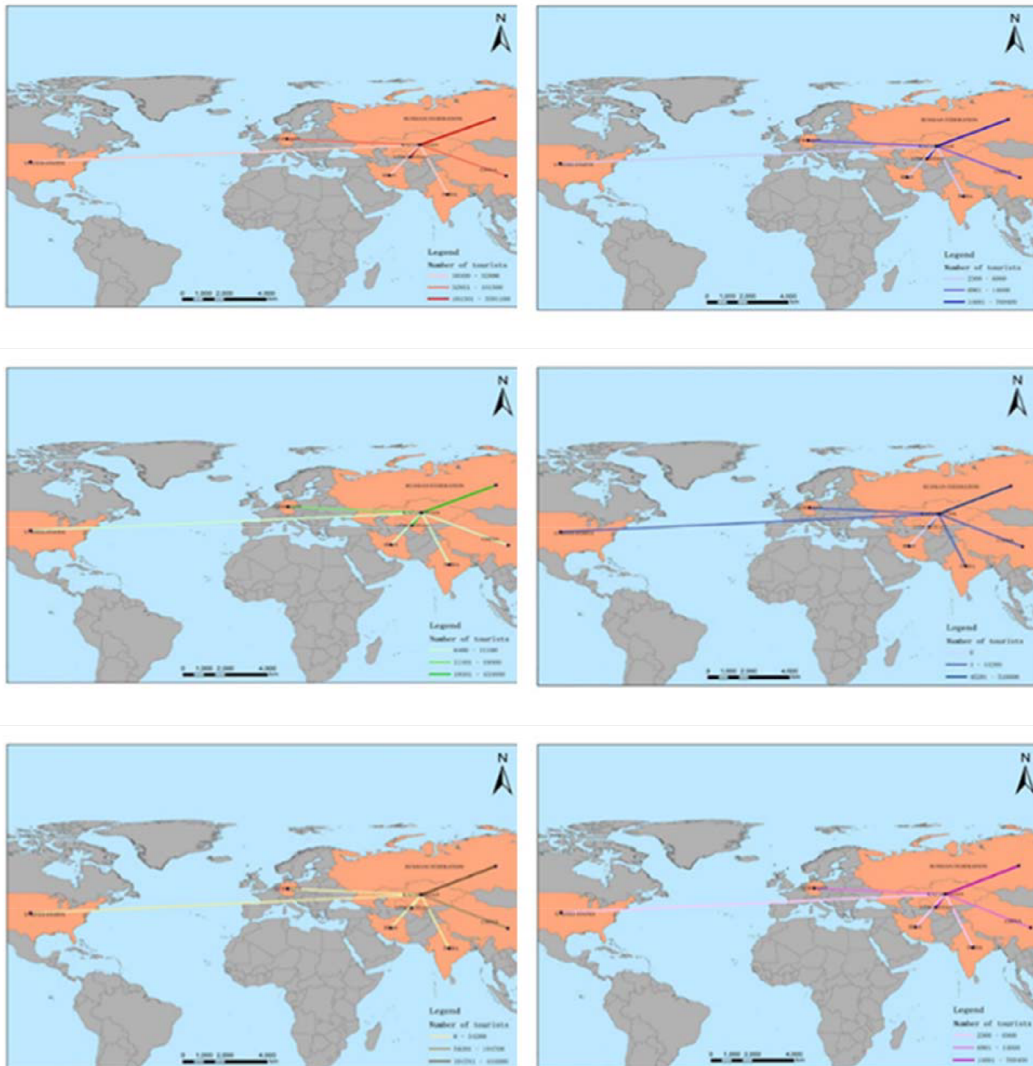
3 кесте – Қазақстанға шетелден келетін шетелдік туристік ағымның сандық көрсеткіші (Елдер бойынша 2019-2024)

Ел (origin)	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ресей	1 872 000	463 000	433 000	510 000	444 900	3 255 136
Қытай	77 600	14 600	11 100	45 200	104 700	655 083
Германия	101 500	11 600	19 500	17 500	28 400	92 063

США	32 800	6100	7000	27 100	37 400	35 958
Индия	32 400	6900	8500	19 000	54 200	146 241
Иран	10 100	2300	6400			13 436
Өзбекстан	3 591 100	769 400	336 600	29 000	35 900	5 873 306
Дереккөз: авторлармен құрастырылған						

Жоғарыда 2019–2024 жылдар аралығындағы Қазақстанға келетін халықаралық туристік ағымдарды бейнелейтін ағын картасы дайындалды. Сонымен қатар бұл зерттеудің негізгі нәтижелерін кеңістіктік-динамикалық тұрғыдан түсіндіруге мүмкіндік беретін құрал деп айта

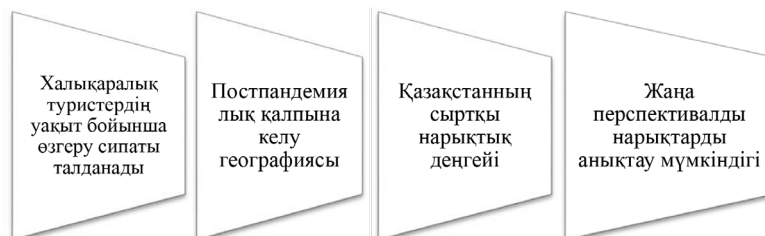
аламыз. Картадағы әртүрлі түстер туристердің қанықтық деңгейін көрсетеді. Түс неғұрлым қанық болса, соғұрлым сол елден келген туристер саны жоғары екенін көрсетеді. Бұл тәсіл елдер арасындағы айырмашылықты бірден көрсетуге жағдай жасайды (4 сурет).



4 сурет – 2019-2024 жылдар арасындағы елдер бойынша туристік ағын картасы  
(Дереккөз: авторлармен құрастырылған)

Зерттеу жеті ел бойынша жүргізілді, себебі барлық мемлекеттер бойынша қолжетімді статистикалық мәліметтердің толық болмауы кең ауқымды талдау жасауға мүмкіндік бермеді. Дегенмен, алынған 7 ел – дерек сапасы жоғары, Қазақстанға тұрақты әрі негізгі

туристік ағындар қалыптастыратын бағыттар. Сонымен қатар ағын картасынан Қазақстан тек ТМД нарығына тәуелді емес екендігін анық көрсетеді. Бұл біздің туристік нарықтағы тартымдылықтың әртәраптанғанын көрсетеді (5 сурет).



5 сурет – Зерттеу нәтижелері  
(Дереккөз: авторлармен құрастырылған)

**Талқылау.** Зерттеу барысында алынған деректер 2019-2024 жылдар аралығында Қазақстанға бағытталған шетелдік туристік ағымдардың тұрақсыз әрі өзгермелі болғанын айқындайды. Аталған уақыт аралығында туристер санының ауытқуына бірқатар сыртқы және ішкі факторлар әсер еткені байқалды. Әсіресе жаһандық эпидемиологиялық ахуал, халықаралық қатынастардағы шектеулер мен көлік қатынасының уақытша тоқтауы туристік қозғалыстың қарқынына елеулі ықпал етті. Бұл жағдай туристік ағымдардың тек уақыттық емес, сонымен қатар кеңістіктік құрылымының да өзгеруіне себеп болды.

Зерттеу нәтижелері 2019 жылдың халықаралық туризм үшін салыстырмалы түрде қолайлы кезең болғанын көрсетеді. Ал 2020 – 2022 жылдары туристік ағындардың айтарлықтай қысқаруы байқалып, бұл кезең Қазақстандағы туризм саласының ең күрделі кезеңі ретінде сипатталады. Мұндай төмендеу әлемдік туристік үрдістермен сәйкес келіп, жаһандық дағдарыстардың ұлттық туризмге тікелей әсерін дәлелдейді. 2023 жылдан бастап туристік ағымдардың біртіндеп жандану үрдісі байқалып, 2024 жылы шетелдік туристер санының едәуір артуы тіркелді. Бұл жағдай туризм саласының қалпына келу мүмкіндігінің жоғары екенін көрсетеді.

Алынған нәтижелер туристік ағымдарды кеңістіктік талдау ұлттық және өңірлік деңгейде туризмді стратегиялық жоспарлаудың маңызды құралы болып табылатынын көрсетеді. Кірме туризмнің географиялық құрылымын зерттеу

тұрақты туристік нарықтарды анықтауға, туристік өнімді ілгерілетудің перспективалық бағыттарын белгілеуге және туристік инфрақұрылымды дамыту бойынша негізделген басқарушылық шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Халықаралық туристік ағымдар үшін мемлекеттер арасындағы бәсекелестік күшейген жағдайда туристік сұраныстың кеңістіктік ерекшеліктерін ескеретін заманауи аналитикалық құралдарды қолдану ерекше маңызға ие.

Зерттеу нәтижелері көрші мемлекеттерден келетін туристер үлесінің жоғары екенін көрсетті, бұл географиялық жақындықтың, көлік қолжетімділігінің және мәдени байланыстардың туристік қозғалыс бағыттарын қалыптастырудағы маңызды фактор екенін дәлелдейді. Сонымен қатар алыс шетел елдерінен келетін туристер санының біртіндеп артуы Қазақстанның халықаралық туристік бағыт ретінде танымалдылығының өсіп келе жатқанын білдіреді. Туристердің шығу елдері құрылымының әртараптануы туристік нарықтың тұрақтылығын арттырады, себебі бұл туризм саласының жекелеген елдерге тәуелділігін төмендетіп, сыртқы экономикалық немесе саяси өзгерістерге бейімделу мүмкіндігін күшейтеді.

Картографиялық модельдеу туристік ағымдардың кеңістіктік құрылымын көрнекі түрде бағалауға ғана емес, сонымен қатар туризмнің аумақтық дамуындағы теңсіздіктерді анықтауға мүмкіндік береді. Геоақпараттық жүйелер статистикалық деректерді, көлік инфрақұрылымы туралы ақпаратты және туристік ресурстарды біртұтас аналитикалық ортада біріктіруге жағдай жасайды. Бұл туристік инфрақұрылымды

тиімді жоспарлауға, туристік маршруттарды оңтайландыруға және туристік кластерлерді дамытуға ықпал етеді.

Сонымен қатар зерттеу нәтижелері ГАЗ технологияларын қолдану туризм саласындағы маркетингтік стратегиялардың тиімділігін арттыруға мүмкіндік беретінін көрсетеді. Туристік ағымдардың кеңістіктік визуализациясы неғұрлым перспективалы туристік нарықтарды анықтауға және әртүрлі елдердегі туристік сұраныстың ерекшеліктеріне сәйкес туристік өнімдерді бейімдеуге мүмкіндік береді. Экономиканың цифрлануы жағдайында геоақпараттық технологияларды пайдалану туристік ағымдарды басқарудың және бәсекеге қабілетті туристік өнім қалыптастырудың маңызды элементіне айналып отыр.

Осылайша, картографиялық модельдеу әдістерін қолдану туристік ағымдарды зерттеудің аналитикалық мүмкіндіктерін кеңейтеді және туристік саясатты дамыту саласында ғылыми негізделген шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді. Алынған нәтижелер ұлттық туристік брендті ілгерілету стратегияларын әзірлеу, көлік инфрақұрылымын жоспарлау және Қазақстандағы халықаралық туризмді тұрақты дамыту бағыттарын қалыптастыру барысында қолданылуы мүмкін.

**Қортынды.** Бұл зерттеуде 2019–2024 жылдар аралығында Қазақстанға келген шетелдік туристердің динамикасы мен географиялық таралуына талдау жасалды. Жүргізілген зерттеу нәтижелері көрсеткендей, қарастырылған кезеңде халықаралық туристік ағымдар айтарлықтай өзгерістерге ұшыраған. COVID-19 пандемиясы кезеңінде туристік қозғалыстың күрт төмендеуі

байқалса, 2023–2024 жылдары туристік ағымдардың біртіндеп қалпына келу үрдісі анықталды. Статистикалық талдау нәтижелері бойынша Ресей мен Өзбекстан Қазақстан үшін негізгі туристік нарықтар болып қала береді, алайда Қытай, Үндістан және Германия сияқты алыс шетел елдерінің үлесінің артуы туристік нарықтың біртіндеп әртараптануына келе жатқанын көрсетеді.

Картографиялық модельдеу әдістерін қолдану туристік ағымдардың кеңістіктік құрылымын көрнекі түрде бағалауға және туристік сұраныстың географиялық ерекшеліктерін анықтауға мүмкіндік берді. Геоақпараттық жүйелерді пайдалану туристік деректерді кеңістіктік тұрғыдан талдауға, туристік ағымдардың негізгі бағыттарын айқындауға және туризм инфрақұрылымын жоспарлау үдерісін жетілдіруге жағдай жасайды. Алынған нәтижелер туристік инфрақұрылымды жоспарлау, маркетингтік стратегияларды әзірлеу және ұлттық туристік саясатты жетілдіру үшін ғылыми негіз бола алады.

Зерттеу нәтижелері туристік ағымдарды талдауда геоақпараттық технологияларды қолданудың тиімділігін көрсетіп, туризмді басқаруда цифрлық құралдардың маңыздылығын дәлелдейді. Картографиялық модельдеу әдістерін пайдалану туристік нарықтың даму үрдістерін болжауға, туристік ресурстарды тиімді орналастыруға және өңірлік туризмді дамыту бағыттарын анықтауға мүмкіндік береді. Болашақ зерттеулерде туристік ағымдарды кеңірек географиялық ауқымда қарастыру, сондай-ақ маусымдық өзгерістер мен туристік сұраныс факторларын ескере отырып кеңістіктік модельдерді жетілдіру маңызды болып табылады.

#### Әдебиеттер тізімі:

- 1 Belloumi M. The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia // *International Journal of Tourism Research*. – 2010. – Vol. 12. – №5. – pp. 550–560. – DOI: 10.1002/jtr.774.
- 2 Liu A., Vici L., Ramos V., Giannoni S., Blake A. Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team // *Annals of Tourism Research*. – 2021. – Vol. 88. – Art. 103182. DOI: 10.1016/j.annals.2021.103182.
- 3 Zhong L., Sun S., Law R., Deng B. International tourist flow modelling during the pandemic // *Current Issues in Tourism*. – 2022. – Vol. 25. – №12. – pp. 1910–1919. – DOI: 10.1080/13683500.2021.1972941.
- 4 Яковенко И.М. Геоинформация в картографических исследованиях регионального рекреационного природопользования // *Культура народов Причерноморья*. – 2003. – №38. – С. 16–20.
- 5 Мельник А.В. Впровадження та вдосконалення геоінформаційних технологій у туристичній діяльності // *Науковий вісник УжНУ. Серія «Економіка»*. – 2009. – №28. – С. 43–44.
- 6 Шнырькова А.А., Жихарева О.И. Использование геоинформационных технологий для создания схемы территориального планирования в туризме на примере бассейна реки Согожи Ярославской области // *Электронный сборник статей по материалам XLVI студенческой международной заочной научно-практической конференции*. – 2016. – №9(45). – С. 65–69. – URL: [https://sibac.info/archive/technic/9\(45\).pdf](https://sibac.info/archive/technic/9(45).pdf) (кол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 7 Tagan T.A. Cartographic method in the study of territorial recreational inequality // *Culture of the Peoples of the Black Sea*. – 2009. – №176. – pp. 182–185.

- 8 Kulyk V., Sossa R. Determining the tourist attractive regions by GIS analysis using heatmaps // *Geodesy and Cartography*. – 2018. – Vol. 44. – №1. – pp. 22–27. – DOI: 10.3846/gac.2018.882.
- 9 Longley P.A., Goodchild M.F., Maguire D.J., Rhind D.W. *Geographic Information Systems and Science*. – New York: Wiley, 2015. – 536 p.
- 10 Government of Kazakhstan. Digital Kazakhstan State Program. – 2018. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/press/news/details/57892?lang=kk> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 11 Kazakh Tourism. Official tourism portal of Kazakhstan. – 2024. – URL: <https://kazakhstan.travel/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 12 eQonaq. Tourist registration system of Kazakhstan. – 2024. – URL: <https://eqonaq.kz/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 13 Visit Almaty. Almaty city map. – URL: <https://visitalmaty.kz/en/map/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 14 Mangystau INMAP. Interactive map of Mangystau region. – URL: <https://mangystau.inmap.kz/en/map/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 15 Mangystau Korygy. Digitalization map of Mangystau region. – URL: <https://mangystaukorygy.kz/en/mangystau/cifizacia/karta> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 16 City Tour Kazakhstan. Astana tourist map. – URL: <https://eng.city-tour.kz/index.php/component/k2/item/154-astana-map> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 17 City Tour Kazakhstan. Almaty tourist map. – URL: <https://eng.city-tour.kz/index.php/component/k2/item/137-almaty-map> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 18 Kazakhstan’s tourism target indicators and inbound visitor trends // *Innovative Eurasian University Bulletin*. – 2022. – №4(88). – pp. 73–75. – URL: [https://vestnik.ineu.edu.kz/files/bulletins/bulletin\\_2022\\_4%2888%29.pdf](https://vestnik.ineu.edu.kz/files/bulletins/bulletin_2022_4%2888%29.pdf) (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 19 В Казахстане вырос турпоток: данные Министерства культуры и спорта РК. – URL: [https://tengrinews.kz/kazakhstan\\_news/v-kazahstane-vyiros-turpotok-minkulturyi-486935/](https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/v-kazahstane-vyiros-turpotok-minkulturyi-486935/) (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 20 В 2023 году Казахстан посетили более 1 млн иностранных туристов. – URL: [https://www.kt.kz/rus/state/v\\_2023\\_godu\\_kazahstan\\_posetili\\_bolee\\_1 mln\\_inostrannyh\\_1382640195.html](https://www.kt.kz/rus/state/v_2023_godu_kazahstan_posetili_bolee_1 mln_inostrannyh_1382640195.html) (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 21 Туристская отрасль Казахстана: динамика развития, инвестиции и Neo Nomad Visa. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm/press/article/details/196717> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).

## References

- 1 Belloumi M. The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia // *International Journal of Tourism Research*. – 2010. – Vol. 12. – №5. – pp. 550–560. – DOI: 10.1002/jtr.774.
- 2 Liu A., Vici L., Ramos V., Giannoni S., Blake A. Visitor arrivals forecasts amid COVID-19: A perspective from the Europe team // *Annals of Tourism Research*. – 2021. – Vol. 88. – Art. 103182. DOI: 10.1016/j.annals.2021.103182.
- 3 Zhong L., Sun S., Law R., Deng B. International tourist flow modelling during the pandemic // *Current Issues in Tourism*. – 2022. – Vol. 25. – №12. – pp. 1910–1919. – DOI: 10.1080/13683500.2021.1972941.
- 4 Jakovenko I.M. Geoinformacija v kartograficheskikh issledovanijah regional’nogo rekreacionnogo prirodopol’zovanija // *Kul’tura narodov Prichernomor’ja*. – 2003. – №38. – S. 16–20.
- 5 Mel’nik A.V. Vprovodzhennja ta vdoskonalennja geoinformacijnih tehnologij u turistichnij dijaj’nosti // *Naukovij visnik UzhNU. Serija «Ekonomika»*. – 2009. – №28. – S. 43–44.
- 6 Shnyr’kova A.A., Zhihareva O.I. Ispol’zovanie geoinformacionnyh tehnologij dlja sozdanija shemy territorial’nogo planirovanija v turizme na primere bassejna reki Sogozhi Jaroslavskoj oblasti // *Jelektronnyj sbornik statej po materialam XLVI studencheskoj mezhdunarodnoj zaochnoj nauchno-prakticheskoj konferencii*. – 2016. – №9(45). – S. 65–69. – URL: [https://sibac.info/archive/technic/9\(45\).pdf](https://sibac.info/archive/technic/9(45).pdf) (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 7 Tagan T.A. Cartographic method in the study of territorial recreational inequality // *Culture of the Peoples of the Black Sea*. – 2009. – №176. – pp. 182–185.
- 8 Kulyk V., Sossa R. Determining the tourist attractive regions by GIS analysis using heatmaps // *Geodesy and Cartography*. – 2018. – Vol. 44. – №1. – pp. 22–27. – DOI: 10.3846/gac.2018.882.
- 9 Longley P.A., Goodchild M.F., Maguire D.J., Rhind D.W. *Geographic Information Systems and Science*. – New York: Wiley, 2015. – 536 p.
- 10 Government of Kazakhstan. Digital Kazakhstan State Program. – 2018. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mdai/press/news/details/57892?lang=kk> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 11 Kazakh Tourism. Official tourism portal of Kazakhstan. – 2024. – URL: <https://kazakhstan.travel/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 12 eQonaq. Tourist registration system of Kazakhstan. – 2024. – URL: <https://eqonaq.kz/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 13 Visit Almaty. Almaty city map. – URL: <https://visitalmaty.kz/en/map/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 14 Mangystau INMAP. Interactive map of Mangystau region. – URL: <https://mangystau.inmap.kz/en/map/> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 15 Mangystau Korygy. Digitalization map of Mangystau region. – URL: <https://mangystaukorygy.kz/en/mangystau/cifizacia/karta> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 16 City Tour Kazakhstan. Astana tourist map. – URL: <https://eng.city-tour.kz/index.php/component/k2/item/154-astana-map> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 17 City Tour Kazakhstan. Almaty tourist map. – URL: <https://eng.city-tour.kz/index.php/component/k2/item/137-almaty-map> (қол жеткізу күні: 10.02.2026).
- 18 Kazakhstan’s tourism target indicators and inbound visitor trends // *Innovative Eurasian University Bulletin*. – 2022. – №4(88). – pp. 73–75. – URL: [https://vestnik.ineu.edu.kz/files/bulletins/bulletin\\_2022\\_4%2888%29.pdf](https://vestnik.ineu.edu.kz/files/bulletins/bulletin_2022_4%2888%29.pdf) (қол жеткізу күні: 10.02.2026).

- 19 V Kazahstane vyros turpotok: dannye Ministerstva kul'tury i sporta RK. – URL: [https://tengrinews.kz/kazakhstan\\_news/v-kazahstane-vyiros-turpotok-minkulturyi-486935/](https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/v-kazahstane-vyiros-turpotok-minkulturyi-486935/) (қол зhetkizu күні: 10.02.2026).
- 20 V 2023 godu Kazahstan posetili bolee 1 mln inostrannyh turistov. – URL: [https://www.kt.kz/rus/state/v\\_2023\\_godu\\_kazahstan\\_posetili\\_bolee\\_1 mln\\_inostrannyh\\_1382640195.html](https://www.kt.kz/rus/state/v_2023_godu_kazahstan_posetili_bolee_1 mln_inostrannyh_1382640195.html) (қол зhetkizu күні: 10.02.2026).
- 21 Turistskaja otrasl' Kazahstana: dinamika razvitija, investicii i Neo Nomad Visa. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tsm/press/article/details/196717> (қол зhetkizu күні: 10.02.2026).

#### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

*“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”*

**Ырысбай Гүлден** – әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің екінші курс магистранты, Алматы, Қазақстан.

*“Автор для корреспонденции (первый автор)”*

**Ырысбай Гүлден** – магистрант 2 курса Казахского национального университета имени аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

*“The Author for Correspondence (The First Author)”*

**Yrysbay Gulden** – 2nd year master’s student of Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** yrysbay1996@mail.ru

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0007-7655-8835>

**Молдагалиева Айтолкын Есенкуловна** – география ғылымдарының кандидаты, доцент, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Алматы, Қазақстан.

**Молдагалиева Айтолкын Есенкуловна** – кандидат географических наук, доцент, Казахский национальный университет им. аль-Фараби, г. Алматы, Казахстан.

**Moldagaliyeva Aitolkyn** – candidate of geographical sciences, associate professor, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** moldagaliyeva.aitolkyn2016@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-8060-4933>

**Асипова Жанна Медеуовна** – PhD, қауымдастырылған профессор, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университетінің рекреациялық география және туризм кафедрасының ғылыми қызметкері, Алматы, Қазақстан.

**Асипова Жанна Медеуовна** – PhD, ассоциированный профессор, научный сотрудник кафедры рекреационной географии и туризма Казахского национального университета имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан.

**Assipova Zhanna Medeuovna** – PhD, associate professor, research fellow, Department of recreational geography and tourism, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** zhanna.assipova@kaznu.edu.kz

**ORCID ID:** <https://orcid.org/0000-0003-1260-4867>

Мақала түскен күні: 01.01.2026

Мақала басылымға қабылданған күні: 26.03.2026

ТУРИЗМ ЖӘНЕ ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ  
САЛАСЫНДА КӘСІПТІК БІЛІМ

ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ  
ОБРАЗОВАНИЕ В СФЕРЕ ТУРИЗМА И  
ГОСТЕПРИИМСТВА

PROFESSIONAL EDUCATION IN THE  
FIELD OF TOURISM AND HOSPITALITY

Зиявдинова А.К.<sup>а</sup>,  Оспанбаева А.А.,  Болат К.Б.,  Қуандықова Э.Қ. 

Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан

## ЖАСАНДЫ ИНТЕЛЛЕКТ ҚҰРАЛДАРЫНЫҢ «ТУРИЗМ» БІЛІМ БЕРУ БАҒДАРЛАМАСЫ БІЛІМ АЛУШЫЛАРЫНЫҢ ОҚУ БЕЛСЕНДІЛІГІ МЕН ЫНТАСЫНА ӘСЕРІ

Зиявдинова Асыл Кадырхановна, Оспанбаева Айдана Амангельдықызы, Болат Кенжебек Болатұлы, Қуандықова Элмира Қуандыққызы

**Жасанды интеллект құралдарының «Туризм» білім беру бағдарламасы білім алушыларының оқу белсенділігі мен ынтасына әсері**

**Аңдатпа.** Мақала «Туризм» білім беру бағдарламасы білім алушыларының оқу белсенділігі мен мотивациясына жасанды интеллект құралдарының әсерін зерттеуге арналған. Зерттеудің мақсаты – жасанды интеллект технологияларын қолданудың білім алушылардың оқу үдерісіне қатысу деңгейіне, танымдық белсенділігіне және оқу нәтижелеріне ықпалын эмпирикалық тұрғыда бағалау. Зерттеу едіснамасының негізін ғылыми әдебиеттерге талдау, Likert шкаласын қолдану арқылы жүргізілген сауалнама (n=107), сондай-ақ бір академиялық семестр көлемінде өткізілген педагогикалық эксперимент құрайды. Зерттеу нәтижелері жасанды интеллект құралдарын пайдалану оқу белсенділігінің артуына, ішкі оқу мотивациясының күшеюіне және білім алушылардың өзіндік жұмыс дағдыларының дамуына ықпал ететінін көрсетті. Likert шкаласы бойынша орташа көрсеткіш 4,48 балды құрап, білім алушылардың интеллектуалды цифрлық құралдарды қолдануға оң көзқарасын дәлелдейді. Жасанды интеллект технологиялары жекелендірілген оқыту мүмкіндігін кеңейтіп, жедел кері байланыс алуға жағдай жасайды және туризм саласы бойынша кәсіби құзыреттерді қалыптастыру тиімділігін арттырады. Зерттеу нәтижелері жоғары білім беру жүйесінде жасанды интеллект құралдарын енгізудің ғылыми-әдістемелік негізін кеңейтіп, туризм индустриясы мамандарын даярлау үдерісінде цифрлық технологияларды тиімді пайдалануға бағытталған ұсыныстар әзірлеуге мүмкіндік береді.

**Түйін сөздер:** білім берудегі жасанды интеллект, білім алушылардың оқу мотивациясы, «Туризм» білім беру бағдарламасы, цифрлық білім беру технологиялары, білім алушылардың ынтасы, жекелендірілген оқыту, эмпирикалық педагогикалық зерттеу.

Зиявдинова Асыл Кадырхановна, Оспанбаева Айдана Амангельдықызы, Болат Кенжебек Болатұлы, Қуандықова Элмира Қуандыққызы

**Влияние инструментов искусственного интеллекта на учебную активность и мотивацию обучающихся образовательной программы «Туризм»**

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию влияния инструментов искусственного интеллекта на учебную активность и мотивацию студентов образовательной программы «Туризм». Цель исследования заключается в эмпирической оценке педагогического потенциала технологий искусственного интеллекта для повышения вовлеченности обучающихся, их познавательной активности и ответственности за результаты обучения. Методологическую основу исследования составили анализ научной литературы, анкетирование студентов с использованием шкалы Лайкерта (n=107), а также педагогический эксперимент, проведенный в течение одного академического семестра. В ходе исследования установлено, что применение инструментов искусственного интеллекта способствует росту учебной активности, повышению уровня внутренней мотивации и развитию навыков самостоятельной работы. Среднее значение показателей по шкале Лайкерта составило 4,48, что свидетельствует о положительном восприятии студентами использования интеллектуальных цифровых инструментов в образовательном процессе. Выявлено, что технологии искусственного интеллекта обеспечивают оперативную обратную связь, способствуют персонализации обучения и повышают эффективность освоения профессиональных компетенций в области туризма. Полученные результаты подтверждают целесообразность интеграции искусственного интеллекта в образовательные программы высшего образования и могут быть использованы при разработке методических рекомендаций по внедрению цифровых образовательных технологий в подготовку специалистов туристской индустрии.

**Ключевые слова:** искусственный интеллект в образовании, учебная мотивация студентов, образовательная программа «Туризм», цифровые образовательные технологии, вовлеченность обучающихся, персонализированное обучение, эмпирическое педагогическое исследование.

Ziyavdinova Asyl, Ospanbayeva Aidana, Bolat Kenzhebek, Kuandykova Elmira

### The impact of artificial intelligence tools on the learning activity and motivation of students in the «Tourism» program

**Abstract.** The article examines the impact of artificial intelligence tools on the learning activity and motivation of students enrolled in the Tourism educational program. The purpose of the study is to empirically assess the pedagogical potential of artificial intelligence technologies in enhancing student engagement, cognitive activity, and learning outcomes. The methodological framework includes a review of scientific literature, a student survey based on the Likert scale (n=107), and a pedagogical experiment conducted over one academic semester. The findings indicate that the use of artificial intelligence tools contributes to increased learning activity, strengthens intrinsic motivation, and supports the development of independent learning skills. The average Likert score of 4.48 demonstrates a generally positive perception of AI-based digital tools among students. Artificial intelligence technologies enable personalized learning pathways, provide rapid feedback, and improve the effectiveness of developing professional competencies in the field of tourism. The results expand the scientific understanding of the role of artificial intelligence in higher education and may be applied in the development of methodological recommendations for integrating digital technologies into the training of tourism industry professionals.

**Key words:** artificial intelligence in education, student learning motivation, Tourism educational program, digital educational technologies, student engagement, personalized learning, empirical educational research.

**Кіріспе.** Цифрлық технологиялардың 21 ғасырда бұрын соңды болмаған тәсілдері арқылы жаһандық білім беруді трансформациялауға ұшыратты. Жасанды интеллект білім беруді түрлендіру катализаторы ретінде әр білім алушының қажеттіліктеріне бейімделе отырып ақпараттарды жинау, деректерді өңдеу, өзгерту, сақтау, жеткізу әлеуетін аша кеңінен қолдануға мүмкіндік береді. Сонымен қатар ЖИ (жасанды интеллект) білім алушылармен қарым-қатынас орнатуда, кері байланыс жасап жас ізденушіге әртүрлі қосымшалар арқылы өзінің күшті, әрі осал жақтарын анықтап солармен жұмыс жасауға мүмкіндік береді. Тағы бір маңызды қыры ЖИ білім беру тәжірибесін жекелендіруге, яғни арнайы оқу орындарына баруға мүмкіндігі жоқ және де әлеуметтік, эмоционалдық дағдыларды дамытуға, өз қабілеттерін ашуға үлкен жол ашады.

Деректер мен аналитиканы өңдеу, машиналық оқытуды тиімді пайдалану оқытушыларға цифрлық технологиялар тиімділігін пайдалану арқылы білім алуды, оқуды қызықты етуге мүмкіндік бере отырып, бұл технологиялар оқытушының рөлін жоғарлатады, заманауи технологиялар оқытушының әлеуетін жақсарты алады бірақ толығымен ешқашан орнын алмастыра алмайды [1, б. 4-5]. Осы тұрғыда оқытушыларды да жаңа озық технологияларға бейімделген оқыту әдістерімен, жабдықтармен қолдап отыру өте маңызды.

Генеративті жасанды интеллект (GenAI) машиналық оқыту әдісін пайдаланатын, нақты айтқанда жаңа ерекше контент жасау үшін мәтінді құру, кескіндер жасау, бейнежазбалар мен дыбыстық жазбаларды жасап, сурет, анимация, графика салу технологиясы. 2022 жылдың соңынан бастап шығарылған GenAI құралдары бүкіл әлемдегі пайдаланушылар арасында

оқытушылар мен білім алушылар арасында да тез танымал болды. GenAI қазірдің өзінде білім қызметкерінің жұмыстарына әсер еткен және әсер ететіндіктен [2, б. 931–949] оқытушылардың ынтасы технологияға қатысуы қандай факторлармен байланысты екенін түсіну маңызды.

Назар аударсақ, соңғы жылдары жасанды интеллект туралы көптеген зерттеулер мен әдебиеттерге шолулар жарияланған шолуға мән берсек, оқу процесін жақсарту үшін ЖИ-мен бірге интерактивті оқыту ортасы (ILEs), зияткерлік оқыту жүйелері (ITS), виртуалды шындық (VR) және симуляциялық технологиялар сияқты технологиялар пайдаланып келеді, сондай-ақ білім алушылардың сұрақтарына жауаптарды автоматтандыру және оқу контентін бейімдеу үшін чат-боттар мен машиналық аударма қолданылады. Бұл технологиялар неғұрлым тиімді және дербестендірілген білім беру тәжірибелерін құруға ықпал етті [3]. Соның ішінде ерекше орында ЖИ заманауи білім беруде төңкеріс жасап, алгоритмдер мен білім беру роботтары оқуды басқару және оқыту жүйелерінің ажырамас бөлігі болды. Қазіргі таңда оқыту мен оқуда ЖИ-дің көптеген қолданылуы пайда болды. Мәселен, Khan Academy GPT-4 мүмкіндіктерін пайдаланатын ЖИ оқытушысы Khanmigo-ны ұсынады, ол математика, бағдарламалау және тіл үйренуді қоса алғанда, әртүрлі пәндер бойынша жекелендірілген оқу қолдауын және ақылды кері байланысты қамтамасыз етеді. Сол сияқты, тіл үйрену платформасы Duolingo оқушылардың тәжірибесін жақсарту үшін күрделі ЖИ жүйелерін пайдаланады [4]. Жалғастыратын болсақ, iFlyTek Қытайдағы ұлттық колледжге түсу емтиханын қоса алғанда, әртүрлі бағалау сценарийлеріне бейімделген ақылды бағалау жүйелерін ұсынған [5, б. 10-25]. Absorb LMS және Docebo

сияқты жасанды интеллектпен жұмыс істейтін оқытуды басқару жүйелері (ЖБЖ) оқыту мен оқу әрекеттерін қолдау үшін интеллектуалды мазмұн жасау, әкімшілік тапсырмаларды автоматтандыру және жекелендірілген оқыту сияқты бірнеше жасанды интеллект мүмкіндіктерін ұсынады [6, б. 3240-3256]. Білім беру роботтары саласында SoftBank Robotics Nao және Pepper роботтары тіл үйрететін әлеуметтік роботтар ретінде қызмет ету үшін жасалғаны анықталды [7, б. 10].

Шетелдік зерттеулер ЖИ-дің бағалау объективтілігін арттырып, оқу нәтижелерін тұрақтандыратынын, ал адаптивті оқыту құралдарының білім алушылардың ынтасына оң әсер ететінін дәлелдеді. Дегенмен, ЖИ құралдарының білімді түсіну, қолдану және оқу белсенділігін арттырудағы әсерін нақты туризм білім беру бағдарламасы бағытында зерттеулер жеткіліксіз. Жоғары оқу орындарында ЖИ платформаларының кеңінен қолданылуына байланысты, студенттердің оқуға деген қызығушылығы мен өздігінен оқуға деген жауапкершілігінің өзгеруін ғылыми тұрғыдан зерттеу қажет. Осы бағытта аралас зерттеу әдістерін, эмпирикалық зерттеулер жүргізіп, туризм пәндерінде кәсіби құзыреттілікті арттырып, білім алуда белсенділік пен қызығушылықты ынталандыратын педагогикалық тиімді әрі ғылыми-әдістемелік негізге ие практикалық ЖИ платформаларын анықтау маңызды.

**Зерттеудің мақсаты.** «Туризм» білім беру бағдарламасы білім алушыларының білімді түсіну және қолдану, оқу процесінде белсенділік пен ынтаға ЖИ құралдарын қолданудағы әсерін анықтау.

**Зерттеу міндеттері.** Бұл зерттеудің өзектілігі мен мақсатына сүйене отырып білім алушылар жасанды интеллект құралдары арқылы оқуға деген ынтасын, онлайн бағалаудың оқу нәтижесіне, академиялық белсенділік деңгейіне тигізетін ықпалын анықтауда төмендегі міндеттер тұр:

1. ЖИ құралдарының интерактивті, оқыту мүмкіндіктерін сипаттау.

2. Кәсіби құзыреттердің қалыптасуы мен қызығушылық деңгейіне ЖИ құралдарының тиімділігін анықтау.

3. Білім алушылардың оқу үрдісіндегі ынталану деңгейіне әсер етуші факторларды анықтау.

Генеративті жасанды интеллект құралдарының жан-жақты дамуымен бұл салаға инвестициялар тартылып, 2021 жылы 1,82 миллиард АҚШ долларын құрайтын жаһандық Білім берудегі жасанды интеллект (Artificial Intelligence in Education (AIED)) нарығы 2022 жылдан 2030 жылға дейін

жыл сайын 36 % қарқынмен өседі деп болжануда [8]. Білім алушылар мен ұстаздар және білім беру мекемелері AIED-ті тез қабылдап жатыр. Соңғы статистика АҚШ-тағы колледж студенттерінің 43 %-ы ChatGPT құралдарын ал оқытушылардың көп бөлігі сабақтарын әзірлеу үшін ЖИ пайдаланатынын көрсетті. Сонымен қатар, AIED арқылы бейімделгіш оқыту білім алушылардың тест нәтижелерін 62 %-ға жақсартатыны дәлелденген, ал жасанды интеллектті пайдалану жалпы оқыту үлгерімін 30 %-ға арттырады және мазасыздықты 20 %-ға төмендеткенін көрсетті [9].

Жоғарыда айтылып кеткен міндеттердің біріншісіне соңғы жылдары AIED зерттеулердің күрт өсіп, бұл төрт негізгі бөлікті айқындады, соның ішінде бейімделгіш оқыту, жекешелендірілген репетиторлық, интеллектуалды бағалау және басқару, профильдеу және болжау және жаңа өнімдер, көп зерттелген тақырыптар осы қолданбалардың әртүрлі аспектілерін, соның ішінде дизайнды, тиімділікті және нәтижелерді зерттейтін айтарлықтай жұмыстардың пайда болуына әкелді [10]. Бұл қарқынды дамып келе жатқан зерттеу саласына, сондай-ақ оқыту аналитикасы, машиналық оқыту және дәл білім беру, STEM нақты пәндердегі білім беру ЖИ құралдарын нақты тақырыптарға пайдалану мәселелері бойынша зерттеулерге шолу жасалды.

Екінші міндетке байланысты білім беру процесіндегі ЖИ білім алушылардың платформадағы әртүрлі әрекеттерінен (мысалы, қанша уақыт өткізгені, тапсырмаларды қаншалықты белсенді орындағаны, контентпен қалай өзара іс-қимыл жасағаны) алынған деректерді жинап, талдайды. Бұл талдау білім алушылардың оқуға деген қызығушылығын анықтауға мүмкіндік береді, яғни оқытушыларға оқу материалдарын білім алушыларға қажеттіліктеріне сай етіп өзгертуге және олардың қызығушылық деңгейін бағалауға көмектеседі, кері байланыстар мен деректерді талдау негізінде оқуды жақсартуға бағытталған ұсыныстар жасай алады, бұл сөзсіз білім алушылардың білімді меңгеруге деген белсенділігін арттыруға ықпал етеді. Сонымен қатар, күнделікті жоспарлау мен ұйымдастырушылық міндеттерді автоматтандыра отырып, оқытушыларға әр білім алушымен жеке жұмыс істеуге көбірек уақыт бөлуге мүмкіндік береді [11, б. 196-198]. Бұдан басқа, оқытушылар тарапынан қажеттіліктерді қолдау студенттердің дербестігіне, байланыстылығы мен құзыреттілігіне деген қажеттіліктерін қанағаттандыра отырып, олардың жасанды интеллект құралдары оқытуын едәуір жақсартады.

Бұл үлгерімі жоғары және төмен студенттердің де тартылуын арттыруға алып келеді. Нәтижесінде студенттер ЖИ-ді зерделеуге сенімді және ынталы болады [12].

Адамзат табиғаты өсуге, оқуға және өзін-өзі ұйымдастыруға ұмтылады, бірақ бұл белсенділік автоматты болып табылмайды. Соңғы міндетіміздің бірі, ынтаны (мотивацияны), қызметтің жоғары сапасын және психологиялық салауаттылықты қолдау үшін адамға үш негізгі психологиялық қажеттілікті: дербестікті, құзыреттілікті және байланыстылықты қанағаттандыру қажет [13, б. 22] екені дәлелденді.

Қаралған зерттеулерде ұсынылған өзін-өзі тексеру теориясына (SDT) сәйкес, егер сыртқы марапаттар білім алушылар жетістіктерін қолдау ретінде емес, бақылау құралы ретінде қабылдаса, оқуға деген ішкі қызығушылықты төмендетуі мүмкін. Осындай түсініктердің туындау тетіктері мыналар:

1. Дербестікке қажеттілікті төмендету. Дербестікке деген қажеттілік-бұл көшбасшылықпен өз әрекеттерін меңгеру сезімі. Ішкі қызығушылық адам «істің өзі үшін» немесе процестің рахаты үшін іс-әрекет жасағанда өрбиді. Қызметі үшін сыртқы марапат ұсынылғанда білім алушы өзінің мінез-құлқын сырттан басқаратынын сезіне бастайды. Бұл оны көшбасшылық сезімінен айырады, белсенді зерттеушіге айналдырады, бұл білімге деген ішкі ұмтылысты басады.

2. Кері байланыстың «функционалдық маңыздылығын» өзгерту. Дереккөздер кез келген кері байланыстың білім алушы үшін өзінің «функционалдық маңыздылығы» бар екенін түсіндіреді.

3. «Сыртқы реттеуге» көшу. Сыртқы марапаттар сыртқы реттеу деп аталатын сыртқы ынтаны қалыптастырады. Мұндай жағдайда іс-әрекеттер тек көтермелеу алуға немесе жазадан құтылуға ұмтылумен мағыналы болады. Нәтижесінде: білім алушы білім сапасы төмен болса да, мақсатқа жетудің ең қысқа және қарапайым жолдарын таңдайды; марапат немесе кері байланыстың болмаған жағдайда қызығушылық жойылады.

4. «Марапат» ретінде бағалау. Баға қою басты «мотиватор» ретінде пайдаланылғанда білім алшылар алаңдаушылық, қорқыныш сезінеді де өздерін еркін, көшбасшы ретінде сезінбейді. Сайып келгенде, қызығушылықты сақтау үшін білім алшының ішкі мақсаттарын сыртқы ынталандырулармен алмастыру емес, оның дербестігін қолдау маңызды [13, б. 22; 14, б. 311-324].

Оқыту және оқу үрдісінде жасанды интеллект құралдарын пайдалану білім алушылардың

кәсіби дағдыларын дамытуға әсері бар деп тұжырымдауға болады. Жоғары білім берудегі жасанды интеллект теориялық тұжырымдама болудан қалды және оқытуды жекелендіру, білімге қолжетімділікті арттыру үшін практикалық құралға айналды, бұл қазіргі еңбек нарығында талап етілетін құзыреттерді қалыптастыруға тікелей ықпал етеді. Практикалық сабақтарда ЖИ пайдалану мүмкіндіктері:

– жеке көмекшілер ретінде: PAL3 (Personal Assistant for Life Long Learning) сияқты жобалар білім алушының жеке қажеттіліктеріне бейімделе отырып, үздіксіз оқыту үшін орта жасайды;

– автоматтандырылған кері байланыс: OpenEssayist сияқты құралдар білім алушыларға уақытылы жазу және дәлелдеу дағдыларын жақсартуға көмектесе отырып, эссе бағалауды қалыптастыруға мүмкіндік береді;

– инклюзивтілік және қолжетімділік: жасанды интеллект құралдары (мәселен, Kaга Technologies әзірлемелері) білім беруге қолжетімділікті арттыру үшін, оның ішінде сурдоаударма саласындағы инновациялар арқылы пайдаланылады, бұл білім алшылардың барлық топтары үшін практикалық оқыту мүмкіндіктерін кеңейтеді [15];

– әдістемелік қолдау: Жоғарғы оқу орындары (мысалы, Рочестер университеті) ChatGPT және басқа да ЖИ-құралдарды тікелей оқу аудиторияларында пайдалану бойынша практикалық нұсқаулықтарды енгізді [16, б. 245–247].

Білім алшылардың кәсіби дағдыларын арттыру мақсатында болашақ қажетті дағдыларды дамытуға ЖИ құралдары белсенді ықпал етеді. Мысал ретінде тоқталсақ, олар:

– жұмсақ дағдыларды дамыту (soft skills): ЖИ оқытуға ықпал тигізетін өзгермелі еңбек нарығы жағдайында қажетті дағды креативтілік пен сыни ойлауды дамытуға көмектеседі;

– еңбек нарығына дайындық: Дүниежүзілік экономикалық форумның есептері ЖИ құралдарын түсіну көптеген салаларда қажетті кәсіби дағдыға айналатынын баса көрсетеді [17];

– пәнаралық тәсіл: жасанды интеллект пайдалану студенттерге әртүрлі кәсіби салаларда (кітапхана ісінен бастап су ресурстарын басқаруға дейін) технологиялық шешімдерді қолдануға мүмкіндік бере отырып, пәнаралық өзара іс-қимылды ынталандырады [18].

Жасанды интеллект студенттердің кәсіби дағдыларын арттыру мүмкіндігі халықаралық ұйымдардың [19] болашаққа мақсатты нұсқауларының дәлелі, олар ЖИ-ді зерттеу пәні ретінде ғана емес, сыни талдау мен бейімделуді

дамытуға ықпал ететін оқытудың практикалық құралы ретінде де қарастырады. Жоғары нәтижеге қол жеткізу үшін білім беру мекемелері оқу процесінде осы құралдарды этикалық шектен шықпайтын және тиімді пайдалануды қамтамасыз ететін кешенді саясаттары мен стратегияларын құруға көшеді.

**Әдістер мен материалдар.** Бұл зерттеу аралас зерттеу әдістеріне негізделіп, зерттеу жұмысы «Туризм» білім беру бағдарламасының білім алушыларының оқудағы белсенділігі мен ынтасының артуына жасанды интеллект құралдарының әсерін бір семестр көлемінде үздіксіз бақылау жүргізу мен сауалнаманың нәтижелерін Likert шкаласымен анықтауға мүмкіндік берді. Аралас зерттеу әдісі сандық және сапалық деректерді біріктіру арқылы зерттелетін мәселені жан-жақты талдап, ашуға мүмкіндік туғызды.

Зерттеу барысын авторлар үш кезеңге бөлді:

1. Бірінші кезекте шетелдік, отандық ғылыми мақалалар мен әдебиеттерге жүйелі салыстырмалы шолу мен талдау жасалынды.

2. Келесі кезең онлайн сауалнама жүргізу, студенттердің оқу ынтасы мен белсенділігін өлшеу үшін Likert шкаласын қолдану, автоматты бағалау нәтижелерін талдау.

3. Педагогикалық эксперимент негізінде үздіксіз бақылау жүргізу, бұл әдіс оқу үдерісін бақылау арқылы жасанды интеллект құралдарын қолданудағы тиімділігін, қолжетімділігін талдаудан құралды.

Авторлар зерттеудің теориялық және әдіснамалық негізін қалыптастыру барысында жасанды интеллекттің білім беру саласындағы қолданылу бағыттары, білім алушылардың оқуға деген, білімді қалыптастыру жолында ынтасына ықпалы жөніндегі соңғы 5 жылда жарияланған 35-тен аса шетелдік және отандық ғылыми мақалаларды іздеуде төрт электронды базаларға жүгінді, олар: SCOPUS (Elsevier), Science Direct (Elsevier), JSTOR (ITHAKA), ERIC (Білім ғылымдары институты) және Google Scholar, Web of Science та жарияланған жалпы шолулар, мета талдаулар. Сондай-ақ UNESCO, OECD және ірі платформалардың (Coursera, Duolingo) жарияланымдары мен техникалық есептері, конференциялар жинағы сараланды.

Ғылыми дерекқорларды іріктеу критерийлері: зерттеу тақырыбына тікелей сәйкестік; рецензияланған ғылыми баспаларды негізге алу; эмпирикалық деректердің болуы маңызды; жариялымдардың өзектілігі, яғни соңы бес жылдағы басылымдар (2020-2025) және осы

дерекқорындағы қолданылған ғылыми негізділігі ескерілді.

Жүргізілген салыстырмалы талдау барысында – жасанды интеллект құралдарын қолданудың халықаралық тәжірибесі мен отандық білім беру жүйесіндегі ортақ үрдістері, әдіснамалық ұқсастықтар, ерекшеліктері салыстырылып талданды. Пайымдалған нәтижелерді біздің зерттеудің эмпирикалық деректерін түсіндіруде теориялық негіз ретінде көрініс тапты.

Зерттеудің екінші бөлігінде сандық зерттеу негізінде сауалнама әдісі қолданылды, себебі осы әдіс білім алушылардың жасанды интеллект құралдарына көзқарасы, оқуда белсенділік деңгейі мен оқу ынтасына тигізетін әсерді анықтап, талдауға мүмкіндік берді.

Сауалнама Google Forms платформасында онлайн форматта жүргізілді. Сауалнамаға барлығы 107 «Туризм» білім беру бағдарламасына қатысы бар респондент қатысты, анонимділік пен құпиялылық қағидалары сақталды.

Қатысушыларды іріктеу белгілі бір әлеуметтік-демографиялық топқа бағытталғандықтан мақсатты іріктеу тәсілі таңдалды. Іріктеу критерийлеріне:

– Жасы: 18-21 жас аралығы;

– Жыныстық құрамы: әйелдер – 60 %, ер адамдар – 40 %;

– Әлеуметтік деңгейі: жоғарғы оқу орнының «Туризм» білім беру бағдарламасының білім алушылары;

– Қатысу ерекшелігі: сауалнамаға өз еркімен жауап беруі;

– Сандық сауаттылық: онлайн сауалнамаға жауап бере алу жағдайы.

Респонденттердің жасы 18 бен 21 жас аралығы болғандықтан бұл зерттеу мақсаты мен міндеттеріне сай жастардың аудиториясын толық қамтығанын айқындап тұр.

Деректерді жинау үшін авторлық сауалнама қолданылды, 2025 жылдың сәуір айында жүзеге асырылды. Сауалнама 5 сұрақтан құралды, білім алушыларға қойылған сұрақтар:

1. ЖИ-ң тиімділігі мен білімді меңгеруде ынтаға әсері бар ма?

2. ЖИ құралдарын пәндерге дайындыққа пайдаланудағы артықшылығы қандай? Неге деп ойлайсыз?

3. ЖИ көмекшілерін пайдалану оқуға деген белсенділікке әсері қандай?

4. «Туризм» білім беру бағдарламасының пәндерінде жасанды интеллект құралдарын кейбір дәстүрлі оқыту әдістерін алмастыруына қалай қарайсыз?

5. Пәндерді меңгеруде ЖИ-ң қандай функционалдығын көргіңіз келеді?

Сауалнама сұрақтары білім алушылардың оқу ынтасының деңгейін; ЖИ платформаларына қызығушылығын; оқу процесіндегі белсенділігін; кері байланыстың тиімділігін; цифрлық оқытуға бейімделуін анықтауға бағытталды.

Likert шкаласы 5 балдыққа негізделіп, жауаптардың жалпы индексі есептелді. Шкала бойынша интерпретациясы:

Толық құптаймын – 5;

Құптаймын – 4;

Бейтарап – 3;

Қарсымын – 2;

Толық қарсымын – 1.

Алынған деректер сандық статистикалық өңдеуден өтіп, нәтижелерді талдау барысында абсолюттік көрсеткіштер (адам саны), пайыздық үлес (%) және орташа арифметикалық мән қолданылды. Өлшеу Likert шкаласы арқылы сандық көрсеткіштерін көруге мүмкіндік берді.

Эмпирикалық зерттеу әдісінің бірі ретінде педагогикалық эксперименттік үлгіде, сандық және сапалық әдістерді біріктіріп аралас зерттеу түрінде жүргізілді.

Педагогикалық эксперимент оқу үрдісінің табиғи жағдайында ұйымдастырылып, қалыптастырушы, бақылаушы сипатқа ие болды. Негізгі мақсаты «Туризм» білім беру бағдарламасының екі пәнін, 3-4 курс жалпы саны 25, білім алушыларына оқу үрдісіне жасанды интеллект құралдарын оқудағы ынтасы мен белсенділігіне, қолжетімділігіне, үлгерімнің жақсару тиімділігіне әсерін анықтау.

**Нәтижелер.** Зерттеудің алашқы кезеңінде алдын ала зерттелген дереккөздердің мәліметтері алынды, бұл мәліметтер ЖИ құралдарының дамуын, қажеттіліктерін, жаңаша қолдану тетіктері мен оқу және оқыту саласында қолданатын тиімділігі мен мүмкіндіктерін, білім алушылар арасындағы ынталық, белсенділік деңгейлерін пікірлерін, пайдалану жиілігі мен психологиялық, эмоционалды өзгерістерін қамтыған. Екі кезеңнен тұратын зерттеу: жинақталған деректерді талдау жұмысын жүргізуден және заңдылықтарды жүйеге келтіруден тұрады, яғни дереккөздермен алдын ала жұмыс мәтіндік шолулар, интеллектуалды анализ техникасымен жасалды.

Міндеттерді айқындау үшін келесі критерийлер негіз болды: 2020 жылдан 2025 жылдар аралығында жарияланған ғылыми шетелдік және отандық мақалаларға, әдебиеттерге жетістіктері мен нәтижелерге, қорытындыларға, трендтерге тақырыптық талдау жасап топтастырдық.

Авторлардың осы жылдарды таңдау себебі олар жасанды интеллект саласындағы зерттеулердің орташа кезеңі мен қазіргі кезеңдерін толық қамтыған. Зерттеу барысында жасанды интеллект құралдарын автоматты бағалау және оқыту платформаларын қолдану жағдайындағы білім алушылардың оқу ынтасының өзгеруі және тәжірбиелік қолдануы талданды.

Жүйелеу және жалпылау арқылы – мотивация теориялары (Self-Determination Theory, ARCS мотивациялық моделі) мен ЖИ негізіндегі оқыту тәсілдері біріктіріліп, зерттеудің теориялық негізі қалыптастырылды. Зерттеудің теориялық бөлігінде отандық және шетелдік ғылыми еңбектерге жүйелі талдау жүргізілді. Авторлар әр түрлі мәтіндердегі қайталанатын тақырыптар мен паттерндерді анықтау үшін тақырыптық және контенттік талдауды пайдаланды, бұл ЖИ-ң білім беруге әсерін терең түсінуді қамтамасыз етті. Нәтижесінде мақалалар жинақталып, талданды, ал бұл өз алдына жасанды интеллект құралдарының оқу үрдісіне әсері туралы негізделген қорытындылар жасауға мүмкіндік берді [20].

Бүгінгі күнде білім беру саласында сандық технологиялар, атап айтқанда, жасанды интеллект адалдықты қамтамасыз етуде негізгі рөл атқарады. Бұл плагиатты анықтау үшін бағдарламаларды, нейрожелілік платформаларда студенттерді онлайн-бақылау жүйелерін пайдаланудан көрінеді. Басқа зерттеулер оқыту сапасын арттыру құралы ретінде геймификацияға шоғырланады. Бұл әдіс VR және 3D технологиялармен жиі үйлеседі [21], модельдеу, бірлескен өзара іс-қимыл және ойын элементтері арқылы артықшылықтар ұсынады, неғұрлым тиімді оқытуға ықпал етеді. Сондай-ақ, диалогқа қабілетті адам тәрізді роботтардың интерактивтілігі мен антропоморфты дизайнының арқасында студенттердің тартымдылығын арттыру есебінен білім беру процесін жақсартудағы әлеуеті атап өтілуде.

Салыстырмалы зерттеу нәтижелерінде біз білім беру саласындағы жасанды интеллекттің қолданылу бағыттары білім алушылардың ынтасы мен оқу белсенділігіне ықпалы жөніндегі соңғы 5 жылда жарияланған 35-тен аса ғылыми баспадан жарық көрген, электронды базалардағы дерекқорлар жасанды интеллект құралдарын жоғары оқу орындарының оқу процесіне енгізу студенттердің мотивациясын арттырып қана қоймай, олардың оқу белсенділігі мен өзіндік жұмыс дағдыларын, жауапкершілігін дамытуға мүмкіндік беретінін дәлелдеді. Зерттеуші Роздиана Им жұмысында негіз болатын көрсеткіштерінің

бірі: 51,4 % студенттер соңғы тапсырмаларды орындау үшін ЖИ пайдаланады; 45,7 % ЖИ оқыту үшін тиімді құрал деп есептейді [11, б. 196].

Келесі зерттеу кезеңіне сәйкес алынған сандық деректер зерттеуді толықтыра түседі, авторлық сауалнама 5 сұрақтан құралып, 2025 жылдың сәуір айында Алматы қаласының әртүрлі жоғарғы оқу орындарынан 107 респонденттерден Google Forms платформасы арқылы онлайн алынды. Бес сұрақтың жауаптары жиналып және талдау жасалынып, Likert шкаласы 5 балдық бағалау арқылы білім алушылардың субъективті жауаптарын сандық тұрғыда бағалауға мүмкіндік берді.

Сауалнама жауаптарын жеке жеке, терең талдауы білім алушылардың (көбінесе қазақ тілді респонденттердің) оқу үрдісінде жасанды интеллект құралдарының белсенді пайдалануы жоғары деңгейін көрсетеді. Білім алушылар нейрожелілер мен чат-көмекшілерді тек қана іздеу жүйесі ретінде емес (кесте 1), дербестендіру және дағдыны автоматтандыру құралы ретінде қабылдайтыны көрінді.

Жауаптарды талдау барысында Likert шкаласы 5 балдық жүйесімен қолданылды, себебі

бұл шкала дәстүрлі тек «иә/жоқ» деген жауаптармен салыстырғанда біраз артықшылықтарға ие. Негізгі артықшылығы респонденттердің жауаптарын жан-жақты терең, егжей-тегжейіне дейін ашып қамту мүмкіндігінде тұр.

Likert шкаласының көмегімен кестеде берілгендей (кесте 1) біз респонденттердің белгілі бір көзқараспен келісетінін ғана емес, сонымен қатар олардың сол көзқарасқа қаншалықты деңгейде жақын немесе бейім екені анық. Осындай нақтыланған тәсіл бізге сауалнама нәтижелерін неғұрлым мәнді, әрі мазмұнды талдау мен топтастыру үшін пайдалы етеді.

Жауаптардың жалпы индексі формуламен есептелді. Шкала бойынша интерпретациясына назар аударсақ, төмендегідей бөліністі байқаймыз:

Толық құптаймын – 5 балл, жауап берген адам саны – 76;

Құптаймын – 4 балл, жауап берген адам саны – 14;

Бейтарап – 3 балл, жауап берген адам саны – 11;

Қарсымын – 2 балл, жауап берген адам саны – 4;

Толық қарсымын – 1, жауап берген адам саны – 2.

Кесте 1 – Сауалнама нәтижесін Likert шкаласымен интерпретациялау

№	Лайкерт шкала балдары	Респондент саны	Пайыздық үлесі %	Балл
1	Толық құптаймын – (5)	76	71.03 %	380
2	Құптаймын – (4)	14	13.08 %	56
3	Бейтарап – (3)	11	10.28 %	33
4	Қарсымын – (2)	4	3.74 %	8
5	Толық қарсымын – (1)	2	1.87 %	2
Барлығы		107	100 %	479

Респонденттердің сауалнаманың бес сұрағына толық жауап бергенін кестеден (кесте 1) байқай аламыз. Жиынтық баллды есептеу төмендегідей формула негізінде жүзеге асты:

Формула:

$$X = \sum(n_i \times x_i)$$

мұндағы:

$n_i$  — жауап саны;

$x_i$  — балл мәні.

Есептеу:

$$76 \times 5 = 380$$

$$14 \times 4 = 56$$

$$11 \times 3 = 33$$

$$4 \times 2 = 8$$

$$2 \times 1 = 2$$

Жалпы жиынтық балл:

$$380 + 56 + 33 + 8 + 2 = 479$$

$$X = \frac{479}{107} = 4.48$$

Орташа Likert баллы (Mean Likert Score)

Есептеу:

$$X = \frac{\sum(n_i \times x_i)}{N}$$

мұндағы:

N-респонденттер саны

Пайыздық үлесін есептеу формуласы:

$$\% = \frac{n}{107} \times 100$$

Сауалнаманың Likert шкаласы арқылы сандық сипатының нәтижесінде респонденттердің басым бөлігі жасанды интеллект құралдарының оқу үрдісінде қолдану тиімділігі жоғары деңгейде келісетінін көрсетті. Орташа Likert балы 4.48-ді құрады, бұл қатысушылардың жалпы оң көзқарасын білдіреді. Респонденттердің 89.6 % толық құптайтынын көрсетті. Бұл нәтиже қатысушылар тарапынан нейрожелілер мен жасанды интеллект құралдарының білім алушыға оқу белсенділігін арттыруда, ынтасы мен қызығушылығын көтеруде оң көзқараспен қолдау тапқанын дәлелдейді.

Зерттеудің соңғы кезеңінде эмпирикалық зерттеу әдісі негізінде, он бес аптаға созылған, яғни бір семестр бойы «Туризм» білім беру бағдарламасының білім алушыларына жасанды интеллект құралдарын тиімді жақтарын пайдалану арқылы практикалық сабақтарға бейімдеп, оқуда ынта мен белсенділік деңгейлерінің қаншалықты

өзгергенін ұйымдастыру мен бақылау арқылы қорытындылап, түйіндедік. Педагогикалық эксперимент барысында қолданылған нақты нейрожелілік платформаларды, құралдарды, олардың қысқаша тиімділігін кестеде (кесте 2) көрсетіп, маңызды сипаттамалық қорытынды бердік.

Алматы қаласының жоғары оқу орнында «Туризм» білім беру бағдарламасының білім алушылары арасында, 2025-2026 оқу жылының күзгі академиялық семестр бойы (15 апта) 3 курста 15 білім алушы, 4 курста 10 білім алушы қатысып, «Туризм индустриясы мен инфрақұрылымы», «Сервисология негіздері» екі негізгі деген пәндерге табиғи оқу процесі жағдайында ұйымдастырылды.

Эксперименттік міндеттерге сәйкес нәтижеге жету жолында жасанды интеллект құралдарымен ұйымдастырылған сабақтарға педагогикалық бақылау жүргізілді, негізгі нысан ретінде білім алшылардың сабақтағы белсенділігі, қызығушылық деңгейі; тапсырмаларды креативті орындау жылдамдығы; цифрлық платформалармен өздігінен жұмыс жасау, жауапкершілікті өздеріне алу деңгейі назарда болды.

Эксперименттің басында білім алушылардан сауалнама алынып, жасанды интеллект құралдарын тек кейбір тапсырмаларды орындауда қолданатыны анықталып, тіркелді. Бақылау нәтижелері арнайы бақылау парақтары мен оқытушының күнделік жазбалары арқылы тіркелді және кестеде (кесте 2) эксперимент барысында практикалық сабақтарда қолданылған жасанды интеллект құралдары мақсаты мен сипатына қарай жіктелді.

Кесте 2 – Туризм білім беру бағдарламасы білім алушыларының оқу ынтасы мен сабаққа қатысу белсенділігін анықтауда қолданылған педагогикалық тәжірбие негізі болған ЖИ құралдары

Педагогикалық әдіс	Туризм пәндеріне қолданылуы	Тәжірбиеде қолданылған ЖИ құралдары	Тиімділігі туралы дәлел	Шектеулер мен тәуекелдер
Проблемаға негізделген оқыту (PBL)	Сценарийлер мен кейс-тапсырмаларды генерациялау; студенттерге рөлдік тапсырма беру; автоматты бағалау ұсыныстары;	ChatGPT, Bard, Bing Chat, Hugging Face Simpol, Obuchai, Interacty, Google-Nano-Banana, Lovabl, Curipod	Білім алушылар нақты мәселені шешу арқылы зерттеу, критикалық ойлау және командада жұмыс, іскерлік, кәсіби дағдыларын дамытады.	Жауаптардың сапасы сұрақтың дәлдігіне тәуелді; ЖИ факт қателеріне бейім болуы мүмкін.
Симуляция, рөлдік ойындар, виртуалды экскурсиялар, визуализация (виртуалды клиент, қызметкер)	Чат-бот арқылы қонақ қабылдау; брондау қызметтері; сервистік технологияларды талдау; шағымдарды өңдеу сценарийін симуляциялау; ЖИ-сурет генераторлары, суреттер платформалар арқылы орындарды көрсету; гидтің аудио-мәтінін генерациялау; бейне тур жасау; туристік маршрут құру және визуализациясын жасай алу.	Brisk Teaching, Decopy.ai, AhaSlides, Q-brain, Stable Diffusion, Canva, Google Street View, Google Arts & Culture, RenderForest, Fliki арқылы виртуалды тур көрсету.	Көрнекілік арқылы таным оңай және есте қалу жоғары; қашықтан оқытуға ыңғайлы; тәжірибелік дағдыларды қауіпсіз ортада жетілдіру; коммуникативтік дағдылар жақсартады.	Эмоционалдық нюанстардың толық шынайылығы төмен; суреттер шынайы фотосуретпен әрқашан сәйкес келмеуі мүмкін; тілдік қолдау шектеулі болуы мүмкін (қазақ тілінде қолдау төмен).

Жекелендіріп және адаптивті оқыту (оқыту бағдарламасын жеке бейімдеу: әр білім алушыға нақты қолдау көрсетуді жеңілдетеді).	Білім алушының деңгейіне қарай мысалы төменірек болса қарапайым тілмен түсіндіру және қосымша жаттығулар жасау; дамып келе жатқан білім алушыға күрделірек тапсырмалар, оқу материалдарын жазу, лекция қысқаша конспект, интерактивті сұрақтар, оқуға арналған тесттер жасау арқылы жеке оқыту жолын ұсыну.	Lovabl, Curipod, ChatGPT, Perplexity, Hedra, Mobirise, Runway.	Әр білім алушылардың жеке қажеттілігіне қарай білім беру тиімділігін арттырады.	Толық адаптивті нейрожелілер тегін негізде шектеулі мүмкіндіктерге ие.
Бағалау және кері байланыс (формативті)	Автоматты тесттер, эсселерге бастапқы кері байланыс, рубрикалар бойынша бағалау ұсыныстары, білім алушының шығармашылық жұмыстарына, маршруттық жоспарына ЖИ-дан грамматикалық және құрылымдық түзету, бағалау критерийі бойынша талдау жасау мүмкіндігі.	Goformative, Quizlet, Kahoot!, Ahaslides, Online Test Pad, Google Bard (сұрақтар, тапсырмалар, тест, сауалнама құру).	Дәрісте уақыт практикаға жұмсалады; оқу белсенділігі жоғарылайды жылдам кері байланыс оқу үдерісін жедел жақсартады; оқытушының уақыты үнемделеді.	Білім алушылардың алдын ала дайындық деңгейі әр түрлі болуы мүмкін; контенттің сапасы оқытушы тарапынан тексеруді талап етеді; ЖИ-ның бағалауы толық объективті эмоционалдық және креативтік бағалауды қиындатады.

Бақылау жұмысының нәтижесінде кестеден көріп отырғанымыздай (кесте 2) жасанды интеллект құралдарын білім алуды білім алушыларға қолжетімді, жекелендірілген және тиімділігін арттырып отыр, дегенмен бұл қолжетімділік тікелей технологияның өзіне емес, барлық этикалық, эмоционалды интеллект шегін сақтап, сыни талдау жасап жүйеге келтіре білген оқытушының біліктілігі мен шығармашылығы арқылы танылады.

**Талқылау.** Салыстырмалы зерттеру ба-рысында зерттеліп жатқан тақырыпқа сәйкес көптеген зерттеушілердің 35-тен аса ғылыми дереккөздерді жүйелі саралау кезінде пікірлері, ұсынған тұжырымдарында ұқсастықтарды байқадық. Ғылыми әдебиеттерді іріктеу Scopus, Science Direct, JSTOR, ERIC, Google Scholar, Web of Science және Қазақстан Республикасының ғылыми журналдар базаларында жарияланған соңғы жылдардағы еңбектер негізінде жүзеге асты.

Ғылыми әдебиеттер мен мақалаларды іріктеу келесі кезеңдерден тұрды: біріншіден, зерттелетін тақырыпқа тікелей және жанама сәйкестігі; екіншіден, эмпирикалық деректердің қамтылуы мен зерттеу әдістерінің ғылыми негізділігі; үшінші критерий баспалардың академиялық сенімділігі, танымдылығы және нәтижелердің білім беру саласында, сонымен қатар әлеуметтік салада қолданылу жағдайы.

Біз жүргізіп отырған зерттеу тақырыбының өзектілігін «Theories of motivation: A comprehensive analysis of human behavior drivers» (Мотивация теориялары: адамның мінез-құлқын анықтайтын факторларды жан-жақты талдау) мақаласында көре

аламыз. Яғни зерттеудің негізгі ойы мен мазмұны ынта теорияларының алуан түрлілігін түсіну педагогтарға, тәлімгерлерге және менеджерлерге «стратегиялық құрал-саймандар» адамдардың мінез-құлқына не әсер ететінін және осы білімді алға қойған мақсаттарға қол жеткізу үшін қалай пайдалануға болатынын талдауға бейімделген [22].

Ғалымдар ынтаның теориялық негіздерін кез-келген пәннің оқушылары үшін түсінікті етуге ұмтылады. Ынталандыру – бұл күрделі психологиялық фактор, ол тапсырманы орындауға қызығушылық білдіріп қана қоймай, оны соңына дейін жеткізуге ұмтылысты білдіреді. Негізгі назар тоғыз теорияға аударылды:

1. Инстинкттер теориясы.
2. Қозғау теориясы.
3. Ынталандыру теориясы.
4. Ішкі теория.
5. Сыртқы теория.

6. ARCS моделі (білім алушының назарын аудару және оқу үрдісінде ұстап тұру).

7. Өздігінен өлшеу теориясы.
8. Күту-құндылық теориясы.
9. Мақсатты бағдарлау теориясы.

Мақалада әрбір теория ынтаның белгілі бір аспектісін жария еткенімен, олардың ешқайсысы түпкілікті болып табылмайды деп дәлелденеді. Алайда, олардың синтезі құзыреттілік, яғни өз-өзіне сену, жауапкершіліктің және міндеттің құндылығы, атрибуция нақтылағанда сәттілік немесе сәтсіздік себептерін түсіндіру және когнитивтік процестер сияқты жалпы тақырыптарды анықтауға мүмкіндік береді.

Барлық дереккөздерді пайымдай келе, әртүрлі тәсілдерді талдау негізінде авторлар бірнеше түйінді қорытындыға келеді, олар:

Тепе-теңдік немесе үйлесімділік қажеттілігі: тиімді оқыту үшін өте маңызды ішкі және сыртқы факторлар арасындағы үйлесімділік ынтасы. Сыртқы сыйақылар қысқа мерзімді перспективада жұмысты ынталандыруы мүмкін болғанымен, олар автономия сезіміне нұқсан келтіре отырып, ұзақ мерзімді тартуға теріс әсер етуі мүмкін.

Әлеуметтік-когнитивтік сипат: яғни қазіргі заманғы теориялар ынтаны оқшауланған жеке құбылыс ретінде емес, жеке тұлға мен әлеуметтік орта арасындағы күрделі өзара іс-қимылдың нәтижесі ретінде қарастырады делінген.

Психологиялық қажеттіліктердің маңыздылығы: бұл тұста өзін-өзі тексеру теориясына сәйкес оңтайлы ынтаны, уәждемені қолдау үшін үш туа біткен, алғашқы маңызды қажеттіліктер қанағаттандырылуы тиіс, олар, дербестікке, құзыреттілікке және басқа адамдармен байланыста болу.

Сенімнің рөлі: ынта адамның өз күш-жігерінің табысқа жетуіне және нәтиже ол үшін қаншалықты құнды болып табылатынына қатты тәуелді. Білім алушылардың өз сәтсіздіктерін қалай түсіндіретіні де маңызды: егер оларды өсу мүмкіндігі ретінде қараса, олардың ынтасы мен қызығушылығы ұзақ сақталады.

Практикалық қолданылуы: барлық зерттеудің маңызды тетігі десек те болады, теориялар білім беру мен басқарудағы нақты проблемаларды шешу үшін бағдар болып табылады. Мысалы, ARCS моделі (Назар аударыңыз, Релеванттылық, Сенімділік, Қанағаттанушылық) білім алушылардың қызығушылығын сақтайтын оқу материалдарын жобалау үшін нақты қадамдар ұсынады. Соңында, зерттеуші ғалымдардың пікірі оқудағы ынта динамикалық процесс ретінде қарастыруды ұсынады, сонымен қоса болашақ зерттеулер мидың рөлін және адамның мінез-құлқына эмоциялық әсерін зерттеуге бағытталуы мүмкін деп болжаған.

Сараптай келе, дереккөздерге сәйкес негізгі ұқсастықты математикалық түрде мынадай формуламен көрсетуге болады: Мотивация=Күту×Құндылық. Ал негізгі айырмашылықтарын төмендегідей қарастырсақ болады:

– Субъективті маңыздылыққа қарсы байланыстарға назар аудару: күту теориясы күш-жігер, жұмысты орындау сапасы және қалаған нәтижені алу арасындағы когнитивтік байланысқа басты назар аударады. Одан айырмашылығы, күту-құндылық теориясы, табысты күтумен қатар,

субъективті құндылығын немесе жеке білім алушы үшін нәтиженің немесе тапсырманың маңыздылығын көрсетеді.

– Аспаптылық: «аспаптылық» ұғымы, яғни жақсы нәтижелер нақты сыйақыға әкеледі деп сену, бұл Врумды күту теориясының бірегей белгісі болып табылады. Күту-құндылық теориясында бұл аспект «міндеттің құндылығы» ұғымымен парапар.

– Қолдану аясы: Врум күту теориясы жұмыс ортасы, менеджмент және персоналды басқару тұрғысынан ең ықпалды болып танылды. Күту-құндылық теориясы білім беру ұйымдарында білім алушылардың қандай да бір пәндерді неге таңдағанын және оқу тапсырмаларының маңыздылығын қалай бағалайтынын талдау үшін жиі қолданылады.

– Әлеуметтік факторларды есепке алу: күту-құндылық теориясы білім алушының табысқа жету мүмкіндігі туралы түсінігін қалыптастыратын әлеуметтік факторлар мен танымдық ортаның әсерін қамтиды.

Осылайша, егер күту теориясы нәтиже мен сыйақыға қол жеткізудің логикалық тізбегіне шоғырланатын болса, онда күту-құндылық теориясы тұлғаның қызметтің өзінің субъективті тартымдылығымен үйлестіре отырып, өзінің табысқа жету мүмкіндігін қалай бағалайтынына көбірек назар аударады [23].

Талданған шетелдік мақалада зерттеліп отырған тақырыптың теориялық және эмпирикалық негізі бары айғақталды. Мәселен, білім беруде жасанды интеллектті қоса алғанда, технологияларды пайдалану оқушылардың ынтасы мен белсенділігін арттыру үшін едәуір әлеуетті де, оны төмендетуге қабілетті елеулі қауіп-қатерлерді де ашады. Ынтаның (мотивацияның) өсуі үшін әлеуетке: технологиялар білім беруді қолжетімді етуге, сондай-ақ жекелендірілген және байытылған оқу тәжірибесін ұсынуға уәде береді. Интерактивті платформалар мен қосымшалар студенттерге өз қарқынымен оқуға мүмкіндік береді, бұл оқушылардың әртүрлі топтарының жеке қажеттіліктеріне сәйкес келеді. Технологиялар жыныстық тәрбие сияқты сезімтал тақырыптарды зерделеу үшін қауіпсіз және құпия кеңістік жасайды, мұнда дәстүрлі әдістер неғұрлым қолайлы болуы мүмкін деген тұжырымға келген.

Салыстырмалы сараптан өткен отандық және шетелдік ғылыми 35-тен аса дереккөздері жүйелі талдаудан өтіп, зерттеудің өзекті, ғылыми жаңалығы мен сұранысы бар екендігі, практикалық маңыздылығы дәлелдене келе

біздің білім беру саламызда қолдануға тиімділігі жағынан нақтыланды.

Педагогикалық эксперимент табиғи ортада, оқу үрдісінің қалыпты жағдайында бір академиялық семестр, яғни 15 апта бойы 3 пен 4 курс білім алушыларына ұйымдастырылды. Қатысушы топ қазақ тілді болды. Бұл эксперименттің негізгі мақсаты – оқу үрдісінде білім алушылардың оқу жетістіктеріне, белсенділігіне және оқуға деген ынтасына тигізетін әсерін ғылыми түрде анықтап, дәлелдеу.

Оқу үрдісі (кесте 2) барысында жасанды интеллект құралдары жүйелі түрде енгізілді. «Туризм» білім беру бағдарламасының екі пәніне «Туризм индустриясы мен инфрақұрылымы», «Сервисология негіздері» практикалық сабақ барысында нейрожелілер платформалары оқу материалдарын түсіндіру, білім алушылардың өзіндік тапсырмаларды генерациялап орындауы, жеке және топтық тапсырмаларды орындау, жаңа идеяларды генерациялауға, кері байланыс беру және де білім алушылардың оқу жетістіктерін бақылау, бағалау мақсатында қолданылды. Нәтижесінде білім алушылардың 89,6 %-ы жасанды интеллект құралдарының білімді қалыптастыруда белсенділігін артырып, пайыздық көрсеткіштің көтергенін растайды. Сонымен қатар, білім алушылардың өзіндік оқу әрекеттерін жоспарлау және рефлексия жасау қабілеттерін күшейткені байқалды. Эксперимент ғылыми талаптарға сай жүргізілді: зерттеу мақсатына сәйкес алдын ала жоспарланып, қатар сауалнама өткізілді; педагогикалық ықпал оқытушы мен жасанды интеллект құралдары арасындағы айқын позициялар, яғни еңбек бөлінісі нақтыланды; жүйелі бақылау жүргізілді және білім алушылардың үлгерімі мен оқуға деген қызығушылық, белсенділік туралы деректерді алдын ала алу процесі мен кейінгі деректерді тіркеу жүргізілді.

Бұл зерттеу педагогикалық эксперимент қалыптастырушы эксперимент түрінде өтті, себебі білім алушылар оқу үрдісінен оқшауланбады және оқу бағдарламасына, силлабусқа жасанды өзгерістер енгізілмеді, жасанды интеллект құралдары мен платформалар бейімделіп таңдалды.

Сауалнама нәтижелері эксперименттік топтағы білім алушылардың оқу ынта деңгейі бақылаудың алдындағыға қарағанда жоғары екенін көрсетті. Әсіресе ішкі ынталану көрсеткіштері – оқу мазмұнына қызығушылық, өзіндік бақылау және оқу жауапкершілігі айқын артқан. Бұл нәтиже жасанды интеллект

платформаларының жекелеңдірілген кері байланыс беру мүмкіндігімен тікелей байланысты.

Жүргізілген жүйелі зерттеу нәтижелер шетелдік зерттеулерде көрсетілген тұжырымдармен сәйкес келеді және жасанды интеллект негізіндегі автоматты бағалау жүйелерінің ынталандыру, белсенділіктің арту әсерін растайды. Сонымен қатар зерттеу еліміздің университеттерінде жасанды интеллект құралдарын педагогикалық тұрғыда жүйелі қолданудың маңыздылығын дәлелдейді. Дегенмен оқытушылардың сандық, әдістемелік даярлығы ЖИ технологияларының тиімділігін айқындайтын негізгі факторлардың бірі екені анықталды.

Сауалнама сұрақтарын жеке талдау арқылы нәтижесінде респонденттердің жасанды интеллект құралдарына деген қарым-қатынасын, көзқарасын көру, мынадай қорытындылар жасауға мүмкіндік береді:

1. Адам факторының басымдылығы (44 %): сауалнамаға қатысушылардың көпшілігі жасанды затты шамадан тыс пайдалану адамзатты «ойлау қабілетінен айырады» деген алаңдаушылық білдіреді. Олар эмоционалдық қолдау, сыни ойлауды дамыту және оқытушы, тәлімгер беретін практикалық дағдыларды жасанды интеллект толығымен бере алмайтын бірегей аспектілер болып табылатынын баса көрсетеді. Дереккөздерде бұл жеке адаммен бірге жұмыс істейтін, бірақ оны алмастыратын робот-әріптес ғана болатын тұжырымдамамен расталады.

2. Технологиялық трансформацияға сұраныс (41 %): Респонденттердің едәуір бөлігі жасанды интеллект құралдарының оқытуды «қызықты, жылдам және тиімді» етеді деп есептей отырып, өзгерістерді қолдайды. Бұл интеллектуалды оқыту жүйелері мен бейімделу платформалары әрбір білім алушының үлгерімі мен жеке қабілеттеріне сәйкес контентті дербестендіруге мүмкіндік береді, оған дәстүрлі әдістермен қол жеткізу қиын деп түйіндейді.

3. Жасанды интеллект көмекші құрал ретінде (15 %): бұл топтағы қатысушылар жасанды интеллектті тек «өмір сызығы» немесе анықтамалық ретінде ғана көреді. Олар технологияны дағдылы міндеттерді автоматтандыру тәсілі ретінде қарастырады (грамматиканы тексеру, идеяларды құрылымдау), бұл оқытушының басшылығымен пәнді тереңірек зерделеуге уақыт береді.

Жүйелей келе, зерттеу білім алушылардың сандық трансформацияға дайын екенін көрсетеді, бірақ оқытушының этикалық және эмоциялық тәлімгер ретіндегі белсенді рөлі маңызды.

Кәсіби білім берудегі оңтайлы шешім сыни ойлаудың дамуына адам бақылауын сақтай отырып, өнімділікті арттыру үшін сандық технологиялардың мүмкіндігін пайдалану.

**Қорытынды.** Бұл зерттеудің мақсаты жасанды интеллект құралдарының оқуға деген ынтаның өсу деңгейіне, оқу белсенділігіне әсерін бағалау болды. Талдау үшін зерттеу мақсатына қол жеткізуге ықпал еткен отандық және шетелдік ғылыми әдебиеттерге, журналдық мақалалар, ғылыми жарияланымдар мен конференциялардың есептері іріктеліп алынды және пайдаланылды.

Білім берудегі жасанды интеллект бастапқыда компьютерлер мен олармен байланысты жүйелер, ал кейіннен – веб-платформалар мен онлайн-білім беру сервистері нысанын алды. Кіріктірілген жүйелер роботтарды коботтар немесе адам тәрізді роботтар түрінде, оқытушы-әріптестер немесе тәуелсіз нұсқаушылар ретінде, сондай-ақ оқытушының немесе нұсқаушының функцияларына ұқсас функцияларды орындау үшін чат-боттар ретінде пайдалануға мүмкіндік берді. Бұл платформалар мен құралдарды пайдалану оқытушылар жұмысының тиімділігі мен нәтижелілігін арттырды, бұл оқыту сапасының жақсаруына алып келді. Осыған ұқсас, жасанды интеллект білім алушыларға арналған оқу үрдісін жақсартты, өйткені ол қажеттіліктері мен мүмкіндіктеріне сәйкес оқу материалдарын таңдауға және жекелендіруге мүмкіндік берді. Оқытуды басқару жүйелері (LMS) жоғары білім берудің ажырамас бөлігіне айналды. Вьетнам университеттерінің білім алушылары арасындағы зерттеу көрсеткендей, басым көпшілігі (95 %) Moodle және Google Classroom сияқты платформаларды пайдалана отырып білім алады. Бұдан басқа, Камбоджа, Лаос және Вьетнамдағы оқытушылардың шамамен үштен бірі гибридік әдістерді қолданады, мысалы, «төңкерілген сыныптар». Бұл тәсілдер білім алушылардың тиісті қолдау көрсетуі және олардың өздігінен оқуға дайындығы жағдайында өте тиімді болуы мүмкін. Мобильді құрылғылар мен қосымшалар білім алуға қол жеткізу және интернет-қосылыстың тұрақтылығы проблемаларын шешуге қабілетті. Бейне, ойындар және бірлесіп жұмыс істеуге арналған құралдар сияқты интерактивті контент оқытушылардың қызығушылығы мен ынтасын арттыруға ықпал етеді [24, б. 10].

Ұсыныс. Ғылыми мақалаларға, зерттеулерге, «Туризм» білім беру бағдарламасына педагогикалық талдау жасай келе және 107 респонденттің сауалнама нәтижесін топтастырып, жүйелей келе, білім берудегі жасанды

интеллекттің рөлі мен тиімділігі оқудағы ынта мен қызығушылық, белсенділік деңгейіне әсері, жауапкершіліктің көтерілуі, өзіне деген сенімнің артуына, уақытылы автоматты кері байланыстың болу жағдай келесідей нақты сапалы қорытынды ұсынамыз:

1. Педагогикалық және ынталадыру әсері жасанды интеллект білім берудегі дәстүрлі үлгіден жекелендірілген үлгіге өтуге мүмкіндік берді:

– Ынталық деңгейі: білім алушылардың 89,6 %-ы жасанды интеллект мүмкіндіктері оқу белсенділігі мен тиімділігін, ынтасын арттырады деп есептейді. Бұл әсіресе деңгейі төмендеу білім алушыларға оң әсер етіп, олардың өз қабілеттеріне деген сенімділігін күшейте түсті.

– Метакогнитивтік дағдылар: Интеллектуалды оқыту жүйелері білім алушылардың қателіктерін саралап көруге және өз-өзіне баға беруге бағыттайды. Сонымен қатар, жасанды интеллект өте күрделі немесе күрделі тақырыптар мен мәтіндерді жеңіл, әрі жылдам түсіндіру арқылы білімді қабылдау мен сақтау деңгейін жақсартатыны анықталды.

2. Оқытушы мен білім алушының рөлін трансформациялау жасанды интеллект оқытушыны күнделікті көптеген техникалық жұмыстардан босатып, нағыз тәлімгер деңгейіне көтерді:

– Әкімшілік тиімділік: Simplol, Decopy.ai, Q-brain, Goformative, Obuchai, Grammarly, Ecree сияқты құралдар тапсырмаларды тексеруді, бағалауды және плагиатты анықтауды автоматтандырып, уақытты үнемдейді.

– Оқыту әдістері: Виртуалды шындық (VR), 3D технологиялар және робот-әріптестер оқу процесін интерактивті және практикалық етеді.

– Гибридік модель: Қазіргі таңда қолайлы да, тиімді формула деп «ЖИ + Оқытушы» серіктестігін айта аламыз. Дегенмен сауалнама нәтижесі көрсеткендей білім алушылардың 44 %-ы жасанды интеллект оқытушының эмоционалды қолдауы мен сыни ойлауды дамытудағы орнын баса аламайды деп санайды.

3. Технологиялық құралдарды практикалық қолдану мәселелері. Сауалнама нәтижелерін топтастыра келе, жасанды интеллект үш негізгі бағытта қолданылатынын көрсетеді: алғашқысы, ақпарат іздеу және өңдеу: ChatGPT және LLM ассистенттері идеялар генерациялау, эссе құрылымын жасау, ақпаратты тез табу үшін таптырмас құрал ретінде қолданады. Екінші кезекте, бейімдеуші (адаптивті) платформалар: Squirrel AI, Knewton және Carnegie Learning сияқты басқа да көптеген жүйелер білім алушының әлсіз тұстарын анықтап, жеке оқу жоспарын

құруға тиімді. Үшіншіден, тілдік кедергілерді жояды, нейрожелілік платформалар аударма және грамматикалық түзету арқылы білімнің қолжетімділігін арттыратынын байқаймыз.

Нақты ұсынысымыз:

– «Туризм» білім беру бағдарламасы білім алушылары үшін жасанды интеллект құралдарын педагогикалық тұрғыда тиімді қолдануға арналған нақты жасанды интеллект платформалық кешенін, және тиімді қолдану мақсатында әдістемелік ұсынымдар әзірлеу;

– академиялық адалдық пен бағалау әділдігін қамтамасыз ететін институционалдық регламенттерді жетілдіру ұсынылады.

Қорыта келе, зерттеу нәтижелері жасанды интеллект негізіндегі автоматты бағалау жүйелерін қолдану білім алушылардың оқуға деген ынтасы мен белсенділігін 89,9 % арттыратынын көрсетті. Эксперименттік топта

кері байланыс алу уақытының қысқаруы және бағалау критерийлерінің айқын болуы білім алушылардың оқу тапсырмаларын қайта орындау жиілігінің өсуіне ықпал етті. Нейрожелі платформаларын пайдалану академиялық және іскерлік жазу дағдыларын жақсартады, ойларды құрылымдауға және сауаттылықты қамтамасыз етуге көмектеседі, сондай-ақ әдебиетті іздеу және библиографияны ұйымдастыру процесін жеделдетеді, бұл менеджердің талдамалық қызметі үшін өте маңызды. Бұл дерек автоматты бағалаудың академиялық адалдықты сақтай отырып, білім алушылардың сенімділігі мен жауапкершілігінің артатынын дәлелдейді.

Болашақ маман қалыптастыруда жасанды интеллект құралдарының берері көп, дегенмен ол ресурстарды тиімді қолдану, жеткізу мәселелерін жүйелеп заңдастыру маңызды.

## Әдебиеттер тізімі

- 1 Даггэн С. Искусственный интеллект в образовании: Изменения темпов обучения. Аналит. записка ИИТО ЮНЕСКО / пер. с англ. А. В. Паршаковой; под ред. С. Ю. Князевой. – М.: Институт ЮНЕСКО по информационным технологиям в образовании, 2020. – 44 с.
- 2 Chiu T.K.F., Chai C. Sustainable curriculum planning for artificial intelligence education: a self-determination theory perspective // *Sustainability*. – 2020. – Vol. 12. – №14. – Art. 5568. DOI <https://doi.org/10.3390/su12145568>.
- 3 Chen L., Chen P., Lin Z. Artificial intelligence in education: a review // *IEEE Access*. – 2020. – Vol. 8. – pp. 75264-75278. DOI: <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2988510>.
- 4 Bicknell K., Brust C., Settles B. How Duolingo's AI Learns what you Need to Learn: The language-learning app tries to emulate a great human tutor // *IEEE Spectrum*. – 2023. – Vol. 60. – №3. – pp. 28-33. DOI:10.1109/MSPEC.2023.10061631.
- 5 iFLYTEK. Basic Requirements and Test Plan for Machine Simultaneous Interpretation System / The 2024 Annual Conference of Translators Association of China (TAC). – 2024. URL: <https://www.iflytek.com/en/news-events/news/84.html> (қол жеткізу күні: 10.03.2025).
- 6 Chiu T.K.F., Moorhouse B.L., Chai S.C., Ismailov M. Teacher support and student motivation to learn with artificial intelligence (AI) based chatbot // *Interactive Learning Environments*. – 2024. – Vol. 32. – №7. – pp. 3240-3256. DOI: 10.1080/10494820.2023.2172044.
- 7 Good J. OECD Digital Education Outlook 2021: Pushing the Frontiers with Artificial Intelligence, Blockchain and Robots. – Paris: OECD Publishing, 2021. DOI: 10.1787/589b283f-en.
- 8 Grand View Research. Artificial Intelligence Market (2026–2033) // *Market Analysis Report*. – 2025. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/artificial-intelligence-ai-market> (қол жеткізу күні: 17.03.2025).
- 9 Miszczak P. AI in Business Statistics 2023 [Adoption, Use Cases, Market Size]. – 2022. URL: <https://businessolution.org/ai-business-statistics/> (қол жеткізу күні: 25.03.2025).
- 10 Chiu T.K.F., Xia Q., Zhou X., Chai C. S., Cheng M. Systematic literature review on opportunities, challenges and future research recommendations of artificial intelligence in education // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. – 2023. – Vol. 4. – Art. 100118. DOI: 10.1016/j.caeai.2022.100118.
- 11 Im R., Umasugi M., Umasugi H., Adam A. Analysis of the influence of AI on Student Learning Motivation in the Digital era // *Electronic Journal of Education, Social Economics and Technology*. – 2025. – Vol. 6. – №1. – pp. 196 – 201. DOI:10.33122/ejeset.v6i1.384.
- 12 Xia Q., Chiu T.K.F., Lee M., Sanusi I.T. Dai Y., Chai C.S. A Self-determination theory (SDT) design approach for inclusive and diverse Artificial Intelligent (AI) education // *Computers & Education*. – 2022. – Vol. 189. – Art. 104582. DOI: 10.1016/j.compedu.2022.104582.
- 13 Abolafia. J.M.C. Students Engagement and evaluation of Personalized Learning Practices in Class // *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education (IJCDSE)*. – 2021. – Vol. 12. – №3. – pp. 4553-4557. DOI:10.20533/ijcdse.2042.6364.2021.0558.
- 14 Alasgarova R., Rzayev J. The role of Artificial Intelligence in shaping high school students' motivation // *International Journal of Technology in Education and Science (IJTES)*. – 2024. – Vol. 8. – №2. – pp. 311-324. DOI: 10.46328/ijtes.553.
- 15 Rogers A. Human Behavior in the Social Environment: perspectives on development and the Life Course. – 6th ed. – Routledge, 2022. – 556 p. DOI: 10.4324/9781003195542.
- 16 Zhuang Y., Cai M., Li X., Luo X., Yang Q., Wu Fei. The Next Breakthroughs of Artificial Intelligence: The Interdisciplinary Nature of AI // *Engineering*. – 2020. – Vol. 6. – №3. – pp. 245 – 247. DOI: 10.1016/j.eng.2020.01.009.

- 17 World Economic Forum. Future of Jobs Report 2025: The jobs of the future – and the skills you need to get them. – 2025. URL: <https://www.weforum.org/stories/2025/01/future-of-jobs-report-2025-jobs-of-the-future-and-the-skills-you-need-to-get-them/> (қол жеткізу күні: 10.03.2025).
- 18 Williams A., Miceli M., Gebru T. The exploited labor behind artificial intelligence. // Noema. – 2022. URL: <https://www.noemamag.com/the-exploited-labor-behind-artificial-intelligence> (қол жеткізу күні: 15.03.2025).
- 19 Chiu T.K.F. Digital support for student engagement in blended learning based on self-determination theory // *Computers in Human Behavior*. – 2021. – Vol. 124. – Art. 106909. DOI: 10.1016/j.chb.2021.106909.
- 20 Chen L., Chen P., Lin Z. Artificial intelligence in education: a review // *IEEE Access*. – 2020. – Vol. 8. – pp. 75264-75278. DOI: 10.1109/ACCESS.2020.2988510.
- 21 Chiu T.K.F., Meng H., Chai C. S., King I., Wong S., Yam Y. Creation and Evaluation of a Preterinary Artificial Intelligence (AI) Curriculum // *IEEE Transactions on Education*. – 2022. – Vol. 65. №1. – pp. 30 – 39. DOI: 10.1109/TE.2021.3085878.
- 22 Rachmatullah A., Reichsman F., Lord T., Dorsey C., Mott B.W., Laster J., Wiebe E. Modeling Secondary Students' Genetics Learning in a Game-Based Environment: Integrating the Expectancy-Value Theory of Achivment Motivation and Flow Theory // *Journal of Science Education and Technology*. – 2021. – pp. 511-528. DOI: 10.1007/s10956-020-09896-8.
- 23 Bandhu D., Mohan M. M., Nittala N. A. P., Jadhav P., Bhadauria A., Saxena K. K. Theories of motivation: A comprehensive analysis of human behavior drivers // *Acta Psychologica*. – 2024. – Vol. 244. – Art. 104177. DOI: 10.1016/j.actpsy.2024.104177.
- 24 UNESCO. International Day of Education 2025 – Artificial Intelligence and Education: Challenges and Opportunities. / *Chat IV – International Congress*. – 2025. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/international-day-education-2025-global-event-paris-artificial-intelligence-and-education-preserving> (қол жеткізу күні: 12.06.2025).

## References

- 1 Daggjen S. Iskusstvennyj intellekt v obrazovanii: Izmeneniya tempov obuchenija. Analit. zapiska IITO JuNESKO /per. s angl. A. V. Parshakovoj; pod red. S. Ju. Knjazevoj. – M.: Institut JuNESKO po informacionnym tehnologijam v obrazovanii, 2020. – 44 s.
- 2 Chiu T.K.F., Chai C. Sustainable curriculum planning for artificial intelligence education: a self-determination theory perspective // *Sustainability*. – 2020. – Vol. 12. – №14. – Art. 5568. DOI <https://doi.org/10.3390/su12145568>.
- 3 Chen L., Chen P., Lin Z. Artificial intelligence in education: a review // *IEEE Access*. – 2020. – Vol. 8. – pp. 75264-75278. DOI: <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.2988510>.
- 4 Bicknell K., Brust C., Settles B. How Duolingo's AI Learns what you Need to Learn: The language-learning app tries to emulate a great human tutor // *IEEE Spectrum*. – 2023. – Vol. 60. – №3. – pp. 28-33. DOI:10.1109/MSPEC.2023.10061631.
- 5 iFLYTEK. Basic Requirements and Test Plan for Machine Simultaneous Interpretation System / *The 2024 Annual Conference of Translators Association of China (TAC)*. – 2024. URL: <https://www.iflytek.com/en/news-events/news/84.html> (қол жеткізу күні: 10.03.2025).
- 6 Chiu T.K.F., Moorhouse B.L., Chai S.C., Ismailov M. Teacher support and student motivation to learn with artificial intelligence (AI) based chatbot // *Interactive Learning Environments*. – 2024. – Vol. 32. – №7. – pp. 3240-3256. DOI: 10.1080/10494820.2023.2172044.
- 7 Good J. OECD Digital Education Outlook 2021: Pushing the Frontiers with Artificial Intelligence, Blockchain and Robots. – Paris: OECD Publishing, 2021. DOI: 10.1787/589b283f-en.
- 8 Grand View Research. Artificial Intelligence Market (2026–2033) // *Market Analysis Report*. – 2025. URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/artificial-intelligence-ai-market> (қол жеткізу күні: 17.03.2025).
- 9 Miszczak P. AI in Business Statistics 2023 [Adoption, Use Cases, Market Size]. – 2022. URL: <https://businessolution.org/ai-business-statistics/> (қол жеткізу күні: 25.03.2025).
- 10 Chiu T.K.F., Xia Q., Zhou X., Chai C. S., Cheng M. Systematic literature review on opportunities, challenges and future research recommendations of artificial intelligence in education // *Computers and Education: Artificial Intelligence*. – 2023. – Vol. 4. – Art. 100118. DOI: 10.1016/j.caeai.2022.100118.
- 11 Im R., Umasugi M., Umasugi H., Adam A. Analysis of the influence of AI on Student Learning Motivation in the Digital era // *Electronic Journal of Education, Social Economics and Technology*. – 2025. – Vol. 6. – №1. – pp. 196 – 201. DOI:10.33122/ejeset.v6i1.384.
- 12 Xia Q., Chiu T.K.F., Lee M., Sanusi I.T. Dai Y., Chai C.S. A Self-determination theory (SDT) design approach for inclusive and diverse Artificial Intelligent (AI) education // *Computers & Education*. – 2022. – Vol. 189. – Art. 104582. DOI: 10.1016/j.compedu.2022.104582.
- 13 Abolafia. J.M.C. Students Engagement and evaluation of Personalized Learning Practices in Class // *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education (IJCDSE)*. – 2021. – Vol. 12. – №3. – pp. 4553-4557. DOI:10.20533/ijcdse.2042.6364.2021.0558.
- 14 Alasgarova R., Rzaev J. The role of Artificial Intelligence in shaping high school students' motivation // *International Journal of Technology in Education and Science (IJTES)*. – 2024. – Vol. 8. – №2. – pp. 311-324. DOI: 10.46328/ijtes.553.
- 15 Rogers A. *Human Behavior in the Social Environment: perspectives on development and the Life Course*. – 6th ed. – Routledge, 2022. – 556 p. DOI: 10.4324/9781003195542.
- 16 Zhuang Y., Cai M., Li X., Luo X., Yang Q., Wu Fei. The Next Breakthroughs of Artificial Intelligence: The Interdisciplinary Nature of AI // *Engineering*. – 2020. – Vol. 6. – №3. – pp. 245 – 247. DOI: 10.1016/j.eng.2020.01.009.
- 17 World Economic Forum. Future of Jobs Report 2025: The jobs of the future – and the skills you need to get them. – 2025. URL: <https://www.weforum.org/stories/2025/01/future-of-jobs-report-2025-jobs-of-the-future-and-the-skills-you-need-to-get-them/> (қол жеткізу күні: 10.03.2025).
- 18 Williams A., Miceli M., Gebru T. The exploited labor behind artificial intelligence. // Noema. – 2022. URL: <https://www.noemamag.com/the-exploited-labor-behind-artificial-intelligence> (қол жеткізу күні: 15.03.2025).

- 19 Chiu T.K.F. Digital support for student engagement in blended learning based on self-determination theory // Computers in Human Behavior. – 2021. – Vol. 124. – Art. 106909. DOI: 10.1016/j.chb.2021.106909.
- 20 Chen L., Chen P., Lin Z. Artificial intelligence in education: a review // IEEE Access. – 2020. – Vol. 8. – pp. 75264-75278. DOI: 10.1109/ACCESS.2020.2988510.
- 21 Chiu T.K.F., Meng H., Chai C. S., King I., Wong S., Yam Y. Creation and Evaluation of a Preterinary Artificial Intelligence (AI) Curriculum // IEEE Transactions on Education. – 2022. – Vol. 65. №1. – pp. 30 – 39. DOI: 10.1109/TE.2021.3085878.
- 22 Rachmatullah A., Reichsman F., Lord T., Dorsey C., Mott B.W., Laster J., Wiebe E. Modeling Secondary Students' Genetics Learning in a Game-Based Environment: Integrating the Expectancy-Value Theory of Achivement Motivation and Flow Theory // Journal of Science Education and Technology. – 2021. – pp. 511-528. DOI: 10.1007/s10956-020-09896-8.
- 23 Bandhu D., Mohan M. M., Nittala N. A. P., Jadhav P., Bhadauria A., Saxena K. K. Theories of motivation: A comprehensive analysis of human behavior drivers // Acta Psychologica. – 2024. – Vol. 244. – Art. 104177. DOI: 10.1016/j.actpsy.2024.104177.
- 24 UNESCO. International Day of Education 2025 – Artificial Intelligence and Education: Challenges and Opportunities. / Cat IV – International Congress. – 2025. URL: <https://www.unesco.org/en/articles/international-day-education-2025-global-event-paris-artificial-intelligence-and-education-preserving> (қол зhetkizu күні: 12.06.2025).

#### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

##### “Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”

**Зиявдинова Асыл Кадырхановна** – аға оқытушы, ғылым магистрі, Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

##### “Автор для корреспонденции (первый автор)”

**Зиявдинова Асыл Кадырхановна** – старший преподаватель, магистр наук, Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан.

##### “The Author for Correspondence (The First Author)”

**Ziyavdinova Assyl** – senior lecturer, master of science, Kazakh National Women’s Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** assylziyavdinova@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-5922-9932>

**Оспанбаева Айдана Амангельдықызы** – аға оқытушы, жаратылыстану ғылымдарының магистрі, Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

**Оспанбаева Айдана Амангельдықызы** – старший преподаватель, магистр естественных наук, Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан.

**Ospanbayeva Aidana** – senior lecturer, master of nature science, Kazakh National Women’s Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** ospanbayevaaidanaamangeldi@gmail.com

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-3122-4088>

**Болат Кенжебек Болатұлы** – аға оқытушы, туризм ғылымдарының магистрі, Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

**Болат Кенжебек Болатович** – старший преподаватель, магистр туризма, Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан.

**Bolat Kenzhebek** – senior lecturer, Master of tourism, Kazakh National Women’s Teacher Training University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** Kenzhebek.bolat.93@mail.ru

**ORCID:** <https://orcid.org/0009-0004-5169-9998>

**Қуандықова Әлмира Қуандыққызы** – аға оқытушы, PhD, Қазақ ұлттық қыздар педагогикалық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

**Қуандықова Әлмира Қуандыққызы** – старший преподаватель, PhD, Казахский национальный женский педагогический университет, г. Алматы, Казахстан.

**Kuandykova Elmira** – senior lecturer, PhD, Kazakh National Women’s Teacher Training University, Almaty, Republic of Kazakhstan

**e-mail:** elmira\_kuandykov@mail.ru

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0002-3050-3587>

Мақала түскен күні: 20.02.2026

Мақала басылымға қабылданған күні: 28.03.2026

ӘЛЕМДЕГІ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ  
ЭКСКУРСИЯЛЫҚ ЖӘНЕ ӨЛКЕТАНУ  
ҚЫЗМЕТІ

ЭКСКУРСИОННАЯ И  
КРАЕВЕДЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ  
В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ

EXCURSION AND LOCAL HISTORY  
ACTIVITIES IN THE WORLD AND  
KAZAKHSTAN

Величко А.В.<sup>а</sup>,  Ерубайева Г.К.<sup>б</sup> 

Университет «Туран», г. Алматы, Казахстан

## ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ГИДА ЭКОТУРИСТА ДЛЯ УСТОЙЧИВОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИРОДНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Величко Анастасия Викторовна, Ерубайева Гульжан Кикбайевна

**Проектирование информационного гида эколога для устойчивого использования природных территорий**

**Аннотация.** В статье рассматривается информационный гид эколога как инструмент экологического просвещения, интерпретации природного наследия и «мягкого» управления посетителями на экологических маршрутах особо охраняемых природных территорий. Под гидом эколога понимается специализированный туристско-информационный ресурс, обеспечивающий навигационное и информационное сопровождение посетителей на особо охраняемых природных территориях. Актуальность исследования обусловлена необходимостью формирования экологически ответственного поведения туристов в условиях роста рекреационной нагрузки и глобальных экологических вызовов. В работе обоснована методика проектирования информационного гида эколога, основанная на использовании ГИС-технологий, картографирования маршрутов и интеграции принципов экологически ответственного поведения, включая концепцию Leave No Trace. Представлен практический опыт разработки гида для маршрутов Чарынского государственного национального природного парка. Показано, что информационный гид эколога способствует повышению экологической осознанности посетителей и может рассматриваться как эффективный инструмент устойчивого развития экологизма.

**Ключевые слова:** экологизм, информационный гид эколога, экологические маршруты, экопросвещение, устойчивый туризм, ответственное поведение посетителей.

Величко Анастасия Викторовна, Ерубайева Гульжан Кикбайевна

**Табиғи аумақтарды тұрақты пайдалану үшін экологистке арналған ақпараттық гидті жобалау**

**Андапта.** Мақалада экологистке арналған ақпараттық гид экологиялық ағарту, табиғи мұраны интерпретациялау және ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың экологиялық маршруттарында «жұмсақ» келушілерді басқару құралы ретінде қарастырылады. Экологистке арналған гид деп ерекше қорғалатын табиғи келушілерді басқару құралы ретінде қарастырылады. Экологистке арналған гид деп ерекше қорғалатын табиғи аумақтарға келушілерге навигациялық және ақпараттық қолдау көрсететін арнайы туристік-ақпараттық ресурс түсініледі. Зерттеудің өзектілігі рекреациялық жүктеменің өсуі және жаһандық экологиялық проблемалар жағдайында туристердің экологиялық жауапты мінез-құлқын қалыптастыру қажеттілігімен анықталады. Жұмыста ГИС-технологияларын қолдану, маршруттарды карталау және Leave No Trace концепциясын қоса алғанда, экологиялық жауапты мінез-құлқын принциптерін интеграциялауға негізделген экологистке арналған ақпараттық гидті жобалау әдістемесі ұсынылған. Шарын мемлекеттік ұлттық табиғи паркінің маршруттары үшін гидті әзірлеу тәжірибесі көрсетілген. Экологистке арналған ақпараттық гид келушілердің экологиялық санасын арттыруға ықпал ететіні және экологизмнің тұрақты дамуының тиімді құралы ретінде қарастырылуы мүмкін екені дәлелденген.

**Түйін сөздер:** экологизм, экологистің ақпараттық нұсқаулығы, экологиялық маршруттар, экологиялық ағарту, тұрақты туризм, келушілердің жауапты мінез-құлқы.

Velichko Anastasia Viktorovna, Yerubayeva Gulzhan Kikbayevna

**Designing an ecotourist information guide for the sustainable use of natural areas**

**Abstract.** The article examines the ecotourist information guide as a tool for environmental education, interpretation of natural heritage, and “soft” visitor management on ecological trails within protected natural areas. An ecotourist guide is defined as a specialized tourism information resource that provides navigational and informational support for visitors in protected natural areas. The relevance of the study is обусловлена by the need to foster environmentally responsible tourist behavior under increasing recreational pressure and global environmental challenges. The paper substantiates a methodology for designing an ecotourist information guide based on the use of GIS technologies, route mapping, and the integration of principles of environmentally responsible behavior, including the Leave No Trace concept. Practical experience in developing a guide for routes in Charyn State National Natural Park is presented. It is shown that the ecotourist information guide contributes to increasing visitors’ environmental awareness and can be regarded as an effective instrument for the sustainable development of ecotourism.

**Key words:** ecotourism, ecotourist information guide, ecological trails, environmental education, sustainable tourism, responsible visitor behavior.

**Введение.** В условиях нарастающих глобальных экологических вызовов, включая изменение климата, утрату биоразнообразия и загрязнение окружающей среды, экологическое образование приобретает особую значимость и рассматривается как ключевой инструмент формирования экологического сознания, ответственного поведения и устойчивого отношения общества к природной среде [1]. В Концепции развития экологической культуры «Таза Қазақстан» на 2024-2029 годы экологическое просвещение выделено как одно из приоритетных направлений наряду с экологическим образованием и формированием экологически ответственного поведения населения [2]. В данном контексте экотуризм и действующие экологические маршруты рассматриваются как эффективные инструменты экопросвещения, способствующие осознанию ценности природного наследия и формированию устойчивых моделей природопользования.

Экотуризм ориентирован на минимизацию негативного воздействия на окружающую среду и предполагает использование различных информационных средств, включая буклеты, путеводители и карты для туристов. В Казахстане в последние годы также развиваются цифровые и виртуальные форматы представления экологических маршрутов и особо охраняемых природных территорий, в том числе при поддержке международных организаций, таких как ПРООН, что способствует вовлечению местных сообществ и повышению уровня экологической осведомленности посетителей. В национальных парках и заповедниках туристы получают информацию о природоохранных режимах, правилах поведения и принципах сохранения экосистем [3].

В управлении потоками посетителей на особо охраняемых природных территориях всё более востребованными становятся так называемые «мягкие» стратегии, основанные на интерпретации природы и экологическом информировании, которые рассматриваются как ненавязчивая альтернатива жёстким ограничительным мерам, таким как запреты и ограничения доступа [4]. Современные исследования подчёркивают, что интерпретация природного и культурного наследия является важным фактором устойчивого развития экотуризма. Систематические обзоры литературы показывают, что интерпретационные подходы способствуют повышению экологической осознанности посетителей и формированию ответственного поведения при одновременном сохранении качества туристского опыта [5].

Информационные материалы в экотуризме могут иметь различные формы и выполнять разнообразные функции, однако их общей задачей является обеспечение посетителей знаниями, позволяющими глубже понять природную и культурную среду, безопасно ориентироваться на территории и формировать экологически ответственное поведение. К таким материалам относятся информационные стенды и навигационные указатели вдоль маршрутов, буклеты и карты с описанием объектов, цифровые приложения и мультимедийные туры с использованием GPS-трекинга, аудиогиды и интерактивные экраны, а также персональное сопровождение экскурсоводов. Эффективность сочетания традиционных и современных интерпретационных средств в природных зонах и национальных парках рассматривается в ряде зарубежных исследований [6, 7].

Одной из форм систематизации и интеграции подобных информационных материалов является информационный гид эколога – целостный ресурс, объединяющий картографические материалы, текстовые описания маршрутов, сведения о биоразнообразии, туристской инфраструктуре и практические рекомендации по экологически ответственному поведению. Информационный гид эколога можно определить как структурированное средство коммуникации, предназначенное для передачи экологических знаний, интерпретации природных объектов и явлений, а также стимулирования устойчивых моделей поведения посетителей на экологических маршрутах. Сочетание навигационной и образовательной функций делает данный формат важным инструментом экопросвещения и устойчивого развития экотуризма.

**Целью** исследования является разработка и обоснование информационного гида эколога как инструмента интерпретации экологического маршрута и экопросвещения, направленного на формирование экологически ответственного поведения и устойчивого использования природных территорий.

Для достижения поставленной цели в работе предполагается решение следующих **задач**:

- проанализировать подходы к экологическому образованию и интерпретации природы в контексте устойчивого экотуризма;
- обосновать методику проектирования информационного гида эколога как инструмента экопросвещения и управления посетителями;
- описать процесс создания гида эколога, включая оцифровку экологических маршрутов с

использованием ГИС-технологий и их адаптацию в цифровой и печатный форматы;

- определить принципы подбора и структурирования информационных материалов гида, включая описание маршрутов, биоразнообразия и туристской инфраструктуры;

- интегрировать в содержание гида эготуриста принципы экологически ответственного поведения и концепцию Leave No Trace в целях устойчивого использования природных территорий.

Гипотеза исследования заключается в предположении, что информационный гид эготуриста, разработанный на основе ГИС-картографирования, интерпретации природного наследия и принципов экологически ответственного поведения, является эффективным инструментом экопросвещения, способствующим формированию устойчивых моделей поведения посетителей и снижению рекреационной нагрузки на природные территории.

**Материалы и методы.** Материальную основу исследования составили научные публикации и обзорные статьи, посвящённые проблематике экологического образования, интерпретации природы, управления потоками посетителей и устойчивого эготуризма, а также международные и национальные нормативные и концептуальные документы в области экологического образования и развития экологической культуры, включая Концепцию «Таза Қазақстан». В работе также использовались методические рекомендации и практики интерпретации природного и культурного наследия, применяемые на особо охраняемых природных территориях, картографические и пространственные данные экологических маршрутов, необходимые для их оцифровки и визуализации, а также примеры информационных материалов экологических маршрутов (буклеты, карты, информационные стенды, цифровые гайды и мобильные приложения), представленные в зарубежной и отечественной практике.

Современные исследования подчёркивают роль образования для устойчивого развития как основы формирования устойчивого туризма и экологически ответственного поведения участников туристской деятельности, обеспечивающего интеграцию экологических, социальных и экономических факторов и подготовку кадров, способных отвечать актуальным вызовам устойчивого развития [8]. В зарубежных исследованиях управления экологическим туризмом особое внимание уделяется значению информационных и интерпретационных инструментов – маркировке маршрутов, путеводителям, навигационным схе-

мам, аудиогидам и цифровым сервисам, – которые рассматриваются как ключевой элемент «мягкого» управления туристскими потоками, экопросвещения и снижения рекреационной нагрузки на особо охраняемые природные территории [9]. Эмпирические исследования, сравнивающие традиционные и цифровые интерпретационные средства в национальных парках, показывают, что современные инструменты, включая мультимедийные туры с GPS-навигацией, эффективно повышают уровень обучения, вовлечённости и качества туристского опыта, в то время как традиционные информационные материалы сохраняют важную роль в обеспечении спокойного, социального и ненавязчивого взаимодействия с природной средой [10].

В ходе исследования применялся комплекс методов, включающий анализ научной литературы для обобщения существующих подходов к экологическому образованию и интерпретации природы; сравнительный анализ для выявления особенностей традиционных и современных форм интерпретационных материалов, включая печатные и цифровые форматы; контент-анализ для структурирования информационного наполнения гида эготуриста, включая описания маршрутов, биоразнообразия, инфраструктуры и правил поведения; картографический и ГИС-анализ для оцифровки экологических маршрутов, визуализации трасс, ключевых точек интерпретации и элементов туристской инфраструктуры; проектный метод для разработки концепции информационного гида эготуриста и формирования его структуры; а также системный подход, позволивший рассматривать гид эготуриста как элемент экопросветительской и туристской инфраструктуры природных территорий.

Исследование проводилось поэтапно и включало анализ теоретических и методических источников по проблематике экологического образования, интерпретации природы и устойчивого эготуризма; изучение существующих форм информационных материалов экологических маршрутов и практик их применения; оцифровку выбранных экологических маршрутов с использованием ГИС-технологий и выделение ключевых интерпретационных точек; разработку структуры информационного гида эготуриста и формирование его содержательных блоков; адаптацию материалов для цифрового и печатного форматов с учётом принципов доступности, наглядности и удобства использования; а также интеграцию в содержание гида принципов экологически ответственного поведения и концепции Leave No

Trase. В процессе подготовки текста использовались инструменты искусственного интеллекта для языковой и структурной редакции материала.

Исследование носит прикладной и методический характер и не включает эмпирическую оценку восприятия информационного гида эколога посетителями. Полученные результаты могут быть использованы в качестве методической основы для дальнейших исследований, направленных на оценку эффективности информационных гидов в формировании экологически ответственного поведения посетителей и снижении рекреационной нагрузки на природные территории.

**Результаты.** Экологический туризм играет значимую роль в устойчивом развитии, так как направлен на сохранение природных экосистем, рациональное использование природных ресурсов и формирование экологически ответственного отношения к окружающей среде. В Казахстане экотуризм является одним из наиболее популярных направлений туристской деятельности, при этом большинство экологических маршрутов проходит по территориям особо охраняемых природных объектов. Вместе с тем сами по себе экологические маршруты не всегда обеспечивают достаточное понимание природной среды и не в полной мере способствуют формированию экологической ответственности у туристов. Для решения этой задачи необходимы информационные материалы, которые раскрывают ценность природных территорий и объясняют необходимость соблюдения установленных правил с целью сохранения природных систем. Экологическая информация может передаваться туристам как через деятельность сопровождающих гидов-экскурсоводов, так и с использованием различных информационных средств, включая стенды и таблички на маршрутах, указатели и элементы маркировки, а также буклеты, путеводители и их цифровые аналоги.

Одним из таких инструментов является информационный гид эколога. Примеры подобных гидов были разработаны авторами по запросу компании Qazaq National Parks, которая занимается созданием сети визит-центров в национальных парках Алматинского региона. На момент начала работы у компании уже существовал один из вариантов гида-путеводителя по маршрутам визит-центра «Аю-Сай», стилистика и структура которого были использованы в качестве основы для разработки последующих информационных гидов эколога. Далее в работе представлены элементы информационного гида эколога, разработанного для маршрутов Чарынского каньона.

Первоочередной задачей стала оцифровка уже существующих, а также новых, малоизвестных маршрутов на территориях, прилегающих к визит-центрам. С этой целью в сопровождении действующих гидов компании были выполнены полевые выходы с записью треков маршрутов с использованием специализированных мобильных приложений. Полученные треки легли в основу создания картографических материалов; одновременно они могут использоваться туристами в электронном формате для безопасного передвижения по маршрутам с применением геотрекеров и навигационных сервисов.

Для создания картографического материала с обозначением ключевых точек маршрутов и объектов туристской инфраструктуры полученные данные были перенесены на базовые картографические слои с отображением рельефа в программе ArcGIS. Подготовленные картографические заготовки послужили основой для разработки туристской карты-путеводителя.

В связи с ограниченным набором графических форм условных обозначений дальнейшая работа выполнялась в графическом редакторе Adobe Illustrator, где были дополнительно нанесены объекты туристской инфраструктуры и сформирована легенда карты.

На карте-схеме ключевых маршрутов отображены экологические тропы, классифицированные по уровню сложности прохождения. Кроме того, на схеме обозначены основные элементы туристской инфраструктуры: визит-центры, парковки, зоны отдыха, беседки, объекты размещения (в том числе глэмпинги), санитарные узлы и другие функциональные точки.

Для туриста принципиально важно заранее понимать характеристики маршрута, ожидаемые условия прохождения и уровень физической и технической подготовки, необходимый для его освоения. Информационные материалы, в частности детализированный картографический материал с указанием ключевых инфраструктурных объектов и возможных точек отдыха, способствуют более осознанному планированию путешествия. Они позволяют туристу объективно оценить собственные возможности, заблаговременно подготовиться к маршруту и снизить потенциальные риски, связанные с безопасностью, физической нагрузкой и особенностями природной среды.

Рабочий пример карты, включенный в гид эколога и демонстрирующий практическую реализацию данного подхода, представлен на рисунке 1.

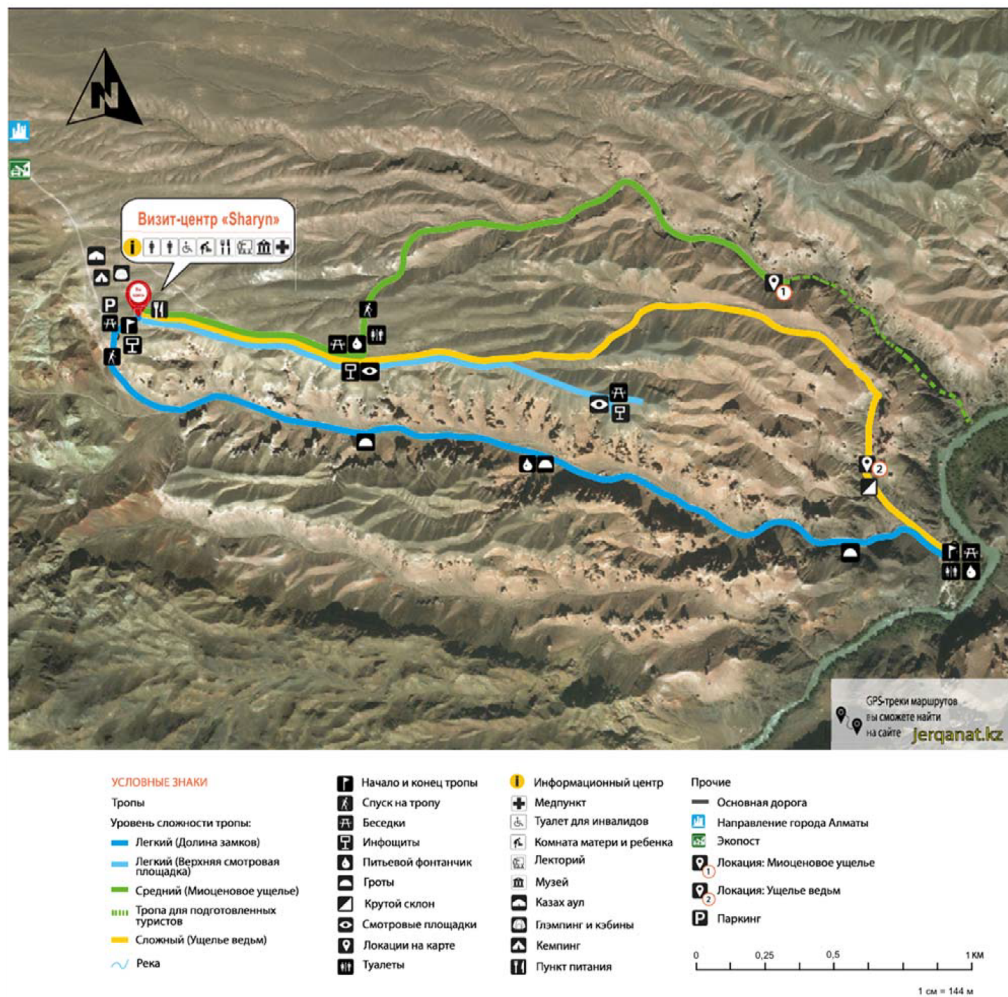


Рисунок 1 – Пример карты маршрутов Чарынского ГНПП в районе «Долины замков»  
 Примечание: составлено авторами

Однако одного лишь картографического материала недостаточно для формирования у туриста полного представления о маршруте. В связи с этим обязательным элементом гида экотуриста является текстовое описание маршрутов, включающее сведения о протяжённости, продолжительности прохождения, наборе высоты, уровне сложности, а также краткую историко-культурную характеристику объекта или территории.

Дополнительно в описаниях указывается важная практическая информация, необходимая для безопасного планирования путешествия. Так, для маршрута «Долина замков» обозначена возможность использования такси для передвижения по маршруту в случаях, когда туристам затруднительно преодолевать протяжённые

участки пешком, тогда как прохождение нетрадиционных и малоизвестных маршрутов рекомендуется осуществлять исключительно в сопровождении профессиональных гидов.

Несмотря на наличие туристской маркировки и использование маршрутов в экскурсионной практике, недостаточное знание трассы может привести к дезориентации туристов и возникновению потенциально опасных ситуаций. На отдельных участках маршрутов может потребоваться помощь опытного, спортивно подготовленного гида, а также использование специального снаряжения, что подчёркивает необходимость комплексного информационного сопровождения экотуристских маршрутов. Пример описания маршрута представлен на рисунке 2.

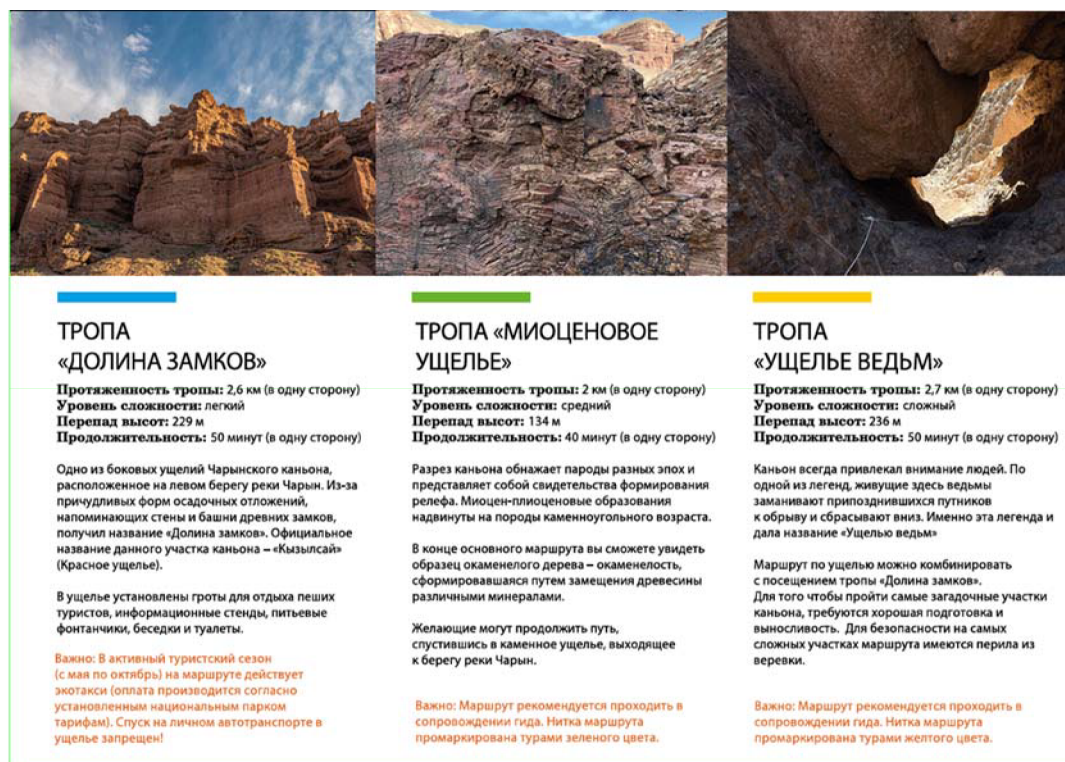


Рисунок 2 – Пример описания экотуристских маршрутов Чарынского каньона  
Примечание: Составлено авторами

Помимо описаний маршрутов, в гида эcotуриста обязательно представлена информация о национальном парке, поскольку все маршруты проходят по территории особо охраняемой природной территории (ООПТ). В данном разделе приводятся сведения о статусе территории, её природных особенностях и режиме охраны.

Отдельное внимание уделено информации о визит-центре, где туристы могут получить актуальные сведения о маршрутах, правилах посещения ГНПП, а также воспользоваться услугами сопровождающего гида-экскурсовода. Кроме того, указывается местоположение визит-центра как ключевой точки начала маршрутов, а также представлены варианты транспортной доступности – способы добраться до визит-центра из ближайшего крупного города, Алматы.

Отдельный раздел гида посвящён туристской инфраструктуре национального парка с акцентом на объекты, созданные или модернизированные в последние годы для повышения комфорта и безопасности посетителей. В данном разделе представлены инфраструктурные элементы, направленные на адаптацию маршрутов к природно-климатическим условиям территории.

Информация сопровождается фотографиями и пояснительными комментариями, иллюстрирующими функциональное назначение объектов. В качестве примеров можно отметить гrotты, или закрытые беседки, предназначенные для кратковременного отдыха и защиты от солнца на пустынных участках маршрутов, где отсутствуют естественные укрытия, а также туры – каменные ориентиры, используемые для обозначения направления движения по дополнительным и отходящим маршрутам.

Обязательным элементом гида эcotуриста являются разделы, посвящённые правилам безопасности и рекомендациям по туристской экипировке. В них представлена информация о том, какую одежду и предметы первой необходимости следует взять с собой на маршрут (вода, перекус, солнцезащитные средства, репелленты и др.) с целью обеспечения максимальной безопасности туристов.

Необходимость включения данных разделов обусловлена тем, что многие посетители зачастую не осознают реальные условия прохождения маршрутов и воспринимают их исключительно как возможность наблюдения живописных ландшафтов, не учитывая потенциальные природные, климатические и рельефные риски. Наличие

структурированных рекомендаций способствует снижению туристских рисков, повышению уровня готовности посетителей к маршруту и формированию ответственного отношения к посещению особо охраняемых природных территорий.

Следующий раздел информационного гида посвящён правилам посещения национального парка, разработанным на основе нормативных документов, регламентирующих режим особо охраняемых природных территорий, а также принципов концепции Leave No Trace. Данные правила направлены на формирование ответственного поведения посетителей в природной среде и соблюдение установленных природоохранных требований.

Указанный раздел является основополагающим в формировании экологической осознанности посетителей природных локаций, поскольку способствует пониманию взаимосвязи между туристской деятельностью и сохранением природных комплексов, а также формирует культуру бережного и устойчивого взаимодействия с окружающей средой.

Поскольку на территории национальных парков и других особо охраняемых природных территорий под охраной находятся не только ландшафты, но и объекты животного и растительного мира, в структуру информационного гида было решено включить краткую справочную информацию о биологическом разнообразии территории. Данный раздел знакомит посетителей с ключевыми представителями флоры и фауны и их природоохранной значимостью.

Необходимость включения данного блока обусловлена тем, что посетителям важно осознавать, что они не являются единственными пользователями данной территории, а природная среда представляет собой сложную и уязвимую экосистему. Формирование понимания высокой ценности окружающего мира способствует развитию экологически ответственного поведения и осознанию значимости сохранения биоразнообразия для будущих поколений. Общий вид одного из оборотов гида представлен на рисунке 3.

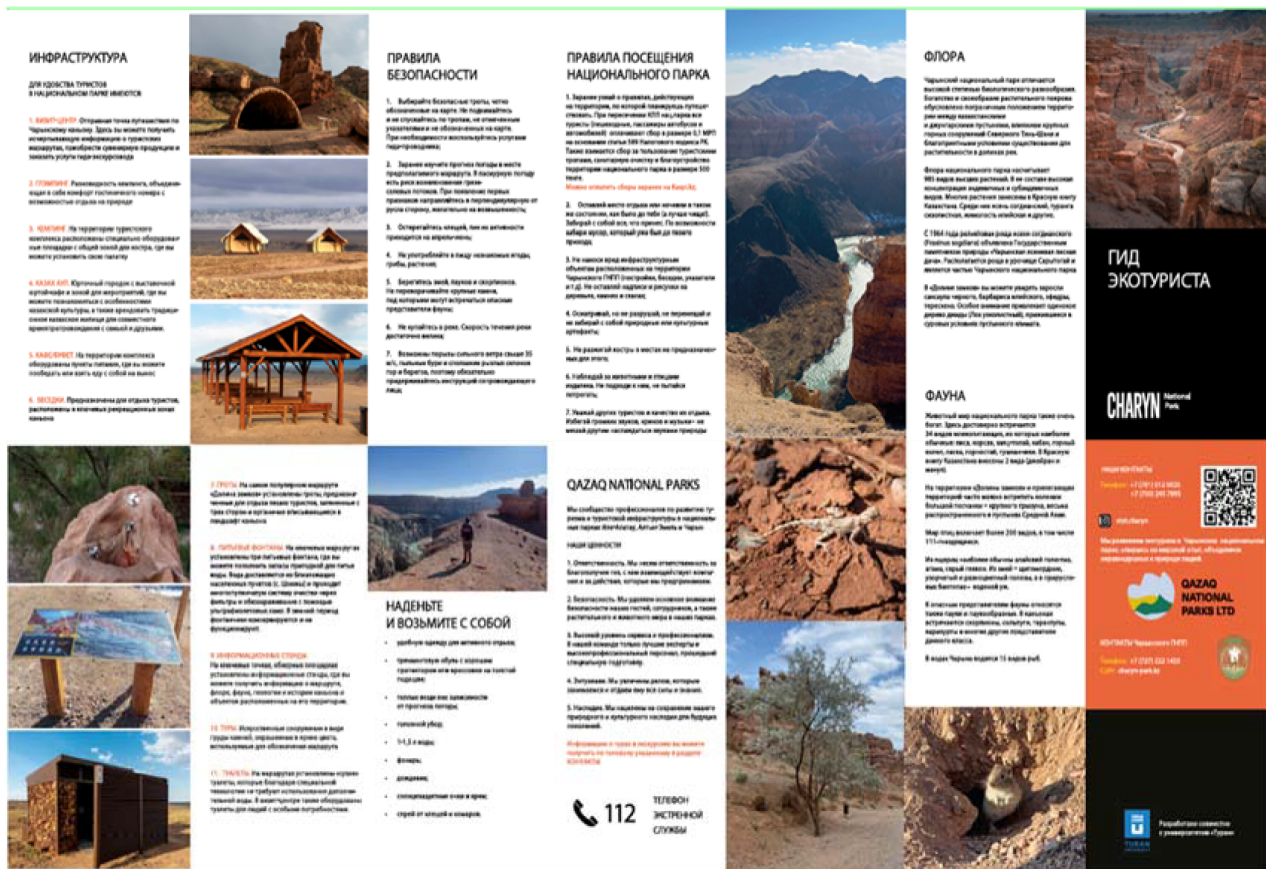


Рисунок 3 – Разворот информационного гида экотуриста по Чарынскому ГНПП  
Примечание: Составлено авторами

Поскольку информационные гиды разрабатывались по заказу компании Qazaq National Parks, осуществляющей развитие сети визит-центров и экологических маршрутов на прилегающих территориях, в структуру гида была включена информация о компании и её ключевых ценностях.

Цветовое и графическое оформление материалов выполнено в соответствии с брендбуком и концепцией компании, согласно которым для каждого национального парка и визит-центра была разработана индивидуальная цветовая гамма. Такой подход способствует формированию единого визуального образа сети визит-центров и повышает узнаваемость туристской инфраструктуры.

Вопросы оформления, визуальной айдентики и её роли в туристской деятельности были более подробно рассмотрены в выпускной квалификационной (дипломной) работе, выполненной в рамках данного проекта. Студентка выпускного курса принимала непосредственное участие в разработке гида и других информационных материалов, размещённых в визит-центре Чарынского национального парка. Это подчёркивает практическую значимость выбранной темы, а также демонстрирует важную роль качественной визуализации и оформления информационных материалов в системе экопросвещения и управления туристскими потоками на ООПТ.

**Обсуждение.** Разработанный в рамках исследования информационный гид эколога может рассматриваться как практический инструмент интерпретации природного наследия и «мягкого» управления посетителями на экологических маршрутах особо охраняемых природных территорий. В отличие от фрагментарных информационных решений, таких как отдельные указатели, стенды или навигационные элементы, гид эколога формирует целостное представление о природной территории, её ценности, условиях посещения и правилах поведения. Полученные результаты подтверждают выводы ряда зарубежных исследований о том, что качественное информационное обеспечение маршрутов способствует повышению экологической осознанности туристов и формированию ответственного поведения без применения жёстких ограничительных мер.

Использование ГИС-технологий для оцифровки маршрутов и визуализации ключевых точек интерпретации позволяет не только повысить навигационную безопасность посетителей, но и структурировать информационное наполнение гида в соответствии с логикой прохождения маршрута. Такой подход соответствует современным тенденциям цифровизации экотуризма и раз-

витию индивидуальных форм путешествий, отмечаемым в международной практике. При этом сохранение печатного формата информационного гида обеспечивает доступность информации для различных категорий посетителей и поддерживает ненавязчивый характер взаимодействия с природной средой, что особенно важно для природных и охраняемых территорий.

Интеграция в содержание гида картографических материалов, текстовых описаний маршрутов, сведений о биоразнообразии, туристской инфраструктуре, а также принципов экологически ответственного поведения, включая концепцию Leave No Trace, позволяет рассматривать информационный гид эколога не только как навигационный, но и как образовательный ресурс. Такой формат способствует формированию экологического сознания посетителей, осознанию уязвимости природных экосистем и необходимости их сохранения для будущих поколений.

Следует отметить, что представленное исследование носит методический и проектный характер и не включает эмпирическую оценку восприятия разработанных информационных гидов посетителями. Это ограничение не позволяет количественно оценить влияние гида на изменение поведения туристов и уровень их экологической осознанности. Вместе с тем предложенный подход может служить основой для дальнейших прикладных исследований, включая проведение социологических опросов, наблюдений, анализ пользовательского опыта и оценку рекреационной нагрузки на маршруты.

В перспективе развитие информационных гидов эколога может быть связано с расширением цифровых функций, внедрением интерактивных элементов, адаптацией контента под различные целевые группы посетителей и интеграцией с системами мониторинга посещаемости. Это позволит усилить роль информационных материалов как инструмента экопросвещения и устойчивого использования особо охраняемых природных территорий, а также повысить эффективность управления туристскими потоками.

**Заключение.** В ходе проведённого исследования была обоснована значимость информационного гида эколога как комплексного инструмента интерпретации экологических маршрутов и экопросвещения на особо охраняемых природных территориях. В условиях нарастающих экологических вызовов и увеличения туристской нагрузки на природные территории использование систематизированных информационных материалов приобретает особую актуальность для форми-

рования экологически ответственного поведения посетителей и устойчивого природопользования.

Результаты исследования показали, что экологические маршруты, даже при наличии туристской инфраструктуры и маркировки, не обеспечивают в полной мере понимание природной среды и связанных с ней рисков без дополнительного информационного сопровождения. Информационный гид экотуриста, объединяющий картографические материалы, текстовые описания маршрутов, сведения о биоразнообразии, туристской инфраструктуре, правилах посещения и принципах экологически ответственного поведения, позволяет восполнить данный пробел и обеспечивает комплексный подход к интерпретации территории.

Особое значение имеет интеграция в содержание гида нормативных требований особо охраняемых природных территорий и принципов концепции Leave No Trace, что способствует формированию у посетителей культуры бережного взаимодействия с природной средой. Включение справочной информации о флоре и фауне усиливает экопросветительский потенциал гида и способствует осознанию ценности природного наследия и необходимости его сохранения для будущих поколений.

Практическая реализация информационного гида экотуриста на примере маршрутов Чарын-

ского государственного национального природного парка продемонстрировала эффективность использования ГИС-технологий для оцифровки маршрутов и визуализации ключевых точек интерпретации и туристской инфраструктуры. Дополнение картографических материалов текстовыми описаниями, фотографиями и рекомендациями по безопасности повышает уровень готовности туристов к маршрутам и способствует снижению потенциальных рисков.

Таким образом, выдвинутая гипотеза исследования подтверждена: информационный гид экотуриста, разработанный на основе ГИС-картографирования, интерпретации природного наследия и принципов экологически ответственного поведения, может рассматриваться как эффективный инструмент экопросвещения и устойчивого управления туристскими потоками на особо охраняемых природных территориях. Полученные результаты могут быть использованы в практической деятельности национальных парков, визит-центров и туристских организаций, а также в образовательных и методических целях. Перспективы дальнейших исследований связаны с эмпирической оценкой влияния информационных гидов на экологическую осознанность посетителей, их поведение на маршрутах и уровень рекреационной нагрузки на природные территории.

## Список литературы

- 1 Галаев А.Х. Экологическое образование: воспитание ответственного отношения к окружающей среде // Технопарк универсальных педагогических компетенций: материалы III Всерос. науч.-практ. конф. (Чебоксары, 15 дек. 2023 г.) / редкол.: Ж.В. Мурзина [и др.]. – Чебоксары: ИД «Среда», 2023. – С. 281–283.
- 2 Постановление Правительства Республики Казахстан от 31 октября 2024 года № 910. Об утверждении Концепции развития экологической культуры «Таза Қазақстан» на 2024–2029 годы. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2400000910> (дата обращения 03.01.2026).
- 3 Экотуризм в Казахстане: соблюдая баланс человека и природы. – Текст: электронный // ПРООН в Казахстане. – 2023. – URL: <https://www.undp.org/ru/kazakhstan/stories/ekoturizm-v-kazakhstane-soblyudaya-balans-cheloveka-i-prirody> (дата обращения 03.01.2026).
- 4 Juma L.O., Khademi-Vidra A. Nature interpretation as an environmental educational approach in visitor management: the application dilemma for different target groups at Masai Mara National Reserve, Kenya // Sustainability. – 2022. – Vol. 14. – Iss. 5. – Art. 2935. – DOI: 10.3390/su14052935.
- 5 Abrahams E., Nji Bama H.K. Heritage interpretation as a catalyst for sustainable ecotourism in protected areas: a systematic literature review // Studia Periegetica. – 2023. – №2(42). – pp. 119–142. – DOI: 10.58683/sp.581.
- 6 Ozdemir G., Zonah S. Revolutionising heritage interpretation with smart technologies: a blueprint for sustainable tourism // Sustainability. – 2025. – Vol. 17. – Art. 4330. – DOI: 10.3390/su17104330.
- 7 Al-Rawashdeh S.H.A. The role of graphic design and visual communication in natural heritage sites of Jordan // Herança. – 2024. – Vol. 8. – №1. – pp. 116–128. – DOI: 10.52152/heranca.v8i1/1028.
- 8 Колодезникова С.И. Экосистемное образование как фактор развития устойчивого туризма (экологического туризма) // МНКО. – 2025. – №2(111). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekosistemnoe-obrazovanie-kak-faktor-razvitiya-ustoychivogo-turizma-ekologicheskogo-turizma> (дата обращения 03.01.2026).
- 9 Афанасьева А.В. Зарубежный опыт управления в сфере экологического туризма: тренды и модели развития // Сервис в России и за рубежом. – 2020. – №3(90). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-upravleniya-v-sfere-ekologicheskogo-turizma-trendy-i-modeli-razvitiya> (дата обращения 03.01.2026).
- 10 Wolf I.D., Stricker H.K., Hagenloh G. Interpretive media that attract park visitors and enhance their experiences: a comparison of modern and traditional tools using GPS tracking and GIS technology // Tourism Management Perspectives. – 2013. – Vol. 7. – pp. 59–72. – ISSN 2211-9736. – DOI: 10.1016/j.tmp.2013.04.002.

## References

- 1 Galaev A.H. Jekologicheskoe obrazovanie: vospitanie otvetstvennogo otnosheniya k okruzhajushhej srede // Tehnopark universal'nyh pedagogicheskikh kompetencij: materialy III Vseros. nauch.-prakt. konf. (Cheboksary, 15 dek. 2023 g.) / redkol.: Zh.V. Murzina [i dr.]. – Cheboksary: ID «Sreda», 2023. – S. 281–283.
- 2 Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 31 oktjabrja 2024 goda № 910. Ob utverzhdenii Konceptii razvitiya jekologicheskoy kul'tury «Taza Kazakstan» na 2024–2029 gody. <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2400000910> (data obrashhenija 03.01.2026).
- 3 Jekoturizm v Kazahstane: sobljudaja balans cheloveka i prirody. – Tekst: jelektronnyj // PROON v Kazahstane. – 2023. – URL: <https://www.undp.org/ru/kazakhstan/stories/ekoturizm-v-kazahstane-soblyudaya-balans-cheloveka-i-prirody> (data obrashhenija 03.01.2026).
- 4 Juma L.O., Khademi-Vidra A. Nature interpretation as an environmental educational approach in visitor management: the application dilemma for different target groups at Masai Mara National Reserve, Kenya // Sustainability. – 2022. – Vol. 14. – Iss. 5. – Art. 2935. – DOI: 10.3390/su14052935.
- 5 Abrahams E., Nji Bama H.K. Heritage interpretation as a catalyst for sustainable ecotourism in protected areas: a systematic literature review // Studia Periegetica. – 2023. – №2(42). – pp. 119–142. – DOI: 10.58683/sp.581.
- 6 Ozdemir G., Zonah S. Revolutionising heritage interpretation with smart technologies: a blueprint for sustainable tourism // Sustainability. – 2025. – Vol. 17. – Art. 4330. – DOI: 10.3390/su17104330.
- 7 Al-Rawashdeh S.H.A. The role of graphic design and visual communication in natural heritage sites of Jordan // Herança. – 2024. – Vol. 8. – №1. – pp. 116–128. – DOI: 10.52152/heranca.v8i1/1028.
- 8 Kolodeznikova S.I. Jekosistemnoe obrazovanie kak faktor razvitiya ustojchivogo turizma (jekologicheskogo turizma) // MNKO. – 2025. – №2(111). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekosistemnoe-obrazovanie-kak-faktor-razvitiya-ustojchivogo-turizma-ekologicheskogo-turizma> (data obrashhenija 03.01.2026).
- 9 Afanas'eva A.V. Zarubezhnyj opyt upravlenija v sfere jekologicheskogo turizma: trendy i modeli razvitiya // Servis v Rossii i za rubezhom. – 2020. – №3(90). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-upravleniya-v-sfere-ekologicheskogo-turizma-trendy-i-modeli-razvitiya> (data obrashhenija 03.01.2026).
- 10 Wolf I.D., Stricker H.K., Hagenloh G. Interpretive media that attract park visitors and enhance their experiences: a comparison of modern and traditional tools using GPS tracking and GIS technology // Tourism Management Perspectives. – 2013. – Vol. 7. – pp. 59–72. – ISSN 2211-9736. – DOI: 10.1016/j.tmp.2013.04.002.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

### *«Автор для корреспонденции (первый автор)»*

**Величко Анастасия Викторовна** – магистр, сениор-лектор Высшей школы туризма и гостеприимства, Университет «Туран», г. Алматы, Казахстан.

### *«Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)»*

**Величко Анастасия Викторовна** – магистр, Туризм және қонақжайлылық жоғары мектебінің сениор-лекторы, «Тұран» университеті, Алматы қ., Қазақстан.

### *«The Author for Correspondence (The First Author)»*

**Velichko Anastasiya Viktorovna** – Master's degree holder, senior lecturer at the Higher School of tourism and hospitality, Turan University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [anastasiavelichkoav@gmail.com](mailto:anastasiavelichkoav@gmail.com)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-8569-5515>

**Ерубаяева Гульжан Кикбаевна** – кандидат биологических наук, профессор Высшей школы туризма и гостеприимства, декан гуманитарно-юридического факультета Университета «Туран», г. Алматы, Казахстан.

**Ерубаяева Гульжан Кикбаевна** – биология ғылымдарының кандидаты, Туризм және қонақжайлылық жоғары мектебінің профессоры, гуманитарлы-заң факультетінің деканы, «Тұран» университеті, Алматы қ., Қазақстан.

**Yerubayeva Gulzhan Kikbayevna** – candidate of biological sciences, professor at the Higher School of tourism and hospitality, dean of the Faculty of humanities and law, Turan University, Almaty, Kazakhstan.

**e-mail:** [g.yerubayeva@turand-edu.kz](mailto:g.yerubayeva@turand-edu.kz)

**ORCID:** <https://orcid.org/0000-0001-9038-8616>

Дата поступления статьи: 28.01.2026

Дата принятия к публикации: 19.03.2026

Проскурин В.Н. 

Международная академия информатизации, г. Берлин, Германия

## ОБЛАСТНОЙ СЪЕЗД СЕЛЬСКИХ ХОЗЯЕВ 1913 Г. В ГОРОДЕ ВЕРНОМ КАК ОБЪЕКТ ЭКСКУРСИОННОГО ПОКАЗА

Проскурин Владимир Николаевич

**Областной съезд сельских хозяев 1913 г. в городе Верном как объект экскурсионного показа**

**Аннотация.** В статье рассматриваются исторические события, связанные с проведением областного съезда сельских хозяев 1913 года в городе Верном (ныне Алматы), в контексте их использования в современной экскурсионной деятельности. Особое внимание уделяется проблеме достоверности экскурсионного контента и необходимости обращения к архивным и музейным источникам при подготовке информационного материала для туристов. Авторы статьи, поставив цель проанализировать историко-культурный материал, связанный с развитием города Алматы (Верного) начала XX века, и адаптировать его для использования в экскурсионной и краеведческой деятельности, использовали методы анализа архивных документов, исторических источников и краеведческих материалов, а также их систематизацию и адаптацию для экскурсионной практики. В результате исследования реконструирована картина общественной, хозяйственной и культурной жизни города Верного начала XX века, что позволяет расширить содержание экскурсионных маршрутов и повысить их познавательную ценность. Полученные материалы могут быть использованы в практической деятельности туристских организаций и в образовательном процессе.

**Ключевые слова:** историко-культурное наследие, краеведческие исследования, экскурсионная деятельность, архивные и мемуарные источники, история города Верного.

Проскурин Владимир Николаевич

**1913 жылы Верный қаласында өткен ауыл шаруашылығы иелерінің облыстық съезі экскурсиялық көрсету нысаны ретінде**

**Аңдатпа.** Мақалада 1913 жылы Верный қаласында (қазіргі Алматы) өткен ауыл шаруашылығы иелерінің облыстық съезіне қатысты тарихи оқиғалар қазіргі экскурсиялық қызметте пайдалану тұрғысынан қарастырылады. Туристерге арналған ақпараттық материалды дайындау кезінде экскурсиялық мазмұнның шынайылығына, сондай-ақ архивтік және музейлік дереккөздерге жүгіну қажеттілігіне ерекше назар аударылады. Мақала авторлары XX ғасырдың басындағы Алматы қаласының (Верный) дамуына байланысты тарихи-мәдени материалды талдауды оны экскурсиялық және өлкетану қызметінде пайдалануға бейімдеуді мақсат етіп, мұрағаттық құжаттарды, тарихи дереккөздер мен өлкетану материалдарын талдау әдістерін, сондай-ақ оларды жүйелеу мен экскурсиялық тәжірибиеде бейімдеуді қолданды. Зерттеу нәтижесінде XX ғасырдың басындағы Верный қаласының қоғамдық, экономикалық және мәдени өмірінің көрінісі қайта құрылды, бұл экскурсиялық маршруттардың мазмұнын кеңейтуге және олардың танымдық құндылығын арттыруға мүмкіндік береді. Алынған материалдар туристік ұйымдардың тәжірибиелік қызметінде және білім беру үдерісінде пайдаланылуы мүмкін.

**Түйін сөздер:** тарихи-мәдени мұра, өлкетану зерттеулері, экскурсиялық қызмет, мұрағаттық және мемуарлық дереккөздер, Верный қаласының тарихы.

Proskurin Vladimir Nikolaevich

**The 1913 Regional congress of rural owners in Vernyi as an object of excursion display**

**Abstract.** The article examines the historical events associated with the 1913 regional congress of rural owners held in Vernyi (now Almaty) in the context of their use in modern excursion activities. Particular attention is paid to the issue of the reliability of excursion content and the need to rely on archival and museum sources when preparing informational materials for tourists. The authors aim to analyze historical and cultural material related to the development of Almaty (Vernyi) in the early 20th century and to adapt it for use in excursion and local history activities. The study employs methods of analyzing archival documents, historical sources, and local history materials, as well as their systematization and adaptation for excursion practice. As a result of the research, a reconstruction of the social, economic, and cultural life of Vernyi in the early 20th century has been achieved, which makes it possible to expand the content of excursion routes and enhance their educational value. The obtained materials can be used in the practical activities of tourism organisations as well as in the educational process.

**Key words:** historical and cultural heritage, local history research, excursion activities, archival and memoir sources, history of the city of Vernyi.

**Введение.** В последние годы в Республике Казахстан наблюдается устойчивый рост общественного интереса к вопросам национальной истории и исторического наследия. В интервью газете «Turkistan» Президент Республики Казахстан К.-Ж. Токаев отметил: «В последние годы в Казахстане история стала популярной темой. Выпускаются разного рода подкасты, фильмы, статьи, книги. Широкий общественный интерес к историческим вопросам вполне понятен, это можно приветствовать». При этом особое внимание уделяется необходимости опоры на достоверные источники и документально подтвержденные факты [1].

Данное положение в полной мере относится к сфере экскурсионной деятельности и работе рецептивных туроператоров. Экскурсионный продукт, особенно ориентированный на внутренний туризм и молодежную аудиторию, выполняет не только познавательную, но и важную воспитательную функцию, способствуя формированию исторической памяти и патриотического сознания.

Вместе с тем практика показывает, что при подготовке экскурсионных материалов нередко используются преимущественно интернет-источники, в то время как архивные документы и музейные фонды остаются вне должного внимания. Это приводит к снижению качества экскурсионного контента, его обезличенности и возникновению фактологических неточностей.

Актуальность настоящего исследования обусловлена необходимостью разработки научно обоснованного и методически выверенного материала, основанного на достоверных исторических источниках. Представленный в статье материал соответствует требованиям экскурсионной методики и может быть использован при формировании контрольных текстов для тематических экскурсий, посвященных истории города Алматы (Верного).

Часто, направляясь на Зеленый базар или прогуливаясь в районе парка имени 28 гвардейцев-панфиловцев, жители и гости города воспринимают окружающее пространство как привычный городской ландшафт, не придавая особого значения его исторической насыщенности. Между тем данный маршрут проходит по территории Алматинского государственного историко-архитектурного и мемориального заповедника, представляющего собой комплекс памятников исторического центра Верного и Алма-Аты в границах улиц Толе би – Кунаева – Гоголя – Зенкова, сформированный застройкой конца XIX – середины XX века. В 1993 году по-

становлением Правительства Республики Казахстан эта территория была отнесена к категории особо охраняемых объектов.

Практика экскурсионного показа показывает, что даже на наиболее посещаемых объектах исторического центра нередко воспроизводятся упрощенные или недостоверные интерпретации. Так, широко распространен миф о том, что Вознесенский кафедральный собор был «построен без единого гвоздя», а сведения об истории здания Музея народных музыкальных инструментов имени Ыхласа зачастую ограничиваются упоминанием его бывшего использования как Дома офицеров. Подобные упрощения свидетельствуют о недостаточной проработке экскурсионного материала и необходимости обращения к достоверным историческим источникам.

В этой связи представляется целесообразным обратиться к реконструкции исторических событий, происходивших на данной территории в начале XX века. Особый интерес представляет 1913 год - период относительной стабильности и экономического подъема на завершающем этапе существования Российской империи, в состав которой входила территория современного Казахстана.

**Целью** исследования является анализ историко-культурного материала, связанного с развитием города Алматы (Верного) начала XX века, и его адаптация для использования в экскурсионной и краеведческой деятельности.

Для достижения поставленной цели в работе предполагается решение следующих **задач**:

- проанализировать архивные, мемуарные и научные источники, отражающие историческое развитие города Алматы (Верного) начала XX века;
- выявить ключевые исторические события, явления и факты, представляющие познавательную ценность для экскурсионной практики;
- систематизировать историко-краеведческий материал с учетом его возможного использования в экскурсионной деятельности;
- определить потенциал использования собранного материала при разработке экскурсионных текстов и программ для рецептивных туроператоров и гидов.

**Материалы и методы.** Методологическую основу исследования составил комплексный подход, включающий методы историко-краеведческого анализа, систематизации и интерпретации источников. В качестве основного эмпирического материала использованы архивные документы, мемуарные свидетельства, а также научные и

краеведческие публикации, отражающие социально-экономическое и культурное развитие города Верного (современного Алматы) начала XX века.

На первом этапе исследования был проведен анализ архивных и мемуарных источников с целью выявления значимых исторических событий, фактов и характеристик городской среды, представляющих интерес для экскурсионной деятельности. Особое внимание уделялось достоверности информации, сопоставлению различных источников и выявлению наиболее репрезентативных сведений.

На втором этапе осуществлялась систематизация отобранного материала по тематическим блокам (социальная жизнь, хозяйственная деятельность, культурные практики, городская инфраструктура), что позволило структурировать историческую информацию и определить ее познавательную ценность.

Заключительный этап исследования включал интерпретацию историко-краеведческого материала с позиции его использования в экскурсионной практике. Отбор и адаптация информации проводились с учетом принципов экскурсоведения: доступности восприятия, логической последовательности изложения, информативности и соответствия интересам целевой аудитории. Применение указанных методов позволило обосновать потенциал использования историко-культурного наследия города Алматы при разработке экскурсионных программ и текстов для рецептивных туроператоров и гидов.

**Результаты.** Изучение архивных, мемуарных и краеведческих источников позволяет провести реконструкцию общественной, хозяйственной и культурной жизни города Верного начала XX века, а также выявить элементы, представляющие наибольший интерес для экскурсионного показа.

Исследование социально-культурной жизни города дает возможность установить, что одним из центров общественной жизни являлся Клуб офицерского собрания, где сосредотачивалась значительная часть верненской элиты. Здесь проводились официальные мероприятия, полковые собрания, торжественные вечера, а также благотворительные спектакли и концерты. Например, 30 июля 1913 года в Верненском военном собрании состоялся благотворительный вечер в пользу нуждающихся абитуриентов гимназии.

Значительную роль в досуговой культуре играли городские общественные пространства, в частности, Пушкинский парк (ныне парк имени 28 гвардейцев-панфиловцев), где функционировали развлекательные объекты, включая один из

первых кинотеатров - «XX-й век» (рисунок 1). Кинотеатр «XX век» был открыт в 1911 году на средства предпринимателя Абдуллы Сейфуллина и являлся одним из наиболее технологически оснащенных объектов городской инфраструктуры того времени. При кинотеатре функционировала собственная электростанция мощностью 14 лошадиных сил английской системы «Petter», что обеспечивало автономное энергоснабжение. Залы были рассчитаны на несколько десятков посетителей, а в фойе размещался музыкальный автомат, что свидетельствует о высоком уровне технического и культурного оснащения данного учреждения. На фоне общей городской среды начала XX века, где уличное освещение осуществлялось преимущественно масляными фонарями, а жилые помещения освещались керосиновыми лампами или свечами, кинотеатр представлял собой инновационный объект, опережающий свое время. Вместе с тем высокий уровень технической оснащенности не сопровождался должным уровнем пожарной безопасности. В условиях постреволюционной нестабильности контроль за эксплуатацией подобных объектов был ослаблен, что привело к пожару, в результате которого в 1918 году кинотеатр «XX век» был полностью уничтожен [2].

Повседневные практики городской молодежи начала XX века, в частности формы досуга в вечернее время, могут быть реконструированы на основе визуальных источников. Анализ почтовых открыток и фотоматериалов, выполненных фотограмами Лейбиными, Ордэ, Николаи и другими представителями ранней городской фотографии, позволяет установить, что популярным местом неформального общения служила территория вокруг памятника императору Александру II (впоследствии замененного на две гипсовые фигуры – В.И. Ленина и И.В. Сталина). В условиях ограниченного искусственного освещения (керосиновые и калильные фонари) данные пространства выполняли функцию общественных зон притяжения, фиксируя особенности городской культуры и повседневности рассматриваемого периода.

Дополнительными центрами притяжения выступали епархиальный народный дом имени Николая Второго, а также городские площади и скверы, где формировалась повседневная культурная коммуникация горожан. Известно, что в епархиальном народном доме функционировали отделы: религиозно-нравственный, народного здоровья и трезвости, истории и географии, сельского хозяйства и природоведения.



Рисунок 1 – Кинотеатр «XX век», г. Верный [3]

Ключевым событием 1913 года стал II областной съезд сельских хозяев, сопровождавшийся организацией сельскохозяйственной и кустарно-промышленной выставки, приуроченной к 300-летию Дома Романовых. Условия, при которых готовилась выставка, были сложными. Одним из факторов, усложнявших задачу организации, были последствия Кеминского (Семиреченского) землетрясения 4 января 1911 года (по старому стилю - 22.12.1910 г.) силой 10 баллов (рисунок 2). В докладе исправляющего

должность начальника Верненского уезда ротмистра И.И. Лиханова советнику Семиреченского областного правления А.И. Мищенко было указано, что в результате землетрясения было «разрушено зданий: юрт и жилых помещений – 615, сараев, конюшен и прочих нежилых помещений – 171, бань – 3, лавок – 2» [4, с. 519]. Другим неблагоприятным фактором были погодные условия – холодный дождливый сезон. Тем не менее, несмотря на все это, мероприятие было реализовано в полном объеме.



Рисунок 2 – Вид улицы в г. Верном после землетрясения, фотография 1911 г. [4]

Юбилейная выставка была организована Комитетом по проведению съезда сельских хозяйств Семиреченской области. Комиссаром комитета юбилейной выставки был избран агроном С.Н. Велецкий. В состав организационного комитета съезда входили специалисты в области садоводства и озеленения, в частности, инструкторы «зеленого строительства» С.П. Перковский и С.И. Иванов, что свидетельствует о внимании к развитию аграрного сектора и благоустройству территории.

Структура выставки включала девять тематических разделов, охватывающих основные отрасли региональной экономики: 1) Полеводство и травосеяние; 2) Бахчеводство, огородничество, садоводство и лесоводство; 3) Животноводство и молочное хозяйство; 4) Пчеловодство и шелководство; 5-6) Сельскохозяйственная техника и гидротехника; 7) Кустарно-ремесленный; 8) Промышленный; 9) смешанные направления (наука, образование, медицина, переселенческая деятельность и др.).

В рамках мероприятия были представлены достижения сельского хозяйства, ремесел и промышленности Семиреченской области. Анализ докладов и очерков участников выставки, а также изданных фотоальбомов и публикаций современников позволяет выявить характерную для данного периода ориентацию на модернизацию хозяйственной жизни Семиречья. В источниках прослеживаются идеи развития транспортной инфраструктуры, включая перспективы строительства Туркестано-Сибирской железной дороги (Турксиба), сети гужевых и автомобильных дорог в районе озера Иссык-Куль, а также освоения водных путей по реке Или.

Символическим отражением достижений региона и потенциала народных промыслов стал экспозиционный объект - крупный срез тяньшанской ели диаметром около трех метров, доставленный из урочища Горельник и украшенный ажурной надписью «300 лет Дома Романовых» [2].

Представленные материалы отражают многоотраслевой характер хозяйственного развития региона. Семиречье было известно развитым садоводством и пчеловодством, наличием табачных плантаций, а также возделыванием широкого спектра сельскохозяйственных культур, включая мак, подсолнечник, горчицу, рис, гречиху, чечевицу и просо.

Значительное место занимали и промысловые виды деятельности: охота (на куниц, лисиц, барса и рысь), а также лесной, камнетесный и известковый промыслы. Развивались перерабатывающие отрасли, в том числе винокуренное, пивоваренно-медоваренное и кожевенное производство.

В Верненском уезде были широко распространены садовые культуры, включая яблоню, грушу, вишню, сливу, абрикос, персик и виноград, представленные, в частности, в питомниках С.Т. Тихонова, Е.Г. Бреусова и Н.Т. Моисеева. Существенный вклад в развитие садоводства в Семиречье связан с деятельностью губернатора Г.А. Колпаковского, которого справедливо считают одним из его основоположников. По его инициативе алма-атинский апорт получил наименование «редьковское яблоко» - в честь крестьянина-помолога Е.В. Редько, внесшего значительный вклад в популяризацию плодового центра Верного на рынках России и Туркестанского края (рисунок 3).



Рисунок 3 – Яблочный базар в г. Верном  
(фото из фонда Центрального Государственного музея РК) [5]

Яблоки впоследствии стали одним из символов региона. На выставке 1913 года была представлена коллекция из 52 сортов яблок и 7 сортов груш. На местном Овощном (Яблочном) рынке «... летние сорта яблок уже отошли, остались зимние – лимонные яблоки, антоновка, а также груши Дюшес. Апорт на месте стоит до 1 руб. 30 коп. за сотню. Другие сорта яблок продаются до 23 руб. за телегу (т. е. от 800 до 1000 штук)» [6].

Особенностью города Верного являлось то, что почти каждый «квартиронаниматель» в городе имеет свой огород и сад. В урожайные годы цена яблок падала до 30 копеек за воз. Невыгодно бывает вывозить их при таких условиях даже на местный базар, так как провоз до базара обходится в 30 копеек. Эти данные упоминаются в работе Переселенческого управления «Азиатская Россия» [7].

Важным результатом исследования является реконструкция архитектурного облика вы-

ставки. Архитектурно-строительную часть 5-го отдела комитета возглавил областной инженер А.П. Зенков. В состав вошли зодчие, проектировщики, инженеры-строители Б.Х. Шлегель, С. А. Симанов, А.А. Пугаченков, И. П. Базилевич, городской архитектор Д.И. Вертоусов. На территории Пушкинского парка (около 16 десятин) было возведено более 40 павильонов (28 казенных и 15 частных), выполненных в различных архитектурных стилях – от «модерна» до «ропетовского» и «мавританского». Главная аллея парка вдоль проспекта Колпаковского (ныне проспект Достык) украсилась юртами, где демонстрировалось многообразие национального искусства, соколиная охота беркутчи, быт и промысел народов края. Исправить текст на: На прилегающих улицах к парку зодчие возвели павильоны торгово-промышленных домов наследников Габдулвалиева и Шахворостова в «ропетовском» и «мавританском» стилях (рисунок 4).



Рисунок 4 – Павильон торгового дома Г.А. Шахворостова с сыновьями и Ф.А. Пестова, выполненный в мавританском стиле [8]

В рамках доминирующего на тот момент стиля модерн было представлено «ропетовское» направление, названное по псевдониму российского архитектора Н.И. Петрова – «Ропет». Для данного направления характерно широкое использование резного и орнаментированного деревянного декора, сложных наличников, декоративных башенок и шатровых завершений. Совокупность этих элементов придавала сооружениям облик стилизо-

ванных теремов, отсылающих к традиционной русской архитектуре. Выставочное помещение заводчика Х.А. Тюменева было выполнено в виде точной копии вальцево-механической крупчаточной мельницы товарищества «Мукомол» в Петропавловске, что подчеркивало производственную направленность экспозиции. Здание торгового дома «Наследники Н.Я. Пугасова» отличалось выразительным конструктивным решением и было

выполнено в формах романского стиля. Павильон товарищества «Наследники коммерции советника Н.И. Иванова», выделявшийся среди других объектов выставки, был построен в готическом стиле, что придавало ему особую архитектурную выразительность [9].

В оформлении экспозиции использовались как традиционные элементы (юрты, декоративная резьба), так и современные на тот момент строительные материалы (рубероид, линолеум, черепица). В составе выставочного ансамбля деревянные павильоны, увенчанные бочкообразными и шатровыми покрытиями, были богато украшены резными декоративными элементами – подзорами, «петушками», «полотенцами» и другими деталями традиционной деревянной архитектуры. Крыши ряда сооружений были искусно покрыты древесной стружкой. Высокий уровень декоративной проработки и стилистическое единство обеспечивали значительный интерес со стороны посетителей. В целом архитектурная концепция сочетала функциональность и декоративность, что обеспечивало высокий интерес посетителей [10].

Выставка и сопутствующие мероприятия выполняли не только экономическую, но и культурно-про-

светительскую функцию. На территории экспозиции были представлены элементы традиционной культуры народов региона: национальные ремесла, формы быта, музыкальные и поэтические выступления (в том числе айтыс с участием Жамбыла Жабаева).

Таким образом, мероприятие выступало площадкой интеграции экономических, культурных и этнографических практик, формируя целостный образ региона.

Результаты исследования позволяют выделить ключевые элементы историко-культурного наследия города Алматы, обладающие высоким потенциалом для включения в экскурсионные маршруты. Среди этих элементов можно отметить объекты социальной и культурной жизни города Верного, такие как Клуб офицерского состава (рисунок 5), Пушкинский парк, знаменательные события, в том числе областной съезд и выставка 1913 года, хозяйственные практики (садоводство, ремесла), архитектурные объекты и городскую среду.

Систематизация данных элементов позволяет расширить содержание экскурсионных программ, повысить их информативность и достоверность, а также усилить образовательную и культурную ценность туристского продукта.



Рисунок 5 – Здание Верненского военного собрания [11]

**Обсуждение.** Полученные результаты подтверждают, что использование архивных, мемуарных и краеведческих источников позволяет суще-

ственно расширить и углубить содержание экскурсионного материала, обеспечивая его научную достоверность и содержательную насыщенность.

Это напрямую соотносится с поставленной целью исследования – анализом и адаптацией историко-культурного материала для экскурсионной деятельности.

Решение первой задачи, связанной с анализом исторических источников, позволило выявить значительный массив фактов, отражающих социальную, экономическую и культурную жизнь города Верного начала XX века. В отличие от распространенной практики использования обобщенных и часто упрощенных сведений, обращение к первоисточникам обеспечило реконструкцию конкретных событий (например, проведение областного съезда сельских хозяев и выставки 1913 года), а также выявление подлинных характеристик городской среды.

Вторая задача – выявление ключевых исторических событий и фактов – реализована через отбор наиболее репрезентативных элементов, обладающих высоким экскурсионным потенциалом. К ним относятся деятельность Клуба офицерского состава как центра общественной жизни, функционирование Пушкинского парка как пространства досуга и коммуникации, организация и структура сельскохозяйственной и промышленной выставки, развитие садоводства и других отраслей хозяйства региона, архитектурно-пространственные особенности выставочной экспозиции.

Данные элементы обладают высокой степенью визуализации, событийности и содержательной насыщенности, что делает их эффективной основой для формирования экскурсионного показа.

Реализация третьей задачи – систематизации историко-краеведческого материала – позволила структурировать разрозненные сведения в логически взаимосвязанные тематические блоки (социальная жизнь, хозяйственная деятельность, культурные практики, городская инфраструктура). Такая систематизация соответствует требованиям экскурсионной методики и облегчает адаптацию материала для восприятия различными категориями туристов.

Задача, связанная с определением потенциала использования полученных данных в экскурсионной практике, показала, что реконструированные исторические сюжеты могут служить основой для разработки тематических экскурсий по историческому центру Алматы, обновления существующих экскурсионных маршрутов, создания контрольных текстов для гидов и экскурсоводов, использования в образовательных программах в сфере туризма и краеведения.

Важным аспектом является то, что включение достоверного исторического материала способствует повышению качества экскурсионного продукта, снижению уровня фактологических ошибок и формированию более глубокого и осмысленного восприятия историко-культурного наследия.

Вместе с тем проведенное исследование выявило и ряд проблемных аспектов современной экскурсионной практики. В частности, отмечается недостаточное использование архивных источников, а также склонность к упрощению и мифологизации исторических фактов. Это указывает на необходимость дальнейшего развития научно-методической базы экскурсоведения и усиления требований к качеству информационного наполнения экскурсионных программ.

Таким образом, результаты исследования не только подтверждают значимость историко-краеведческого подхода в экскурсионной деятельности, но и демонстрируют его практическую применимость. Адаптация достоверного исторического материала позволяет повысить содержательную ценность экскурсий, усилить их образовательный потенциал и обеспечить соответствие современным требованиям к туристскому продукту.

**Заключение.** Проведенное исследование позволило реконструировать ключевые аспекты общественной, хозяйственной и культурной жизни города Верного начала XX века на основе анализа архивных, мемуарных и краеведческих источников. Полученные результаты подтвердили значительный потенциал историко-культурного материала, связанного с проведением областного съезда сельских хозяев 1913 года, для использования в экскурсионной и краеведческой деятельности.

В ходе работы были выявлены и систематизированы наиболее значимые элементы городской среды и исторических событий, обладающие высокой познавательной и визуализационной ценностью. К ним относятся объекты общественной жизни, такие как Клуб офицерского состава и Пушкинский парк, а также сама сельскохозяйственная и кустарно-промышленная выставка как комплексное явление, отражающее экономическое, культурное и архитектурное развитие региона.

Систематизация историко-краеведческого материала и его адаптация с учетом принципов экскурсионной методики позволили обосновать возможность его практического применения при разработке экскурсионных маршрутов и контрольных текстов.

Использование достоверных источников способствует повышению качества экскурсионного продукта, снижению уровня фактологических ошибок и формированию более глубокого восприятия историко-культурного наследия.

Таким образом, поставленная цель исследования достигнута, а задачи выполнены в полном объеме. Результаты работы могут быть использо-

ваны в деятельности туристских организаций, при подготовке гидов и экскурсоводов, а также в образовательном процессе в сфере туризма и краеведения. Перспективным направлением дальнейших исследований является расширение источниковой базы и разработка тематических экскурсионных программ, основанных на комплексном осмыслении исторического наследия города Алматы.

## Список литературы

- 1 Президент Касым-Жомарт Токаев: «Казахстан вступил в новый этап модернизации». Интервью газете «Turkistan». – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa-tashkent/press/news/details/1136706?lang=ru> (дата обращения 2.03.2026).
- 2 Штритер Е. Неизвестная Алма-Ата. URL: <https://esquire.kz/neizvestnaja-almata> (дата обращения 10.03.2026).
- 3 Ромашкина С. Исчезнувшие здания Алматы. URL: <https://vlast.kz/gorod/13012-ischeznuvsie-zdania-almaty.html> (дата обращения 10.03.2026).
- 4 И вздрогнула земля... Из истории землетрясений в Семиречье 1885-1912 гг. Сборник документов и материалов /сост. И.М. Самигулин. – Алматы: Издательство LEM, 2011. – 760 с.
- 5 Письменные источники по истории и культуре Алматы (VIII – начало XX в.) / Сост.: М.Х. Абусейтова, А.К. Муминов. – Алматы: Дайк-Пресс, 2008 – 280 с.
- 6 Румянцев П.П. Уезды Жетысу. – Алматы: Жалын баспасы, 2000. – 336 с.
- 7 Азиатская Россия. Издание переселенческого управления главного управления землеустройства и земледелия в 3-х томах. – Т. 2 – Санкт-Петербург. – 1914. – 638 с.
- 8 Проскурин В.Н. Верный в юбилейном 1913 году. – URL: <https://vernoye-almaty.kz/studies/vernyi.shtml> (дата обращения: 2.03.2026).
- 9 Лухтанов А.Г. Город Верный и Семиреченская область. – Алматы: Глобус, 2009. – 220 с.
- 10 Туякбаева Б. Алматы: Этапы урбанизации. – Алматы: World Discovery, 2008. – 248 с.
- 11 Деревянный Верный. – URL: <https://honzales.livejournal.com/107169.html> (дата обращения 2.03.2026).

## References

- 1 Prezident Kasym-Zhomart Tokaev: «Kazakhstan vstupil v novyj jetap modernizacii». Interv'ju gazete «Turkistan». – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/mfa-tashkent/press/news/details/1136706?lang=ru> (data obrashhenija 2.03.2026).
- 2 Shtriter E. Neizvestnaja Alma-Ata. URL: <https://esquire.kz/neizvestnaja-almata> (data obrashhenija 10.03.2026).
- 3 Romashkina S. Ischeznuvsie zdaniaja Almaty. URL: <https://vlast.kz/gorod/13012-ischeznuvsie-zdania-almaty.html> (data obrashhenija 10.03.2026).
- 4 I vzdrognula zemlja... Iz istorii zemletrjasenij v Semirech'e 1885-1912 gg. Sbornik dokumentov i materialov /sost. I.M. Samigulin. – Almaty: Izdatel'stvo LEM, 2011. – 760 s.
- 5 Pis'mennye istochniki po istorii i kul'ture Almaty (VIII – nachalo NN v.) / Sost.: M.H. Abuseitova, A.K. Muminov. – Almaty: Dajk-Press, 2008 – 280 s.
- 6 Rumjancev P.P. Uezdy Zhetysu. - Almaty: Zhalyn baspasy, 2000. – 336 s.
- 7 Aziatskaja Rossija. Izdanie pereselencheskogo upravlenija glavnogo upravlenija zemleustrojstva i zemledelija v 3-h tomah. – T. 2 – Sankt-Peterburg. – 1914. – 638 s.
- 8 Proskurin V.N. Vernyj v jubilejnom 1913 godu. – URL: <https://vernoye-almaty.kz/studies/vernyi.shtml> (data obrashhenija: 2.03.2026).
- 9 Luhtanov A.G. Gorod Vernyj i Semirechenskaja oblast'. – Almaty: Globus, 2009. – 220 s.
- 10 Tujakbaeva B. Almaty: Jetapy urbanizacii. – Almaty: World Discovery, 2008. – 248 s.
- 11 Derevjannyj Vernyj. – URL: <https://honzales.livejournal.com/107169.html> (data obrashhenija 2.03.2026).

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ // АВТОРЛАР ТУРАЛЫ АҚПАРАТ // INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

### “Автор для корреспонденции (первый автор)”

**Проскурин Владимир Николаевич** – доктор исторических наук, Международная академия информатизации, Берлин, Германия.

### “Хат-хабарларга арналған автор (бірінші автор)”

**Проскурин Владимир Николаевич** – тарих ғылымдарының докторы, Халықаралық ақпараттандыру академиясы, Берлин, Германия.

### “The Author for Correspondence (The First Author)”

**Proskurin Vladimir Nikolaevich** – Doctor of Historical Sciences, International Academy of Informatization, Berlin, Germany.

**e-mail:** semirek@inbox.ru

**ORCID iD:** <https://orcid.org/0009-0008-5743-3583>

Дата поступления статьи: 19.03.2026

Дата принятия к публикации: 26.03.2026

## 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), тежурнал 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).

Формулаларды 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 болмауы 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 – FTAMP, 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 аралаығында) 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, Қорытындылар, Қаржыландыру туралы ақпарат, Әдебиет тізімі.**

**Автордың (лардың) аты-жөні\***, **мақаланың атауын және «Аңдатпа», «Түйін сөздер», «Кіріспе»** (зерттеудің өзектілігі, мақсаты мен міндеттері), **«Әдістер мен материалдар», «Нәтижелер», «Талқылау», «Қорытындылар», «Қаржыландыру туралы ақпарат», «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, **‘Құлбаев А.Т.’, ‘Бектурганов 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.

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 upravljenja trenirovochnym processom v sporte / IX Mezhdunar. nauch. konf. «Tendencii razvitiya 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. 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.

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).

«Туризм, демалыс және қонақжайлылық» журналында мақалаларды жариялау ақылы негізде жүзеге асырылады және редакциялық жұмыстың келесі кезеңдерін қамтиды: сыртқы қосарлы құпия рецензиялау; мақаланы «Антиплагиат» жүйесінде тексеру; техникалық және тілдік редакциялау; беттеу және баспалық дайындық; Crossreff деректер базасында орналастыру, DOI идентификаторын тағайындау.

Мақаланы жариялау құны (формат А4, 12 кегль, 1,0 интервал, қаріп Times New Roman) **25 000 теңгені** құрайды.

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 578560000004009529 (EURO);

KZ 218560000005479598 (USD);

KZ 5085622203309006737 (RUB)

RNN 600700016358

BIN 010840001890

SWIFT KCJBKZKX

КБе 16 JSC BANKCENTERCREDIT, ALMATY KZ

Branch: SWIFT KCJBKZ1ALM

## МАҚАЛАНЫ РӘСІМДЕУ ҮЛГІСІ

FTAMP 71.37.13

<sup>1</sup>Жаксыбекова Д.К.<sup>а</sup>, <sup>2</sup>Нұрқайдар Н.Е.

<sup>1</sup>Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

<sup>2</sup>ЖШС «EVISA TRAVEL», Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

### ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЭКСКУРСИЯЛАРДЫҢ ТҮРЛЕРІ

Жаксыбекова Динара Кабировна, Нұрқайдар Назерке Ертисқызы

**Қазақстандағы инновациялық экскурсиялардың түрлері**

**Аңдатпа.** 100- 200 сөз

**Түйін сөздер:** 5-7 сөз

Жаксыбекова 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

**Қорытындылар.** ...мақала мәтіні

**Қаржыландыру туралы ақпарат**

#### Әдебиет тізімі

1 Сындалары қоғамдық диалог– Қазақстанның тұрақтылығы мен өркендеуінің негізі. – Текст : электронный // Әділет : [сайт]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1900002019> (қолданылған күні: 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> (қолданылған күні: 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 : jelektronnyj // Әділет : [sajt]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/K1900002019> (қолданылған күні: 13.01.2023).

2 Қазақстан Respublikasynuң turistik salasyn damytudың 2019. – 2025 zhyldarға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Respublikasy Үкіметінің 2019 zhylғы 31 мамыrdary № 360 қаulyсы. – Текст : jelektronnyj // Әділет : [sajt]. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (қолданылған күні: 13.01.2023)..

3 Osnovy innovacionnoj dejatel’nosti. Otvetstvennyj redaktor – S. V. Mal’ceva. Moskva. – Jurajt – 2019. – 527 s.

#### АВТОРЛАР ТУРАЛЫ МӘЛІМЕТТЕР:

**Жаксыбекова Динара Кабировна** – DBA; Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

**Жаксыбекова Динара Кабировна** – DBA; Казахская академия спорта и туризма, город Алматы, Республика Казахстан

**Zhaxybekova Dinara Kabirovna** – 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**», «**Информация о финансировании**», «**Список литературы**».

\* Автора для корреспонденции (первого автора) необходимо отметить латинской буквой «а» после инициалов автора, например, <sup>1</sup>Иванов И.И.<sup>а</sup>, <sup>2</sup>Петров 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.

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.

Публикация статей в журнале «Туризм, досуг и гостеприимство» осуществляется на платной основе, с учетом следующих этапов редакционной работы: внешнее двойное слепое рецензирование; проверка статьи в системе «Антиплагиат»; техническое и языковое редактирование; верстка и издательская подготовка, размещение в базе Crossreff, присвоение DOI-идентификатора.

Стоимость публикации статьи составляет **25 000 тенге**. 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 57856000004009529 (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. <sup>а</sup>, 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**

**Андатпа.** 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

**Информация о финансировании** ... текст

#### 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](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml) (дата обращения: 04.02.2025).
- 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 vseмирного kul'turnogo i prirodного nasledija. – Tekst : jelektronnyj // veb-sajt OON : [sajt]. – URL: [https://www.un.org/ru/documents/decl\\_conv/conventions/heritage.shtml](https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml) (data obrashhenija: 04.02.2025).
- 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, Казахстан.

**Агелеуова Айгуль Токтархановна**, философия ғылымдарының кандидаты, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қаласы, Қазақстан.

**Ageleuova Aigul Toktarkhanovna**, candidate of philosophical sciences, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, 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, б. 78]; [189, б. 42-43].

In Russian language - [1]; [1, с. 78]; [189, с. 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), 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, Funding information (if available), 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", "Funding information", "References"**.

\* The author for correspondence (the first author) should be marked with the Latin letter "a" after the initials of the author, for example, <sup>1</sup>Ivanov I.I.<sup>a</sup>, <sup>2</sup>Petrov 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.

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.

Articles published in the journal “Tourism, Leisure, and Hospitality” are subject to a fee and include the following editorial stages: external double-blind peer review; article checking using the Antiplagiat system; technical and language editing; layout and editorial preparation; placement in the Crossreff database; and assignment of a DOI identifier.

The cost of article publication is **25,000 tenge**.

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. <sup>a</sup>, 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 Ақмолинской 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

**Funding information...**the text

#### References

1 Choutka M. Stadium struktury sportovich vukonu. - Prague, 1970. - pp. 11-57.

2 Krotee M.L. Management of Physical Education and Sport. McGraw-Hill Humanities / Social Sciences / Languages. – 2006. – 624 p.

3 Ciascai O.R. Dezsi Ş. Rus K.A. Cycling Tourism: A Literature Review to Assess Implications, Multiple Impacts, Vulnerabilities, and Future Perspectives // Sustainability. – 2022. - Vol. 14. - Iss. 15. - Art. 8983. DOI: 10.3390/su14158983.

4 Cycling tourism insights. <https://www.visitscotland.org/research-insights/about-our-visitors/interests-activities/cycling-tourism> (date of access: 20.10.2024).

#### 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*