

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



ТУРИЗМ, ДЕМАЛЫС ЖӘНЕ
ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚ

ТУРИЗМ,
ДОСУГ И ГОСТЕПРИИМСТВО

TOURISM,
LEISURE AND HOSPITALITY

№ 2(13) 2026

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

Главный редактор

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

Заместитель главного редактора

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

Выпускающий редактор

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

Редакционный совет

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

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

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

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

Макогонов Александр Николаевич – доктор педагогических наук,
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)

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

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 30.06.2026. Формат 60х84 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 ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫ ҰЙЫМДАСТЫРУ

ЭКОНОМИКА, ПЛАНИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

ECONOMICS, PLANNING AND ORGANIZING OF TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY

<i>Арапова К. М., Есенова А. Е., Рысбекова А. Б., Бигельдиева З. А., Дүйсекова Қ. Қ.</i> Перспективы организации туризма в Казахстане в формате Digital Nomad	5
<i>Тайишинова Е. А., Нурашева К. К., Винокурова Е. И.</i> Формирование туристского бренда Казахстана: стратегия, модель и инструменты продвижения	18
<i>Teubayeva A. T., Shakirov S. E., Kozhanazar A. Sh., Rsaldin Y. S., Amangeldiyev A. A.</i> Space-launch tourism at Baikonur and digitalisation in the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector.....	31
<i>Филин С. А.</i> Цифровые аспекты устойчивого развития отрасли туризма в России	46

ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДА ТУРИСТІК БИЗНЕСІ ДАМУЫН ӨНІРЛІК МӘСЕЛЕСІ

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОГО БИЗНЕСА В МИРЕ И КАЗАХСТАНЕ

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

<i>Батырбекова М. Р., Кадырбекова Д. С., Агелеуова А. Т., Лютерович О. Г., Дюсекеева Е. Т.</i> Динамика туристских потоков и сезонные особенности развития экологического туризма в Восточно-Казахстанской области.....	57
<i>Karimov D. Zh., Aitbayeva G. D., Abeldanova A. B., Akhmetjanova D. Zh.</i> Health and wellness tourism development in the Kyzylorda region: assessment of natural therapeutic resources, infrastructure, and a conceptual development framework	69

МӘДЕНИ МҰРА ЖӘНЕ ТУРИЗМ: ТҰРАҚТЫ ӨЗАРА ӘРЕКЕТЕСУ МҰМКІНДІКТЕРІ

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ И ТУРИЗМ: ВОЗМОЖНОСТИ УСТОЙЧИВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

CULTURAL HERITAGE AND TOURISM: OPPORTUNITIES OF SUSTAINABLE INTERACTION

<i>Молдажанов М. Б., Дүйскенова Р. Ж.</i> Формирование новой модели ядерного туризма в системе глобальной туристской науки	84
<i>Рысбекова А. Б., Бакелекова Т., Коньсова Ш. М., Кетпен Ж. М., Турлыбек М.</i> Организация медленного туризма на казахстанском отрезке Великого Шелкового пути	95

ЭКОНОМИКА, ЖОСПАРЛАУ,
ТУРИЗМ МЕН ҚОНАҚЖАЙЛЫЛЫҚТЫ
ҰЙЫМДАСТЫРУ

ЭКОНОМИКА, ПЛАНИРОВАНИЕ,
ОРГАНИЗАЦИЯ ТУРИЗМА И
ГОСТЕПРИИМСТВА

ECONOMICS, PLANNING AND
ORGANIZING OF TOURISM AND
HOSPITALITY INDUSTRY

Арапова К.М.^а,  Есенова А.Е.^б,  Рысбекова А.Б.,  Бигельдиева З.А., 
Дүйсекова Қ.Қ.^в 

Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан

ПЕРСПЕКТИВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИЗМА В КАЗАХСТАНЕ В ФОРМАТЕ DIGITAL NOMAD

Арапова Кульмира Мамыровна, Есенова Айман Ермухамедовна, Рысбекова Айгуль
Бегманалыевна, Бигельдиева Зарема Абдрамановна, Дүйсекова Қарлығаш Қазыбекқызы

Перспективы организации туризма в Казахстане в формате Digital Nomad

Аннотация. Цифровизация мировой экономики и распространение удалённой занятости способствуют развитию нового сегмента туристского рынка – туризма в формате Digital Nomad. Цель исследования заключается в анализе перспектив развития данного направления в Казахстане, выявлении его конкурентных преимуществ, институциональных барьеров и возможностей государственной поддержки. Методологическую основу составили сравнительный анализ, институциональный и системный подходы, а также изучение зарубежного опыта организации цифрового кочевничества. Установлено, что Казахстан обладает значительным природным, культурным и цифровым потенциалом для привлечения цифровых кочевников и формирования регионального центра данного вида туризма в Центральной Азии. Показано, что реализация этого потенциала требует совершенствования визовой политики, развития цифровой и туристской инфраструктуры, а также создания благоприятных условий для длительного пребывания удалённых специалистов.

Ключевые слова: цифровые кочевники, удалённая занятость, виза для цифровых кочевников, туристская инфраструктура, цифровизация, институциональная среда, Казахстан.

Arapova Kulmira, Yessenova Aiman, Rysbekova Aigul, Bigeldiyeva Zarema, Duisekova Karlygash
Prospects for organizing tourism in Kazakhstan in the Digital Nomad format

Abstract. The digitalization of the global economy and the transformation of the employment system, with some functions and jobs now performed remotely, have led to the emergence of digital nomad tourism. This category of tourists combines remote professional work with extended stays abroad, thereby generating a steady demand for food, accommodation, other infrastructure, and institutional support. This article aims to analyze the prospects for digital nomad tourism development in Kazakhstan, identify competitive advantages in the tourism industry, and identify institutional barriers and opportunities for government support. The study utilizes comparative analysis, institutional, and systemic approaches. It is established that Kazakhstan's high natural and cultural potential allows the country to become a regional hub for digital nomads in Central Asia, provided visa requirements are improved and digital and tourism infrastructure is developed.

Key words: digital nomads, remote employment, Digital Nomad Visa, tourism infrastructure, digitalization, institutional environment, Kazakhstan.

Арапова Кульмира Мамыровна, Есенова Айман Ермухамедовна, Рысбекова Айгуль
Бегманалыевна, Бигельдиева Зарема Абдрамановна, Дүйсекова Қарлығаш Қазыбекқызы

Қазақстанда туризмді Digital Nomad форматында ұйымдастырудың болашағы

Аңдатпа. Әлемдік экономиканың цифрландырылуы және қашықтан жұмыспен қамтудың кеңінен таралуы туристік нарықтың жаңа сегменті – Digital Nomad форматындағы туризмнің дамуына ықпал етуде. Зерттеудің мақсаты – Қазақстанда осы бағыттың даму болашағын талдау, оның бәсекелестік артықшылықтарын, институционалдық кедергілерін және мемлекеттік қолдау мүмкіндіктерін айқындау. Зерттеудің әдіснамалық негізін салыстырмалы талдау, институционалдық және жүйелік тәсілдер, сондай-ақ цифрлық көшпенділікті ұйымдастырудың халықаралық тәжірибесін зерделеу құрайды. Зерттеу нәтижелері Қазақстанның цифрлық көшпенділерді тартуға және Орталық Азиядағы осы туризм түрінің өңірлік орталығына айналуға мүмкіндік беретін елеулі табиғи, мәдени және цифрлық елеулетке ие екенін көрсетті. Сонымен қатар, бұл елеулетті тиімді іске асыру үшін визалық саясатты жетілдіру, цифрлық және туристік инфрақұрылымды дамыту, сондай-ақ қашықтан жұмыс істейтін мамандардың ұзақ мерзімді тұруына қолайлы жағдайлар жасау қажет екендігі анықталды.

Түйін сөздер: цифрлық көшпенділер, қашықтан жұмыспен қамту, цифрлық көшпенділер визасы, туристік инфрақұрылым, цифрландыру, институционалдық орта, Қазақстан.

Введение. Развитие высоких технологий и цифровизация мировой экономики приводят к трансформации различных сфер общественной жизни, в том числе рынка труда. В частности, пандемия COVID-19 ускорила распространение удалённой занятости и способствовала формированию новой категории мобильных специалистов – цифровых кочевников (Digital Nomads). Многие компании перешли на дистанционный формат работы, что позволило сотрудникам выполнять профессиональные обязанности независимо от их географического местонахождения. Для такой модели занятости необходимы лишь надёжное цифровое оборудование, высокоскоростной доступ к Интернету и комфортные условия проживания. В результате сформировался особый образ жизни, при котором специалисты совмещают удалённую работу с путешествиями и длительным пребыванием в разных странах и городах, сохраняя при этом профессиональную активность.

Еще несколько лет назад большинство международных путешественников оформляли преимущественно туристские или рабочие визы. В настоящее время все большую популярность приобретают специальные визовые программы для цифровых кочевников (Digital Nomad Visa). По оценкам экспертов, численность цифровых кочевников в мире составляет около 35–40 млн человек, а их расходы вносят значительный вклад в экономику принимающих стран [1]. Согласно отдельным прогнозам, к 2030 году их количество может увеличиться до 60 млн человек [2]. При этом существуют и более оптимистичные оценки, которые предполагают дальнейший рост данной категории населения в зависимости от используемой методологии и критериев отнесения к цифровым кочевникам, включая лиц, совмещающих удалённую работу с краткосрочными путешествиями (work-travelers).

Цифровой кочевник представляет собой специалиста, осуществляющего профессиональную деятельность дистанционно с использованием современных цифровых технологий без привязки к постоянному месту проживания. Такой формат занятости позволяет совмещать удалённую работу с путешествиями и проживанием в различных странах и регионах мира. В условиях стремительного развития информационных технологий, расширения доступа к высокоскоростному Интернету и распространения гибких форм занятости феномен цифрового кочевничества приобретает все большую актуальность как объект научных исследований и государственной политики.

Для Казахстана развитие туризма в формате Digital Nomad открывает стратегические возможности для диверсификации туристского продукта, увеличения продолжительности пребывания иностранных посетителей, роста несырьевых доходов экономики и укрепления международного имиджа страны как современной цифровой и привлекательной для удалённых специалистов дестинации.

Цель исследования заключается в анализе перспектив развития туризма в формате Digital Nomad в Казахстане, выявлении его конкурентных преимуществ, институциональных барьеров и возможностей государственной поддержки, направленных на повышение привлекательности страны для цифровых кочевников.

Задачи исследования:

- проанализировать международный опыт организации туризма и реализации государственных программ для цифровых кочевников;
- выявить возможности адаптации и применения лучших зарубежных практик в условиях Казахстана;
- определить ключевые институциональные и инфраструктурные условия, необходимые для развития туризма в формате Digital Nomad;
- разработать предложения по созданию цифровой туристской платформы и совершенствованию механизмов привлечения цифровых кочевников в Казахстан.

Материалы и методы. Методологическую основу исследования составили общенаучные и специальные методы научного познания, обеспечивающие комплексный анализ перспектив развития туризма в формате Digital Nomad в Казахстане.

В ходе исследования использовался анализ научной литературы и международного опыта развития цифрового кочевничества, что позволило обобщить существующие теоретические подходы и выявить основные тенденции формирования данного сегмента туристского рынка. Для изучения институциональных условий применялся сравнительный анализ национальных программ и визовых режимов для цифровых кочевников в различных странах с целью определения возможностей адаптации лучших практик в Казахстане.

Исследование основано на системном подходе, рассматривающем развитие туризма в формате Digital Nomad как совокупность взаимосвязанных элементов, включающих визовую политику, цифровую инфраструктуру, транспортную доступность, средства размещения, сервисную экосистему и государственную поддержку.

Для сбора и обобщения информации использовался метод анализа вторичных данных. Информационную базу составили публикации отечественных и зарубежных ученых, аналитические обзоры международных консалтинговых компаний (Boston Consulting Group, McKinsey, Ernst & Young, Freedom Finance), материалы международных организаций, новостные источники, а также данные официальных сайтов и специализированных туристских платформ.

При оценке перспектив развития туризма для цифровых кочевников в Казахстане применялись аналитический и сравнительный методы, позволившие выявить конкурентные преимущества страны, определить существующие институциональные и инфраструктурные барьеры и сформулировать предложения по совершенствованию государственной политики и созданию цифровой туристской платформы.

Результаты. Термин «цифровой кочевник» (Digital Nomad) получил широкое распространение после выхода книги Ц. Макимото и Д. Мэннерса «Digital Nomad» (1997), в которой авторы обосновали возможность совмещения профессиональной деятельности с мобильным образом жизни благодаря развитию информаци-

онных технологий [3]. Они предположили, что процессы глобализации и цифровизации будут способствовать увеличению числа специалистов, способных работать независимо от своего географического местоположения.

Вместе с тем концепция мобильного образа жизни получила развитие и в более ранних исследованиях. Так, Ж. Аттали и У. Митчелл рассматривали феномен «нового кочевничества» как одну из характерных особенностей трансформирующегося общества, связывая его с развитием технологий, глобальной мобильностью и изменением традиционных моделей труда и образа жизни [4, 5]. Эти идеи во многом предвосхитили современную концепцию цифрового кочевничества.

В настоящее время в мире число цифровых кочевников трудно подсчитать даже примерно, т.к. они отличаются высокой мобильностью. С другой стороны, нет единого мнения относительно того, кого относить к числу мобильных людей. D. Schlagwein в 2018 г. указал, что количество цифровых нómáдов в мире составляет около 500 тыс. чел. [6]. В то же время в ходе опроса, проводившегося в США в 2024 г., 10,2 млн чел. назвали себя традиционными кочевниками, а 7,9 млн. чел. – цифровыми – рисунок 1 [7].



Рисунок 1 – Статистика по традиционным и цифровым кочевникам в США (MBO Partners) [7]

Современные исследования выделяют широкую категорию независимых работников, к которой относятся индивидуальные предприниматели, самозанятые, консультанты, фрилансеры, репетиторы и специалисты, выполняющие работу по краткосрочным контрактам. Однако не все представители этих групп являются цифровыми кочевниками. К категории Digital Nomads обыч-

но относят специалистов, которые используют цифровые технологии для удалённой работы и при этом ведут мобильный образ жизни, регулярно совмещая профессиональную деятельность с пребыванием в различных странах и регионах.

По данным исследования MBO Partners Corporate Digital Nomad Policy: Best Practices and Guidelines, в США насчитывается около 41 млн

независимых работников, из которых приблизительно 4,1 млн человек идентифицируют себя как цифровые кочевники. Кроме того, около 3,2 млн штатных сотрудников, работающих по трудовому договору, обладают возможностью выполнять свои обязанности полностью в дистанционном формате, что потенциально позволяет им перейти к модели цифрового кочевничества.

Среди наиболее распространённых профессий цифровых кочевников можно выделить веб-аналитиков, разработчиков программного обеспечения, дизайнеров, переводчиков, маркетологов, SMM-специалистов и копирайтеров. Последние занимаются созданием текстового контента для цифровых платформ, включая веб-сайты, социальные сети, рекламные материалы и корпоративные блоги, используя навыки анализа информации и подготовки понятных, структурированных и убедительных текстов для различных целевых аудиторий.

Многочисленные исследования показывают, что наиболее широко удалённый формат занятости распространён среди специалистов в области информационных технологий, связей с общественностью (PR), менеджмента, маркетинга, журналистики, консалтинга, образования, бухгалтерского учёта, аудита и управления персоналом (HR). Кроме того, дистанционно могут осуществлять свою деятельность сотрудники страховых и финансовых организаций, взаимодействующие с клиентами посредством цифровых каналов связи.

По мере развития цифровых технологий перечень профессий, доступных для удалённой работы, постоянно расширяется. К ним относятся программисты, веб-дизайнеры, системные администраторы, специалисты по разработке и сопровождению веб-сайтов, создатели цифрового контента, представители креативных индустрий, фотографы, переводчики, а также эксперты, оказывающие различные консультационные услуги.

В Казахстане дистанционный формат занятости также получил широкое распространение, особенно после пандемии COVID-19. К числу специалистов, успешно адаптировавшихся к удалённой работе, относятся репетиторы, юристы, психологи, переводчики, авторы и редакторы текстов, специалисты по подготовке аналитических и научных материалов, разработчики веб-контента, консультанты и HR-специалисты.

Удалённая работа обладает рядом преимуществ, включая гибкий график, сокращение временных и финансовых затрат на поездки до офиса, возможность самостоятельно планировать

рабочее время и выполнять профессиональные обязанности независимо от местонахождения. Кроме того, такой формат занятости позволяет одновременно участвовать в нескольких проектах и сочетать профессиональную деятельность с путешествиями, что делает его особенно привлекательным для цифровых кочевников.

В этом контексте туризм в формате Digital Nomad (Digital Nomad Tourism) характеризуется следующими основными признаками:

- длительное пребывание в принимающей стране (как правило, от 1 до 12 месяцев с возможностью продления срока в соответствии с национальным законодательством);
- сочетание удалённой профессиональной деятельности и путешествий (workation), позволяющее совмещать работу и туристскую активность;
- высокий уровень потребления локальных товаров и услуг, включая размещение, общественное питание, транспорт, телекоммуникационные услуги, посещение туристских объектов и культурных мероприятий;
- повышенный спрос на цифровую и сервисную инфраструктуру, в том числе коворкинги, высокоскоростной Интернет, комфортное жильё и безопасную городскую среду;
- ориентация при выборе дестинации на качество жизни, культурную среду, стоимость проживания, уровень развития инфраструктуры и доступность повседневных услуг.

В отличие от традиционного туризма, туризм в формате Digital Nomad формирует квазирезидентский спрос, поскольку цифровые кочевники, как правило, находятся в принимающей стране в течение продолжительного времени и активно потребляют широкий спектр местных товаров и услуг. Это делает данный сегмент особенно привлекательным с точки зрения привлечения валютных поступлений и формирования устойчивого платежеспособного спроса на услуги размещения, общественного питания, транспорта, связи, досуга и других отраслей туристской индустрии.

Популяризации цифрового кочевничества способствует его активное освещение в средствах массовой информации, социальных сетях, книгах, фильмах и других медиаресурсах. Образ успешного специалиста, совмещающего удалённую профессиональную деятельность с путешествиями и мобильным образом жизни, становится все более привлекательным и способствует росту интереса к данной модели занятости и потребления туристских услуг [8, 9].

В настоящее время сформировалась развитая цифровая экосистема для представителей сообщества цифровых кочевников, включающая специализированные онлайн-платформы, профессиональные сообщества, тематические форумы и социальные сети, обеспечивающие обмен опытом, поиск мест для проживания и работы, а также получение информации о визовых режимах и условиях пребывания в различных странах.

Современный этап технологической революции способствует популяризации образа цифрового кочевника, особенно после пандемии COVID-19, которая продемонстрировала возможность эффективного выполнения многих видов профессиональной деятельности в дистанционном формате. Данная тенденция создает предпосылки для распространения инновационных моделей занятости и формирования нового мобильного образа жизни.

В условиях цифровизации общества трансформируются формы социального взаимодействия и трудовых отношений. Все больше специалистов стремятся совмещать профессиональную деятельность с путешествиями, сохраняя при этом высокий уровень мобильности и постоянный доступ к цифровым коммуникациям. Возможность работать из любой точки мира при наличии устойчивого интернет-соединения становится одной из ключевых характеристик современного рынка труда.

Цифровое кочевничество следует рассматривать как один из значимых трендов современного общества. Развитие цифровых технологий, высокоскоростного Интернета и Интернета вещей (IoT – The Internet of Things) способствует расширению возможностей для удалённой занятости и формированию новых моделей туристской мобильности. Исследованию данного феномена посвящены работы зарубежных ученых G. Hall, D. Schlagwein, C. Nash, I. Reichenberger, B. Thompson, G. Trimoldi [6, 10–14]. В России вопросы цифрового кочевничества активно изучают И.П. Кужелева-Саган, Д.Е. Добринская, Т.С. Мартыненко, А.А. Архипова и А.С. Арефьев [8, 9, 15, 16].

Анализ научной литературы позволяет выделить три ключевые характеристики цифрового кочевника: 1) возможность самостоятельно выбирать формат занятости; 2) мобильность и свобода выбора места пребывания; 3) владение современными информационно-коммуникационными технологиями, необходимыми для выполнения профессиональных обязанностей в дистанционном режиме. Современные средства

связи обеспечивают возможность постоянного взаимодействия с работодателями, заказчиками и коллегами независимо от географического местоположения, что позволяет эффективно совмещать трудовую деятельность с путешествиями, культурным досугом и отдыхом.

В отличие от традиционных кочевых сообществ, которые были вынуждены менять место проживания в поисках природных ресурсов, пастбищ или безопасных условий существования, современные цифровые кочевники осознанно выбирают мобильный образ жизни, руководствуясь стремлением к профессиональной независимости, личной свободе и возможности сочетать работу с путешествиями. При этом результаты современных исследований свидетельствуют, что сообщество цифровых кочевников является неоднородным по полу, возрасту, уровню доходов и профессиональной специализации. Если ранее данный феномен преимущественно ассоциировался с мужчинами, то в последние годы наблюдается устойчивый рост доли женщин среди представителей этой категории мобильных специалистов.

Анализ научной литературы показывает, что для ведения образа жизни цифрового кочевника решающее значение имеют не только финансовые ресурсы, но и уровень цифровых компетенций, доступ к современным информационно-коммуникационным технологиям и способность эффективно использовать сетевые ресурсы в профессиональной деятельности. В условиях цифровой экономики человек функционирует в насыщенном информационном пространстве, где наличие устойчивых цифровых связей и профессиональных онлайн-сетей становится важным фактором трудовой мобильности и карьерного развития. Такой «сетевой капитал» способствует поддержанию деловых контактов, сотрудничеству с партнёрами и заказчиками независимо от их географического местонахождения и обеспечивает как профессиональные, так и социальные преимущества.

Феномен цифрового кочевничества тесно связан с развитием новых моделей организации труда и рассматривается как современное социально-экономическое явление, сформировавшееся под влиянием цифровизации, развития информационных технологий и внедрения инструментов искусственного интеллекта. Его распространение во многом обусловлено становлением гиг-экономики (gig economy), в рамках которой возрастает роль проектной, временной и дистанционной занятости. Для данной моде-

ли характерно выполнение отдельных задач или проектов независимыми исполнителями, получающими вознаграждение за конкретный результат работы, а не за традиционную полную занятость.

Развитие цифровых платформ и онлайн-агрегаторов существенно изменило механизмы взаимодействия между работодателями и исполнителями. Современные цифровые сервисы позволяют эффективно находить заказчиков и специалистов без значительных транзакционных издержек, что способствует расширению рынка удалённой занятости и повышению гибкости трудовых отношений.

В последние годы наблюдается трансформация традиционных моделей найма персонала: всё больше организаций привлекают удалённых специалистов для выполнения отдельных проектов и специализированных задач. Такой подход позволяет работодателям оптимизировать затраты на персонал и привлекать высококвалифицированных экспертов без необходимости их постоянного включения в штат, а исполнителям – самостоятельно выбирать проекты, график работы и место осуществления профессиональной деятельности.

Несмотря на многочисленные преимущества, распространение дистанционных форм занятости и цифрового кочевничества сопровождается рядом вызовов. К ним относятся ослабление традиционных корпоративных связей, ограниченность социальных гарантий для отдельных категорий независимых работников, а также необходимость поддержания эффективного взаимодействия между удалёнными сотрудниками, работодателями и клиентами.

Одновременно рост числа цифровых кочевников стимулирует формирование специализированной инфраструктуры и новых сегментов рынка услуг. К ним относятся коворкинги и коливинги, цифровые платформы для поиска удалённой работы, специализированные сервисы по организации путешествий и релокации, а также государственные программы по привлечению удалённых специалистов. Коливинг представляет собой формат совместного проживания, при котором личные жилые помещения сочетаются с общими зонами для работы, отдыха и повседневного использования.

Во многих странах реализуются специальные программы поддержки цифровых кочевников, предусматривающие выдачу Digital Nomad Visa или аналогичных разрешений на длительное пребывание. Подобные инициативы действуют, в частности, в Эстонии, Грузии, Португалии и

Объединённых Арабских Эмиратах и направлены на привлечение удалённых специалистов, развитие локальной экономики и стимулирование потребления туристских услуг.

Анализ международной практики показывает, что требования к получению визы для цифровых кочевников различаются в зависимости от национального законодательства. Вместе с тем большинство стран предъявляет два ключевых требования: наличие подтверждённого стабильного дохода, достаточного для проживания в принимающей стране, и наличие постоянной удалённой занятости либо действующих договорных отношений с работодателем или заказчиками за пределами государства пребывания. Кроме того, заявители, как правило, представляют действующий паспорт, заявление на получение визы, медицинскую страховку, документы, подтверждающие отсутствие судимости (при необходимости), а также подтверждение места проживания и уплаты соответствующего визового сбора.

Изучение зарубежного опыта реализации программ Digital Nomad Visa представляет практический интерес для Казахстана и может быть использовано при разработке национальной политики по привлечению цифровых кочевников. Анализ европейской практики показывает, что, несмотря на различия в условиях получения виз, большинство государств использует схожие подходы к отбору заявителей, ориентируясь на подтверждённый уровень дохода, наличие удалённой занятости и финансовую самостоятельность претендентов.

Так, в Хорватии, Мальте, Португалии, Испании, Эстонии, Венгрии, Греции, на Кипре и в Объединённых Арабских Эмиратах визы для цифровых кочевников, как правило, выдаются на срок от одного года с возможностью продления при соблюдении установленных требований. В Германии и Чехии действуют специальные режимы для фрилансеров и самозанятых лиц, предусматривающие дополнительные профессиональные или регистрационные условия. В Италии соответствующая программа находится на этапе развития и сопровождается более сложными административными процедурами.

Сравнительный анализ показывает, что в большинстве стран ключевыми критериями получения Digital Nomad Visa являются:

- наличие стабильного удалённого дохода, подтверждённого официальными документами;
- трудовые или договорные отношения с работодателем либо заказчиками, зарегистрированными за пределами принимающего государства;

- наличие медицинского страхования и подтверждённого места проживания;
- отсутствие судимости и соблюдение миграционного законодательства.

Минимальный уровень требуемого дохода существенно различается по странам, однако его основная цель заключается в подтверждении финансовой независимости заявителя и отсутствии риска его выхода на внутренний рынок труда принимающего государства.

Международный опыт свидетельствует, что программы Digital Nomad Visa способствуют привлечению экономически активных и платежеспособных иностранных граждан, увеличению продолжительности их пребывания, росту потребления местных товаров и услуг, а также развитию туристской и цифровой инфраструктуры. В отличие от традиционных туристов, цифровые кочевники формируют устойчивый спрос на размещение, транспорт, общественное питание, телекоммуникационные услуги и коворкинги, одновременно не создавая существенной конкуренции на национальном рынке труда [17].

Полученные результаты позволяют сделать вывод о целесообразности адаптации лучших международных практик при разработке аналогичных механизмов в Казахстане с учётом особенностей национального законодательства, миграционной политики и стратегических целей развития туристской отрасли.

Обсуждение. В научной литературе, посвящённой цифровому кочевничеству, активно обсуждаются масштабы распространения данного феномена и динамика роста числа цифровых кочевников в различных странах мира. Вместе с тем оценки их численности существенно различаются, что обусловлено отсутствием единого общепринятого определения понятия Digital Nomad и различиями в методологии исследований. В частности, дискуссионным остается вопрос о включении в эту категорию лиц, совмещающих удалённую работу с краткосрочными поездками (work-travelers), а также специалистов, периодически работающих за пределами страны постоянного проживания.

Развитие программ Digital Nomad Visa позволило сформировать отдельный правовой режим для удалённых специалистов, отличающийся как от туристских, так и от традиционных рабочих виз. В отличие от краткосрочной туристской визы, цифровая виза обычно предоставляет возможность более длительного законного пребывания в принимающей стране. При этом, в отличие от рабочей визы, получение ста-

туса цифрового кочевника, как правило, не требует заключения трудового договора с местным работодателем, поскольку заявитель продолжает осуществлять профессиональную деятельность дистанционно в интересах иностранной компании либо собственных клиентов.

После пандемии COVID-19 удалённая занятость стала устойчивым элементом современной экономики, а программы Digital Nomad Visa превратились в эффективный инструмент привлечения высококвалифицированных мобильных специалистов. Их внедрение способствует увеличению продолжительности пребывания иностранных граждан, росту потребления туристских и сопутствующих услуг, а также развитию цифровой и городской инфраструктуры.

Важным аспектом цифрового кочевничества являются социальные и семейные факторы, включая возможность совместного переезда с членами семьи, вопросы налогообложения, медицинского страхования и дополнительных расходов на проживание. Вместе с тем исследования показывают, что представители данной категории стремятся поддерживать баланс между профессиональной деятельностью, отдыхом и путешествиями, используя современные цифровые технологии и мобильные устройства для выполнения трудовых обязанностей независимо от места пребывания.

Таким образом, модель цифрового кочевничества демонстрирует высокий потенциал как для самих удалённых специалистов, так и для принимающих государств, сочетая гибкость организации труда с развитием туристской мобильности и созданием дополнительного спроса на локальные товары и услуги.

Вместе с тем в научной литературе представлены и критические оценки феномена цифрового кочевничества. Исследователи отмечают, что совмещение удалённой работы и постоянной мобильности может приводить к размыванию границ между профессиональной деятельностью и личной жизнью, нарушению баланса труда и отдыха, а также к повышенной психологической нагрузке. Подобные выводы подтверждаются результатами интервью с цифровыми кочевниками и социологических исследований, посвящённых особенностям их образа жизни.

Рост численности цифровых кочевников и расширение сфер их профессиональной деятельности потенциально способен оказывать влияние на структуру современного рынка труда и формы занятости. На это, в частности, указывает А.А. Архипова, рассматривая цифровое кочев-

ничество как один из факторов трансформации трудовых отношений и развития гибких моделей занятости [15].

Распространение модели Digital Nomad оказывает влияние не только на экономическую сферу, но и на социальные процессы, связанные с мобильностью населения, семейными стратегиями и требованиями к городской среде. Возрастающий спрос на гибкие форматы проживания, цифровую инфраструктуру и сервисы удалённой работы стимулирует адаптацию туристских дестинаций и городских пространств к потребностям новой категории пользователей. По мнению B.Y. Thompson, развитие цифрового кочевничества сопровождается формированием новых моделей мобильности и может вызывать социальные противоречия между временно проживающими удалёнными специалистами и местными сообществами, особенно в популярных туристских локациях [13].

Особое значение для цифровых кочевников имеет качество технологической инфраструктуры. Эффективное выполнение профессиональных обязанностей невозможно без устойчивого доступа к высокоскоростному Интернету, современных средств связи и надёжных цифровых сервисов. Кроме того, важную роль играют онлайн-платформы, обеспечивающие бронирование транспорта и жилья, оформление страхования, получение медицинских консультаций и доступ к другим услугам, необходимым для комфортного пребывания и работы.

Развитие облачных технологий, мобильных устройств и цифровых платформ значительно расширило возможности дистанционной коммуникации и обмена информацией. Социальные сети и специализированные онлайн-сервисы используются не только для профессионального взаимодействия и поиска клиентов, но и для формирования деловых контактов, продвижения услуг и интеграции цифровых кочевников в международное профессиональное сообщество.

Несмотря на значительные преимущества цифрового кочевничества, его распространение сопровождается рядом социально-экономических вызовов. Во-первых, трудовые отношения в условиях цифровой экономики характеризуются повышенной гибкостью и неопределённостью, что связано с расширением так называемой «нации свободных агентов» (free agents), самостоятельно определяющих условия и формат своей профессиональной деятельности [6].

Во-вторых, исследователи отмечают рост precarious занятости [12, 14]. Под данным тер-

мином понимаются нестабильные формы трудовых отношений, для которых характерны отсутствие долгосрочных гарантий занятости, нерегулярность доходов и ограниченный доступ к социальным механизмам защиты, таким как оплачиваемый отпуск, больничные выплаты, пенсионное обеспечение и другие трудовые гарантии.

В-третьих, удалённый формат работы может сопровождаться сокращением личного профессионального общения с коллегами, ограничением возможностей наставничества и обмена опытом, а также снижением перспектив карьерного продвижения в традиционных организационных структурах. Кроме того, совмещение профессиональной деятельности с домашней средой или постоянными перемещениями требует высокого уровня самоорганизации и эффективного управления рабочим временем.

Отдельного внимания заслуживает развитие гиг-экономики (gig economy), основанной на выполнении краткосрочных проектов и использовании цифровых платформ для взаимодействия между заказчиками и исполнителями. Несмотря на высокую степень гибкости и свободы выбора, подобная модель занятости нередко предполагает более низкий уровень социальной защищённости по сравнению с традиционными трудовыми отношениями и требует совершенствования механизмов правового регулирования и социальной поддержки работников.

Развитие туризма в формате Digital Nomad представляет собой одно из перспективных направлений диверсификации туристской отрасли Казахстана и соответствует стратегическим целям государственной программы «Цифровой Казахстан», ориентированной на развитие цифровой экономики, модернизацию инфраструктуры и повышение международной конкурентоспособности страны [18].

Казахстан обладает рядом конкурентных преимуществ для привлечения цифровых кочевников, включая выгодное географическое положение, относительно высокий уровень цифровизации, доступную стоимость проживания и наличие значительного природного и культурного потенциала. Вместе с тем реализация этих преимуществ требует дальнейшего совершенствования институциональной среды, развития цифровой и туристской инфраструктуры, а также проведения последовательной международной маркетинговой политики по продвижению страны как привлекательной дестинации для удалённых специалистов.

Реализация программы «Цифровой Казахстан» предусматривает цифровую трансформацию ключевых отраслей экономики, развитие человеческого капитала, совершенствование государственных цифровых сервисов, модернизацию инфраструктуры и поддержку инновационного предпринимательства. Эти меры создают благоприятные предпосылки для развития новых форм туристской мобильности, включая туризм для цифровых кочевников, и способствуют повышению инвестиционной и туристской привлекательности страны.

Несмотря на то что более 45 государств мира уже внедрили или анонсировали программы Digital Nomad Visa, их содержание, условия

участия и механизмы реализации существенно различаются. В этой связи разработка аналогичной системы в Казахстане требует комплексной правовой, экономической и организационной проработки с учётом международного опыта и национальных особенностей.

При формировании политики привлечения цифровых кочевников необходимо учитывать региональное разнообразие Казахстана, различия в уровне развития городской среды, транспортной и цифровой инфраструктуры, туристских сервисов и качества жизни. Это позволит адаптировать меры государственной поддержки к специфике отдельных территорий и обеспечить более эффективное развитие данного сегмента туристского рынка.

Таблица 1 – Система факторов развития Digital Nomad Tourism в Казахстане

Группа факторов	Показатели (переменные)	Источники данных
Цифровая инфраструктура	Скорость интернета (Mbps *), доля 4G/5G, индекс ICT (Information and Communication Technology)	World Bank, ITU (The International Telecommunication Union), Министерство цифрового развития РК
Институциональная среда	Digital Nomad Visa, индекс регуляторного качества	Правительство РК, WGI (The Worldwide Governance Indicators)
Социально-экономические условия	Стоимость жизни, наличие собственности, аренда жилья, курс тенге	Бюро национальной статистики МНЭ РК (БНС)
Туристская привлекательность	Количество международных туристов, рейтинг направлений	UNWTO, WTTC
Человеческий капитал	Доля занятых в ИКТ, уровень образования	БНС РК, World Bank
Качество жизни	Индекс безопасности, экология, климат	Numbeo**, OECD
Примечание – составлено авторами с использованием литературы по теме * Mbps – это стандартная единица измерения скорости и пропускной способности интернета, указывающая, сколько данных (мегабит) может быть передано в секунду; ** Numbeo – это набор веб-страниц, содержащих числовые и другие детализированные данные о городах и странах, созданный для того, чтобы любой желающий мог вносить свой вклад или изменять контент.		

По данным Kazakh Tourism, с момента запуска программы Neo Nomad Visa в 2025 году возможность проживания в Казахстане в статусе цифровых кочевников получили 27 иностранных граждан из 14 стран [19]. Несмотря на относительно небольшое число участников программы, данный факт свидетельствует о практическом начале формирования в стране институциональных механизмов привлечения удалённых специалистов и развитии нового сегмента туристского рынка.

Вместе с тем исследование развития туризма в формате Digital Nomad сталкивается с рядом методологических ограничений. К их числу

относятся отсутствие официальной статистики по численности цифровых кочевников, необходимость использования косвенных показателей и прокси-переменных, а также ограниченность временного ряда наблюдений, поскольку активное распространение данного феномена началось преимущественно после пандемии COVID-19.

В этих условиях повышение достоверности исследований возможно за счёт комплексного использования различных источников информации и методов анализа, включая официальные статистические данные, материалы международных организаций и аналитических агентств, а также

результаты социологических исследований и экспертных интервью. Такой подход позволит в дальнейшем более объективно оценить влияние программ привлечения цифровых кочевников на

развитие туристской отрасли и социально-экономические показатели Казахстана. Основные предполагаемые каналы такого влияния представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Каналы влияния Digital Nomad на экономику Республики Казахстан

Канал воздействия	Экономический эффект
Прямые расходы	Рост ВДС и ВВП, налогов через потребление услуг
Рынок труда	Создание рабочих мест, снижение безработицы, рост доходов граждан, появление более квалифицированных работников
Урбанистика	Развитие креативных индустрий (кино, фестивали, шоу-программы, мировые спортивные соревнования), создание креативных городских пространств, новых видов транспорта
Инновации	Трансфер знаний, цифровых навыков, диффузия инноваций
Экспорт услуг	Рост экспорта туристских и цифровых услуг
Примечание – составлено авторами	

Образ жизни цифровых кочевников характеризуется высокой степенью мобильности и сочетанием удалённой профессиональной деятельности с путешествиями. Вместе с тем переход к такому формату занятости требует тщательной подготовки, включая оценку финансовых возможностей, планирование профессиональной деятельности, организацию рабочего пространства и учёт семейных обстоятельств.

Удалённая работа в условиях постоянной мобильности может сопровождаться рядом вызовов, среди которых адаптация к новым условиям проживания, изменение часовых поясов, необходимость поддержания стабильного интернет-соединения, а также соблюдение баланса между трудовой деятельностью и личным временем. В то же время данный формат предоставляет широкие возможности для географической мобильности, межкультурного взаимодействия и выбора наиболее комфортных условий для жизни и работы.

Таким образом, цифровое кочевничество представляет собой не только новую модель организации труда, но и особый образ жизни, успешная реализация которого зависит от уровня цифровых компетенций, самоорганизации, профессиональной устойчивости и способности адаптироваться к изменяющимся условиям.

Заключение. Проведённое исследование показало, что развитие туризма в формате Digital Nomad является одним из перспективных направлений диверсификации туристской отрасли Казахстана в условиях цифровой трансформа-

ции экономики и распространения удалённых форм занятости. Анализ международного опыта свидетельствует о том, что специальные визовые программы, развитая цифровая инфраструктура и благоприятная институциональная среда способны эффективно привлекать высококвалифицированных мобильных специалистов и формировать устойчивый спрос на туристские и сопутствующие услуги.

Установлено, что Казахстан обладает рядом конкурентных преимуществ для развития данного сегмента, включая выгодное географическое положение, развитие цифровых сервисов, сравнительно доступную стоимость проживания и значительный природно-культурный потенциал. Вместе с тем реализация этих преимуществ требует дальнейшего совершенствования визовой политики, развития цифровой и туристской инфраструктуры, международного продвижения страны и создания комфортных условий для длительного пребывания удалённых специалистов.

Исследование также показало, что распространение цифрового кочевничества оказывает комплексное влияние на рынок труда, сферу услуг и туристскую индустрию, стимулируя развитие новых форм занятости, цифровых платформ, коворкингов и специализированных сервисов. Одновременно данный процесс сопровождается рядом институциональных и социальных вызовов, включая вопросы правового регулирования, социальной защищённости работников и адаптации городской инфраструктуры.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования полученных результатов при разработке государственной политики в сфере привлечения цифровых кочевников и совершенствования программы Neo Nomad Visa, а также при формировании конкурентоспособного туристского

продукта Казахстана. Перспективы дальнейших исследований связаны с количественной оценкой экономического эффекта от привлечения цифровых кочевников, разработкой моделей их пространственного размещения и анализом влияния данного сегмента на региональное развитие туризма.

Список литературы

- 1 Digital Nomads Statistics, Facts and Trends [2026]. David Kennedy Recruitment. URL: https://passport-photo.online/blog/digital-nomad-statistics-and-trends/?srsltid=AfmBOoqWCzqo0_d6QnLLurPeUhiPlssyPXRhl5mMFm3EgHP5YF7ubsER (date of access: 12.05.2026).
- 2 The Rise of Digital Nomad Statistics in 2025. 2025 Digital Nomad Statistics: Trends, Income, and Top Remote Work Destinations. – 2025. URL: <https://www.oneair.ai/travel-guides/2025-digital-nomad-statistics-trends-income-and-top-remote-work-destinations/> (date of access: 12.05.2026).
- 3 Makimoto Tsugio, Manners D. Digital Nomad. – New York: Wiley, 1997. – 246 p.
- 4 Аттали Ж. На пороге нового тысячелетия. – М.: Международные отношения, 1993. – 66 с.
- 5 Mitchell W.J. Me++. The Cyborg Self and the Networked City // MIT Press. – 2003. DOI: 10.7551/mitpress/4512.001.0001.
- 6 Schlagwein D. “Escaping the Rat Race”: Justifications in Digital Nomadism // Research-in-Progress Papers. – 2018. – №31. URL: https://aisel.aisnet.org/ecis2018_rip/31 (date of access: 12.05.2026).
- 7 Corporate Digital Nomad Policy: Best Practices and Guidelines // MBO Partners. – 2025. URL: <https://www.mbopartners.com/state-of-independence/corporate-digital-nomad-policy/> (date of access: 12.05.2026).
- 8 Кужелева-Саган И.П., Сучкова Н.А. Онтология сетевого общества и культура цифровых кочевников: методологические подходы // Вестник Томского государственного университета. – 2019. – №440. – С. 58–63. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000656928> (дата обращения: 12.05.2026).
- 9 Добринская Д.Е., Мартыненко Т.С. Перспективы российского информационного общества: уровни цифрового разрыва // Вестник РУДН. Серия: Социология. – 2019. – Т. 19. – №1. – С. 108–120. DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-1-108-120.
- 10 Hall G., Sigala M., Malasevska I. Motivations, Mobility and Work Practices: The Conceptual Realities of Digital Nomads // Information and Communication Technologies in Tourism / Eds. L. Cantoni, Z. Xiang. – Berlin; Heidelberg: Springer, 2019. – pp. 437–449. DOI: 10.1007/978-3-642-36309-2.
- 11 Nash C., Jarrahi M.H., Sutherland W., Phillips G. Digital Nomads Beyond the Buzzword: Defining Digital Nomadic Work and Use of Digital Technologies // Lecture Notes in Computer Science. – 2018. – pp. 207–217. URL: https://www.researchgate.net/publication/322923942_Digital_nomads_beyond_the_buzzword_Defining_digital_nomadic_work_and_use_of_digital_technologies (date of access: 12.05.2026).
- 12 Reichenberger I. Digital Nomads – A Quest for Holistic Freedom in Work and Leisure // Annals of Leisure Research. – 2018. – Vol. 21. – №3. – pp. 364–380. DOI: 10.1080/11745398.2017.1358098.
- 13 Thompson B.Y. The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community // International Journal of the Sociology of Leisure. – 2019. – Vol. 2. – №1–2. – pp. 27–42. DOI: 10.1007/s41978-018-00030-y.
- 14 Trimoldi G. Digital Nomads: A New Category Arising in the Mobility Turn // Migration Conference Proceedings. – Lisbon, 2018. – №5. – pp. 744–765. URL: https://www.researchgate.net/publication/325766385_Digital_Nomads_a_new_category_arising_in_the_mobility_turn (date of access: 12.05.2026).
- 15 Архипова А.А. Цифровая экосистема в индустрии туризма // Modern Science. – 2020. – №7-2. – С. 38–42. DOI: 10.24411/1995-0411-2020-10402.
- 16 Арефьев А.С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика. – 2020. – №3. – С. 22–34. DOI: 10.25136/2409-8647.2020.3.3237.
- 17 Kong D., Schlagwein D., Cecez-Kecmanovic D. Issues in Digital Nomad – Corporate Work: An Institutional Theory Perspective // Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS). – Stockholm; Uppsala, 2019. – pp. 1–16. URL: https://aisel.aisnet.org/ecis2019_rp/98 (date of access: 12.05.2026).
- 18 Об утверждении Государственной программы «Цифровой Казахстан». Постановление Правительства Республики Казахстан от 17 мая 2022 года №311 (с изменениями и дополнениями по состоянию на 20.08.2025 г.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31576150 (дата обращения: 12.05.2026).
- 19 Сайт национальной компании JSC «Kazakh Tourism». <https://kz.linkedin.com/company/kazakh-tourism> (дата обращения: 12.05.2026).

Reference

- 1 Digital Nomads Statistics, Facts and Trends [2026]. David Kennedy Recruitment. URL: https://passport-photo.online/blog/digital-nomad-statistics-and-trends/?srsltid=AfmBOoqWCzqo0_d6QnLLurPeUhiPlssyPXRhl5mMFm3EgHP5YF7ubsER (date of access: 12.05.2026).
- 2 The Rise of Digital Nomad Statistics in 2025. 2025 Digital Nomad Statistics: Trends, Income, and Top Remote Work Destinations. – 2025. URL: <https://www.oneair.ai/travel-guides/2025-digital-nomad-statistics-trends-income-and-top-remote-work-destinations/> (date of access: 12.05.2026).

- 3 Makimoto Tsugio, Manners D. Digital Nomad. – New York: Wiley, 1997. – 246 p.
- 4 Attali Zh. Na poroge novogo tysjacheletija. – M.: Mezhdunarodnye otnoshenija, 1993. – 66 s.
- 5 Mitchell W.J. Me++. The Cyborg Self and the Networked City // MIT Press. – 2003. DOI: 10.7551/mitpress/4512.001.0001.
- 6 Schlagwein D. “Escaping the Rat Race”: Justifications in Digital Nomadism // Research-in-Progress Papers. – 2018. – №31. URL: https://aisel.aisnet.org/ecis2018_rip/31 (date of access: 12.05.2026).
- 7 Corporate Digital Nomad Policy: Best Practices and Guidelines // MBO Partners. – 2025. URL: <https://www.mbopartners.com/state-of-independence/corporate-digital-nomad-policy/> (date of access: 12.05.2026).
- 8 Kuzheleva-Sagan I.P., Suchkova N.A. Ontologija setevogo obshhestva i kul'tura cifrovyyh kochevnikov: metodologicheskie podhody // Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. – 2019. – №440. – S. 58–63. URL: <http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000656928> (data obrashhenija: 12.05.2026).
- 9 Dobrinskaja D.E., Martynenko T.S. Perspektivy rossijskogo informacionnogo obshhestva: urovni cifrovogo razryva // Vestnik RUDN. Serija: Sociologija. – 2019. – T. 19. – №1. – S. 108–120. DOI: 10.22363/2313-2272-2019-19-1-108-120.
- 10 Hall G., Sigala M., Malasevska I. Motivations, Mobility and Work Practices: The Conceptual Realities of Digital Nomads // Information and Communication Technologies in Tourism / Eds. L. Cantoni, Z. Xiang. – Berlin; Heidelberg: Springer, 2019. – pp. 437–449. DOI: 10.1007/978-3-642-36309-2.
- 11 Nash C., Jarrahi M.H., Sutherland W., Phillips G. Digital Nomads Beyond the Buzzword: Defining Digital Nomadic Work and Use of Digital Technologies // Lecture Notes in Computer Science. – 2018. – pp. 207–217. URL: https://www.researchgate.net/publication/322923942_Digital_nomads_beyond_the_buzzword_Defining_digital_nomadic_work_and_use_of_digital_technologies (date of access: 12.05.2026).
- 12 Reichenberger I. Digital Nomads – A Quest for Holistic Freedom in Work and Leisure // Annals of Leisure Research. – 2018. – Vol. 21. – №3. – pp. 364–380. DOI: 10.1080/11745398.2017.1358098.
- 13 Thompson B.Y. The Digital Nomad Lifestyle: (Remote) Work/Leisure Balance, Privilege, and Constructed Community // International Journal of the Sociology of Leisure. – 2019. – Vol. 2. – №1–2. – pp. 27–42. DOI: 10.1007/s41978-018-00030-y.
- 14 Trimoldi G. Digital Nomads: A New Category Arising in the Mobility Turn // Migration Conference Proceedings. – Lisbon, 2018. – №5. – pp. 744–765. URL: https://www.researchgate.net/publication/325766385_Digital_Nomads_a_new_category_arising_in_the_mobility_turn (date of access: 12.05.2026).
- 15 Arhipova A.A. Cifrovaja jekosistema v industrii turizma // Modern Science. – 2020. – №7-2. – S. 38–42. DOI: 10.24411/1995-0411-2020-10402.
- 16 Aref'ev A.S. «Platformizacija» kak instrument upravlenija cifrovoy transformaciej v sfere turizma // Teoreticheskaja i prikladnaja jekonomika. – 2020. – №3. – S. 22–34. DOI: 10.25136/2409-8647.2020.3.33237.
- 17 Kong D., Schlagwein D., Cecez-Keemanovic D. Issues in Digital Nomad – Corporate Work: An Institutional Theory Perspective // Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS). – Stockholm; Uppsala, 2019. – pp. 1–16. URL: https://aisel.aisnet.org/ecis2019_rp/98 (date of access: 12.05.2026).
- 18 Ob utverzhenii Gosudarstvennoj programmy «Cifrovoy Kazahstan». Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 17 maja 2022 goda №311 (s izmenenijami i dopolnenijami po sostojaniju na 20.08.2025 g.). https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=31576150 (data obrashhenija: 12.05.2026).
- 19 Sajt nacional'noj kompanii JSC «Kazakh Tourism». <https://kz.linkedin.com/company/kazakh-tourism> (data obrashhenija: 12.05.2026).

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

“Первый автор

Арапова Күлмира Мамыровна – магистр экономика, докторант PhD кафедры финансов, Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан.

“Бірінші автор

Арапова Күлмира Мамыровна – экономика магистрі, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан ғылыми-зерттеу университетінің докторанты, Шымкент қ., Қазақстан.

“The First Author

Arapova Kulmira Mamyrovna – Master of economics, PhD student at M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: gulmira_arapova73@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4704-0515>

“Автор для корреспонденции

Есенова Айман Ермухамедовна – кандидат социологических наук, зав. кафедрой «Международный туризм», Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан.

“Хат-хабарларға арналған автор

Есенова Айман Ермухамедовна – социология ғылымдарының кандидаты, халықаралық туризм кафедрасының меңгерушісі, М. Ауэзов атындағы Оңтүстік Қазақстан ғылыми-зерттеу университеті, Шымкент қ., Қазақстан.

“The Author for Correspondence

Yessenova Aiman Yermukhamedovna – candidate of sociological sciences, head of the department of international tourism, M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: ae.yessenova@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0994-0368>

Рысбекова Айгуль Бегманалыевна – кандидат педагогических наук, старший преподаватель кафедры «Международный туризм и сервис», Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан.

Рысбекова Айгуль Бегманалыевна – педагогика ғылымдарының кандидаты, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан ғылыми-зерттеу университетінің «Халықаралық туризм және сервис» кафедрасының аға оқытушысы, Шымкент қ., Қазақстан.

Rysbekova Aigul Bekmanakyeвна – candidate of pedagogical sciences, senior lecturer, Department of international tourism and service, M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: aigul.rysbekova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4274-9525>

Бигельдиева Зарема Абдрамановна – кандидат экономических наук, доцент, Южно-Казахстанский исследовательский университет имени М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан.

Бигельдиева Зарема Абдрамановна – экономика ғылымының кандидаты, доцент, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан университеті, Шымкент қ., Қазақстан.

Bigeldiyeva Zarema Abdramanovna – candidate of economic sciences, associate professor, M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: zaremavip@mail.ru;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5251-068>

Дүйсекова Қарлығаш Қазыбекқызы – магистрант кафедры «Международный туризм и сервис», Южно-Казахстанский исследовательский университет имени М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан.

Дүйсекова Қарлығаш Қазыбекқызы – «Халықаралық туризм және сервис» кафедрасының магистранты, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан ғылыми-зерттеу университеті, Шымкент қ., Қазақстан.

Duisekova Karlygash Kazybekkyzy – Master's student, Department of international tourism and service, M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: karlasonymy@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0008-3558-6458>

Дата поступления статьи: 06.03.2026

Дата принятия к публикации: 11.06.2026

¹Тайшинова Е.А.^а, ^{1b}Нурашева К.К., ²Винокурова Е.И.^b

¹Казахская академия спорта и туризма, Алматы, Казахстан,

²Казахский национальный медицинский университет им. С. Асфендиярова, Алматы, Казахстан

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО БРЕНДА КАЗАХСТАНА: СТРАТЕГИЯ, МОДЕЛЬ И ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДВИЖЕНИЯ

Тайшинова Еркежан Азаматовна, Нурашева Кулянда Кулбосыновна, Винокурова Елена Ивановна
Формирование туристского бренда Казахстана: стратегия, модель и инструменты продвижения

Аннотация. Статья посвящена процессу формирования туристского бренда Казахстана, разработке стратегии, модели и инструментов продвижения. Рассмотрены теоретические и практические аспекты формирования национального туристского бренда страны. Проанализирован международный опыт брендинга в туризме, изучены труды казахстанских ученых по данному вопросу. Отмечается, что, хотя мировая индустрия туризма еще далека от идеальной устойчивости, устойчивый туризм влияет на качество жизни местных сообществ. Проведен SWOT-анализ продвижения туристского бренда, показаны сильные и слабые стороны туристского продукта Казахстана, предложено несколько вариантов базовой идеи бренда. Предлагаемая концепция бренда опирается на интеграцию природного разнообразия, богатой истории и культуры, подчёркивая аутентичность и открытость. Предложена модель формирования туристского бренда страны, показаны инструменты продвижения бренда, что позволит повысить узнаваемость Казахстана как туристского направления на ключевых мировых рынках. Разработка KPI-матрицы туристского бренда Казахстана, Дорожной карты внедрения бренда позволят эффективно продвигать национальный бренд, увеличить туристские потоки и средние траты туриста, внедрить локальные инициативы для устойчивого роста туристской отрасли, создать современную цифровую платформу-экосистему для продвижения и продаж турпродукта. Реализация предложений авторов позволит вовлечь местные сообщества, поднять экономику регионов, сделать их конкурентоспособными.

Ключевые слова: туристский бренд, брендинг, маркетинг туризма, цифровой маркетинг, устойчивый туризм, бренд-менеджмент.

Тайшинова Еркежан Азаматовна, Нурашева Кулянда Кулбосыновна, Винокурова Елена Ивановна
Қазақстанның туристік бренді қалыптастыру: стратегия, модель және ілгерлету құралдары

Аңдатпа. Бұл мақалада Қазақстанның туристік бренді дамыту үдерісі және стратегияны, модельді және насихаттау құралдарын әзірлеу қарастырылады. Онда елдің ұлттық туристік бренді дамытудың теориялық және практикалық аспектілері қарастырылады. Халықаралық туристік брендинг тәжірибелері талданы және осы тақырып бойынша қазақстандық ғалымдардың жұмыстары қарастырылады. Әлемдік туризм индустриясы толықтай тұрақты болмаса да, тұрақты туризм жергілікті қауымдастықтардың өмір сүру сапасына әсер ететіні атап өтіледі. Туристік бренді насихаттаудың SWOT талдауы жүргізіліп, Қазақстанның туристік өнімінің күшті және әлсіз жақтары атап өтіліп, негізгі бренд тұжырымдамасының бірнеше нұсқалары ұсынылады. Ұсынылған бренд тұжырымдамасы табиғи әртүрліліктің, бай тарихтың және мәдениеттің интеграциясына негізделген, шынайылық пен ашықтыққа баса назар аударылады. Елдің туристік бренді дамыту моделі, сондай-ақ Қазақстанның негізгі әлемдік нарықтарда туристік бағыт ретінде танылуын арттыратын бренді насихаттау құралдары ұсынылады. Қазақстанның туристік бренді үшін KPI матрицасын және бренді енгізу жол картасын әзірлеу ұлттық бренді тиімді насихаттауға, туристік ағындарды және орташа туристік шығындарды арттыруға, туризм индустриясында тұрақты өсу үшін жергілікті бастамаларды жүзеге асыруға және туристік өнімдерді насихаттау және сату үшін заманауи цифрлық экосистемалік платформа құруға мүмкіндік береді. Авторлардың ұсыныстарын жүзеге асыру жергілікті қауымдастықтарды тартуға, аймақтық экономиканы дамытуға және оларды бәсекеге қабілетті етуге мүмкіндік береді.

Түйін сөздер: туристік бренд, брендинг, туризм маркетингі, цифрлық маркетинг, тұрақты туризм, бренді басқару.

Taishinova Erkezhana Azamatovna, Nurashева Kulyanda Kulbosynovna, Vinokurova Elena Ivanovna
Building a tourism brand for Kazakhstan: strategy, model and promotion tools

Abstract. This article examines the process of developing Kazakhstan's tourism brand and the development of a strategy, model, and promotion tools. It examines the theoretical and practical aspects of developing the country's national tourism brand. International tourism branding practices are analyzed, and the work of Kazakhstani scholars on this topic is examined. It is noted that although the global tourism industry is far from perfectly sustainable, sustainable tourism impacts the quality of life of local communities. A SWOT analysis of tourism brand promotion is conducted, highlighting the strengths and weaknesses of Kazakhstan's tourism product, and proposing several options for a basic brand concept. The proposed brand concept is based on the integration of natural diversity, rich history, and culture, emphasizing authenticity and openness. A model for developing the country's tourism brand is proposed, along with brand promotion tools that will increase Kazakhstan's recognition as a tourist destination in key global markets. The development of a KPI matrix for Kazakhstan's tourism brand and a brand implementation roadmap will

enable effective promotion of the national brand, increase tourist flows and average tourist spending, implement local initiatives for sustainable growth in the tourism industry, and create a modern digital ecosystem platform for promoting and selling tourism products. Implementing the authors' proposals will engage local communities, boost regional economies, and make them competitive.

Key words: tourism brand, branding, tourism marketing, digital marketing, sustainable tourism, brand management.

Введение. В настоящее время существует множество маркетинговых мероприятий по развитию туризма в любой части мира. Поэтому неудивительно, что бренд туристского объекта, означающий формирование позитивного отношения к региону и его узнаваемость, приобретает большую популярность. В условиях глобальной конкуренции в сфере туризма создание национального бренда становится ключевым инструментом создания конкурентного преимущества. Казахстан, обладая богатым природным потенциалом и культурным наследием, стремится повысить свою узнаваемость и привлекательность через создание новых турпродуктов, их продвижение на мировых рынках.

Для развития туризма любой страны, в том числе и Казахстана, большую роль играет географическое положение. В данном случае Республика Казахстан обладает уникальными особенностями с его огромной территорией, расположенной на стыке двух континентов Европы и Азии. Именно здесь когда-то проходили трассы Великого Шелкового пути, древние жители оставили памятники истории и культуры, привлекающие туристов со всего мира. Казахстан занимает девятое место по площади своей территории, на которой есть горы и леса, реки и озера, пустыни и каньоны. Это богатство должны уметь использовать местные туристские организации и компании, привлекая в страну все больше путешественников с разных уголков земного шара. Продвижение страны на международной арене во многом определяется уровнем развития туристской индустрии, наличием историко-культурного наследия, деятельностью структур, отвечающих за развитие туризма, а также продвижением собственных туристских брендов.

Следует отметить, что развитие цифровой экономики радикально изменило подходы к продвижению туристских услуг. Если ранее маркетинговая активность ограничивалась традиционными средствами – выставками, печатной рекламой, офлайн-продажами, то в современных условиях решающую роль играют цифровые платформы, социальные сети, аналитика данных и технологии искусственного интеллекта (ИИ). Для Казахстана, обладающего

значительным туристским потенциалом, внедрение инновационных методов продвижения является стратегическим направлением формирования конкурентоспособного национального туристского бренда. Цифровизация позволяет расширить аудиторию, повысить узнаваемость туристских продуктов и стимулировать внутренний и въездной туризм. Сегодня Казахстан позиционирует себя как страна с интенсивно развивающимся туризмом, и авторы статьи могут с уверенностью предположить, что разработка оптимальной стратегии позиционирования страны как туристского бренда позволит выделиться среди туристских направлений центрально-азиатских стран и привлечь путешественников через эффективные каналы продвижения и использования возможностей IT-технологий.

Цель исследования – разработка модели формирования национального туристского бренда Казахстана, а также стратегии, модели и инструментов продвижения.

Задачами исследования являются:

- анализ теоретических и практических подходов к брендингу в туризме;
- оценка конкурентах преимуществ туристской отрасли Казахстана;
- оценка проблем продвижения туристского продукта Казахстана;
- разработка модели брендинга и создание дорожной карты ее реализации.

Материалы и методы. Исследование основано на применении смешанной методологии, сочетающей качественные и количественные методы анализа. Использование комплексного подхода позволяет всесторонне оценить процессы формирования туристского бренда и выявить факторы, влияющие на его узнаваемость и эффективность продвижения.

Качественная часть исследования включает контент-анализ существующих туристских брендов, анализ цифрового присутствия туристских дестинаций, а также экспертные интервью с представителями туристской отрасли. Особое внимание уделено изучению механизмов формирования бренда в цифровой среде и восприятию туристских продуктов различными группами заинтересованных сторон.

Количественная часть исследования основана на анализе результатов опросов целевых рынков, изучении туристских потоков и обработке статистических данных, характеризующих состояние туристской отрасли. Для оценки эффективности брендинговых мероприятий используются показатели узнаваемости бренда (Brand Awareness), ассоциативного восприятия бренда (Brand Associations), индекса потребительской лояльности (Net Promoter Score, NPS), а также коэффициента кликабельности цифрового контента (Click-Through Rate, CTR).

В ходе исследования применялись следующие методы:

- сравнительный и системный анализ современных подходов к продвижению туристских услуг;

- контент-анализ цифровых платформ и социальных сетей (Booking, TripAdvisor, Instagram, TikTok);

- SWOT-анализ состояния туристского рынка Казахстана и факторов его конкурентоспособности;

- анализ ключевых показателей эффективности (KPI), характеризующих результативность мероприятий по формированию и продвижению туристского бренда;

- экспертные интервью с представителями туристских агентств, региональных туристских организаций и профильных специалистов отрасли.

Методологическая основа исследования предполагает комплексный сбор и обработку данных, анализ потребительского поведения, оценку эффективности цифровых коммуникаций, а также изучение возможностей применения современных технологий, включая искусственный интеллект (AI) и виртуальную реальность (VR), в процессах формирования и продвижения туристского бренда.

Результаты. Бренд формируется, прежде всего, на базе территориальной идентичности, которая включает визуальные и вербальные элементы. К характеристикам, включающим в себя понятие территориальной идентичности, относятся:

- географическое расположение и природные ресурсы;

- уровень социально-экономического развития;

- историческое прошлое и памятники культурного наследия;

- этнические и демографические особенности региона.

Территориальный брендинг также характеризует набор таких критериев как промышлен-

ное развитие, инфраструктура производственно-го и социального назначения, транспорт и связь, трудовой потенциал и уровень занятости, финансовые ресурсы, комфортная деловая среда, инвестиционный климат и инновационные ресурсы. Территориальный образ бренда представляет собой совокупность уникальных характеристик и ресурсов территории, сформировавшихся и закрепившихся в восприятии людей.

По мнению Е.Г. Ершова, туристский бренд следует рассматривать как элемент стратегии маркетинга территории, означающий формирование бренда, расчет показателей оценки, проведение маркетинговых исследований, чтобы создать образ эффективного бренда [1].

Сущность брендинга отражается через различные аспекты, включая использование стратегии и приемов маркетинговой деятельности территорий. Эта мысль показана в исследованиях Э.И. Абдуллиной: «Маркетинг может быть основой нашего планирования регионального бренда» [2]. Брендинг туристских направлений быстро развивается в мире как подход к продвижению туристских направлений, и мы должны взять на вооружение этот опыт [3-5].

Несмотря на то что концептуальные основы брендинга туристских дестинаций в настоящем исследовании базируются на работах Е. Ageeva и Р. Foroudi [6], G. Makenova с соавторами [7], а также К. М. Akhmedenov [8], следует отметить, что ключевую роль в формировании туристских потоков играет имидж бренда. Он представляет собой совокупность представлений и ассоциаций, формирующихся в сознании потенциальных потребителей под воздействием различных атрибутов туристской дестинации. Имидж бренда выступает своеобразной ментальной моделью территории, отражающей её характеристики в различных измерениях и оказывающей существенное влияние на восприятие туристского направления и поведение потребителей на туристском рынке. Исходя из данного подхода, в исследовании предпринимается попытка предложить варианты формирования национального туристского бренда, способные повысить привлекательность Казахстана для иностранных туристов.

По мнению И.С. Важениной и С.Г. Важенина, успешный территориальный бренд основывается на нескольких ключевых параметрах, среди которых особое значение имеют уникальность территории и идеология бренда. Именно идеология позволяет трансформировать уникальные характеристики территории

в целостную историю или легенду, придающую смысл и обоснованность конкурентным преимуществам. В результате формируются устойчивые ожидания целевых аудиторий и создаётся соответствующая архитектура бренда, обеспечивающая его узнаваемость и привлекательность [9].

В рамках нашего исследования под данной архитектурой понимается совокупность туристских достопримечательностей, которые определяют способы взаимодействия бренда со смежными отраслями и формирования территориального туристского продукта.

Теоретическая база исследования бренда опирается на труды Ф. Котлера, А. Сетиавана и Х. Картаджайа [10] и современных исследователей цифрового маркетинга, таких как Е.Г. Ершов. и Р.Т. Мифтахов [1, 11].

Итак, современные концепции продвижения туристских услуг основываются на интеграции классического маркетинга и цифровых инноваций. Согласно модели Digital Marketing Mix (7D), инструменты продвижения включают:

1. Data (данные) – сбор и анализ поведения туристов.

2. Devices (устройства) – оснащённость мобильными и носимыми технологиями.

3. Design (дизайн) – визуальная идентичность и аутентичность бренда.

4. Distribution (распространение) – онлайн-платформы и маркетплейсы по диффузии инноваций.

5. Dialogue (диалог) – интерактивные коммуникации с туристами.

6. Differentiation (дифференциация) – разнообразие туристских услуг, разделение и специализация туробъекта, разработка предложений для выделения уникальных особенностей турпродукта.

7. Dynamics (динамика) – адаптивность к изменениям рынка, выявление тенденций.

Сегодня в мире есть множество известных брендов. Примерами успешных туристских брендов являются: «I♥NY» (Нью-Йорк, США), «Amazing Thailand» (Таиланд). Брендирование через природные ландшафты и сторителлинг (storytelling) имеет место в Исландии, можно взять этот урок для Казахстана, сделав акцент на уникальности ландшафтов и защите природы. Опыт Португалии по сочетанию культурного и гастрономического туризма применим к казахстанской кухне и культурным фестивалям. Целостная айдентика и сегментация на нишевые продукты Новой Зеландии может быть примером для разработки региональных микробрендов.

Таблица 1 – SWOT-анализ продвижения туристского бренда Казахстана

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Разнообразие ландшафта (горы, степи, пустыни, озера и реки)	Недостаточная международная узнаваемость
Богатое культурно-историческое наследие (памятники Великого шёлкового пути, археологические объекты, этнические традиции)	Неравномерность расположения инфраструктуры
Географическое расположение между Европой и Азией – удобство транзита	Недостаток квалифицированных кадров в digital-маркетинге
Развитая интернет-инфраструктура	Низкая интеграция региональных турплощадок
Поддержка со стороны государства (eGov, Kazakh Tourism)	Постоянные изменения в структуре управления туризмом в Казахстане
Высокая активность молодёжи в соцсетях	Слабая координация маркетинговых услуг
Возможности (O)	Угрозы (T)
Цифровизация услуг в туризме, развитие смарт-туризма и системы Big Data	Региональная конкуренция с соседними странами
Партнёрство с международными туристскими платформами	Цифровая безопасность и киберриски
Рост интереса к новым видам туризма – медленный туризм, цифровой кочевник, экстремальный туризм и др.	Изменение климата и чрезвычайные происшествия (наводнения, оползни, землетрясения, ураганы и пр.)
Развитие авиасообщения, скоростных поездов, других видов транспорта	Геополитическая нестабильность (локальные войны, конфликты, междоусобные столкновения и др.)
Отмена виз или облегчение визового режима	Внедрение строгих экологических стандартов и контроль их исполнения
Примечание: составлено авторами с использованием литературы по теме	

Надо отметить, попытки создания брендов и превращения их в национальный культурный код имеются в Казахстане. Так, компания TEZ TOUR – крупный туроператор с узнаваемым корпоративным сайтом, новостным центром и локальными офисами использует онлайн-бронирование, PR-новостные публикации и участвует в отраслевых выставках для укрепления бренда [12]. ANEX Tour активно продвигает бренд через workshop с отелями и агентами, проводит локальные PR-акции через социальные сети и партнёрства с авиакомпаниями (B2B-мероприятия и B2C-контент). PEGAS Touristik с ярко выраженным маркетинговым отделом, корпоративной идентичностью делает ставку на узнаваемость бренда, локальную поддержку агентов и digital-сервисы. Компания Crystal Bay представляет международную группу в Казахстане, продвигает новые направления через участие в выставках и B2B-PR, использует локальный офис как элемент бренда группы. HOT TOUR делает упор на «горящие туры», ценовую коммуникацию и быстрые digital-предложения, что формирует бренд как выгодного «оператора горящих путёвок». В целом текущий профиль туристского бренда Казахстана можно описать в таблице SWOT-анализа (таблица 1).

При формировании туристского бренда необходимо учитывать ряд ограничений, среди которых особое значение имеют недостаточный объём частных инвестиций и ограниченные возможности привлечения международных грантовых средств. В связи с этим на основе результатов SWOT-анализа предлагается определить стратегические цели и задачи брендинга, выделить приоритетные целевые сегменты, разработать модель туристского бренда, обосновать инструменты его продвижения и сформировать систему оценки эффективности на основе ключевых показателей результативности (KPI).

В качестве базовой концепции национального туристского бренда могут быть предложены следующие варианты позиционирования: «Казахстан – пространство степей, гор и историй» («Kazakhstan – A Space of Steppes, Mountains and Stories»), «Казахстан – страна Великой степи» («Kazakhstan – Land of the Great Steppe»). Предлагаемая концепция основывается на интеграции природного разнообразия страны, богатого историко-культурного наследия и современных возможностей для путешествий, подчёркивая аутентичность, гостеприимство и открытость Казахстана мировому сообществу.

В рамках развития бренда также могут быть использованы альтернативные коммуникационные концепции: «Открой Шёлковый путь заново» («Rediscover the Silk Road»), «Кочевое сердце, современная душа» («Nomad Heart, Modern Soul»), «Черпай вдохновение в единстве гор и степей» («Find Inspiration in the Harmony of Mountains and Steppes»), «Алматы – красота гор и вкус яблок» («Almaty – Beauty of Mountains and the Taste of Apples»), «Алматы – незабываемый вкус яблок» («Almaty – The Unforgettable Taste of Apples»).

В целях усиления региональной идентичности целесообразно разрабатывать суббренды отдельных туристских дестинаций с учётом их уникальной специализации. Так, Астана может позиционироваться как центр цифровых технологий, креативных индустрий и делового туризма; Алматы – как центр дизайна, искусства, моды и городской культуры; Шымкент – как территория ремёсел, гастрономии и этнотуризма; Туркестан – как историко-культурный и духовный центр Казахстана.

Основными целевыми сегментами туристского бренда Казахстана могут выступать:

- любители активного отдыха и приключенческого туризма (Adventure & Outdoor);
- туристы, ориентированные на культурно-историческое наследие (Heritage Tourism);
- экотуристы и представители аудитории «slow travel»;
- участники делового туризма и индустрии встреч (MICE), преимущественно в крупных городах и центрах проведения международных мероприятий.

Стратегия маркетинга и менеджмента территорий построена на изучении требований к региональному туристскому бренду, что означает: 1) уникальность; 2) аутентичность, т.е. подлинность; 3) правдивость (отсутствие ложных посылов); 4) легкая запоминаемость; 5) холистичность, т.е. рассмотрение объекта или человека как целостное, системное образование. Разновидности брендов туризма представлены в таблице 2.

В настоящее время активно культивируется теория устойчивого туризма, основанная на необходимости учитывать как экономическую составляющую региона, так и долгосрочное сохранение природных ресурсов, историко-культурных памятников, а также необходимость не оставлять без внимания благополучие местных жителей. Появляются новые направления туризма, потребитель туристского продукта становится все более требовательным, и, чтобы выиграть в этой конкурентной борьбе, нужно предлагать что-то новое, необычное.

Таблица 2 – Разновидности брендов в сфере туризма

№	Признаки бренда	Разновидности
1	Объект брендинга	Разнообразные турпродукты, услуги, индивидуальные бренды, бренды фирм, предприятий, организаций, компаний, слоганы при проведении различных мероприятий, событий, фестивалей
2	Цель создания бренда	Получение конкурентных преимуществ, выход на глобальный, национальный, региональный или местный рынок, создание бренда для освоения определенной рыночной ниши
3	Способ формирования бренда	Создание бренда через мульти бренд, корпоративный бренд, суббренд, персональный бренд, зонтичный бренд, мастер-бренд, мега бренд
4	Масштаб представленности	Глобальный, национальный, региональный, локальный бренды
5	Ориентация на категории потребителей	Бренды для туристов, для инвесторов, для населения, для бизнес-партнеров, для органов власти. Товарные бренды (конкретный продукт), корпоративные (компания в целом), личные (имя конкретного человека), сервисные (услуги) и территориальные (города / страны)
6	Вид турпродукта	Бренды оздоровительного, познавательного, образовательного, религиозного, горного, аграрного, историко-культурного, военно-патриотического, экологического, этнографического, событийного, делового, медленного и других видов туризма
7	Стадия жизненного цикла туристского объекта	Бренды проектов освоения новых территорий, бренды проектов на стадии появления, становления турпродукта, бренды зрелых проектов, бренды проектов в упадке, бренды возрожденных проектов, бренды проектов при слиянии и поглощении фирм
8	Сопряженность бренда с целевыми стратегиями маркетинга	Бренды концепций «регион на конкурентном поле», «регион для внешних продаж», «брендинг для себя», «брендинг для решения проблем», «регион для сотрудничества», «регион для привлечения иностранных туристов», «регион для рекламы»
Примечание: составлено авторами с использованием литературы по теме		

В настоящее время появились те, кто хочет не только отдыхать во время поездки, но и заниматься самопознанием и личностным ростом. Кто-то по-прежнему предпочитает пляжный отдых у воды, а есть и те, кто готов провести свой отпуск в спокойных аутентичных местах, в сельской местности или в малых городах. Эти тренды помогают туризму адаптироваться к новым

вызовам и изменениям, а также удовлетворить потребности путешественников, которые становятся более сознательными и требовательными в своем выборе. Ответом на эти вызовы является формирование бренда популярных территорий. К примеру, процесс формирования модели туристского бренда региона может выглядеть так – рисунок 1.

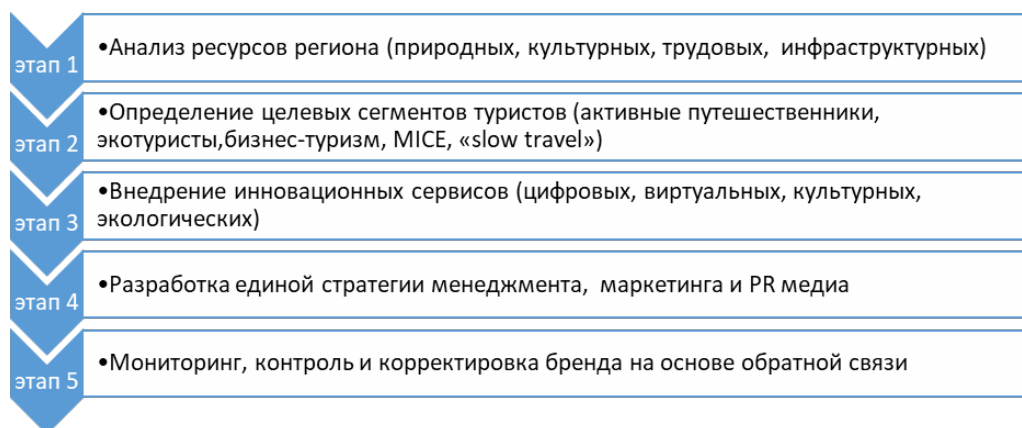


Рисунок 1 – Типичная модель формирования туристского бренда региона (составлено авторами)

Эта модель обеспечивает системный подход к формированию конкурентоспособного туристского бренда региона. Следующим этапом является позиционирование туристского бренда. Позиционирование бренда должно быть многослойным: это международная кампания с ярким слоганом и визуальной идентично-

стью, включая локальные микробренды регионов (например, Алматинская область – горные приключения; Мангистауская – геологические ландшафты и каякинг; юг Казахстана – культурный туризм и этноопыт). Практически любой туристский бренд можно уложить в шесть блоков (рисунок 2).

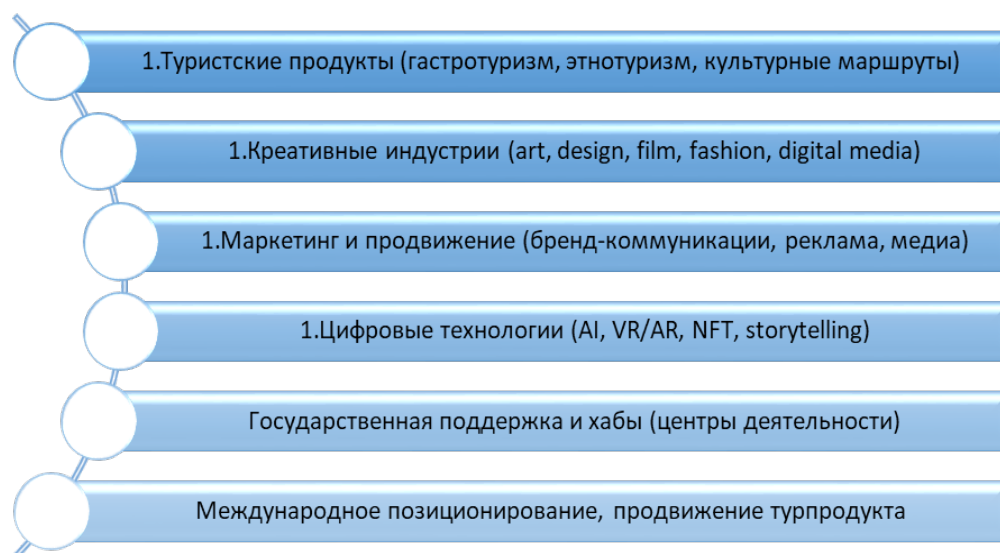


Рисунок 2 – Блоки туристского бренда Казахстана (составлено авторами)

Инструментами продвижения бренда выступают:

1. Бренд-айдентика и креативная коммуникация. Сюда относятся: разработка логотипа, цветовой палитры, визуальных шаблонов, создание бренд-гайда для единообразного использования на всех уровнях.

2. Цифровой маркетинг: полиязычный туристский сайт с мультимедийным контентом (видео, виртуальные маршруты); SEO-оптимизация и локализация контента для целевых рынков; SMM – Social Media Marketing кампании и UGC (user-generated content); маркетинг и таргетированная реклама по интересам.

3. Партнёрства и B2B активность: сотрудничество с авиакомпаниями (пакетные тарифы, промо-перелёты); партнёрство с туроператорами и турагентствами; развитие кластеров и платформ для локальных предпринимателей.

4. Событийный и MICE-маркетинг: проведение фестивалей, спортивных событий и конференций, семинаров, тренингов, организация шоу-программ; разработка сезонных программ и

тематических маршрутов (культурпоходы, гастро-туры, этнотуры).

5. Устойчивый туризм и community-based подход: включение местных сообществ в создание туристских продуктов; программы обучения и сертификации для оказания услуг; экологические стандарты и «зелёный» сертификат для поставщиков.

6. Данные, аналитика и AI: сбор и анализ данных о поведении туристов (Big Data) для персонализации предложений; AI-инструменты для рекомендаций маршрутов, прогнозирования спроса и оптимизации цен.

Использование искусственного интеллекта и больших данных позволяет персонализировать туристские предложения, прогнозировать спрос и формировать целевые рекламные кампании. Например, чат-боты для онлайн-консультаций (AstanaGuide, VisitAlmatyBot); аналитика бронирований на основе Big Data; рекомендации по интересам туриста. Технологии VR/AR могут активно использоваться для демонстрации туристских объектов и исторических маршрутов. В Казахстане уже широко применяются решения

AR Qazaqstan и Digital Silk Road, позволяющие «путешествовать» по древним городам Туркестана и Отрава в 3D-режиме.

Если говорить о социальных сетях и инфлюенс-маркетинге, то платформы TikTok и Instagram стали ключевыми каналами продвижения. Примерами казахстанских кейсов являются кампания #KazakhstanTravelChallenge; интеграция Visit Kazakhstan с блогерами из Южной Кореи и Японии. Указанные инструменты продвижения турпродукта и формирования бренда позволяют повысить узнаваемость Казахстана как туристского направления на ключевых рынках, увеличить международные туристские потоки и средние траты туриста, развивать инфраструктуру и внедрять локальные инициативы для устойчивого роста туристского отрасли, создать современную цифровую платформу-экосистему для продвижения и продаж турпродукта.

Возникает вопрос: как узнать, насколько популярен бренд, работает ли он на имидж

страны? В методологии анализа бренда туристского направления прежде всего необходимо определиться с показателями. Для этого есть индикаторы эффективности, KPI и метрики. Следует отдать предпочтение тем индикаторам, которые наиболее соответствуют характеристикам рассматриваемого туристского рынка.

Приоритет следует отдавать индикаторам, которые в наибольшей степени отражают особенности анализируемого туристского рынка. D.A. Aaker выделяет такие показатели для изучения бренда, как степень удовлетворенности потребителей качеством туристского продукта, конкурентные преимущества бренда по сравнению с другими, самобытность бренда, лёгкое восприятие сути бренда, формирование ассоциаций бренда с познавательными, позитивными вещами, явлениями и событиями, узнаваемость бренда [13]. Рекомендуемые KPI и методы их измерения показаны в таблице 3.

Таблица 3 – KPI-матрица туристского бренда Казахстана

KPI	Метод измерения	Частота измерения	Целевое значение на перспективу
Узнаваемость бренда (brand awareness)	Опрос, интервью, % опрошенных, узнавших бренд	Ежеквартально, ежегодно	≥70 % по ключевым рынкам
Число международных приездов и ночёвок	Статистика виз и турпотоков, доля бронирований от числа посетителей сайта	Ежемесячно	+10–12 %
Средняя трата туристов (ARR – average revenue per visitor)	Оплата услуг, транзакции	Ежеквартально	Ежегодный рост выше % инфляции
Удовлетворенность туристов: Business Metric Net Promoter Score (NPS), Customer Satisfaction Score (CSAT), удержание клиентов	Опросы респондентов, интервью специалистов	Ежегодно	Рост +10 % за счёт персонализации
Вовлеченность в цифровых каналах: охват, Click-Through Rate (CTR), время на странице, доля User-Generated Content (UGC)	Аналитика сайтов и соцсетей	Постоянный мониторинг, количество кликов	Охват – ≥50 % рост вовлеченности - +25 %
Доля региональных микробрендов, подключённых к национальной платформе	Аналитика сайтов и соцсетей	Постоянный мониторинг, количество кликов	≥15 % в общем потоке
Примечание: составлено авторами			

После определения показателей KPI-матрицы в таблице 3 целесообразно предложить рекомендации по разработке региональных программ формирования и продвижения туристского бренда.

Рабочая гипотеза исследования может содержать предположения о тесной связи регионального туристского бренда с уровнем социально-экономического развития территории, да и страны в целом.

Успех реализации предложений по брендингу зависит от установления четких временных рамок и организационного плана, т.е. следует составить

Дорожную карту создания и продвижения бренда. Так, на 2026-2030 гг. Дорожная карта создания бренда может выглядеть так:

Таблица 4 – Дорожная карта создания регионального бренда

Период	2026	2027	2028	2029	2030
Этапы	Создание ArtTech-хабов, разработка «с нуля» или коррекция существующего бренда	Становление кампании «Creative Kazakhstan»	Освоение и внедрение AI-турплатформ	Проведение международных фестивалей, шоу-программ	Закрепление и консолидация бренда
Примечание: составлено авторами					

Указанные выше мероприятия, реализация Дорожной карты позволят сформировать стабильный туристский поток, который основан на удовлетворении запросов и разнообразных вкусов различных категорий внутренних туристов и иностранных гостей, помогут решить острые социально-экономические проблемы территорий, существенно повысят инвестиционную привлекательность территории для бизнеса и инвесторов.

Обсуждение. В литературе выделяют несколько подходов к брендингу туристских направлений: маркетинговый (позиционирование и целевые рынки), эмоциональный (создание образа и ассоциаций), институциональный (координация участников), и цифровой (использование Big Data и AI). Классические исследования показывают, что устойчивые бренды сочетают сильную визуальную айдентику, последовательные коммуникации и вовлечение местных сообществ. Исследование вопросов бренда туристских дестинаций отражены в публикациях А. Kostyk с соавторами [3], Е. Ageeva, Р. Foroudi [6], М. Alyahya, G. McLean [14]. Указанные ученые и специалисты утверждают, что территориальный бренд создается годами и формируется на основе имеющихся конкурентных преимуществ территории. В свою очередь, сам бренд региона как привлекательная стратегия развития местности включает в себе уникальные характеристики, особенности, отличные от других конкурирующих территорий. Бренд территории в данном случае создается на основе изучения потребностей целевых групп туристов и может рассматриваться в качестве конкурентного преимущества этого региона.

Согласно Я.В. Бацыной, И.М. Моровой и А.Л. Лазутиной [4], чувство приверженности бренду формируется в том случае, когда потребитель получает информацию о его преимуществах, воспринимает её положительно и обнаруживает для себя элементы новизны. В результате возрастает вероятность формирования благоприятного отношения к бренду и его выбора среди альтернативных вариантов. Напротив, если новизна не воспринимается либо информация о бренде оценивается негативно, уровень заинтересованности и лояльности потребителя может снижаться.

При этом даже в случае удовлетворённости брендом эффект новизны со временем ослабевает. В связи с этим возникает необходимость постоянного обновления коммуникационных стратегий, разработки новых инициатив и мероприятий, направленных на поддержание привлекательного имиджа территории и укрепление её конкурентных преимуществ.

Следует отметить, что существующие исследования не всегда позволяют в полной мере объяснить механизмы формирования и поддержания туристского бренда. Это связано с тем, что современный туризм развивается на стыке нескольких сфер, включая креативную экономику, цифровые технологии и смежные отрасли экономики, такие как транспорт, общественное питание, связь и индустрия развлечений. В результате эффективность территориального брендинга всё в большей степени зависит от способности интегрировать ресурсы различных отраслей и формировать комплексный туристский продукт.

Бренд туристской дестинации во многом определяет её позиционирование в мировой индустрии туризма и гостеприимства, а также отражает предпочтения и ожидания потенциальных туристов [15]. В этой связи бренд туристского направления можно рассматривать как устойчивый образ, сформировавшийся и закрепившийся в сознании потребителей.

Природные и культурные ресурсы территории, степень их освоения и популяризации, национальные традиции, историческая память, ценностные установки общества и другие факторы формируют целостный образ страны и её жителей, способствуя её узнаваемости и идентификации в мировом сообществе [5, 16–17]. Особенно наглядно данная закономерность проявляется в европейских странах, где туризм является одной из ключевых отраслей экономики и важным элементом национального брендинга.

С одной стороны, факторы, влияющие на формирование и восприятие бренда туристской дестинации, тесно взаимосвязаны и взаимозависимы. С другой стороны, они образуют определённую иерархическую систему, что подтверждается, в частности, опытом Китая [18]. Анализ научной литературы позволяет сделать вывод о том, что региональный бренд формируется на основе существующих конкурентных преимуществ территории и её уникальных характеристик.

Вместе с тем территориальный бренд следует рассматривать не только как средство продвижения туристского направления, но и как комплексную стратегию развития региона, объединяющую различные отрасли экономики и сферы услуг. Формирование такого бренда должно опираться на изучение потребностей, мотивации и предпочтений целевых групп потребителей. В этом случае бренд становится важным конкурентным преимуществом как отдельного региона, так и страны в целом. Для Казахстана эффективный национальный туристский бренд способен стать значимым фактором повышения международной конкурентоспособности и укрепления позиций страны в туристском пространстве Центральной Азии.

Взаимосвязь между региональным брендом и конкурентными преимуществами территории может быть представлена как последовательный процесс формирования идентичности. Конкурентные преимущества территории в сочетании с её географическими особенностями и пространственными границами служат основой для создания локального бренда. По мере развития и укрепления своих позиций такой бренд способен

выйти за рамки отдельной территории и стать элементом брендинга более крупных пространственных образований – региона или страны в целом.

Важную роль в данном процессе играет имидж региона, который формирует основу бренда туристского направления и аккумулирует информацию о природных, культурных, исторических и социально-экономических ресурсах территории, включая объекты, ещё не получившие самостоятельного брендового позиционирования. В этой связи особый интерес представляют исследования казахстанских учёных, посвящённые вопросам территориального и туристского брендинга [7–8, 19–20].

Имидж туристского направления и конкретный туристский продукт обладают рядом специфических характеристик, находящих отражение в структуре бренда. Наиболее отчётливо эти особенности проявляются при сопоставлении бренда туристской дестинации с национальным имиджем страны. Национальный имидж формирует целостное представление о государстве, отражая его характерные черты, ценности и особенности развития. В свою очередь, бренд туристского направления выступает своеобразной «визитной карточкой» территории, акцентируя внимание на её уникальных ресурсах, достопримечательностях и конкурентных преимуществах. Таким образом, бренд дестинации формирует более концентрированное и целенаправленное восприятие страны в сознании потенциальных туристов.

Анализ существующих исследований показывает, что в ряде работ недостаточно раскрыты конкурентные преимущества туристской отрасли Казахстана, современные инструменты продвижения туристского продукта и механизмы формирования национального туристского бренда. В частности, остаётся актуальной задача разработки эффективной модели брендинга, способной стать основой для формирования узнаваемого туристского образа страны на международном рынке.

Следует отметить, что бренд туристского направления должен быть не только узнаваемым и визуально привлекательным, но и поддерживаться эффективной системой маркетинговых коммуникаций. Современный туристский бренд должен обладать адаптивностью и динамичностью, позволяющими учитывать сезонные колебания спроса, изменения внешней среды и трансформацию потребностей туристов. В конечном итоге бренд должен формировать устой-

чивое восприятие Казахстана как привлекательной, конкурентоспособной и перспективной туристской дестинации.

Заключение. В период глобализации, повсеместной цифровизации и внедрения искусственного интеллекта формирования национального туристского бренда является ключевым фактором устойчивого развития сфер туризма и гостеприимства Казахстана. Внедрение данного бренда будет способствовать росту экономики, узнаваемости Казахстана среди международных туристов.

В ходе исследования был проведен анализ теоретических и практических подходов к брендингу в туризме, выделены ключевые преимущества Казахстана в данной отрасли. Авторами исследования предложена дорожная карта развития туристского брендинга Казахстана на

2026-2030 гг., включающая создание ArtTech-хабов, разработку бренда, освоение и внедрение AI-турплатформ, проведение международных фестивалей, шоу-программ, что должно в итоге привести к закреплению и консолидации бренда.

Формирование национального туристского бренда Казахстана – это комплексный процесс, требующий координации, инвестиций и долгосрочной стратегии. Комбинация сильной айдентики, цифровых инструментов, вовлечения местных сообществ и устойчивых практик позволит повысить узнаваемость страны на международной арене и привлечь качественный туристский поток. Предлагаемая концепция бренда опирается на интеграцию природного разнообразия, богатой истории и культуры, подчёркивая аутентичность и открытость казахстанского общества.

Список литературы

- 1 Ершов Е.Г. Региональный туристический бренд как элемент стратегии маркетинга территории: формирование, оценка, использование: автореф. ... к.э.н.: 5.2.3 / Белгородский государственный национальный исследовательский университет. – Белгород, 2023. – 27 с.
- 2 Абдуллина Э.И., Тухбатуллина Г.Р., Карамулина З.И. Брендинг территории: сущность и особенности развития в России // Экономика и предпринимательство. – 2022. – №12. – С. 391–394.
- 3 Kostyk A., Cowan K., Dessart L., Schyns M. Memories of Tourism Brands in Virtual Reality // Annals of Tourism Research. – 2024. – Vol. 109. – Art. 103824. DOI: 10.1016/j.annals.2024.103824.
- 4 Бацына Я.В., Морозова И.М., Лазутина А.Л. Инновационные форматы размещения туристов // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2023. – №2(2). – С. 165–171. DOI: 10.17513/vaael.2707.
- 5 История Fjällräven: от истоков до мирового признания. Fjällräven: шведский бренд G1000 и Kånken. – 2026. URL: <https://pike.ru/reviews/fjallraven-shvedskij-brend-outdoor-ekipirovki/> (дата обращения: 20.04.2026).
- 6 Ageeva E., Foroudi P. Tourists' Destination Image through Regional Tourism: From Supply and Demand Sides Perspectives // Journal of Business Research. – 2019. – Vol. 101. – pp. 334–348. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.04.034.
- 7 Makenova G., Tuleubayeva M., Issayeva A., Daurenbekova A. Analysis of the Development of International Tourism and Its Impact to Tourism Market: Evidence of Kazakhstan // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2020. – Vol. XI. – №8(48). – pp. 2053–2067. DOI: 10.14505/jemt.v11.8(48).17.
- 8 Akhmedenov K.M. Tourist and Recreational Potential of the Salt Lakes of Western Kazakhstan // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2020. – Vol. 30. – pp. 782–787. DOI: 10.30892/gtg.302spl01-505.
- 9 Важенина И.С., Важенин С.Г. От конкуренции к конкурентному сотрудничеству: новая парадигма развития территорий // Большой Урал: социально-экономические и пространственные изменения в первые десятилетия XXI века. – Екатеринбург: УрО РАН, 2024. – С. 516–528. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-konkurentsii-k-konkurentnomu-sotrudnichestvu-novaya-paradigma-razvitiya-territorii/viewer> (дата обращения: 20.04.2026).
- 10 Котлер Ф., Картаджайя Х., Сетиаван А. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / пер. с англ. А. Горман. – М.: Эксмо, 2022. – 272 с.
- 11 Мифтахов Р.Т. Цифровые маркетинговые стратегии современного малого бизнеса: содержание, особенности и пути повышения эффективности: автореф. ... к.э.н.: 5.2.3 / Белгородский государственный национальный исследовательский университет. – Белгород, 2023. – 30 с.
- 12 Kazakh Tourism National Company. Digital Strategy – 2030. – Astana, 2023. URL: <https://qaztourism.kz/en/> (date of access: 12.05.2026).
- 13 Aaker D.A. Measuring Brand Equity Across Products and Markets // California Management Review. – 1996. – Vol. 38. – №3. – pp. 102–120. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/measuring-brand-equity-across-products-and-markets-Aaker/2b5e3d71de80248b1ca35728bc349536da99cc7a> (date of access: 12.05.2026).
- 14 Alyahya M., McLean G. Examining Tourism Consumers' Attitudes and the Role of Sensory Information in Virtual Reality Experiences of a Tourist Destination // Journal of Travel Research. – 2022. – Vol. 61. – Iss. 7. – pp. 1666–1681. DOI: 10.1177/00472875211037745.
- 15 Aaker D., Joachimsthaler E. Brand Leadership. – New York: The Free Press, Simon & Schuster, 2012. – 368 p. URL: https://openlibrary.org/books/OL34429537M/Brand_Leadership (date of access: 12.05.2026).
- 16 Cela S., Hysa X., Duman T., Zenelaj B. Regional Branding of Western Balkans through Sustainable Tourism // Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal. – 2022. – Vol. 12. – №2. – pp. 521–564. DOI: 10.33776/et.v12i2.7079.

- 17 Cipa A. Mini Schengen: A Balkan Breakthrough or Political Stunt. – BIRN, 2019. URL: <https://balkaninsight.com/2019/12/03/mini-schengen-a-balkan-breakthrough-or-political-stunt/> (date of access: 12.05.2026).
- 18 Li Shen, Jianyu Ma. A Study of Shanghai Tourist Destination Brand Equity: Perspectives from Western Group Tourists // *Journal of Tourism Management Research*. – 2022. – Vol. 9. – №1. – pp. 82–96. URL: <https://ideas.repec.org/a/pkp/jotmre/v9y2022i1p82-96id3079.html> (date of access: 12.05.2026).
- 19 Maralbayeva Sh., Nikiforova N., Smykova M. The Destination Life Cycle Concept in Developing a Tourist Brand: Case of Mangystau of Kazakhstan // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – 2021. – Vol. 12. – pp. 1472–1494. DOI: 10.14505/jemt.v12.6(54).05.
- 20 Sergeyeva A.M., Omirzakova M.Z., Zhakuda G.N., Telekeshov K.A. Territorial Image and Branding as Tools for Developing Western Kazakhstan as a Tourist Destination // *Journal of the Geographical Institute “Jovan Cvijić” SASA*. – 2021. – Vol. 71. – №3. – pp. 311–324. DOI: 10.2298/IJGI2103311S.

Reference

- 1 Ershov E.G. Regional'nyj turistichestkij brend kak jelement strategii marketinga territorii: formirovanie, ocenka, ispol'zovanie: avtoref. ... k.je.n.: 5.2.3 / Belgorodskij gosudarstvennyj nacional'nyj issledovatel'skij universitet. – Belgorod, 2023. – 27 s.
- 2 Abdullina Je.I., Tuhbatullina G.R., Karamullina Z.I. Brending territorii: sushhnost' i osobennosti razvitiya v Rossii // *Jekonomika i predprinimatel'stvo*. – 2022. – №12. – S. 391–394.
- 3 Kostyk A., Cowan K., Dessart L., Schyns M. Memories of Tourism Brands in Virtual Reality // *Annals of Tourism Research*. – 2024. – Vol. 109. – Art. 103824. DOI: 10.1016/j.annals.2024.103824.
- 4 Bacyna Ja.V., Morovova I.M., Lazutina A.L. Innovacionnye formaty razmeshheniya turistov // *Vestnik Altajskoj akademii jekonomiki i prava*. – 2023. – №2(2). – S. 165–171. DOI: 10.17513/vaael.2707.
- 5 Istorija Fjallraven: ot istokov do mirovogo priznanija. Fjällräven: shvedskij brend G1000 i Kånken. – 2026. URL: <https://pike.ru/reviews/fjallraven-shvedskij-brend-outdoor-ekipirovki/> (data obrashhenija: 20.04.2026).
- 6 Ageeva E., Foroudi P. Tourists' Destination Image through Regional Tourism: From Supply and Demand Sides Perspectives // *Journal of Business Research*. – 2019. – Vol. 101. – pp. 334–348. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.04.034.
- 7 Makenova G., Tulebayeva M., Issayeva A., Daurenbekova A. Analysis of the Development of International Tourism and Its Impact to Tourism Market: Evidence of Kazakhstan // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – 2020. – Vol. XI. – №8(48). – pp. 2053–2067. DOI: 10.14505/jemt.v11.8(48).17.
- 8 Akhmedenov K.M. Tourist and Recreational Potential of the Salt Lakes of Western Kazakhstan // *GeoJournal of Tourism and Geosites*. – 2020. – Vol. 30. – pp. 782–787. DOI: 10.30892/gtg.302spl01-505.
- 9 Vazhenina I.S., Vazhenin S.G. Ot konkurencii k konkurentnomu sotrudnichestvu: novaja paradigma razvitiya territorij // *Bol'shoj Ural: social'no-jekonomicheskie i prostranstvennye izmenenija v pervye desjatiletija XXI veka*. – Ekaterinburg: URO RAN, 2024. – S. 516–528. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-konkurencii-k-konkurentnomu-sotrudnichestvu-novaya-paradigma-razvitiya-territoriy/viewer> (data obrashhenija: 20.04.2026).
- 10 Kotler F., Kartadzhajja H., Setiawan A. Marketing 5.0. Tehnologii sledujushhego pokolenija / per. s angl. A. Gorman. – M.: Jeksmo, 2022. – 272 s.
- 11 Miftahov R.T. Cifrovye marketingovyje strategii sovremennogo malogo biznesa: sodержanie, osobennosti i puti povyshenija jeffektivnosti: avtoref. ... k.je.n.: 5.2.3 / Belgorodskij gosudarstvennyj nacional'nyj issledovatel'skij universitet. – Belgorod, 2023. – 30 s.
- 12 Kazakh Tourism National Company. Digital Strategy – 2030. – Astana, 2023. URL: <https://qaztourism.kz/en/> (date of access: 12.05.2026).
- 13 Aaker D.A. Measuring Brand Equity Across Products and Markets // *California Management Review*. – 1996. – Vol. 38. – №3. – pp. 102–120. URL: <https://www.semanticscholar.org/paper/measuring-brand-equity-across-products-and-markets-Aaker/2b5e3d71de80248b1ca35728bc349536da99cc7a> (date of access: 12.05.2026).
- 14 Alyahya M., McLean G. Examining Tourism Consumers' Attitudes and the Role of Sensory Information in Virtual Reality Experiences of a Tourist Destination // *Journal of Travel Research*. – 2022. – Vol. 61. – Iss. 7. – pp. 1666–1681. DOI: 10.1177/00472875211037745.
- 15 Aaker D., Joachimsthaler E. Brand Leadership. – New York: The Free Press, Simon & Schuster, 2012. – 368 p. URL: https://openlibrary.org/books/OL34429537M/Brand_Leadership (date of access: 12.05.2026).
- 16 Cela S., Hysa X., Duman T., Zenelaj B. Regional Branding of Western Balkans through Sustainable Tourism // *Enlightening Tourism. A Pathmaking Journal*. – 2022. – Vol. 12. – №2. – pp. 521–564. DOI: 10.33776/et.v12i2.7079.
- 17 Cipa A. Mini Schengen: A Balkan Breakthrough or Political Stunt. – BIRN, 2019. URL: <https://balkaninsight.com/2019/12/03/mini-schengen-a-balkan-breakthrough-or-political-stunt/> (date of access: 12.05.2026).
- 18 Li Shen, Jianyu Ma. A Study of Shanghai Tourist Destination Brand Equity: Perspectives from Western Group Tourists // *Journal of Tourism Management Research*. – 2022. – Vol. 9. – №1. – pp. 82–96. URL: <https://ideas.repec.org/a/pkp/jotmre/v9y2022i1p82-96id3079.html> (date of access: 12.05.2026).
- 19 Maralbayeva Sh., Nikiforova N., Smykova M. The Destination Life Cycle Concept in Developing a Tourist Brand: Case of Mangystau of Kazakhstan // *Journal of Environmental Management and Tourism*. – 2021. – Vol. 12. – pp. 1472–1494. DOI: 10.14505/jemt.v12.6(54).05.
- 20 Sergeyeva A.M., Omirzakova M.Z., Zhakuda G.N., Telekeshov K.A. Territorial Image and Branding as Tools for Developing Western Kazakhstan as a Tourist Destination // *Journal of the Geographical Institute “Jovan Cvijić” SASA*. – 2021. – Vol. 71. – №3. – pp. 311–324. DOI: 10.2298/IJGI2103311S.

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

“Автор для корреспонденции (первый автор)”

Тайшинова Еркежан Азаматовна – докторант 2 курса Казахской академии спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан.

“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”

Тайшинова Еркежан Азаматовна – Қазақ спорт және туризм академиясының екінші курс докторанты, Алматы, Қазақстан.

“The Author for Correspondence (The First Author)”

Taishinova Erkezhan Azamatovna – doctoral student at the Kazakh academy of sport and tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: yerketai13@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0662-2416>

Нурашева Кулянда Кулбосыновна – д.э.н., профессор кафедры туризма и сервиса Казахской академии спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан.

Нурашева Кулянда Кулбосыновна – Қазақ спорт және туризм академиясының туризм және қызмет көрсету кафедрасының профессоры, э.ф.д.

Nurasheva Kulyanda Kulbosynovna – professor of the Department of tourism and service at the Kazakh academy of sport and tourism, doctor of economic sciences.

e-mail: nurasheva@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4639-467X>

Винокурова Елена Ивановна, магистр истории, Казахский национальный медицинский университет им. С. Асфендиярова, г. Алматы, Казахстан.

Винокурова Елена Ивановна, тарих магистрі, С. Асфендияров атындағы Қазақ ұлттық медициналық университеті, Алматы қ., Қазақстан.

Vinokurova Elena Ivanovna, Master of history, Asfendiyarov Kazakh National Medical University, Almaty, Kazakhstan.

e-mail: vinokur_historik@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3875-5084>

Дата поступления статьи: 19.03.2026

Дата принятия к публикации: 05.06.2026

¹Tleubayeva A.T.^a, ¹Shakirov S.E., ²Kozhanazar A. Sh., ¹Rsaldin Y.S.,
¹Amangeldiyev A.A.

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

²K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Kazakhstan, Astana

SPACE-LAUNCH TOURISM AT BAIKONUR AND DIGITALISATION IN THE STRATEGIC DEVELOPMENT OF KAZAKHSTAN'S HOSPITALITY SECTOR

Tleubayeva Aitolkyn, Shakirov Symbat, Kozhanazar Arna, Rsaldin Yerlan, Amangeldiyev Assan

Space-launch tourism at Baikonur and digitalisation in the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector

Abstract. The relevance of the study is determined by the need to diversify Kazakhstan's hospitality sector through digital transformation and specialised tourism products based on unique national resources. The purpose of the article is to assess the role of digitalisation and space-launch tourism at Baikonur in the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector. The study applies a descriptive and analytical desk research design based on secondary data, including official statistics for 2011-2025, scientific literature, industry materials and documented cases of attendance at space launches. The results show positive dynamics in Kazakhstan's accommodation sector: in 2025, 4,482 accommodation facilities served 10,087.1 thousand visitors, with a one-time capacity of 232.9 thousand bed-places. Scenario estimates indicate that organised attendance at Baikonur space launches may attract 5,000-12,500 visitors annually under conservative assumptions. The scientific novelty lies in integrating hospitality development, digital tools and Baikonur-based space-launch tourism into a single analytical framework. The practical significance is reflected in recommendations for infrastructure modernisation, digital visitor management, safety regulation and the development of culturally meaningful tourism products based on Kazakh hospitality traditions.

Key words: hospitality sector, Kazakhstan, Baikonur, digitalisation, space-launch tourism, accommodation facilities, destination management.

Тлеубаева Айтолқын Тлеубайқызы, Шакиров Сымбат Еркебаевич, Қожаназар Арна Шарханбекқызы, Рсалдин Ерлан Серикович, Амангельдиев Асан Азимханович

Байқоңырдағы ғарыштық ұшыру туризмі және цифрландыру Қазақстанның қонақжайлылық секторын стратегиялық дамыту бағытында

Аңдатпа. Зерттеудің өзектілігі Қазақстанның қонақжайлылық секторын цифрлық трансформация және ұлттық бірегей ресурстарға негізделген мамандандырылған туристік өнімдер арқылы ертаратпандыру қажеттілігімен айқындалады. Мақаланың мақсаты - Байқоңырдағы ғарыштық ұшыру туризмі мен цифрландырудың Қазақстанның қонақжайлылық секторын стратегиялық дамытудағы рөлін бағалау. Зерттеу 2011-2025 жылдардағы ресми статистикалық деректерге, ғылыми әдебиеттерге, салалық материалдарға және ғарыштық ұшыруларға қатысу жөніндегі құжатталған мәліметтерге негізделген сипаттамалық-талдамалық кабинеттік зерттеу ретінде жүргізілді. Нәтижелер Қазақстанның орналастыру секторында оң серпін бар екенін көрсетті: 2025 жылы 4 482 орналастыру орны 10 087,1 мың келушіге қызмет көрсетіп, біржолғы сыйымдылығы 232,9 мың төсек-орынды құрады. Сценарийлік бағалаулар консервативті болжамдар жағдайында Байқоңырдағы ғарыштық ұшыруларға ұйымдастырылған қатысу жылына 5 000-12 500 келушіні тартуы мүмкін екенін көрсетті. Зерттеудің ғылыми жаңалығы қонақжайлылық дамуын, цифрлық құралдарды және Байқоңырдағы ғарыштық ұшыру туризмін біртұтас талдамалық шеңберде қарастырумен сипатталады. Практикалық маңыздылығы инфрақұрылымды жаңғырту, келушілерді цифрлық басқару, қауіпсіздік талаптарын реттеу және қазақ қонақжайлылығы дәстүріне негізделген туристік өнімдерді дамыту бойынша ұсыныстарда көрініс табады.

Түйін сөздер: қонақжайлылық секторы, Қазақстан, Байқоңыр, цифрландыру, ғарыштық ұшыру туризмі, орналастыру орындары, дестинацияны басқару.

Тлеубаева Айтолқын Тлеубайқызы, Шакиров Сымбат Еркебаевич, Кожаназар Арна Шарханбекқызы, Рсалдин Ерлан Серикович, Амангельдиев Асан Азимханович

Туризм космических запусков на Байконуре и цифровизация в стратегическом развитии сектора гостеприимства Казахстана

Аннотация. Актуальность исследования определяется необходимостью диверсификации сектора гостеприимства Казахстана посредством цифровой трансформации и развития специализированных туристских продуктов, основанных на уникальных национальных ресурсах. Цель статьи – оценить роль цифровизации и туризма космических запусков на Байконуре в стратегическом развитии сектора гостеприимства Казахстана. Исследование выполнено в формате описательно-аналитического кабинетного исследования на основе вторичных данных, включая официальную статистику за 2011-2025 годы, научную литературу, отраслевые материалы и документально подтвержденные случаи посещения космических запусков. Результаты показывают положительную динамику сектора размещения Казахстана: в 2025 году 4

482 места размещения обслужили 10 087,1 тыс. посетителей, а единовременная вместимость составила 232,9 тыс. койко-мест. Сценарные оценки показывают, что организованное посещение космических запусков на Байконуре при консервативных предпосылках может привлекать 5 000-12 500 посетителей в год. Научная новизна заключается в интеграции развития гостеприимства, цифровых инструментов и туризма космических запусков на Байконуре в единую аналитическую рамку. Практическая значимость выражается в рекомендациях по модернизации инфраструктуры, цифровому управлению посетителями, регулированию безопасности и развитию культурно значимых туристских продуктов на основе традиций казахского гостеприимства.

Ключевые слова: сектор гостеприимства, Казахстан, Байконур, цифровизация, туризм космических запусков, места размещения, управление дестинацией.

Introduction. At the present stage, the hospitality sector is one of the important areas of socio-economic development, since it directly influences the quality of tourist experience, the competitiveness of destinations and the diversification of regional economies. For Kazakhstan, the strategic development of hospitality is associated not only with the expansion of accommodation and catering services, but also with the search for specialised tourism products based on national identity, digital transformation and unique territorial resources. In this context, Baikonur occupies a special place, as it combines scientific, technological, historical and symbolic significance for the country.

Kazakhstan has a distinctive advantage due to the presence of the Baikonur Cosmodrome, one of the most historically significant and internationally recognised space launch sites in the world. Its value for tourism is determined not only by its technological role, but also by its symbolic association with the beginning of the human space era. This creates a basis for developing a specialised tourism product focused on attendance at space launches, scientific excursions, museum routes and educational-cultural programmes. At the same time, the tourism potential of Baikonur cannot be realised separately from the hospitality sector, since visitors require accommodation, catering, transport coordination, safety procedures, digital information support and destination-level management.

The cultural foundation of Kazakh hospitality gives additional value to this direction. In the Kazakh worldview, respectful reception of a guest has traditionally been perceived not merely as a household practice, but also as a moral and social norm. The traditions of «sәлемdesu» and «amandasu», seating the guest in the place of honour («tör»), laying the «aq дастарқан», offering water for handwashing and giving «sarqyt» reflect a historically formed culture of care, generosity and respect for the visitor. As noted in historical descriptions, Kazakhs were distinguished by warmth, friendliness and hospitality, which were deeply rooted in their way of life [1]. Therefore, the development of tourism and hospitality in Kazakhstan should be based not

only on infrastructure and technology, but also on the cultural code of Kazakh guest reception.

The global development of space-related tourism also demonstrates that modern visitors increasingly seek unique, meaningful and emotionally memorable experiences. The appeal of space hospitality lies in its ability to offer an exceptional experience associated with scientific progress, the observation of launch events and symbolic participation in the history of space exploration. International experience shows that the commercialisation of space-related activities and the involvement of private companies have expanded the understanding of tourism beyond traditional leisure formats and strengthened the role of hospitality in supporting new types of visitor experience [2, 3]. However, for Kazakhstan, the most realistic near-term direction is not mass orbital tourism, but the development of organised attendance at launches, scientific tourism and cultural-technological routes connected with Baikonur and the Kyzylorda region.

In this study, the hospitality industry is understood as an integrated service system that combines accommodation, catering, transport, digital services and destination-level visitor experience management. This interpretation is based on the understanding of hospitality both as a cultural practice of respectful guest reception and as a managerial system aimed at satisfying visitor needs. Such an approach is particularly relevant for Baikonur, where tourism development requires not only access to space-launch events, but also service coordination, transport logistics, digital information tools, safety procedures and cultural interpretation.

In the conditions of digitalisation, the hospitality sector is undergoing a qualitative transformation. Online booking systems, virtual tours, mobile applications, digital payment systems, personalised services and data-based destination management are changing the interaction between tourists, hospitality enterprises and public authorities. These tools make it possible to improve the convenience of travel planning, reduce information barriers, increase service transparency and adapt tourism products to the needs of different visitor segments.

For Baikonur, digital tools are especially important because attendance at space launches depends on advance planning, regulated access, transport coordination, safety requirements and reliable communication with visitors.

Scientific problem and research gaps. Research on hospitality has developed across several interconnected directions, including the nature of hospitality services, the competitiveness of accommodation enterprises, service quality, visitor experience and the role of digital technologies in destination management. In the context of this study, hospitality is considered not only as a set of accommodation and catering services, but also as an integrated system of guest reception, service coordination and experience management [4, 5]. However, existing studies and descriptive materials do not sufficiently integrate three dimensions that are important for Kazakhstan: the current development of the national hospitality sector, the role of digitalisation in improving service competitiveness, and the potential of Baikonur-based space-launch attendance as a specialised tourism product.

Despite the relevance of this topic, existing studies and descriptive materials do not sufficiently integrate three important dimensions: the current development of Kazakhstan's hospitality sector, the role of digitalisation in improving service competitiveness, and the potential of Baikonur-based space-launch attendance as a specialised tourism product. Most studies on Baikonur focus either on the historical and technological significance of the cosmodrome or on general prospects for space tourism. Insufficient attention has been paid to the connection between attendance at space launches, digital tools and the development of the hospitality sector. This creates a research gap in terms of how digital tools and Baikonur's unique space heritage can be used together for the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector.

Purpose of the study. The purpose of this article is to assess the role of digitalisation and attendance at space launches at Baikonur in the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector.

Objectives of the study. To achieve this purpose, the study sets the following objectives: to analyse the current development dynamics of Kazakhstan's hospitality sector; to identify the role of digital tools in improving the competitiveness of accommodation enterprises and tourism destinations; to assess the potential of Baikonur-based attendance at space launches as a specialised tourism product; to determine the infrastructure, organisational, regional and safety conditions required for the development

of Baikonur as a tourism destination; and to formulate practical recommendations for integrating digitalisation and space-launch tourism into the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector.

Thus, the article links Kazakhstan's hospitality dynamics, digitalisation and the tourism potential of Baikonur within a single analytical framework. This approach makes it possible to consider space-launch tourism not as a speculative mass-tourism direction, but as a specialised and gradually developing tourism product based on cultural identity, technological heritage, regional accessibility, digital management and high-quality guest reception.

Materials and methods. The research design is based on a descriptive and analytical desk study using secondary data. This design was selected because the article aims to assess the strategic role of digitalisation and attendance at space launches at Baikonur in the development of Kazakhstan's hospitality sector without conducting primary field surveys. The study combines theoretical generalisation, statistical interpretation and scenario-based assessment.

The empirical basis of the research includes official statistical data of the Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan for 2011-2025, scientific publications on hospitality management, hotel competitiveness, digital tourism and space-related tourism, as well as official and industry materials on attendance at individual space launches at Baikonur. The analytical focus is placed on Kazakhstan's hospitality sector, accommodation enterprises, digital service tools and documented visitor attendance at selected launch events.

The sample is not based on a sociological survey, since no questionnaires or interviews were conducted. Instead, the study uses a documentary and statistical sample formed from open secondary sources. The main units of analysis are accommodation facilities in Kazakhstan, hotel enterprises with and without restaurant services, digital tools used in hospitality and tourism, and launch events at Baikonur that were open to visitors. This approach makes it possible to assess the topic at the sectoral and destination levels.

Several research methods were applied. The descriptive method was used to characterise the current state and development dynamics of the hospitality sector. Comparative analysis was used to compare hotels with and without restaurant services and to identify differences in their economic contribution. Content analysis of scientific and industry sources was applied to

summarise approaches to hospitality, digital tourism and space-related tourism. Scenario analysis was used to estimate possible annual attendance at space launches at Baikonur under conservative assumptions.

The data analysis procedure consisted of several stages. First, the official statistical indicators for 2011-2025 were systematised, including the volume of hotel services, the number of accommodation facilities, the number of visitors served and one-time accommodation capacity. Second, the role of digital tools was analysed in relation to online booking, virtual tours, personalised services, mobile applications, digital visitor registration and data-based destination management. Third, documented cases of attendance at space launches were used to develop illustrative scenarios for Baikonur. The scenario estimates were calculated by multiplying the number of launches potentially open to tourists by the average number of visitors per launch.

The analytical toolkit of the study includes time-series interpretation, comparative sectoral analysis, structured content analysis and scenario modelling. The scenario model is not intended to provide an exact forecast; it is used to demonstrate possible orders of magnitude for visitor flows and to support strategic planning. In this regard, the results should be interpreted as an analytical basis for policy, investment and destination-management decisions rather than as a final economic forecast.

The main limitation of the study is its reliance on secondary data and the absence of direct surveys with tourists, hotel operators, tour companies and local authorities. Therefore, further research should include primary data collection, expert interviews, visitor surveys, capacity modelling of launch-viewing sites and cost-benefit analysis of infrastructure projects in the Baikonur-Kyzylorda corridor.

Results. Accommodation is one of the core components of the tourism product, since the capacity, quality and accessibility of lodging services directly determine the ability of a destination to receive tourists and generate sustainable economic returns. In the hospitality system, accommodation should not be considered as an isolated service, but as a structural element connected with catering, transport, cultural interpretation, safety, digital communication and visitor experience management [5]. In the Kazakh context, this functional role of accommodation is strengthened by the national tradition of hospitality, where respectful reception of a guest is historically understood not only as a service practice, but also as a cultural and ethical value.

The statistical dynamics of Kazakhstan's hotel and accommodation sector demonstrate a generally positive trajectory over the period 2011-2025. According to official data, the volume of services provided by hotel enterprises increased steadily over the long period under review, with a temporary decline during the COVID-19 period and subsequent recovery. In the hotel segment, the highest previously recorded value was observed in 2024, when the volume of services provided by hotels with restaurants reached 229,248 million tenge. Compared with 2011, the overall growth of hotel services was almost fivefold. At the same time, hotels without restaurant services remained a considerably smaller segment; in 2024, their volume of services was almost 15 times lower than that of hotels with restaurants. The positive dynamics continued in 2025. In January-December 2025, Kazakhstan recorded 4,482 accommodation facilities, which served 10,087.1 thousand visitors, while their one-time capacity reached 232.9 thousand bed-places [6].

These indicators confirm that the post-pandemic recovery of the accommodation sector continued beyond 2024 and that the hospitality infrastructure of Kazakhstan is expanding not only in terms of service volume, but also in terms of visitor capacity and market coverage.

Regional tourism context of the Baikonur-Kyzylorda area. Since Baikonur is geographically and functionally connected with the Kyzylorda region, the regional tourism context is important for assessing the practical feasibility of space-launch tourism. The development of Baikonur-related tourism depends not only on the uniqueness of the cosmodrome, but also on the capacity of the wider regional system to provide accommodation, transport, catering, information support and visitor safety.

In the national accommodation system, Kazakhstan recorded 4,482 accommodation facilities, 10,087.1 thousand visitors served and a one-time capacity of 232.9 thousand bed-places in January-December 2025 [6]. Against this national background, the Baikonur-Kyzylorda area should be considered as a specialised regional destination rather than as a mass-tourism centre. Available regional information indicates a growing interest in tourism products in Kyzylorda region, which confirms the relevance of strengthening the hospitality infrastructure around Baikonur.

The regional position of Baikonur creates both opportunities and constraints. On the one hand, the cosmodrome gives the region a unique

tourism identity based on space heritage, scientific interpretation and launch-related events. On the other hand, the restricted access regime, dependence on the Kyzylorda-Baikonur transport corridor, limited accommodation capacity and uneven service standards reduce the possibility of spontaneous mass visitation. Therefore, the regional statistics should be interpreted not as evidence of immediate mass-tourism potential, but as an indication of the need for gradual development of accommodation capacity, digital visitor management and coordinated destination planning.

This regional context shows that Baikonur-related tourism can contribute to the diversification of the Kyzylorda region's tourism economy if it is developed as a controlled and event-based tourism product. The key task is to connect the cosmodrome's symbolic value with the regional hospitality system, including hotels, guest services, transport operators, digital platforms and safety mechanisms.

For a clearer interpretation of the main trends, the key indicators of Kazakhstan's hospitality sector are summarised in Table 1.

Table 1 – Key indicators of the development of Kazakhstan's hospitality sector, 2011-2025

Indicator	Observed trend	Key value / result	Analytical interpretation
Volume of services provided by hotels with restaurants	Stable long-term growth with a short pandemic-related decline	229,248 million tenge in 2024	Full-service hotel formats form the dominant part of the sector and have stronger revenue potential
Volume of services provided by hotels without restaurants	Growth remains significantly lower than in the full-service segment	Almost 15 times lower than hotels with restaurants in 2024	Limited-service accommodation remains important, but its economic contribution is structurally weaker
Total hotel service volume	Long-term positive dynamics	Almost fivefold growth in 2024 compared with 2011	The sector shows progressive expansion and increasing economic relevance
Number of accommodation facilities	Continued infrastructure expansion	4,482 accommodation facilities in January-December 2025	The accommodation base continued to expand after the post-pandemic recovery
Visitors served by accommodation facilities	Growth in demand for accommodation services	10,087.1 thousand visitors in January-December 2025	Visitor flows confirm the increasing role of accommodation services in Kazakhstan's tourism economy
One-time capacity of accommodation facilities	Expansion of reception capacity	232.9 thousand bed-places in January-December 2025	The sector's physical capacity creates a basis for further tourism development
Crisis sensitivity	Temporary decline during the pandemic period	COVID-19 caused short-term contraction	The sector remains vulnerable to shocks and requires risk management mechanisms
Source - compiled by the authors based on [5-9].			

Table 1 shows that the development of Kazakhstan's hospitality sector is not limited to quantitative growth in service volumes. The structure of the market is also changing: full-service accommodation enterprises, especially hotels with restaurants, concentrate a larger share of service value. At the same time, the 2025 indicators demonstrate the continued expansion of the accommodation base, visitor flow and reception capacity. This is important for the strategic development of the hospitality sector, since future tourism products connected with Baikonur will require not only lodging capacity, but also catering, transport coordination, event management

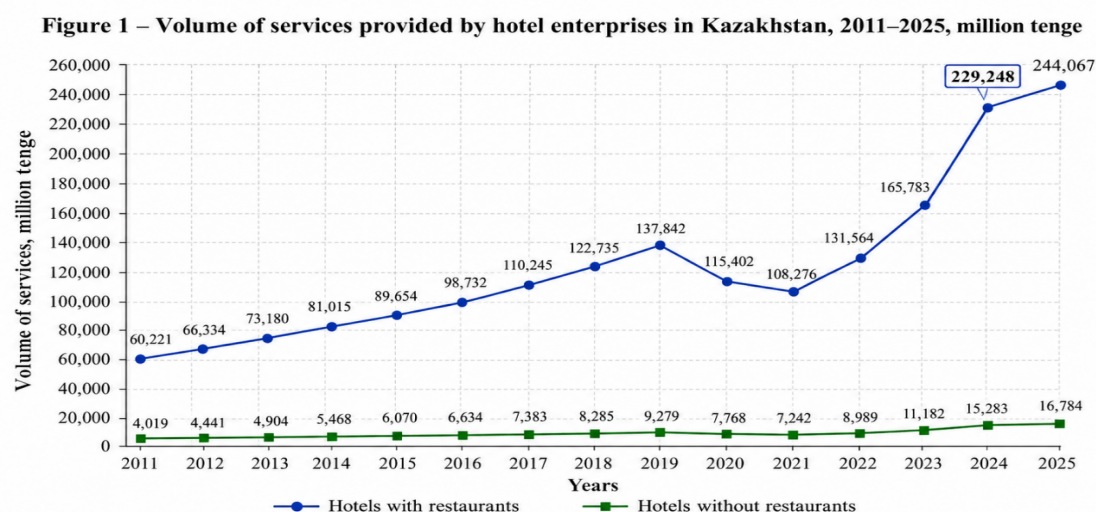
and digital information support. For analytical purposes, the Baikonur-Kyzylorda area should be considered as a specialised corridor-type destination, where the attractiveness of the cosmodrome is closely linked with regional hospitality infrastructure. The development of space-launch tourism depends on the coordination of several elements: visitor access, accommodation supply, transport services, digital communication, safety regulation and regional tourism management. Table 2 systematises the main components that determine the position of the Baikonur-Kyzylorda area in the development of space-launch tourism.

Table 2 – Regional positioning of the Baikonur-Kyzylorda area in the development of space-launch tourism

Analytical component	Regional characteristic	Importance for Baikonur-related tourism
Geographical position	Baikonur is located in the south-western part of Kazakhstan and is functionally connected with Kyzylorda region	Determines transport accessibility and the need for organised visitor logistics
Destination type	Specialised event-based destination related to space launches and scientific tourism	Requires planning according to launch schedules rather than continuous mass visitation
Regional tourism flow	Kyzylorda region demonstrates growing interest in tourism products	Creates a basis for linking Baikonur with regional tourist routes
Accommodation capacity	Accommodation supply in Baikonur remains limited and uneven in-service quality	Requires modernisation of hotels and development of mid-range accommodation
Transport corridor	Visitor access largely depends on the Kyzylorda–Baikonur route	Requires improvement of road transport, transfers and digital navigation
Digital support	Launch attendance requires advance information, registration and coordination	Supports safer and more predictable visitor management
Strategic role	Baikonur can strengthen the regional tourism identity of Kyzylorda region	Contributes to diversification of Kazakhstan's hospitality sector
Source - compiled by the authors based on [6, 10-12].		

Kazakhstan has a distinctive advantage due to the location of the Baikonur Cosmodrome, one of the oldest and most recognized space launch sites in the world. The dynamics of hotel service volume for the period 2011-2025 are presented in Figure 1. The figure is designed as a line chart with two main

series – hotels with restaurants and hotels without restaurants. Where aggregate accommodation data for 2025 are used, they should be clearly marked as accommodation-facility indicators rather than a direct continuation of the hotel-with-restaurant category.



Source: Compiled by the authors based on the Bureau of National Statistics [6].

Interpretation: The figure demonstrates long-term sectoral growth, a short pandemic-related decline, recovery after COVID-19, and continuation of positive dynamics in 2025. The gap between hotels with and without restaurant services confirms the stronger economic role of full-service hospitality formats.

Figure 1 – Volume of services provided by hotel enterprises in Kazakhstan, 2011-2025, million tenge (Source - compiled by the author based on the data from the Bureau of National Statistics [6])

The Figure 1 demonstrates long-term sectoral growth, a short pandemic-related decline, recovery after COVID-19 and continuation of positive dynamics in 2025. The gap between hotels with and without restaurant services confirms the stronger economic role of full-service hospitality formats. The number of accommodation facilities also increased noticeably (Figure 2).

This trend reflects the gradual expansion of the sector and the growing importance of hospitality services in the national tourism economy. However, quantitative growth alone does not guarantee competitiveness. The development of accommodation enterprises should be accompanied by improvements in service quality, digital readiness, staff training and integration with regional tourism products.



Source: Compiled by the authors based on the Bureau of National Statistics [6].

Interpretation: The figure shows the expansion of accommodation infrastructure. In 2025, Kazakhstan recorded 4,482 accommodation facilities, which confirms the continued strengthening of the hospitality sector after the pandemic period and highlights the importance of service standardisation and regional balance.

Figure 2 – Growth in the number of accommodation facilities in Kazakhstan, 2018-2025
(Source - compiled by the authors based on the Bureau of National Statistics [6])

The Figure 2 shows the expansion of accommodation infrastructure. In 2025, Kazakhstan recorded 4,482 accommodation facilities, which confirms the continued strengthening of the hospitality sector after the pandemic period and highlights the importance of service standardisation and regional balance.

Regional tourism statistics of the Baikonur-Kyzylorda tourism area. In order to assess the practical potential of Baikonur space-launch tourism, it is necessary to consider not only national indicators, but also the regional tourism context of the analysed area. Baikonur is geographically and functionally connected with the Kyzylorda region; therefore, the tourism development of Baikonur depends on the accommodation capacity, transport accessibility and service infrastructure of this region. The Baikonur-Kyzylorda corridor performs the role of the main access route for visitors attending launch-related events, since many tourists arrive through Kyzylorda and then continue their trip to Baikonur.

According to the Bureau of National Statistics, the Kyzylorda region recorded 158 accommodation facilities in 2025, which accounted for 3.5 % of the total number of accommodation facilities in Kazakhstan. The number of visitors served by accommodation facilities in the region reached 212.3 thousand people, representing 2.1 % of the national indicator. The one-time capacity of accommodation facilities in the region was 5.0 thousand bed-places, or 2.2 % of the total accommodation capacity of Kazakhstan. The volume of accommodation services in the Kyzylorda region amounted to 3,288.3 million tenge, which represented 0.9 % of the national volume. These figures show the current scale of the regional hospitality infrastructure and make it possible to assess the readiness of the region to support specialised tourism products connected with Baikonur.

The regional share is calculated according to the following formula:

Regional share = regional indicator / national indicator × 100 %.

For example, the number of accommodation facilities in the Kyzylorda region was compared with the national total of 4,482 accommodation facilities in 2025. The resulting share of 3.5 % shows the contribution of the region to Kazakhstan's overall accommodation infrastructure. This indicator is important because space-launch tourism at Baikonur cannot develop only on the basis of tourist interest in

the cosmodrome. It also requires sufficient regional accommodation capacity, road and transfer services, digital information support, catering facilities and coordinated destination management.

Table 3 presents the main regional indicators that should be used to assess the position of the Baikonur-Kyzylorda tourism area within Kazakhstan's hospitality sector.

Table 3 – Regional tourism indicators of the Baikonur-Kyzylorda tourism area

Indicator	Kazakhstan, 2025	Kyzylorda region, 2025	Share of Kyzylorda region in Kazakhstan, %	Analytical interpretation
Number of accommodation facilities, units	4,482	158	3.5	Shows the regional contribution to the national accommodation infrastructure
Visitors served by accommodation facilities, thousand people	10,087.1	212.3	2.1	Reflects the role of the region in Kazakhstan's tourist accommodation demand
One-time capacity of accommodation facilities, thousand bed-places	232.9	5.0	2.2	Indicates the capacity of the region to receive organised tourist flows
Volume of accommodation services, million tenge	350,637.9	3,288.3	0.9	Shows the economic contribution of the region to the hospitality sector
Source - compiled by the authors based on the Bureau of National Statistics [6].				

The data in Table 3 should be interpreted as a regional basis for assessing the feasibility of Baikonur-related tourism. The regional share remains relatively limited: Kyzylorda region accounts for 3,5 % of accommodation facilities, 2,1 % of visitors served, 2,2 % of one-time accommodation capacity and 0,9 % of the national volume of accommodation services. This indicates that the development of space-launch tourism should begin with gradual and controlled visitor flows rather than mass tourism. In this case, the main priorities are the improvement of the Baikonur–Kyzylorda transport corridor, the expansion and modernisation of accommodation facilities, the introduction of digital visitor information systems and the development of coordinated tour packages. Thus, regional statistics make it possible to connect the symbolic attractiveness of Baikonur with the real capacity of the surrounding hospitality infrastructure.

Digitalisation is becoming one of the main mechanisms for strengthening the competitiveness of hospitality enterprises and destinations. In the hotel sector, digital tools are no longer auxiliary instruments; they increasingly determine how tourists

search for information, choose accommodation, make bookings, evaluate services and share their experience. For Kazakhstan's hospitality sector, the most important digital tools include online booking systems, direct sales channels, virtual tours, personalized services, mobile applications, digital payment systems and data-based destination management.

In hospitality practice, it is important to distinguish between customization and personalisation. Customisations gives guests the opportunity to choose service options according to their preferences, while personalisation adapts the service experience on the basis of collected data and previous guest behavior [8]. This distinction is relevant for Kazakhstan's hotel enterprises because modern visitors increasingly expect flexible, individualized and convenient services.

The national digital system eQonaq is also significant in this context. It creates opportunities for collecting and processing tourist data, improving visitor registration, supporting destination management and increasing the transparency of tourism flows [9]. For Baikonur, such digital

instruments are especially important because attendance at space launches requires advance

planning, regulated access, transport coordination, safety procedures and reliable information support.

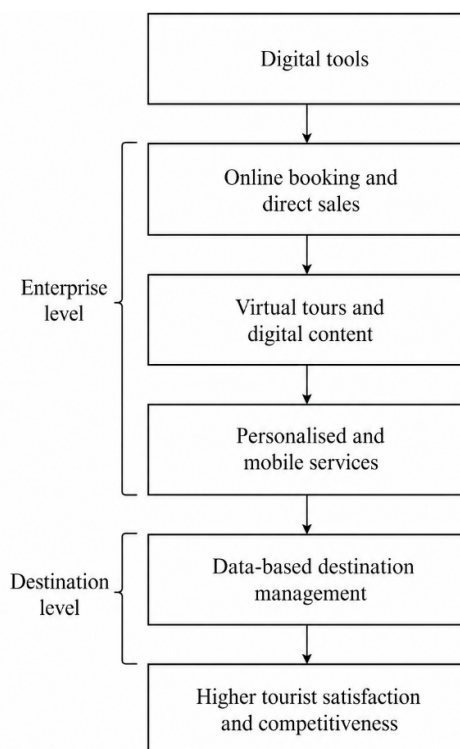


Figure 3 – Digital tools for strengthening hospitality competitiveness (conceptual diagram)
(Source – compiled by the authors on the basis of [8, 9])

Figure 3 shows that digitalisation affects both the enterprise level and the destination level. At the enterprise level, it improves service quality and communication with tourists. At the destination level, it supports visitor flow management, marketing and evidence-based decision-making.

The importance of digitalisation is particularly high for new and specialised tourism products. In the case of Baikonur, digital tools can reduce information barriers, support transparent access procedures, provide tourists with real-time information and integrate accommodation, transport and excursion services into a single visitor journey.

Geographical characteristics of the Baikonur-Kyzylorda tourism area. The Baikonur-Kyzylorda tourism area represents a specific spatial model in which a globally recognised technological site is connected with the service potential of the surrounding region. In this model, the cosmodrome functions as the core attraction, while the regional hospitality system provides the conditions required for receiving visitors. Therefore, the practical development of space-launch tourism depends not

only on the uniqueness of launch events, but also on the ability of the regional environment to support a complete visitor journey.

The spatial organisation of Baikonur-related tourism has a corridor-based character. Visitors attending launch-related events usually require pre-arranged transport, regulated access procedures, accommodation before and after the launch, catering services, guide support and reliable information channels. This makes spontaneous visitation difficult and increases the importance of advance planning. From this perspective, geographical accessibility should be understood not only as physical distance, but also as the quality of transport links, clarity of access rules, availability of accommodation and coordination of services between Baikonur and the wider regional tourism system.

In this study, Baikonur is treated as part of an integrated regional destination rather than as a single isolated attraction. Such an approach makes it possible to assess space-launch tourism through the interaction of technological heritage, hospitality infrastructure, transport logistics, digital

visitor management, safety procedures and cultural interpretation. Consequently, the competitiveness of Baikonur as a tourism destination will depend on how effectively the space heritage of the cosmodrome is combined with regional service capacity and the broader strategic development of Kazakhstan's hospitality sector.

Baikonur is a unique tourism resource for Kazakhstan. Its scientific, historical and symbolic significance creates opportunities for the development of a specialised tourism product based on attendance at space launches, educational excursions, museum routes, scientific interpretation and cultural programmes [10]. Unlike orbital space tourism, which remains expensive and technologically complex, attendance at launches is a more realistic and accessible form of space-related tourism for Kazakhstan in the near future.

The tourism potential of Baikonur is connected not only with the launch event itself, but also with the wider hospitality ecosystem. Tourists need accommodation, catering, transport, guide services, digital information, safety procedures and cultural interpretation. In this regard, the Kazakh tradition of hospitality can become an important soft-power resource, allowing the Baikonur tourism product to combine technological uniqueness with national cultural identity.

However, the practical development of this direction faces several limitations. The accommodation capacity in Baikonur remains limited; the city has several large hotels, including Baikonur, Tsentralnaya and Sputnik, as well as smaller accommodation facilities such as Molniya, Sakura, Kosmonavt and Yuzhnaya. The total room capacity is relatively small, and service standards are uneven. During launch dates, demand increases sharply, which may lead to higher accommodation prices and coordination difficulties for tour operators [11]. Transport accessibility is also a limiting factor, since many visitors travel through Kyzylorda, located about 240 km from the cosmodrome [12].

Documented attendance cases show that individual launch events can attract a significant number of visitors. For example, more than 500 tourists attended the Soyuz MS-22 launch on 30 September 2022. Other documented cases indicate that individual launches may attract more than 2,500 spectators [13]. Based on these figures, it is possible to propose conservative scenarios for estimating potential annual attendance at space launches. These scenarios are not exact forecasts; they illustrate possible orders of magnitude under different assumptions (Table 4).

Table 4 – Illustrative scenarios of annual attendance at space launches at Baikonur

Scenario	Launches open to tourists per year	Average visitors per launch	Illustrative annual visitors	Interpretation
Low	2	2,500	5,000	A cautious scenario based on a limited number of organised launch events
Base	3	2,500	7,500	A realistic short-term scenario under moderate organisational capacity
High	5	2,500	12,500	A more ambitious but still conservative scenario requiring improved infrastructure and coordination
Source - compiled by the authors based on documented attendance cases [14]				

Table 4 keeps the scenario logic conservative and mathematically consistent. The results show that even under cautious assumptions, Baikonur can generate several thousand additional tourist visits per year. This scale is modest in comparison with mass tourism destinations, but it is strategically meaningful for a specialised destination with limited access, high symbolic value and strong media attractiveness.

The development of Baikonur as a tourism destination requires coordinated solutions in several

areas. Infrastructure modernisation should include the improvement of transport links between Kyzylorda and Baikonur, expansion and upgrading of accommodation facilities, development of reliable internet access and creation of visitor-friendly digital information systems. Marketing should focus on positioning Baikonur not only as a launch site, but also as a destination of scientific, historical and cultural significance.

The experience of the COVID-19 crisis demonstrated that the hospitality industry is highly

sensitive to external shocks. A decline in demand, restrictions on mobility, fixed operating costs and additional safety-related expenses can significantly reduce profitability and create liquidity risks [7]. Therefore, the Baikonur tourism model should

include crisis-resilience mechanisms: flexible booking policies, regulated visitor flows, emergency communication systems, sanitary and safety protocols, and coordination between public authorities, tour operators and accommodation providers (Figure 4).

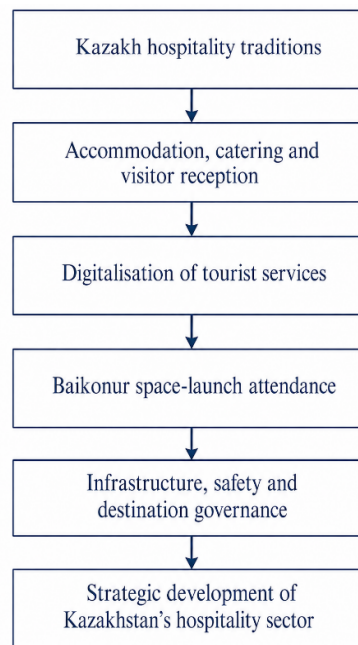


Figure 4 – Integrated model for the development of Baikonur space-launch attendance within Kazakhstan's hospitality sector (conceptual model) (Source - compiled by the authors on the basis of research)

Table 5 – Strategic measures for developing Baikonur as a space-launch tourism destination

Problem area	Current limitation	Strategic measure	Expected effect
Accommodation capacity	Limited number of rooms and uneven service quality	Modernisation of existing hotels and development of mid-range accommodation	Increased capacity and improved visitor satisfaction
Transport accessibility	Dependence on Kyzylorda -Baikonur route and limited local connectivity	Improvement of road transport, shuttle services and coordinated transfers	Easier access to launch events
Digital information	Insufficient integrated tourist information	Online booking, mobile applications, digital visitor registration and real-time information	Reduced uncertainty and improved planning
Safety and regulation	Need for controlled access to launch-related sites	Clear visitor rules, safety standards and intergovernmental coordination	Safer and more predictable visitor management
Cultural interpretation	Weak integration of Kazakh hospitality and local heritage	Educational routes, cultural programmes and local community involvement	Stronger destination identity and higher cultural value
Crisis resilience	Vulnerability to demand shocks and operational restrictions	Flexible booking policies, visitor-flow regulation and emergency protocols	Greater stability of the tourism product
Source – compiled by the authors on the basis of research.			

Figure 4 summarizes the main conceptual result of the study. Attendance at space launches can become a specialised tourism product only if it is integrated with hospitality services, digital management tools, infrastructure development and Kazakh cultural traditions of guest reception. Based on the above, we can cite strategic decisions for the development of Baikonur as a space tourism destination. The key problems and proposed strategic responses are systematized in Table 5.

Table 5 demonstrates that the development of Baikonur tourism should not be reduced to the opening of launch observation sites. It requires a systemic approach combining infrastructure, digitalisation, safety, cultural interpretation and hospitality management. This approach corresponds to the Kazakh model of guest reception, where the quality of the visitor experience depends not only on the event itself, but also on the entire environment of care, respect and service.

Discussion. The findings indicate that Kazakhstan's hospitality sector has a sufficient institutional and infrastructural basis for the gradual development of specialised tourism products. The growth of accommodation facilities, visitor flows and reception capacity in 2011-2025 shows that the sector has recovered from the pandemic-related decline and has entered a new stage of expansion. This result corresponds to the understanding of hospitality as an integrated service system in which accommodation, catering, transport, visitor experience and service quality are interdependent elements [5]. Therefore, the development of Baikonur-related tourism cannot be limited to the launch event itself; it requires a coordinated hospitality ecosystem capable of receiving, informing, transporting and safely managing visitors.

The results also correspond to studies on the vulnerability of hospitality enterprises to crisis situations. The COVID-19 period demonstrated that the sector is sensitive to demand shocks, mobility restrictions, fixed operating costs and additional safety-related expenses [7]. This conclusion is particularly relevant for Baikonur, where tourist flows are event-based and concentrated around specific launch dates. For this reason, the development of space-launch tourism should include not only infrastructure expansion, but also crisis-resilience mechanisms, flexible booking policies, visitor-flow regulation and emergency communication procedures.

The role of digitalisation identified in the study is consistent with research on personalisation and digital service management in hospitality.

Digital tools such as online booking, mobile applications, virtual tours, digital registration and data-based destination management strengthen the competitiveness of hotels and destinations by improving communication with visitors and reducing information uncertainty [8]. In Kazakhstan, the eQonaq system also reflects the increasing importance of digital instruments for visitor registration, tourism-flow monitoring and destination management [9]. For Baikonur, these tools are not merely service innovations; they are necessary for managing access, coordinating transport, providing safety information and supporting tourists before and during launch events.

The results related to Baikonur confirm that the cosmodrome has specific tourism potential based on its scientific, historical and symbolic value. This is consistent with studies that consider Baikonur as an important site for scientific and specialised tourism [10, 11]. At the same time, the present study shows that the practical realisation of this potential is constrained by limited accommodation capacity, uneven service standards, dependence on the Kyzylorda-Baikonur transport corridor and the need for coordinated visitor management. Thus, the central problem is not the absence of tourist interest, but the insufficient readiness of the destination infrastructure and hospitality services.

The scenario estimates clarify the realistic scale of Baikonur space-launch attendance. Documented cases of more than 500 tourists attending the Soyuz MS-22 launch and more than 2,500 spectators at individual launch events demonstrate that demand exists, but it should be interpreted conservatively [13, 14]. Unlike speculative projections of mass space tourism, the proposed range of 5,000-12,500 visitors per year provides a more manageable basis for planning. This is important because Baikonur is a technically sensitive and access-regulated destination where visitor growth must be balanced with safety, environmental standards and intergovernmental coordination.

Compared with broader discussions of space tourism, this study shifts attention from orbital travel to a more realistic form of space-related tourism for Kazakhstan: organised attendance at launches, scientific excursions, museum routes and cultural-technological interpretation. This approach is more appropriate for the current stage of Kazakhstan's tourism development, as it connects Baikonur's space heritage with accommodation services, transport logistics, digital information tools and the cultural tradition of Kazakh hospitality.

The proposed strategic measures are also consistent with the authors' previous registered scientific work on increasing the competitiveness of the hospitality industry in Astana [15]. However, the present article extends this applied perspective to the context of a specialised destination, Baikonur. This makes it possible to consider digitalisation, accommodation capacity, service quality, transport accessibility and cultural interpretation as interconnected factors in the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector.

Overall, the discussion shows that the development of space-launch tourism at Baikonur should be gradual, evidence-based and destination-oriented. The priority should not be the rapid increase of tourist numbers, but the creation of a safe, digitally supported and culturally meaningful visitor experience. In this sense, Baikonur can become a distinctive tourism product for Kazakhstan, where technological heritage, digital tools and the national culture of guest reception complement each other.

Limitations and future research. This study is based on secondary statistical, documentary and scientific sources, as well as illustrative scenario estimates. Therefore, the results should be interpreted as an analytical framework for strategic planning rather than as a precise forecast of tourist flows or investment returns. The scenario estimates require further verification through primary data collection, including surveys of visitors, interviews with tour operators, hotel managers and local authorities, and detailed capacity modelling of launch-viewing sites. Future research should also include cost-benefit analysis of infrastructure projects in the Baikonur-Kyzylorda corridor, assessment of environmental impacts and evaluation of digital service adoption among hospitality enterprises.

Conclusion. The study shows that digitalisation and space-launch tourism at Baikonur can be considered interrelated factors in the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector. The analysis of statistical dynamics for 2011–2025 confirms that the national accommodation market has generally followed a positive trajectory, despite the temporary decline caused by the COVID-19 crisis. The growth of accommodation facilities, visitor flows and reception capacity indicates that Kazakhstan has a developing institutional and infrastructural basis for creating specialised tourism products connected with unique national resources.

The main result of the study is that Baikonur should be considered not only as a technological and historical site, but also as a potential tourism destination requiring accommodation, catering,

transport services, digital information systems, safety standards and coordinated visitor management. The scenario estimates show that organised attendance at space launches may attract approximately 5,000–12,500 visitors per year under conservative assumptions. These figures should not be interpreted as mass-tourism projections; rather, they provide a realistic planning framework for gradual, safe and manageable destination development.

The scientific novelty of the article lies in the integration of three analytical dimensions: the development dynamics of Kazakhstan's hospitality sector, the role of digital tools in strengthening destination competitiveness, and the potential of Baikonur-based space-launch tourism as a specialised tourism product. This approach allows Baikonur to be analysed through the lens of hospitality infrastructure, digitalisation, visitor experience and strategic destination management rather than only through its technological or historical significance.

The practical significance of the study is reflected in recommendations for policy makers, investors and hospitality operators. From a policy perspective, the development of Baikonur as a specialised tourism destination requires the inclusion of space-launch tourism and digital tourism instruments in national and regional tourism strategies. Priority measures include the modernisation of accommodation and transport infrastructure, improvement of the Baikonur–Kyzylorda corridor, development of clear visitor access regulations, introduction of safety and environmental standards, and creation of a coordinated destination management mechanism.

For investors, the most promising areas include mid-range accommodation, transport services, digital booking platforms, visitor information systems, catering, guided educational routes and space-heritage-related tourism products. For hotel operators, the key priorities are service standardisation, digital communication with guests, flexible booking policies, personalised offers and cooperation with tour operators during launch periods.

The Kazakh tradition of hospitality gives this direction additional cultural value. The development of Baikonur-related tourism should not be limited to the technical observation of rocket launches. It should combine scientific interest, national identity, respectful guest reception and high-quality service. In this regard, Kazakhstan has the opportunity to position Baikonur as a distinctive destination where technological heritage and the cultural code of Kazakh hospitality complement each other.

The study has several limitations. It is based on secondary data and documented attendance cases;

therefore, the proposed scenario estimates should be considered illustrative rather than predictive. The article does not include primary surveys of tourists, hotel managers, tour operators or local authorities, and it does not provide a detailed cost-benefit assessment of infrastructure projects. Further research should include field surveys, expert interviews, capacity modelling of launch-viewing sites, environmental impact assessment and economic evaluation of investment projects in the Baikonur–Kyzylorda corridor.

Thus, the strategic development of Kazakhstan's hospitality sector can be strengthened through the balanced integration of digitalisation, Baikonur

space-launch tourism and national traditions of guest reception. The main objective should be not the pursuit of speculative large-scale tourist flows, but the creation of a safe, well-managed and culturally meaningful tourism product that contributes to service quality, regional development and the international image of Kazakhstan.

Acknowledgments. The authors express their gratitude to their colleagues for their methodological support during the research on this topic, as well as to experts from the academic community who provided advice on the specifics of digital environment development in Kazakhstan's metropolitan areas.

References

- 1 Iztley D. Hospitality is a characteristic of the Kazakhs [Electronic resource] // History of Kazakhstan. - 2017. URL: <https://e-history.kz/kz/news/show/2186> (date of access: 10.03.2026).
- 2 The future of hospitality as a business in space [Electronic resource] // Hospitality and Catering News. - 2023. - URL: <https://www.hospitalityandcateringnews.com/2023/08/the-future-of-hospitality-as-a-business-in-space/> (date of access: 11.03.2026).
- 3 Rapin P.L. Space Tourism: An Opportunity in Hospitality? [Electronic resource] // EHL Insights. - 2019. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/space-travel-opportunities-hospitality-industry> (date of access: 11.03.2026).
- 4 Elkanova D., Osipov D.A., Romanov V.V., Sorokina E.V. Fundamentals of the hospitality industry: a tutorial. - M., 2020. - 248 p.
- 5 Hemmington N. From service to experience: Understanding and defining the hospitality business // The Service Industries Journal. - 2007. - Vol. 27. - №6. - pp. 747-755. DOI: 10.1080/02642060701453221.
- 6 Bureau of National Statistics of the Agency for Strategic Planning and Reforms of the Republic of Kazakhstan. Statistics of tourism. Activity of accommodation places in the Republic of Kazakhstan, 2011-2025 [Electronic resource]. URL: <https://stat.gov.kz/en/industries/business-statistics/stat-tourism/> (date of access: 09.04.2026).
- 7 Wiecek-Kosmala M. COVID-19 impact on the hospitality industry: Exploratory study of financial-slack-driven risk preparedness // International Journal of Hospitality Management. - 2021. - Vol. 94. - Art. 102799. DOI: 10.1016/j.ijhm.2020.102799.
- 8 Personalisierung in Hotels: Mit Top-Dienstleistungen relevant bleiben [Electronic resource] // EHL Hospitality Insights. URL: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/de/personalisierung-in-hotels> (date of access: 09.04.2026).
- 9 Rsaldin Y.S., Kozhanazar A.Sh. The second system in tourism: space tourism and digital transformation // International scientific and practical conference "In the world of education, science and tourism": mat. / editor-in-chief O.B. Mazbayev. - 2024.
- 10 Aselkhan N. Baikonur is an exam for Kazakhstan on state viability // Space Research and Technology. - 2019. - №2. - pp. 2-8.
- 11 Koshim A.G., Sergeyeva A.M., Saparov K.T., Wendt J.A. Development of scientific tourism at Baikonur Cosmodrome Kazakhstan // GeoJournal of Tourism and Geosites. - 2019. - Vol. 24. - №1. - pp. 262-274. DOI: 10.30892/gtg.24121-358.
- 12 Official website of the Baikonur city administration [Electronic resource]. URL: <https://baikonuradm.ru/> (date of access: 13.04.2026).
- 13 The launch of Soyuz MS-22 was seen by a record number of tourists - more than 500 people [Electronic resource]. URL: <https://www.russian.space/3417/> (date of access: 15.02.2026).
- 14 Ivanova O. The Launch "Rakety Pobedy" Collected a Record Number of Tourists [Electronic resource] // Vzglyad. - April 8, 2025. URL: <https://vz.ru/news/2025/4/8/1324644.html> (date of access: 11.03.2026).
- 15 Tleubayeva A.T., Kozhanazar A.Sh., Rsaldin Y.S. Methods of increasing the competitiveness of the Astana hospitality industry. Certificate of entry of information into the State Register of Rights to Objects Protected by Copyright, №45768, 14 May 2024 [Electronic resource]. URL: <https://copyright.kazpatent.kz/?!iD=wQEY> (date of access: 11.03.2026).

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

"The Author for Correspondence (The First Author)"

Tleubayeva Aitolkyn – PhD, acting associate professor, Department of tourism, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

"Автор для корреспонденции (первый автор)"

Тлеубаева Айтолкын Тлеубайқызы – PhD, и.о. доцента кафедры «Туризм», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

"Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)"

Тлеубаева Айтолкын Тлеубайқызы – PhD, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті «Туризм» кафедрасының доцент м.а., Астана қ., Қазақстан.

e-mail: aitolkyn.t@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5749-4289>

Shakirov Symbat – PhD, Head of the Department of philosophy, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Шакиров Сымбат Еркебаевич – PhD, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті «Философия» кафедрасының меңгерушісі, Астана қ., Қазақстан.

Шакиров Сымбат Еркебаевич – PhD, заведующий кафедрой «Философия», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

e-mail: shakirov_sy_e_1@enu.kz

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8354-5844>

Kozhanazar Arna – Senior lecturer, Department of tourism, K. Kulazhanov Kazakh University of Technology and Business, Astana, Kazakhstan.

Қожаназар Арна Шарханбекқызы – Қ. Құлажанов атындағы Қазақ технология және бизнес университеті «Туризм» кафедрасының аға оқытушысы, Астана қ., Қазақстан.

Қожаназар Арна Шарханбекқызы – старший преподаватель кафедры «Туризм», Казахский университет технологий и бизнеса имени К. Кулажанова, г. Астана, Казахстан.

e-mail: arna.kozhanazar@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7582-8596>

Rsalidin Yerlan – PhD student, Department of tourism, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Рсалдин Ерлан Серикович – Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті «Туризм» кафедрасының PhD докторанты, Астана қ., Қазақстан.

Рсалдин Ерлан Серикович – PhD докторант кафедры «Туризм», Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

e-mail: rsaldiny@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-6496-2353>

Amangeldiyev Assan – PhD, Acting associate professor, L.N. Gumilyov Eurasian National University, Astana, Kazakhstan.

Амангельдиев Асан Азимханович – PhD, Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университетінің доцент м.а., Астана қ., Қазақстан.

Амангельдиев Асан Азимханович – PhD, и.о. доцента, Евразийский национальный университет им. Л.Н. Гумилева, г. Астана, Казахстан.

e-mail: a.azimkhanuly@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9257-1609>

Date of submission of the article: 15.05.2026

Date accepted for publication: 10.06.2026

Филин С.А. 

Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия

ЦИФРОВЫЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ОТРАСЛИ ТУРИЗМА В РОССИИ

Филин Сергей Александрович

Цифровые аспекты устойчивого развития отрасли туризма в России

Аннотация. В статье рассмотрены цифровые аспекты устойчивого развития туристской отрасли России в условиях современных экономических и геополитических вызовов. Исследованы основные направления цифровой трансформации туризма и гостеприимства, включая применение технологий Интернета вещей (IoT), искусственного интеллекта, больших данных, роботизации, дополненной и виртуальной реальности, а также специализированных цифровых платформ. Показано влияние цифровых технологий на повышение качества обслуживания, персонализацию туристских услуг, оптимизацию бизнес-процессов и рост конкурентоспособности предприятий индустрии туризма и гостеприимства. Проанализированы меры государственной поддержки цифровизации туристской отрасли в рамках национального проекта «Туризм и гостеприимство». Сформулированы рекомендации по дальнейшему развитию цифровых инструментов продвижения туристских продуктов и совершенствованию туристской инфраструктуры. Сделан вывод о том, что цифровая трансформация является одним из ключевых факторов обеспечения устойчивого развития туристской отрасли России и повышения её вклада в национальную экономику.

Ключевые слова: устойчивое развитие, цифровизация туризма, индустрия гостеприимства, цифровая трансформация, Интернет вещей, искусственный интеллект, внутренний туризм.

Филин Сергей Александрович

Ресейдегі туризм саласының тұрақты дамуының цифрлық аспектілері

Аңдатпа. Мақалада қазіргі экономикалық және геосаяси сын-қатерлер жағдайындағы Ресей туризм саласының тұрақты дамуының цифрлық аспектілері қарастырылады. Туризм мен қонақжайлылық индустриясын цифрлық трансформациялаудың негізгі бағыттары, оның ішінде Заттар интернеті (IoT), жасанды интеллект, үлкен деректер, роботтандыру, толықтырылған және виртуалды шынайылық технологиялары, сондай-ақ цифрлық платформаларды қолдану мәселелері зерттелген. Цифрлық технологиялардың қызмет көрсету сапасын арттыруға, туристік қызметтерді дараландыруға, бизнес-үдерістерді оңтайландыруға және туристік кәсіпорындардың бәсекеге қабілеттілігін күшейтуге әсері көрсетілген. «Туризм және қонақжайлылық» ұлттық жобасы аясындағы саланы цифрландыруды мемлекеттік қолдау шаралары талданған. Туристік өнімдерді ілгерілетудің цифрлық құралдарын дамыту және туристік инфрақұрылымды жетілдіру бойынша ұсыныстар берілген. Зерттеу нәтижелері цифрлық трансформацияның Ресей туризм индустриясының тұрақты дамуын қамтамасыз етудегі және оның ұлттық экономикаға қосатын үлесін арттырудағы маңызды фактор екенін көрсетеді.

Түйін сөздер: тұрақты даму, туризмді цифрландыру, қонақжайлылық индустриясы, цифрлық трансформация, Заттар интернеті, жасанды интеллект, ішкі туризм.

Filin Sergey Alexandrovich

Digital aspects of sustainable development of the tourism industry in Russia

Abstract. The article examines the digital aspects of sustainable development of the tourism industry in Russia under current economic and geopolitical challenges. The study explores key directions of digital transformation in tourism and hospitality, including the application of the Internet of Things (IoT), artificial intelligence, big data, robotics, augmented and virtual reality technologies, and digital platforms. The paper demonstrates the impact of digital technologies on service quality improvement, personalization of tourism services, optimization of business processes, and enhancement of competitiveness in tourism and hospitality enterprises. Government support measures aimed at digitalization of the tourism sector within the framework of the national project "Tourism and Hospitality" are analyzed. Recommendations are proposed for further development of digital tools for tourism product promotion and improvement of tourism infrastructure. It is concluded that digital transformation is one of the key factors ensuring the sustainable development of the Russian tourism industry and increasing its contribution to the national economy.

Key words: sustainable development, tourism digitalization, hospitality industry, digital transformation, Internet of Things, artificial intelligence, domestic tourism.

Введение. В современном мире индустрии туризма и гостеприимства являются высокотехнологичной сферой, одними из крупнейших высокодоходных (3-е место после нефтяной и автомобильной промышленности [1]) и динамично быстрыми темпами развивающихся отраслей экономики и сегментов мирового рынка услуг. В мире туризм позволял формировать около 10 % совокупного валового продукта, 32 % торговли услугами, 8 % инвестиций (их ежегодный рост в туриндустрию

составляет 35 %), 10 % рабочих мест (в секторе туриндустрии в мире в 2019 г. было занято 334 млн чел.), 11 % мировых потребительских расходов, 10 % суммарных налоговых поступлений (по данным Всемирной туристской организации – специализированного учреждения ООН (ЮНВТО) [2]. В настоящее время уровень экономического развития сферы туризма оценивается её удельным весом в ВВП страны, например, в Испании до 15 % дохода формирует туриндустрия (рисунок 1).

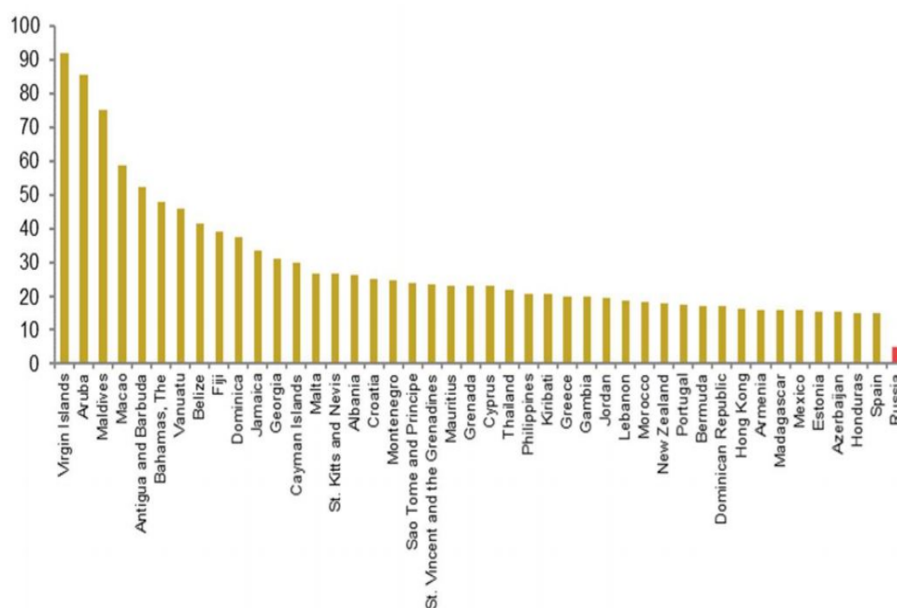


Рисунок 1 – Страны с долей сферы туризма в ВВП более 15 % [3]

Однако закрытие границ в мире вследствие пандемии COVID-19 и введение международных санкций вследствие действий недружественных государств привели к ограничению межстрановой мобильности туристов, нанеся тем самым существенный урон развитию международного туризма, переориентировав его в значительной степени на внутренний туризм, в частности, для России. Согласно оптимистическим прогнозам экспертов, к допандемийным показателям 2019 г. туристская отрасль должна была вернуться к 2025 г. Но события 2026 г. на Ближнем и Среднем Востоке перевели оптимистические прогнозы экспертов в пессимистические.

В туристской сфере в последнее время произошли существенные изменения. Предполагается, что тренд на повышение социальной и экологической ответственности (ESG-трансформации) и устойчивое развитие туристского бизнеса посредством внедрения сквозных цифровых технологий

промышленной революции 4.0 с соответствующей переориентацией спроса на новые цифровые туристские продукты и услуги [4-11] должен стать его преимуществами на конкурентном рынке туруслуг. Такие тенденции обеспечивают также рост общественной производительности труда в туристском бизнесе и повышение разнообразия выбора туристских продуктов и услуг [12].

Цифровизация в сферах туризма и гостеприимства предполагает внедрение цифровых технологий и адаптацию бизнеса к цифровым платформам [13].

Цель исследования: выявить роль цифровых технологий в обеспечении устойчивого развития туристской отрасли России и определить перспективные направления цифровой трансформации туризма и гостеприимства.

Задачи исследования:

– проанализировать современные цифровые технологии, применяемые в туристской индустрии;

- оценить их влияние на устойчивое развитие туризма и качество туристских услуг;
- исследовать государственные меры поддержки цифровизации отрасли;
- сформулировать рекомендации по дальнейшему развитию цифровых инструментов в туризме.

Материалы и методы. Материалами исследования послужили научные публикации отечественных и зарубежных авторов, посвящённые вопросам цифровой трансформации туризма и гостеприимства, устойчивого развития туристской отрасли, внедрения технологий Индустрии 4.0, а также нормативно-правовые документы и аналитические материалы, регламентирующие развитие туристской сферы в Российской Федерации. В качестве информационной базы использованы статистические данные Всемирной туристской организации (UN Tourism), Министерства экономического развития Российской Федерации, Ростуризма, а также материалы национального проекта «Туризм и гостеприимство». Методологическую основу исследования составил системный подход, позволивший рассматривать цифровизацию как комплексный фактор устойчивого развития туристской отрасли. В ходе исследования применялись методы анализа и синтеза научной литературы, сравнительного анализа, обобщения и систематизации теоретических и практических данных. Для оценки современных тенденций цифровой трансформации туристской индустрии использовались методы контент-анализа научных публикаций и нормативных документов, а также сравнительного анализа отечественного и зарубежного опыта внедрения цифровых технологий в сфере туризма и гостеприимства.

Эмпирическая часть исследования включала изучение практики применения цифровых решений в деятельности туристских предприятий и гостиничных комплексов. Для выявления особенностей цифровой трансформации отрасли были проведены экспертные интервью с руководителями туристских организаций и средств размещения, а также анкетирование субъектов туристского рынка. Полученные данные были обработаны и интерпретированы с использованием методов качественного анализа.

Применение комплекса общенаучных и специальных методов позволило определить основные направления цифровизации туристской отрасли России, выявить их влияние на устойчивое развитие сферы туризма и гостеприимства, а также сформулировать рекомендации по даль-

нейшему совершенствованию цифровых инструментов управления и продвижения туристских продуктов.

Результаты. Некоторая часть сектора туристской индустрии характеризуется замедленным процессом внедрения ИТ-технологий в данную сферу, что связано с нежеланием адаптации сотрудников к новым условиям из-за отсутствия очевидных стимулов. Тем не менее, стремление к устойчивому развитию данного сектора активно поддерживают и в нём происходит цифровая трансформация в ответ на внешние и внутренние вызовы. Проанализируем её.

1. Для внедрения цифровых технологий в сферу туристской индустрии большое значение имеет концепция Internet of Things (IoT) – «интернет вещей», при которой физические устройства подключаются к интернету и обмениваются данными между собой, выполняя определенные действия без участия человека. По сути, это комплексная экосистема, включающая в себя программное обеспечение, различные цифровые приложения, например, карты-ключи, используемые в отелях и гостиницах, климат-контроль, системы безопасности и т.д. Цифровизация в сфере гостиничного бизнеса имеет дальнейшую перспективу развития. Автоматизация, персонализация, улучшение качества обслуживания населения – все это ключевые факторы повышения уровня обслуживания клиентов. Немаловажным фактором является и увеличение скорости техобслуживания клиентов посредством использования цифровизации. Например, Smart Sensor, так называемые «умные датчики», обладая встроенными возможностями обработки данных, самодиагностики, а также передачи данных другим устройствам, могут выявлять неисправности в оборудовании, что значительно сокращает время и экономит ресурсы.

Цифровые технологии в области взаимодействия с клиентами существенно трансформируют подходы к управлению ими, и IoT-технологии позволяют туристским отелям более точно отслеживать жизненный цикл клиента, собирая и анализируя данные о его предпочтениях, поведении, геолокации. Современные туристские гостиницы и отели активно предоставляют сервисы, адаптированные непосредственно к геолокации клиентов, рекомендуя клиентам экскурсии, посещение культурных, развлекательных и других мероприятий, тем самым помогая оптимизировать их время и повысить качество отдыха. Так, Fontainebleau Miami 5* отель использует данные о геолокации клиентов для

адаптации своих предложений еще до их прибытия и регистрации.

Эффективность операционной деятельности гостиничных предприятий во многом зависит от качества управления взаимоотношениями с клиентами, доходами и продажами, а также от оптимизации внутренних бизнес-процессов [14]. Существенную роль в решении этих задач играет внедрение IoT-устройств (сенсорных систем и смарт-девайсов), используемых в номерах и служебных помещениях для автоматизации хозяйственных операций, контроля и регулирования микроклимата,

управления энергопотреблением и обеспечения безопасности.

В свою очередь, системы класса Back of House (BoH) используют накопленные данные о клиентах для формирования персонализированных профилей, что позволяет адаптировать предлагаемые услуги и сервисы к индивидуальным предпочтениям гостей при повторных посещениях. На рисунке 2 представлены примеры IoT-устройств, применяемых в различных сегментах гостиничного обслуживания - от автоматизированных систем доставки питания до роботизированных устройств для уборки помещений.

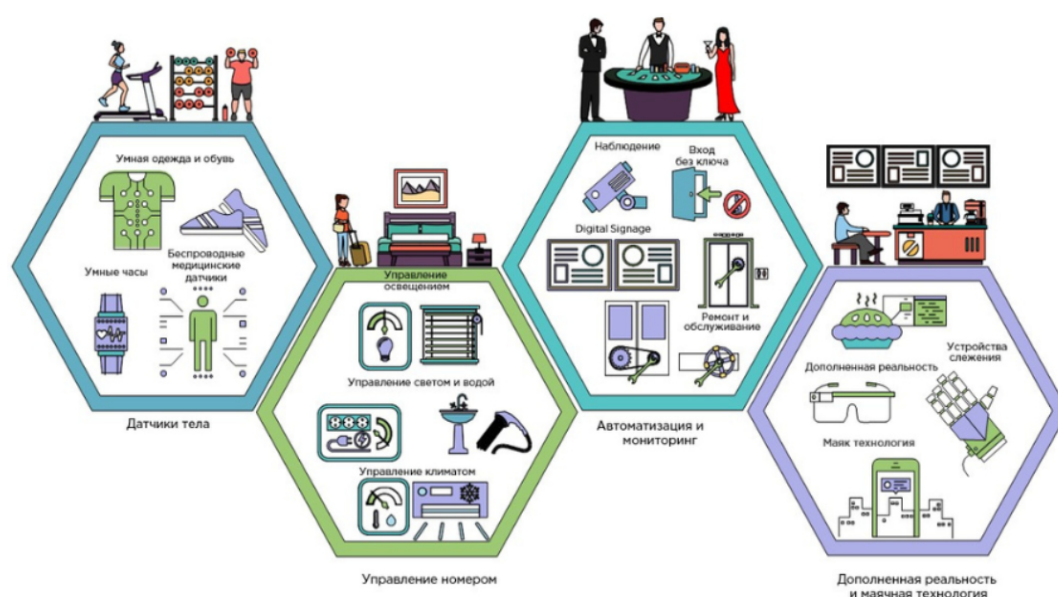


Рисунок 2 – Цифровые гостиничные технологии в туриндустрии [2]

Высокоинтегрированная интерактивная платформа Noteza для гостиничного бизнеса обеспечивает взаимодействие с гостями через мультимедийный интерфейс, доступный на различных устройствах (телевизорах, планшетах, смартфонах и цифровых экранах), а также позволяет осуществлять сбор и анализ обратной связи. Платформа поддерживает широкий спектр сервисов, включая развлекательный контент, информирование гостей, коммуникацию с персоналом и продвижение дополнительных услуг.

Функциональные возможности Noteza охватывают системы гостиничного телевидения, веб- и мобильные приложения, сервисы доступа в Интернет, цифровые информационные панели и автоматизированные системы самостоятельной регистрации. В частности, технология self check-in предусматривает возможность удалённого бронирования и оплаты проживания через

мобильное приложение, а также прохождение регистрации с использованием биометрической идентификации, интегрированной с Единой биометрической системой. Это позволяет существенно сократить время ожидания при заселении и повысить качество клиентского сервиса.

Управление всеми сервисами осуществляется посредством единой облачной системы управления контентом, интегрированной с ключевыми информационными системами гостиницы, включая PMS-систему (Property Management System), POS-систему и системы управления номерным фондом. Таким образом, Noteza представляет собой комплексное цифровое решение, объединяющее основные этапы взаимодействия с гостем в единой цифровой среде (рисунок 3).



Рисунок 3 – Концепция «Путь клиента» платформы Hoteza [2]

Одним из перспективных направлений внедрения технологий Интернета вещей (IoT) в индустрии туризма и гостеприимства является использование носимых устройств, оснащённых беспроводными датчиками. К таким устройствам относятся смарт-часы, фитнес-трекеры, элементы «умной» одежды и обуви, способные собирать данные о физической активности пользователя, температуре тела, частоте сердечных сокращений и геолокации. При условии получения согласия пользователя данные технологии могут использоваться для персонализации туристских и гостиничных услуг.

Накопленные данные IoT позволяют анализировать предпочтения клиентов и формировать индивидуальные предложения. Например, система может учитывать историю поездок и автоматически рекомендовать ранее посещаемые гостиницы, оптимальные сроки путешествия, предпочтительные варианты питания, экскурсионные программы и дополнительные услуги. Использование технологий анализа больших данных в сочетании с IoT способствует более точному прогнозированию потребностей клиентов и повышению уровня персонализации сервиса.

Применение IoT-технологий оказывает положительное влияние на качество обслуживания и способствует повышению удовлетворённости гостей. Во-первых, такие решения создают более комфортные условия пребывания за счёт возможности индивидуальной настройки параметров проживания и автоматизации ряда сервисных функций. Во-вторых, они обеспечивают предоставление современных цифровых услуг, востребованных потребителями туристских и гостиничных услуг, что способствует повышению конкурентоспособности предприятий индустрии гостеприимства.

2. Технологии дополненной (AR) и виртуальной (VR) реальности. Технологии дополненной и виртуальной реальности становятся важным инструментом повышения качества клиентского опыта в индустрии туризма и гостеприимства. Их

использование позволяет потенциальным гостям заранее ознакомиться с номерным фондом гостиницы, оценить уровень сервиса и доступные удобства, а также совершать виртуальные экскурсии по туристским объектам и дестинациям. Кроме того, AR- и VR-технологии применяются для организации цифровых конференц-залов, интерактивных презентаций и демонстрации туристских продуктов. Внедрение таких решений способствует повышению информированности клиентов, улучшению качества обслуживания и развитию новых форм взаимодействия между туристами и поставщиками услуг.

3. Онлайн-платформы совместного потребления. В последние годы наблюдается рост популярности цифровых платформ, обеспечивающих обмен и аренду жилья между туристами. Подобные сервисы расширяют возможности размещения, способствуют развитию экономики совместного потребления и формируют новые модели взаимодействия участников туристского рынка.

4. Роботизация гостиничного бизнеса. Одним из перспективных направлений цифровой трансформации является внедрение роботизированных технологий. Наибольшее распространение получили антропоморфные роботы, выполняющие функции консьержей, администраторов и помощников гостей. Они используются для регистрации посетителей, предоставления справочной информации, доставки багажа и решения повседневных запросов клиентов. По оценкам экспертов, мировой рынок гостиничных роботов демонстрирует устойчивую тенденцию к росту, что обусловлено стремлением предприятий повысить эффективность обслуживания и сократить операционные издержки.

5. Специализированное программное обеспечение и технологии искусственного интеллекта. Современные программные решения позволяют туристским и гостиничным предприятиям адаптироваться к условиям высокой рыночной неопределённости, автоматизировать

бизнес-процессы и использовать облачные вычислительные ресурсы. Особое значение приобретают системы управления обратной связью, поскольку онлайн-отзывы оказывают существенное влияние на выбор туристами гостиниц и туристских услуг. Анализ отзывов и комментариев способствует повышению качества обслуживания и формированию персонализированных предложений для клиентов.

Показательным примером является деятельность сети гостиниц THK AccorHotels, где активно используются цифровые инструменты мониторинга и анализа отзывов гостей, размещаемых на специализированных интернет-платформах. Аналитическое программное обеспечение обеспечивает сбор и обработку больших массивов данных о предпочтениях туристов и тенденциях развития туристского рынка. Использование технологий Big Data позволяет выявлять закономерности потребительского поведения, прогнозировать рыночные изменения, совершенствовать маркетинговые стратегии и разрабатывать персонализированные рекомендации, включая подбор туристских маршрутов, ресторанов, экскурсий и других видов досуга.

Важным направлением цифровизации отрасли становится внедрение технологий искусственного интеллекта. Для взаимодействия с клиентами всё чаще используются чат-боты и виртуальные помощники, способные оперативно предоставлять информацию и сопровождать клиента на различных этапах путешествия. Так, в отеле The Cosmopolitan (Лас-Вегас, США) функционирует виртуальный помощник Rose, который помогает гостям получать информацию о событиях города, объектах питания и развлечениях. Более высокий уровень автоматизации реализован в гостинице FlyZoo (Ханчжоу, Китай), где значительная часть рутинных операций выполняется роботизированными системами.

Внедрение роботизированных технологий и искусственного интеллекта способствует автоматизации рутинных процессов, повышению эффективности работы персонала и улучшению качества обслуживания. В результате гостиничные предприятия получают возможность сосредоточить больше ресурсов на удовлетворении индивидуальных потребностей гостей, что положительно влияет на уровень клиентской удовлетворённости и конкурентоспособность бизнеса.

Обсуждение. Функции государственного управления туристской отраслью в Российской Федерации возложены на Министерство экономического развития РФ. В его компетенцию вхо-

дят надзор и контроль в сфере классификации гостиниц и деятельности туроператоров, координация приоритетных направлений развития туризма, государственное регулирование туристской деятельности, а также совершенствование нормативно-правовой базы отрасли.

С 2025 года в Российской Федерации в соответствии с Целями устойчивого развития (ЦУР) реализуется национальный проект «Туризм и гостеприимство», предусматривающий следующие направления деятельности:

- разработку учебно-методических комплексов для подготовки и повышения квалификации специалистов в сфере туризма и гостеприимства;
- стимулирование спроса на российские туристские транспортные средства, оборудование для парков развлечений, канатных дорог и горнолыжных курортов;

- развитие цифровых информационных систем, включая создание единого туристского портала RusPass для сбора и анализа данных о туристских услугах, объектах культурного, исторического и архитектурного наследия России. Портал предоставляет путешественникам возможность самостоятельно планировать поездки, включая приобретение билетов, бронирование гостиниц, заказ услуг общественного питания и формирование индивидуального маршрута путешествия [15];

- предоставление субъектам Российской Федерации субсидий в объёме 8,5 млрд руб. в 2025 г. и 9 млрд руб. в 2026 г. на благоустройство пляжных территорий, туристских маршрутов, исторических центров городов и проведение событийных мероприятий [16];

- строительство 10 тыс. номеров в модульных некапитальных средствах размещения в 54 регионах страны, четверть из которых планируется ввести в эксплуатацию уже в 2025 г. Кроме того, в рамках льготного кредитования предусматривается строительство круглогодичных парков развлечений, аквапарков, горнолыжных курортов и 344 гостиниц с номерным фондом не менее 120 номеров общей вместимостью около 73 тыс. номеров;

- реализацию 11 проектов по созданию круглогодичных морских курортов в 9 субъектах Российской Федерации, предусматривающих строительство более 72 тыс. номеров и создание около 80 тыс. новых рабочих мест [16].

Национальный проект оказывает существенную поддержку развитию туристской отрасли, способствуя повышению качества туристских услуг и созданию благоприятных условий для разви-

тия бизнеса. Его ключевой целью является увеличение количества внутренних туристских поездок к 2030 г. до 140 млн, рост въездного туристского потока до 16 млн человек в год, повышение доли туризма в валовом внутреннем продукте России с 2,9 % до 5 %, а также увеличение объёма экспорта туристских услуг до 10,75 млрд долл. [16].

По итогам реализации национального проекта в 2025 г. были достигнуты следующие результаты: введено в эксплуатацию 36 гостиниц общей вместимостью более 8 тыс. номеров; реализованы проекты по расширению курорта «Солнечная долина» в Челябинской области и строительству развлекательного акватормального комплекса с летней террасой в Казани; обучение и переподготовку прошли 6,2 тыс. работников туристской отрасли. По данным министерства экономического развития РФ, туристский поток в 2025 г. составил 94 млн поездок, что на 4 % превышает показатель аналогичного периода 2024 г. При этом, по данным Ростуризма, доля внутреннего туризма в общем объёме туристской активности к 2025 г. достигла 80 %.

Положительная динамика наблюдается и во въездном туризме. Благодаря продвижению туристского бренда России на международных рынках, развитию механизма единой электронной визы (число стран, граждане которых могут воспользоваться данным инструментом, увеличилось с 53 до 64), а также расширению авиа-сообщения и визовой либерализации в отношениях с Китаем, Саудовской Аравией и Оманом въездной туристский поток увеличился на 12 %. В результате в 2025 г. Россию посетили около 5 млн иностранных туристов.

В рамках дальнейшей реализации национального проекта предусматривается финансирование мероприятий по развитию инженерной и транспортной инфраструктуры, строительству модульных некапитальных средств размещения, а также предоставлению единой субсидии субъектам Российской Федерации на развитие туризма. Объём финансирования данных направлений запланирован в размере 61,4 млрд руб. в 2026 г., 76,7 млрд руб. в 2027 г. и 84,3 млрд руб. в 2028 г.

Среди ключевых мер государственной поддержки туристской отрасли следует отметить освобождение туроператоров от уплаты НДС и применение льготного режима налогообложения для гостиничных услуг до 2027 г., а для гостиниц – до 2030 г.; перевод государственных услуг, связанных с туристской деятельностью, в электронный формат; развитие системы открытых данных для повышения прозрачности деятель-

ности туристских организаций и эффективности управления отраслью; а также внедрение цифровых механизмов оценки качества туристских услуг и рейтинговых систем для туристских объектов и дестинаций.

Рекомендации по развитию туристской отрасли в Российской Федерации:

1. Повышение социальной ориентированности туристской отрасли: развитие туризма должно осуществляться не только с учётом потребностей клиентов, но и в рамках реализации его социальной функции. Туристские услуги должны быть доступны для различных категорий населения, включая социально уязвимые группы граждан. В этой связи важное значение имеет государственная поддержка, направленная на повышение доступности туристских продуктов и развитие социальной туристской инфраструктуры.

2. Развитие комплексных туристско-рекреационных зон: приоритетным направлением представляется формирование туристских дестинаций, объединяющих объекты культурного наследия, исторические достопримечательности и развитую систему обслуживания туристов в пределах 15-минутной пешеходно-транспортной доступности. Такие территории должны обеспечивать полный комплекс услуг, включая размещение, питание, развлечения, информационное сопровождение и экскурсионное обслуживание.

Развитие подобных территорий предполагает:

- сохранение и использование объектов историко-культурного наследия, парков и исторических ландшафтов;

- совершенствование транспортной инфраструктуры с учётом движения туристских автобусов, организацию транспортных обходов и развитие сети парковок;

- модернизацию коммунальной, инженерной и телекоммуникационной инфраструктуры;

- адаптацию объектов массового посещения к потребностям пожилых людей и лиц с ограниченными возможностями;

- создание пешеходных зон, благоустройство территорий, озеленение, развитие навигации и информационного обеспечения туристов.

Развитие туристской инфраструктуры должно осуществляться во взаимосвязи с потенциалом и потребностями комплексных историко-туристско-рекреационных зон (КИТРЗ) [17]. Особенность таких территорий заключается в том, что их инфраструктура используется как туристами, так и местным населением, что способствует комплексному социально-экономическому развитию, особенно малых исторических городов.

3. Использование «кустового» принципа развития культурно-познавательного туризма. Для повышения привлекательности культурно-исторического туризма целесообразно применять «кустовой» принцип планирования, предусматривающий создание рядом с основным объектом туристского притяжения дополнительных точек посещения: музейных экспозиций, ремесленных мастерских, сувенирных центров, площадок для проведения культурных мероприятий и фестивалей. Такой подход способствует увеличению продолжительности пребывания туристов, росту туристских расходов и более эффективному использованию существующей инфраструктуры. При этом дополнительные объекты должны гармонично вписываться в историческую среду и функционально дополнять основной объект посещения [18].

4. Развитие кадрового потенциала цифрового туризма: ускорение технологического прогресса требует подготовки специалистов, обладающих компетенциями в области цифровых технологий, анализа данных, искусственного интеллекта, автоматизации бизнес-процессов и цифрового маркетинга. В связи с этим необходимо совершенствовать образовательные программы и системы профессиональной подготовки кадров для туристской индустрии.

5. Цифровая трансформация туристского бизнеса: современные условия требуют адаптации туристских предприятий к цифровой среде и внедрения гибких моделей управления. Для повышения конкурентоспособности рекомендуется активнее использовать туристские маркетинговые инструменты, мультиязычные цифровые сервисы, технологии дополненной и виртуальной реальности (AR/VR), а также развивать современные веб-сайты, мобильные приложения и платформы электронной коммерции. Использование цифровых инструментов способствует повышению качества обслуживания, расширению каналов продвижения и укреплению взаимодействия с клиентами.

6. Развитие персонализированных форм размещения: одной из актуальных тенденций современного туризма является рост спроса на индивидуализированные и уединённые формы отдыха. В этих условиях особое значение приобретает возможность выбора туристами места размещения, конфигурации номера и набора предоставляемых услуг в соответствии с личными предпочтениями. Перспективным направлением является развитие мобильных модульных гостиниц, которые могут размещаться в живописных

природных локациях, а также использоваться во время проведения фестивалей, крупных мероприятий и сезонных туристских событий. Такие средства размещения могут включать автономные жилые модули, оборудованные санитарными помещениями и открытыми террасами. Модульная конструкция позволяет оперативно перемещать и собирать гостиничные комплексы в зависимости от уровня туристского спроса, при этом процесс их развертывания может занимать всего несколько дней [19].

Заключение. Проведённое исследование показало, что использование цифровых технологий в туристской индустрии способствует повышению качества обслуживания, уровня удовлетворённости клиентов и эффективности деятельности предприятий туризма и гостеприимства. Внедрение современных цифровых решений позволяет оптимизировать операционные процессы гостиниц, совершенствовать управление ресурсами и обеспечивать более высокий уровень персонализации предоставляемых услуг. Особую роль в этом процессе играют технологии Интернета вещей (IoT), искусственного интеллекта, больших данных, а также перспективные разработки в области сенсорных и нанотехнологий, способствующие укреплению конкурентных позиций туристских объектов на внутреннем и международном рынках. Вместе с тем дальнейшее развитие цифровой трансформации отрасли требует значительных инвестиций в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), а также в развитие цифровой инфраструктуры.

Цифровизация туристской отрасли охватывает все этапы взаимодействия потребителя с туристским продуктом - от поиска информации и планирования путешествия до бронирования билетов и средств размещения, получения туристских услуг и посещения достопримечательностей. Использование цифровых технологий позволяет существенно улучшить клиентский опыт, повысить удобство получения услуг и создать условия для разработки новых туристских продуктов и сервисов. Благодаря цифровизации предприятия туризма и гостеприимства получают возможность более эффективно учитывать индивидуальные потребности клиентов, что способствует повышению качества обслуживания, росту лояльности потребителей и увеличению финансовых результатов деятельности.

Вместе с тем цифровая трансформация приводит к изменению характера взаимодействия между клиентами и персоналом гостиниц. Современные технологии позволяют автоматизи-

ровать многие процессы обслуживания, включая бронирование, регистрацию, заселение и оплату услуг, что существенно сокращает необходимость личного контакта между гостем и сотрудниками отеля. Уже сегодня функционируют гостиницы, в которых большинство операций осуществляется в цифровом формате без непосредственного участия персонала. Однако в условиях высокой

конкуренции важнейшим фактором успеха остаётся обеспечение индивидуального подхода к каждому клиенту. Поэтому дальнейшее развитие цифровых технологий должно сочетаться с сохранением клиентоориентированности и высоким уровнем сервиса, что позволит предприятиям индустрии гостеприимства повышать свою конкурентоспособность и устойчивость на рынке.

Список литературы:

- 1 Суходолов А.П., Бережных В.В. Перспективы российско-монгольского сотрудничества в сфере международного туризма в Байкальском регионе (на примере туристского маршрута Байкал-Хубсугул) / Междунар. науч.-практич. конф. «Проблемы коммерциализации научных исследований как основы модернизации экономики региона. Инновационные направления развития малого и среднего предпринимательства»: мат. / под науч. ред. В.И. Самарухи. Иркутск: Изд-во БГУЭП. - 2010. - Т. 1. - С. 25-30.
- 2 Филин С.А., Гагарина Г.Ю. Стратегия инновационного развития туристической инфраструктуры территориальных образований // Региональная экономика: теория и практика. - 2012. - Т. 10. - Вып. 1. - С. 7-18.
- 3 Балаханова Д.К., Лопатина А.А. Проблемы клиент-менеджмента в московской индустрии гостеприимства и методы их устранения / Всерос. междунар. науч.-практич. конф. «Инновации в управлении социально-экономическими системами»: мат. - М.: РЭУ имени Г.В. Плеханова, 2023. - С. 36-41.
- 4 Филин С.А., Карапетян К.Ф., Бызова А.С. Экологические инновации и ESG-трансформация туроператора FUN&SUN // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. - Т. 2. - №7. - С. 151-157. DOI: 10.36871/ek.up.p.r.2023.07.02.014.
- 5 Ansari Z.A., Bashir M., Pradhan S. Impact of corona virus outbreak on travellers' behaviour: scale development and validation // International Journal of Tourism Cities. - 2022. - Vol. 8. - Iss. 3. - pp. 658-674. DOI: 10.1108/IJTC-06-2021-0123.
- 6 Choi Y., Kim H.-J., Lee Y. Economic consequences of the COVID-19 pandemic: will it be a barrier to achieving sustainability? // Sustainability. - 2022. - Vol. 14. - Iss. 3. - Art. 1629. DOI: 10.3390/su14031629.
- 7 Kabanova E.E., Vetrova E.A., Evstratova T.A. et al. The Impact of the COVID-19 pandemic on the development of internal tourism in the Russian Federation: A Statistical Analysis // Journal of Environmental Management and Tourism. - 2021. - Vol. 12. - Iss. 8. - pp. 2148-2156. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/6658> (date of access: 01.06.2026).
- 8 Li L., Tao Z., Lu L. et al. The Impact of COVID-19 on the regional tourism flow network: an empirical study in Hubei Province // Current Issues in Tourism. - 2022. - Vol. 25. - Iss. 2. - pp. 287-302. DOI: 10.1080/13683500.2021.1937075.
- 9 Rahman M.K., Gazi A.I., Bhuiyan M.A., Rahaman A. Effect of COVID-19 Pandemic on tourist travel risk and management perceptions // PLoS ONE. - 2021. - Vol. 16. - Iss. 9. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0256486> (date of access: 01.06.2026).
- 10 Sledzik K., Ploska R., Chmielewski M., Barembuch A. Calm before the storm in the European tourism sector: pre-COVID-19 multivariate competitive position analysis in the 2011-2019 period // Journal of Environmental Management and Tourism. - 2021. - Vol. 12. - Iss. 6. - pp. 1676-1686. DOI: 10.14505/jemt.v12.6(54).23.
- 11 Subadra I.N., Hughes H. Pandemic in Paradise: Tourism Pauses in Bali // Tourism and Hospitality Research. - 2022. - Vol. 22. - Iss. 1. - pp. 122-128. DOI: 10.1177/14673584211018493.
- 12 Отрокова Ю.А. Информационные технологии как основа качественного, персонифицированного обслуживания на гостиничных предприятиях / XIII Междунар. науч.-практич. конф. студентов, магистрантов и аспирантов, посвященная 116-летию со дня основания ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» и 78-летию со дня основания Высшей школы менеджмента ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»: мат. - М.: РЭУ имени Г.В. Плеханова, 2023. - С. 373-376.
- 13 Коровин И.М. Цифровая трансформация в сфере туризма и гостеприимства (на примере Турции) / XIII Междунар. науч.-практич. конф. студентов, магистрантов и аспирантов, посвященная 116-летию со дня основания ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» и 78-летию со дня основания Высшей школы менеджмента ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»: мат. - М.: РЭУ имени Г.В. Плеханова, 2023. - С. 367-369.
- 14 Аникудимов Е.А., Белый Е.М., Восколович Н.А., Киселева О.В., Лапочкина С.В., Львова Е.Н., Мызрова К.А., Пиньковецкая Ю.С., Рожкова Е.В., Романова И.Б., Чувашлова М.В. Внутренний туризм / под ред. Е.М. Белого. М.: КноРус. 2023. - 240 с.
- 15 Дементьева З.Д. Индустрия туризма и гостеприимства России в условиях развития цифровой экономики / XIII Междунар. науч.-практич. конф. студентов, магистрантов и аспирантов, посвященная 116-летию со дня основания ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова» и 78-летию со дня основания Высшей школы менеджмента ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г. В. Плеханова»: мат. - М.: РЭУ имени Г.В. Плеханова, 2023. - С. 352-355.
- 16 Национальный проект «Туризм и гостеприимство». <http://government.ru/rugovclassifier/920/about/> (дата обращения 01.06.2026).
- 17 Филин С.А., Гагарина Г.Ю. Туристская инфраструктура исторических городов, поселений и туристско-рекреационных зон // Сервис Plus. - 2012. - №1. - С. 45-49.
- 18 Игнатьев А.А. Инновации в туризме как эффективный метод повышения уровня конкурентоспособности турпродукта // Горизонты экономики. - 2017. - №4(37). - С. 28-35.
- 19 Филин С.А., Чайковская Л.А., Сатымбекова К.Б. Развитие автоматизации бухгалтерского учета посредством совершенствования программных продуктов и приложений // Экономика и управление: проблемы, решения. - 2019. - Т. 9(87). - №3. - С. 122-131.

References

- 1 Suhodolov A.P., Berezhnyh V.V. Perspektivy rossijsko-mongol'skogo sotrudnichestva v sfere mezhdunarodnogo turizma v Bajkal'skom regione (na primere turistskogo marshruta Bajkal-Hubsugul) / Mezhdunar. nauch.-praktich. konf. «Problemy kommercializacii nauchnyh issledovanij kak osnovy modernizacii jekonomiki regiona. Innovacionnye napravlenija razvitiya malogo i srednego predprinimatel'stva»: mat. / pod nauch. red. V.I. Samarui. Irkutsk: Izd-vo BGUJeP. - 2010. – T 1. - S. 25-30.
- 2 Filin S.A., Gagarina G.Ju. Strategija innovacionnogo razvitiya turisticheckoj infrastruktury territorial'nyh obrazovanij // Regional'naja jekonomika: teorija i praktika. - 2012. - T. 10. - Vyp. 1. - S. 7–18.
- 3 Balahanova D.K., Lopatina A.A. Problemy klient-menedzhmenta v moskovskoj industrii gostepriimstva i metody ih ustraneniya / Vseros. mezhdunar. nauch.-praktich. konf. «Innovacii v upravlenii social'no-jekonomicheskimi sistemami»: mat. - M.: RJeU imeni G.V. Plehanova, 2023. - S. 36-41.
- 4 Filin S.A., Karapetjan K.F., Byzova A.S. Jekologicheskie innovacii i ESG-transformacija turopatora FUN&SUN // Jekonomika i upravlenie: problemy, reshenija. 2023. - T. 2. - №7. - S. 151-157. DOI: 10.36871/ek.up.p.r.2023.07.02.014.
- 5 Ansari Z.A., Bashir M., Pradhan S. Impact of corona virus outbreak on travellers' behaviour: scale development and validation // International Journal of Tourism Cities. – 2022. - Vol. 8. - Iss. 3. - pp. 658–674. DOI: 10.1108/IJTC-06-2021-0123.
- 6 Choi Y., Kim H.-J., Lee Y. Economic consequences of the COVID-19 pandemic: will it be a barrier to achieving sustainability? // Sustainability. – 2022. - Vol. 14. - Iss. 3. - Art. 1629. DOI: 10.3390/su14031629.
- 7 Kabanova E.E., Vetrova E.A., Evstratova T.A. et al. The Impact of the COVID-19 pandemic on the development of internal tourism in the Russian Federation: A Statistical Analysis // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2021. – Vol. 12. - Iss. 8. - pp. 2148–2156. URL: <https://journals.aserspublishing.eu/jemt/article/view/6658> (date of access: 01.06.2026).
- 8 Li L., Tao Z., Lu L. et al. The Impact of COVID-19 on the regional tourism flow network: an empirical study in Hubei Province // Current Issues in Tourism. – 2022. – Vol. 25. - Iss. 2. - pp. 287–302. DOI: 10.1080/13683500.2021.1937075.
- 9 Rahman M.K., Gazi A.I., Bhuiyan M.A., Rahaman A. Effect of COVID-19 Pandemic on tourist travel risk and management perceptions // PLoS ONE. – 2021. - Vol. 16. - Iss. 9. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0256486> (date of access: 01.06.2026).
- 10 Śledzik K., Ploska R., Chmielewski M., Barembuch A. Calm before the storm in the European tourism sector: pre-COVID-19 multivariate competitive position analysis in the 2011–2019 period // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2021. - Vol. 12. - Iss. 6. - pp. 1676–1686. DOI: 10.14505/jemt.v12.6(54).23.
- 11 Subadra I.N., Hughes H. Pandemic in Paradise: Tourism Pauses in Bali // Tourism and Hospitality Research. – 2022. - Vol. 22. - Iss. 1. - pp. 122–128. DOI: 10.1177/14673584211018493.
- 12 Otrokova Ju.A. Informacionnye tehnologii kak osnova kachestvennogo, personificirovannogo obsluzhivaniya na gostinichnyh predpriyatiyah / XIII Mezhdunar. nauch.-praktich. konf. studentov, magistrantov i aspirantov, posvjashhennaja 116-letiju so dnja osnovaniya FGBOU VO «RJeU im. G. V. Plehanova» i 78-letiju so dnja osnovaniya Vysshej shkoly menedzhmenta FGBOU VO «RJeU im. G. V. Plehanova»: mat. – M.: RJeU imeni G.V. Plehanova, 2023. - S. 373-376.
- 13 Korovin I.M. Cifrovaja transformacija v sfere turizma i gostepriimstva (na primere Turcii) / XIII Mezhdunar. nauch.-praktich. konf. studentov, magistrantov i aspirantov, posvjashhennaja 116-letiju so dnja osnovaniya FGBOU VO «RJeU im. G. V. Plehanova» i 78-letiju so dnja osnovaniya Vysshej shkoly menedzhmenta FGBOU VO «RJeU im. G. V. Plehanova»: mat. – M.: RJeU imeni G.V. Plehanova, 2023. - S. 367-369.
- 14 Anikudimova E.A., Belyj E.M., Voskovich N.A., Kiseleva O.V., Lapochkina S.V., L'vova E.N., Myzrova K.A., Pin'koveckaja Ju.S., Rozhkova E.V., Romanova I.B., Chuvashlova M.V. Vnutrennij turizm / pod red. E.M. Belogo. M.: KnoRus. 2023. - 240 s.
- 15 Dement'eva Z.D. Industrija turizma i gostepriimstva Rossii v uslovijah razvitiya cifrovoj jekonomiki / XIII Mezhdunar. nauch.-praktich. konf. studentov, magistrantov i aspirantov, posvjashhennaja 116-letiju so dnja osnovaniya FGBOU VO «RJeU im. G. V. Plehanova» i 78-letiju so dnja osnovaniya Vysshej shkoly menedzhmenta FGBOU VO «RJeU im. G. V. Plehanova»: mat. – M.: RJeU imeni G.V. Plehanova, 2023. - S. 352-355.
- 16 Nacional'nyj proekt «Turizm i gostepriimstvo». <http://government.ru/rugovclassifier/920/about/> (data obrashhenija 01.06.2026).
- 17 Filin S.A., Gagarina G.Ju. Turistskaja infrastruktura istoricheskikh gorodov, poselenij i turistsko-rekreacionnyh zon // Servis Plus. - 2012. - №1. - S. 45-49.
- 18 Ignat'ev A.A. Innovacii v turizme kak jeffektivnyj metod povysheniya urovnja konkurentosposobnosti turprodukta // Gorizonty jekonomiki. - 2017. - №4(37). - S. 28-35.
- 19 Filin S.A., Chajkovskaja L.A., Satymbekova K.B. Razvitie avtomatizacii buhgalterskogo ucheta posredstvom sovershenstvovaniya programnyh produktov i prilozhenij // Jekonomika i upravlenie: problemy, reshenija. - 2019. - T. 9(87). - №3. - S. 122-131.

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

а Автор для корреспонденции (первый автор)

Филин Сергей Александрович – доктор экономических наук, профессор базовой кафедры управления инновационной и промышленной политикой, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова, г. Москва, Россия.

а Хат-хабарларга арналган автор (бірінші автор)

Филин Сергей Александрович – экономика ғылымдарының докторы, инновациялық және өнеркәсіптік саясатты басқару базалық кафедрасының профессоры, Г.В. Плеханов атындағы Ресей экономикалық университеті, Мәскеу қ., Ресей.

а The Author for Correspondence (The First Author)

Filin Sergey Alexandrovich – Doctor of Economics, Professor, Department of Corporate management and innovations (Plekhanov Russian University of Economics), Moscow, Russian.

e-mail: Filin.SA@rea.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6054-6510>

Дата поступления статьи: 04.06.2026

Дата принятия к публикации: 22.06.2026

ӘЛЕМДЕ ЖӘНЕ ҚАЗАҚСТАНДА
ТУРИСТІК БИЗНЕСІ 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

Батырбекова М.Р.^а, ^{id} Кадырбекова Д.С., ^{id} Агелеуова А.Т., ^{id}
Лютерович О.Г., ^{id} Дюсекеева Е.Т. ^{id}

Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

ДИНАМИКА ТУРИСТСКИХ ПОТОКОВ И СЕЗОННЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ВОСТОЧНО-КАЗАХСТАНСКОЙ ОБЛАСТИ

Батырбекова Мадина Ринатқызы, Кадырбекова Динара Сериковна, Агелеуова Айгуль
Токтархановна, Лютерович Олег Григорьевич, Дюсекеева Еркегуль Талгатовна

Динамика туристских потоков и сезонные особенности развития экологического туризма в Восточно-Казахстанской области

Аннотация. В статье представлена оценка развития экотуризма в Восточно-Казахстанской области, основанная на анализе динамики туристских потоков, структуры туристских прибытий, сезонных особенностей туристской активности и территориальной дифференциации туристских направлений в регионе. Исследование основано на официальных статистических данных, предоставленных Управлением туризма Восточно-Казахстанской области за период 2022-2025 годов, а также материалах региональной карты развития туризма. Исследование выявило положительные тенденции в притоке туристов, стабильное преобладание внутреннего туризма и двухпиковую сезонную структуру, характеризующуюся летним и зимним максимумами туристской активности. Полученные результаты показывают, что развитие экотуризма в регионе зависит от соответствия между обеспеченностью инфраструктурой, сезонной концентрацией туристского спроса и территориальной специализацией туристских зон. В рамках исследования были также выявлены приоритетные направления совершенствования инфраструктурного обеспечения развития экотуризма, среди которых особое значение имеет повышение транспортной доступности туристских территорий, развитие экологически ориентированной инфраструктуры для посетителей, а также более сбалансированное и территориально дифференцированное распределение инвестиций в туристскую сферу.

Ключевые слова: экотуризм, туристский поток, сезонность, туристская инфраструктура, устойчивое развитие, территориальная дифференциация.

Батырбекова Мадина Ринатқызы, Кадырбекова Динара Сериковна, Агелеуова Айгуль
Токтархановна, Лютерович Олег Григорьевич, Дюсекеева Еркегуль Талгатовна

Шығыс Қазақстан облысындағы туристік ағындардың серпіні және экологиялық туризмді дамытудың маусымдық ерекшеліктері

Аңдатпа. Мақалада Шығыс Қазақстан облысындағы экотуризмнің дамуы туристік ағындар динамикасын, туристік келулер құрылымын, туристік белсенділіктің маусымдық ерекшеліктерін және өңірдегі туристік бағыттардың аумақтық саралануын талдау негізінде бағаланды. Зерттеу 2022-2025 жылдар аралығындағы Шығыс Қазақстан облысының туризм басқармасы ұсынған ресми статистикалық деректерге, сондай-ақ туризмді дамытудың өңірлік картасы материалдарна сүйенеді. Зерттеу нәтижелері туристік ағындардың оң динамикасын, ішкі туризм үлесінің тұрақты басымдығын және жазғы әрі қысқы кезеңдердегі шекті көрсеткіштермен сипатталатын екі шынды маусымды анықтады. Алынған нәтижелер өңірдегі экотуризмнің дамуы инфрақұрылымын қамтамасыз ету деңгейіне, туристік сұраныстың маусымдық шоғырлануына және туристік аумақтардың функционалдық мамандануына тікелей байланысты екенін көрсетті. Сонымен қатар зерттеу барысында экотуризмді дамыту үшін инфрақұрылымдық жағдайларды жетілдірудің басым бағыттары айқындалды. Олардың қатарына көлік қолжетімділігін арттыру, келушілерге арналған экологиялық тұрақты инфрақұрылымды дамыту және туризм саласына бағытталатын инвестицияларды аумақтық тұрғыдан неғұрлым сараланған бөлу жатады.

Түйін сөздер: экотуризм, туристік ағын, маусымдылық, туристік инфрақұрылым, тұрақты даму, аумақтық саралану.

Batyrbekova Madina Rinatkyzy, Kadyrbekova Dinara Serikovna, Ageleuova Aigul Toktarkhanovna,
Luterovich Oleg Grigorievich, Dyusekeeva Yerkegul Talgatovna

The dynamics of tourist flows and seasonal features of the development of ecological tourism in the East Kazakhstan region

Abstract. The article presents an assessment of the development of ecotourism in the East Kazakhstan region, based on an analysis of the dynamics of tourist flows, the structure of tourist arrivals, seasonal features of tourist activity and the territorial differentiation of tourist destinations in the region. The study is based on official statistical data provided by the Tourism Department of the East Kazakhstan region for the period 2022-2025, as well as materials from the regional tourism development map. The study revealed positive trends in the influx of tourists, a stable predominance of domestic tourism and a two-peak seasonal structure characterized by summer and winter peaks of tourist activity. The results show that the development of ecotourism in the region depends on the correlation

between the availability of infrastructure, the seasonal concentration of tourist demand and the territorial specialization of tourist zones. The study also identifies priority areas for improving infrastructure conditions for the development of ecotourism, including increasing transport accessibility, developing environmentally sustainable infrastructure for visitors, and a more geographically differentiated distribution of tourism-related investments.

Key words: ecotourism, tourist flow, seasonality, tourist infrastructure, sustainable development, territorial differentiation.

Введение. Туризм сегодня относится к числу наиболее динамично развивающихся и экономически значимых отраслей мировой экономики, обеспечивая существенную часть доходов многих государств. В современных условиях особое значение приобретает концепция устойчивого туризма, основанная на сбалансированном учете экологических, социальных и экономических аспектов развития. По данным отчета Booking.com «Sustainable Travel Report 2023», опубликованного ко Дню Земли, около 87 % путешественников во всем мире заинтересованы в более экологичном формате путешествий. Устойчивый туризм предполагает применение подходов, направленных на снижение негативного воздействия туристской деятельности при одновременном усилении ее положительных эффектов. Данный подход основан на согласовании интересов туристов, принимающих территорий, местного населения, предпринимательского сектора и окружающей среды. Это способствует развитию экологически ответственного транспорта, внедрению принципов устойчивого функционирования средств размещения и расширению потребления локальной продукции, что в совокупности обеспечивает достижение целей устойчивого развития туристской отрасли [1].

Актуальность исследования подтверждается и на государственном уровне. В частности, в Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029 годы развитие экологического туризма обозначено как одно из приоритетных направлений устойчивого развития туристского сектора страны. В концепции определены приоритетные направления внедрения механизмов устойчивого управления в туристской сфере, включая развития экотуризма на основе действующей нормативно-правовой базы, прежде всего на особо охраняемых природных территориях (ООПТ). Документ также предусматривает внедрение систем добровольной сертификации субъектов экотуризма, развитие цифровых решений – реестров, информационных платформ и сервисов онлайн-бронирования, а также последовательное продвижение экологической культуры, экологического просвещения и принципов ответственного взаимодействия с природной средой [2].

Несмотря на это, экотуризм нередко рассматривается преимущественно как коммерчески привлекательный сегмент туристского рынка, обеспечивающий доступ к относительно малоосвоенным и природно ценным территориям. Подобный подход может смещать акцент с задач устойчивого развития и природоохранной деятельности на получение краткосрочных экономических выгод. В связи с этим разработка и реализация комплексных мер поддержки экотуризма приобретают особую актуальность.

В Казахстане научная разработанность проблематики экотуризма остается недостаточной. Существующие исследования преимущественно затрагивают отдельные аспекты развития отрасли и не формируют целостного теоретико-практического представления о механизмах устойчивого развития экотуризма. Данный исследовательский пробел обуславливает необходимость дальнейших комплексных научных исследований в этой области.

В современных научных работах, посвященных устойчивому развитию туризма, инфраструктурное обеспечение рассматривается как один из ключевых факторов, определяющих туристскую привлекательность территории, качество туристского опыта и устойчивость региональных туристских систем в долгосрочной перспективе [3].

Для Восточно-Казахстанской области (ВКО), которая отличается большим разнообразием природных ландшафтов и охраняемых территорий, экотуризм представляет собой практический путь повышения территориальной привлекательности и диверсификации региональной туристской экономики. В то же время реальный рост экотуризма зависит не только от наличия природных ресурсов, но и от качества и доступности туристской инфраструктуры – транспортного сообщения, базовых услуг для посетителей, информационной поддержки и рационального природопользования, особенно в пиковые периоды [4].

Ключевой проблемой для многих туристских направлений является пространственная и сезонная неравномерность туристского спроса. Потоки туристов, как правило, концентрируются в ограниченном числе хорошо известных мест и

в определенные месяцы, что создает риск перегрузки некоторых территорий, в то время как другие районы остаются недостаточно загруженными. Такой дисбаланс может снизить удовлетворенность посетителей, увеличить нагрузку на природные объекты и ограничить эффективность инвестиций в инфраструктуру. Таким образом, оценка на основе данных, сочетающая статистику туризма с географическим анализом, необходима для определения приоритетных областей для развития инфраструктуры, управления нагрузками в пиковый сезон и поддержки планирования устойчивого экотуризма.

Цель исследования – провести оценку развития экотуризма в Восточно-Казахстанской области путем анализа туристских потоков и сезонности.

Задачи исследования:

- проанализировать динамику и пространственное распределение туристских потоков в Восточно-Казахстанской области;
- выявить сезонные особенности туристской активности и определить периоды наибольшей туристской нагрузки;
- определить приоритетные направления совершенствования инфраструктурных условий развития экотуризма в регионе.

Материалы и методы. Эмпирическую основу исследования составили официальные статистические и нормативно-правовые документы, отражающие особенности развития туристской отрасли Восточно-Казахстанской области (ВКО).

Первым источником данных послужил официальный ответ Управления туризма Восточно-Казахстанской области на запрос автора (2026 г.), содержащий сведения о туристских прибытиях за 2022–2025 гг., сезонной динамике туристской активности, а также об инвестициях в основной капитал, направленных на развитие туристской сферы региона.

Вторым источником выступило Постановление акимата Восточно-Казахстанской области от 30 октября 2025 года № 273 «Об утверждении Региональной карты развития туризма», включая приложение с перечнем 23 туристских территорий региона. Документ содержит сведения о местоположении объектов, их географических координатах, специализации по видам туризма, сезонности функционирования, а также отдельных инфраструктурных и функциональных характеристик.

Совместное использование указанных источников позволило провести комплексный анализ развития туризма в Восточно-Казахстанской

области по трём взаимосвязанным направлениям: динамике туристских потоков, особенностям сезонного распределения туристской активности и состоянию инфраструктурного обеспечения в территориальном и институционально-планировочном аспектах.

В процессе исследования применялись методы статистического, сравнительного и пространственного анализа. Статистический анализ использовался для оценки динамики туристских прибытий и инвестиционной активности, сравнительный анализ – для выявления особенностей развития отдельных туристских территорий, а пространственный анализ – для изучения территориального распределения туристских ресурсов и объектов туристской инфраструктуры в регионе.

В данном исследовании применен статистико-географический подход для оценки развития экотуризма в Восточно-Казахстанской области. Методологическая основа объединяет статистический анализ, сравнительный анализ и территориальную интерпретацию показателей развития туризма.

В исследовании были использованы следующие методы:

- обобщение официальных статистических данных о туристских прибытиях, их структуре (внутренний и въездной туризм), а также об объёмах инвестиций в туристскую инфраструктуру региона;
- статистический анализ динамики туристских прибытий за 2022–2025 гг., включая расчёт абсолютных изменений, темпов роста и темпов прироста. Данный метод позволил выявить основные тенденции развития туристской отрасли и оценить интенсивность её роста;
- структурный анализ туристских потоков по происхождению посетителей (внутренние и международные туристы) с целью определения вклада каждой категории в общий объём туристских прибытий;
- анализ сезонности на качественно-аналитическом уровне. Поскольку официальный источник содержал описательные, а не помесечные количественные данные о сезонных колебаниях туристской активности, оценка сезонности осуществлялась посредством интерпретации официально зафиксированных периодов максимального и минимального спроса (летний пик, вторичный зимний пик и межсезонный спад);
- пространственный анализ развития туризма на основе утверждённого перечня 23 туристских территорий и их специализации (эко-

логический, пляжный, горнолыжный, сельский и смешанный туризм). Данный подход позволил выявить особенности территориальной организации туризма и определить элементы кластерной модели развития туристской отрасли Восточно-Казахстанской области;

- институциональный и планировочный анализ инфраструктурного обеспечения туристских территорий. В условиях отсутствия единой открытой базы данных, содержащей детализированные количественные показатели инфраструктуры по каждой территории, оценка проводилась на основе официальных документов стратегического планирования и регулирования, включая Региональную карту развития туризма. При анализе учитывались транспортная доступность, инженерно-коммунальная инфраструктура, обеспеченность коммуникациями, а также мероприятия по развитию туристских маршрутов и троп.

В ходе исследования использовались следующие статистические показатели:

- абсолютное изменение численности туристских прибытий;
- темпы роста и темпы прироста туристских потоков;
- доля внутренних и международных туристов в общем объеме прибытий;
- сравнительная оценка динамики туристских потоков и инвестиционной активности.

На территориальном уровне применялась качественная типологическая группировка туристских территорий по двум основным призна-

кам: а) сезонности функционирования (летние, зимние и круглогодичные туристские территории); б) туристской специализации (экологический, пляжный, горнолыжный, сельский и смешанный туризм).

Ограничения исследования. Методологическим ограничением исследования является использование преимущественно агрегированных статистических данных и нормативно-плановой информации об инфраструктурном развитии туристских территорий. В проанализированных официальных источниках отсутствовали стандартизированные количественные показатели инфраструктурной обеспеченности отдельных туристских территорий, включая вместимость средств размещения, параметры санитарно-гигиенической инфраструктуры, плотность объектов обслуживания и пропускную способность транспортной сети. В связи с этим оценка инфраструктурного потенциала проводилась преимущественно на институциональном и территориально-планировочном уровнях, без детального метрического анализа каждой туристской территории.

Результаты. Поскольку туристская деятельность в регионе пространственно неравномерна и функционально разнообразна, оценка развития экотуризма требует учета взаимосвязи между туристским спросом, сезонной концентрацией, территориальной специализацией и проблемами, связанными с инфраструктурой. На рисунке 1 представлена концептуальная основа, лежащая в основе аналитической логики исследования.

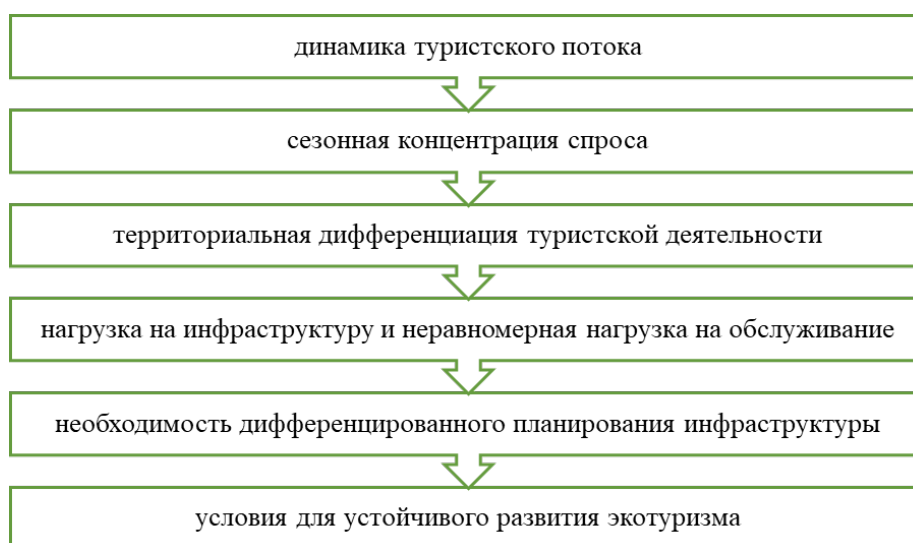


Рисунок 1 – Концептуальные основы статистическо-территориальной оценки развития экотуризма (составлено авторами на основе источника [5])

Вышеуказанный рисунок иллюстрирует аналитическую логику исследования, демонстрируя взаимосвязь между динамикой туристских потоков, сезонной концентрацией спроса, территориальной дифференциацией и проблемами, связанными с инфраструктурой, влияющими на развитие экотуризма в Восточно-Казахстанской области.

Так как официальная статистика по Восточно-Казахстанской области (ВКО) представлена по туризму в целом, а не по экотуризму как отдельной статистической категории, в данном исследовании использовались совокупные показатели туризма в качестве контекстуальных и косвенных переменных макроуровня для оценки условий развития экотуризма. В связи с этим была проанализирована динамика общего числа прибывших туристов как показатель общего туристского спроса, в рамках которого развивается экотуризм.

Анализ официальной статистики свидетельствует о положительной динамике турпотока в ВКО за 2022-2025 годы. Общее число прибывших туристов увеличилось с 360 319 человек в 2022 году до 370 054 в 2023 году и далее до 427 794 в 2024 году, что свидетельствует об усилении зарегистрированной туристской активности в регионе. Динамика по сравнению с предыдущим годом была неравномерной: рост в 2023 году был умеренным, в то время как наиболее значительный ежегодный прирост наблюдался в 2024 году (+15,6% по сравнению с 2023 годом), что свидетельствует об ускорении туристского спроса на региональном уровне. За 2025 год туристский поток достиг 446 800 человек [6].

Структура туристских прибытий в Восточно-Казахстанскую область (ВКО) характеризуется стабильным преобладанием внутреннего туризма на протяжении всего наблюдаемого периода. Согласно официальной статистике, в 2022-2024 годах подавляющее большинство от общего числа прибывших составляли местные туристы, в то время как доля иностранных посетителей оставалась сравнительно низкой.

В 2022 году число внутренних прибытий составило 342 490 человек по сравнению с 17

829 иностранными прибытиями; в 2023 году соответствующие показатели составили 351 709 и 18 345 человек, в 2024 году – 409 724 и 18 070 человек, а в 2025 году – 428 300 и 18 500 соответственно. Таким образом, хотя в 2025 году общее число прибывших туристов существенно увеличилось, зарубежный сегмент не продемонстрировал пропорционального роста и практически не изменился в абсолютном выражении.

В результате структура туристского рынка ВКО может быть интерпретирована как ориентированная на внутренний рынок, с ограниченным вкладом въездного туризма в общую динамику роста. Это важный контекстуальный вывод для исследований в области экотуризма, поскольку он указывает на то, что нынешний рост спроса, связанного с туризмом, в регионе поддерживается главным образом за счет внутренней мобильности и местных моделей отдыха.

В то же время низкая и относительно стабильная доля иностранных туристов свидетельствует о недоиспользовании потенциала въездного экотуризма, особенно учитывая наличие в регионе привлекательных с международной точки зрения природных и горных направлений [7, с. 12]. Таким образом, в данном исследовании структура туристских прибытий интерпретируется не как прямое измерение спроса на экотуризм, а как показатель состояния рынка, отражающий баланс между внутренним и международным спросом в рамках более широкой среды развития экотуризма.

Для того, чтобы обобщить наблюдаемую динамику и структуру рынка, в таблице 1 представлены ключевые показатели туристских прибытий в Восточно-Казахстанскую область, включая общее количество прибывших, структуру происхождения посетителей и отдельные относительные показатели. Таблица используется в данном исследовании в качестве статистической основы для интерпретации более широких условий развития экотуризма в ВКО, учитывая отсутствие отдельной официальной статистики по потокам экотуризма.

Таблица 1 – Динамика и структура туристских прибытий в Восточно-Казахстанскую область (Составлено авторами на основе официальных данных Управления туризма Восточно-Казахстанской области)

Год	Внутренние прибытия	Внутренняя доля, %	Иностранные прибытия	Иностранная доля, %
2022	342,490	95.05	17,829	4.95
2023	351,709	95.04	18,345	4.96
2024	409,724	95.78	18,070	4.22
2025	428,300	95,86	18 500	4.14

Как показано в таблице 1, региональный туристский рынок демонстрирует как положительную общую тенденцию роста, так и стабильное преобладание внутреннего спроса. Эти закономерности важны для дальнейшей интерпретации сезонности туризма, поскольку распределение туристской активности во времени напрямую влияет на нагрузку на инфраструктуру и условия функционирования объектов природного и экотуризма.

Согласно официальному ответу регионального управления по туризму, туристская активность в Восточно-Казахстанской области (ВКО) демонстрирует ярко выраженную сезонность, с основным пиком летом (июнь-август) и вторичным пиком зимой (декабрь-февраль), в то время как весна и осень характеризуются более низкой активностью. В связи с отсутствием в имеющемся официальном ответе статистических данных с разбивкой по месяцам, эта сезонная динамика интерпретируется в настоящем исследовании как документально подтвержденная качественная характеристика динамики регионального туризма.

Выявленная закономерность свидетельствует о концентрации туристского спроса в Восточно-Казахстанской области в два основных сезона, каждый из которых связан с определёнными

типами туристских дестинаций и формами рекреационной деятельности. Летний пик обусловлен повышенным спросом на отдых в природной среде, включая посещение озёр, водохранилищ и особо охраняемых природных территорий. Зимний пик, напротив, связан с развитием горнолыжного туризма и других видов активного зимнего отдыха. Таким образом, сезонная структура туристских потоков в регионе характеризуется двухпиковой моделью, что отличает её от традиционной односезонной организации туристской деятельности.

Для анализа развития экологического туризма особое значение имеет фактор сезонности, поскольку он определяет сроки и интенсивность использования туристской инфраструктуры на природных территориях. Высокая концентрация туристов в летний период способствует увеличению нагрузки на транспортную инфраструктуру, объекты обслуживания посетителей, санитарно-гигиенические сооружения и системы обращения с отходами, особенно на экологически чувствительных территориях. В этой связи обеспечение устойчивого управления туристскими потоками становится важным условием сохранения природных комплексов и поддержания качества туристского опыта.

Таблица 2 – Качественная характеристика сезонности туристской активности в Восточно-Казахстанской области и её инфраструктурные последствия (составлена авторами на основе данных Управления туризма Восточно-Казахстанской области)

Сезонный период	Относительная туристская активность	Основные формы туризма / профиль направления	Последствия для инфраструктуры, связанной с экотуризмом
Июнь – август (летний пик)	Самый высокий	Отдых на природе, туризм на озерах/ водохранилищах, посещение охраняемых природных территорий, активный отдых на природе	Пиковая нагрузка на подъездные пути, услуги для посетителей, санитарно-технические сооружения, сбор отходов и рациональное природопользование в местах отдыха на природе
Декабрь – февраль (зимний пик)	Вторичный пик	Горнолыжный туризм, зимний активный отдых, горные направления	Повышенная локальная нагрузка на инфраструктуру зимнего доступа, коммунальные услуги, службы безопасности и техническое обслуживание мест назначения
Весна и осень (межсезонные периоды)	Ниже, чем в пиковые сезоны	Снижение туристской активности, выборочные поездки, краткосрочный отдых	Снижение нагрузки на туристскую инфраструктуру; благоприятный период для проведения технического обслуживания объектов, модернизации сервисов и разработки новых туристских продуктов в межсезонный период

Вместе с тем наличие выраженного зимнего туристского сезона создаёт предпосылки для более равномерного использования туристской инфраструктуры в течение года. Это позволяет снизить уровень сезонной концентрации туристских потоков и повысить эффективность эксплуатации объектов туристской индустрии. Однако реализация данного потенциала требует соответствия территориальной специализации туристских дестинаций и уровня инфраструктурной готовности особенностям сезонного спроса.

Таким образом, в данном исследовании сезонность рассматривается не как изолированный описательный признак, а как ключевое контекстуальное условие, влияющее на функционирование и требования к инфраструктуре территорий, связанных с экотуризмом в ВКО.

Для систематизации официально задокументированной сезонной структуры и ее аналитических последствий для использования инфраструктуры, связанной с экотуризмом, в таблице

2 представлена качественная сводка туристской активности по сезонным периодам.

Таким образом, таблица 2 подтверждает двухпиковую сезонную структуру туристской активности в ВКО, с наибольшей концентрацией спроса летом и вторичным пиком зимой.

Официальные данные об инвестициях в основной капитал в секторе туризма в Восточно-Казахстанской области свидетельствуют о значительном совокупном объеме инвестиций за 2020-2025 годы. Согласно имеющейся официальной информации, общий объем инвестиций в сектор за этот период достиг 110,3 млрд тенге.

В то же время траектория инвестиций была нелинейной. После относительно высокого уровня в 2021 году объемы инвестиций снизились в 2022 году, а затем снова постепенно увеличились в 2023-2025 годах. Эта закономерность свидетельствует скорее о колебаниях инвестиционной активности, чем о стабильной линейной тенденции роста (рисунок 2).

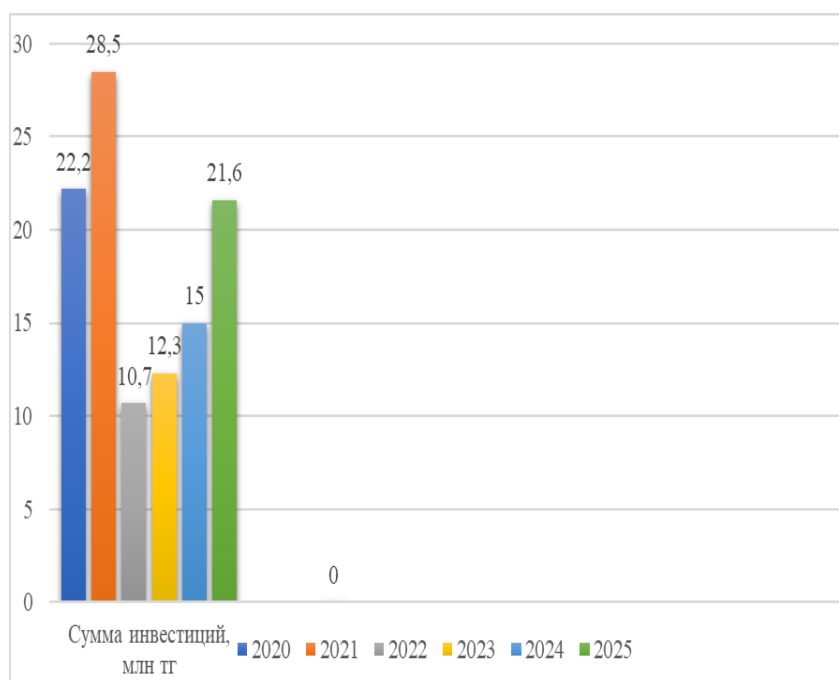


Рисунок 2 – Динамика инвестиций в основной капитал в сфере туризма ВКО, 2020-2025 гг. (Составлено авторами на основе официального ответа соответствующего органа)

На рисунке 1 показана колеблющаяся траектория инвестиций в туристский сектор ВКО с пиком в 2021 году, резким снижением в 2022 году и постепенным восстановлением в 2023-2025 годах. Данная динамика может

интерпретироваться как контекстуальный показатель условий развития инфраструктуры на макроуровне, а не как прямой показатель обеспеченности инфраструктурой для экотуризма.

В совокупности результаты анализа туристских потоков, сезонности туристской активности и инвестиционной динамики позволяют сформировать общее представление о современном состоянии и тенденциях развития туристской отрасли Восточно-Казахстанской области. Вместе с тем официальная статистика не выделяет экологический туризм в качестве самостоятельной категории наблюдения, что ограничивает возможности его прямой количественной оценки. В связи с этим дальнейший анализ требует перехода от агрегированных региональных показателей к институциональному и территориальному уровням исследования, позволяющим оценить условия и предпосылки развития экотуризма с учётом пространственной организации туристских территорий, их специализации и инфраструктурного обеспечения.

Другим важным аналитическим результатом исследования является применение региональной карты развития туризма в качестве основы для пространственной и функциональной дифференциации туристских территорий в Восточно-Казахстанской области (ВКО). Приложение к региональной карте развития туризма включает список из 23 туристских территорий, сопровождаемый территориальными и описательными характеристиками, позволяющими перейти от

преимущественно институциональной перспективы к более дифференцированной по территориальному признаку интерпретации условий развития туризма и экотуризма.

В контексте данного исследования выявленные территории концептуализируются не как однородное региональное туристское пространство, а как гетерогенная территориальная система, характеризующаяся значительным функциональным разнообразием. Анализируемые территории включают природные рекреационные зоны, водные туристские направления, зоны зимнего туризма, зоны сельского туризма и многофункциональные туристские объекты. С аналитической точки зрения эта дифференциация особенно важна, поскольку требования к инфраструктуре, структура пиковой нагрузки и потребности в управлении пунктами назначения существенно различаются в зависимости от функциональной специализации каждой территории.

Кроме того, территориальная классификация обеспечивает основу для выявления различий в сезонных режимах работы, включая летний, зимний, смешанный и круглогодичный туризм. Такая дифференциация имеет непосредственное отношение к оценке условий использования инфраструктуры и ее адекватности для направлений, связанных с экотуризмом, в регионе.

Таблица 3 – Аналитическая группировка территорий в структуре карты туристификации (составлено авторами)

Типологическая группа территорий	Функциональный профиль	Типичный профиль сезонности	Ключевая направленность инфраструктуры
Природные территории / охраняемые территории	Экотуризм, природный туризм	В основном летний или смешанный (в зависимости от территории)	Доступность территории, организация туристских маршрутов, управление посетителями и обращение с отходами
Территории для отдыха на воде	Отдых на озерах и водохранилищах, пляжный туризм	Преимущественно летний	Дороги, санитария, сбор отходов, береговые службы дороги, санитарно-гигиенические объекты, системы сбора и утилизации отходов, береговая инфраструктура
Территории для зимнего отдыха/ катания на лыжах	Горнолыжный туризм, зимний отдых в горах, активный зимний туризм	Преимущественно зимний	Поддержание транспортной доступности в зимний период, развитие коммунальной инфраструктуры и обеспечение безопасности туристов
Сельские и приусадебные территории	Сельский туризм, проживание в гостевых домах, отдых на природе	Смешанный или круглогодичный (с сезонными пиками)	Обеспечение местной транспортной доступности, модернизация коммунального хозяйства и развитие коммуникационных сетей, включая цифровую и телекоммуникационную инфраструктуру
Многофункциональные туристские территории	Сочетание отдыха на природе, оздоровления, рыбалки и/или сезонного досуга	Смешанный или круглогодичный	Гибкое и поэтапное планирование инфраструктурных объектов с учётом динамики туристского спроса и приоритетов территориального развития

В таблице 3 представлена аналитическая группировка туристских территорий, определенных на региональной карте развития туризма, в соответствии с их функциональным профилем и особенностями сезонности, а также соответствующими инфраструктурными последствиями для развития экотуризма в Восточно-Казахстанской области.

Типологическая группировка, представленная в таблице 3, находит подтверждение в пространственном распределении основных туристских объектов региона, обозначенных в официальных статистических материалах, среди которых Бухтарминское водохранилище, Сибинские озера, Катон-Карагайский государственный национальный природный парк, а также горнолыжные комплексы «Алтайские Альпы» и «Нуртау».

Данные туристские территории демонстрируют сочетание различных функциональных направлений туризма, включая водно-рекреационный отдых, природно-ориентированный и экологический туризм, а также зимние виды туризма в рамках единой региональной туристской системы. Это свидетельствует о территориальной неоднородности условий развития туризма в Восточно-Казахстанской области.

Так, озерные рекреационные зоны, включая Бухтарминское водохранилище, озеро Маркаколь и Сибинские озера, характеризуются высокой сезонной концентрацией туристских потоков, что сопровождается нагрузкой на транспортную доступность, санитарную инфраструктуру и системы сбора и утилизации отходов. В свою очередь, зимние туристские центры требуют устойчивого транспортно-логистического обеспечения в зимний период и наличия круглогодичной сервисной инфраструктуры.

Особое значение для развития экотуризма имеет Катон-Карагайский государственный национальный природный парк, где ключевую роль играет формирование инфраструктуры, соответствующей требованиям природоохранного туризма и специфике экологически чувствительных территорий.

Планируемые проекты, реализуемые в Катон-Карагайском районе, Усть-Каменогорске, а также на территориях Сарыбея и Садырколя, отражают стратегию пространственно диверсифицированного развития туристской инфраструктуры. Это свидетельствует о стремлении обеспечить сбалансированное освоение туристского потенциала региона и снизить зависимость от отдельных туристских центров.

Следовательно, экотуризм в Восточно-Казахстанской области развивается не как изо-

лированное направление, а как составной элемент комплексной туристской системы региона, включающей различные виды туризма, территориальные кластеры и модели инфраструктурного обеспечения.

Таким образом полученные результаты исследования показывают, что развитие туризма в Восточно-Казахстанской области характеризуется, во-первых, ростом общего числа прибывающих туристов, во-вторых, стабильным преобладанием внутреннего туризма, в-третьих - двумя сезонными пиками (летом и зимой). Взятые вместе, эти закономерности определяют общую среду спроса, в рамках которой развивается экотуризм в регионе.

В то же время анализ туристификации и типологии туристских территорий показывает, что обеспеченность инфраструктурой следует интерпретировать не только на региональном уровне, но и с учетом территориальной специализации и сезонности. Выявленные местоположения и территориальные группы указывают на то, что условия развития туризма и экотуризма в ВКО являются пространственно дифференцированными и функционально специфичными.

Следовательно, совокупный анализ подтверждает вывод о том, что развитие экотуризма в ВКО следует оценивать через взаимодействие совокупной динамики туризма, сезонной концентрации спроса и территориально дифференцированных условий инфраструктуры.

Обсуждение. Результаты проведенного исследования свидетельствуют о том, что развитие экотуризма в Восточно-Казахстанской области необходимо рассматривать в контексте общих процессов развития региональной туристской системы. Рост туристских потоков, выраженная сезонность и различия в уровне инфраструктурного обеспечения подтверждают, что экотуризм развивается как составная часть регионального туристского комплекса, а не как самостоятельное и обособленное направление.

Высокий природно-рекреационный потенциал региона формирует важные предпосылки для развития экотуризма, однако наличие природных ресурсов само по себе не обеспечивает устойчивого функционирования данного сектора. Эффективное развитие экотуризма определяется совокупностью взаимосвязанных факторов, среди которых особое значение имеет транспортная доступность территорий, уровень развития базовой туристской инфраструктуры, регулирование сезонных колебаний туристской активности и рациональная организация туристских потоков.

Вместе с тем положительная динамика общего туристского потока в Восточно-Казахстанскую область формирует благоприятную основу для дальнейшего расширения и укрепления экотуристского направления в регионе. Однако количественный рост туризма следует интерпретировать не только как показатель растущего спроса, но и как фактор, потенциально усиливающий нагрузку на природные территории. В этом контексте развитие экотуризма требует не просто увеличения посещаемости, но и приведения туристской деятельности в соответствие с инфраструктурными возможностями территорий и принципами рационального природопользования.

Анализ структуры туристского потока показал, что развитие туризма в Восточно-Казахстанской области в первую очередь обусловлено внутренним спросом. Преобладание внутренних туристов указывает на то, что текущий рост регионального туристского сектора поддерживается в основном за счет внутренней мобильности, а не за счет стабильного увеличения международных туристских прибытий. В контексте экотуризма эта тенденция имеет большое значение, поскольку свидетельствует о существовании относительно стабильного внутреннего рынка путешествий по природным и рекреационным зонам региона.

В то же время ограниченная доля въездного туризма свидетельствует о том, что потенциал международного экотуризма Восточно-Казахстанской области остается недоиспользованным. Это может быть объяснено несколькими взаимосвязанными факторами, включая недостаточную международную известность региональных направлений, ограниченную транспортную доступность, неравномерное качество обслуживания и отсутствие специализированной инфраструктуры, адаптированной к ожиданиям иностранных гостей. Таким образом, хотя нынешняя структура спроса обеспечивает основу для развития экотуризма за счет внутреннего туризма, она также свидетельствует о необходимости укрепления позиций региона на рынке въездного туризма.

Выявленная сезонная закономерность показывает, что туристская активность в Восточно-Казахстанской области характеризуется двумя пиковыми периодами – летом и зимой. Это указывает на то, что региональная туристская система функционирует в неравномерных временных условиях, что увеличивает нагрузку на инфраструктуру в периоды высокого спроса. Для эко-

туризма сезонность важна не только как характеристика туристского спроса, но и как фактор, определяющий потребности в инфраструктуре. Летние пики в основном связаны с природными и рекреационными путешествиями, в то время как зимние пики связаны с горным и зимним туризмом. В результате разные сезоны создают разную нагрузку на инфраструктуру.

Также результаты показывают, что инвестиции в туристский сектор Восточно-Казахстанской области нестабильны, что свидетельствует о неравномерном формировании региональной инфраструктурной базы. В контексте экотуризма это методологически важно, поскольку развитие инфраструктуры зависит не только от масштаба инвестиций, но и от ее пространственной ориентации и функциональной значимости. Соответственно, влияние инвестиций следует оценивать не только по совокупному объему, но и по их соответствию дефициту инфраструктуры на конкретных территориях и сезонному характеру их использования.

Проведенный анализ подтверждает, что туристские территории Восточно-Казахстанской области различаются по функциональной специализации, сезонному режиму и уровню обеспеченности инфраструктурой. Это исключает возможность единого подхода к развитию экотуризма на региональном уровне.

Следовательно, планирование инфраструктуры должно основываться на территориальной дифференциации. Для природных территорий приоритет следует отдавать экологически приемлемой инфраструктуре для посетителей; для рекреационных озерных зон – сезонному обслуживанию и средствам доступа; для горных территорий – транспортной доступности и инфраструктуре, связанной с безопасностью.

В целом, проведенный анализ позволил определить приоритетные направления совершенствования инфраструктурного обеспечения развития экотуризма в Восточно-Казахстанской области. К ним относятся развитие экологически безопасной базовой инфраструктуры в природных зонах, улучшение транспортной доступности к местам экотуризма, усиление предоставления услуг с учетом сезонных колебаний и более целенаправленное распределение инвестиций в инфраструктуру с учетом территориальной дифференциации туристских зон. Определение этих приоритетов основано на выявленном несоответствии между ростом туристского спроса, сезонной концентрацией посещений и неодинаковым уровнем готовности инфраструктуры на разных

территориях. Следовательно, совершенствование инфраструктуры экотуризма в регионе должно осуществляться не на основе единообразного подхода, а на основе пространственно-дифференцированного планирования, учитывающего функциональный профиль, сезонность использования и экологическую чувствительность конкретных мест назначения.

Заключение. Исследование показало, что Восточно-Казахстанская область имеет благоприятные условия для развития экотуризма благодаря своему природному и рекреационному потенциалу и общему росту туристских потоков. В то же время анализ выявил ряд сдерживающих факторов, включая преобладание внутреннего туризма, ограниченный въездной спрос, выраженную сезонность, неравномерную динамику инвестиций и территориальные различия в обеспечении инфраструктурой.

Результаты показывают, что основной проблемой для развития экотуризма в регионе является несоответствие между растущим туристским спросом, сезонной концентрацией посещений и неодинаковым уровнем готовности инфраструктуры на разных территориях. Это подтверждает, что экотуризм следует развивать не на основе единого регионального подхода, а на основе территориально дифференцированно-го планирования инфраструктуры.

Исследование также показало, что в отсутствие прямых статистических данных об экоту-

ризме его развитие можно оценить с помощью косвенных показателей, таких как динамика туристского потока, структура спроса, сезонность, инвестиционные тенденции и территориальная типология. Такой подход позволил выявить основные инфраструктурные ограничения и приоритеты развития на региональном уровне.

Исходя из полученных результатов, приоритетными направлениями улучшения инфраструктуры экотуризма в Восточно-Казахстанской области являются создание экологически безопасных объектов для посетителей, улучшение транспортной доступности, усиление сезонного обслуживания и более целенаправленное территориальное распределение инвестиций в инфраструктуру. В целом, устойчивое развитие экотуризма в регионе зависит от согласования инфраструктурной политики с сезонным спросом и функциональными характеристиками конкретных территорий.

Информация о финансировании. Авторы выражают искреннюю благодарность ректору Казахской академии спорта и туризма за доступ к необходимым ресурсам и предоставленную возможность проводить исследования в рамках проекта «Разработка и внедрение экспедиционных маршрутов по культурному туризму для формирования исследовательских компетенций обучающихся образовательных программ «Туризм», «Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм» Казахской академии спорта и туризма».

Список литературы

- 1 Конурбаева Ж.Т., Суйеубаева С.Н., Закимова А.М. Мезенцева Л.А., Турегельдинова А.Ж., Амралинова Б.Б. Перспективы развития экотуризма Восточно-Казахстанской области в условиях реализации концепции устойчивого развития Республики Казахстан // Вестник КазУТБ. – 2024. – №3. – С. 547-562. DOI: 10.58805/kazutb.v.3.24-542.
- 2 Об утверждении Концепции развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029 годы. Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года №262. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения: 01.04.2026).
- 3 Mamirkulova G., Akbar I., Tazheкова A., Myrzaliyeva Z., Pazylkhaiyr B., Mominov S., Abaisi D., Ussenova A. The role of environmental infrastructure in enhancing place affection and quality of life: Evidence from a mountainous tourism destination in Lenger town of Kazakhstan // Geojournal of Tourism and Geosites. – 2025. – Vol. 61. – №3. – pp. 1594–1603. DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.61318-1528>.
- 4 Мухамедиева Г.М., Жақсыбай Ө.Т., Ермакбаева Д.Д. Қазақстанда экотуризмнің экономикалық әлеуетін пайдалану тиімділігін арттырудың негізгі бағыттары // Вестник Торайгыров университета. Экономическая серия. – 2025. – №4. – Б. 393-412. DOI: 10.48081/CXDL2409.
- 5 Жалбинова С.К. Оценка экотуристического потенциала Республики Казахстан / XIII Междунар. науч.-практич. конф. «Fundamental science and technology»: мат. - Уфа, 2023. – С. 41-50.
- 6 Статистика туризма. - Текст: электронный // Бюро национальной статистики. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (дата обращения: 09.04.2026).
- 7 Батырбекова М.Р., Агелеуова А.Т., Кадырбекова Д.С., Дюсекеева Е.Т., Лютерович О.Г. Экотуризм в Катон-Карагайском национальном парке: опыт экспедиционного изучения и оценка туристского потенциала // Туризм, досуг и гостеприимство. - 2025. - №4. - С. 6-16. DOI: 10.59649/2959-5185-2025-4-6-16.

References

- 1 Konurbaeva Zh.T., Sujeubaeva S.N., Zakimova A.M., Mezenceva L.A., Turegel'dinova A.Zh., Amralinova B.B. Perspektivy razvitiya jekoturizma Vostochno-Kazhstanskoy oblasti v usloviyah realizacii koncepcii ustojchivogo razvitiya Respubliki Kazahstan // Vestnik KazUTB. – 2024. – №3. – S. 547-562. DOI: 10.58805/kazutb.v.3.24-542.
- 2 Ob utverzhdenii Koncepcii razvitiya turistskoj otrasli Respubliki Kazahstan na 2023–2029 gody. Postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazahstan ot 28 marta 2023 goda №262. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (data obrashheniya: 01.04.2026).
- 3 Mamirkulova G., Akbar I., Tazhekova A., Myrzaliyeva Z., Pazykhayir B., Mominov S., Abaisi D., Ussenova A. The role of environmental infrastructure in enhancing place affection and quality of life: Evidence from a mountainous tourism destination in Lenger town of Kazakhstan // Geojournal of Tourism and Geosites. – 2025. – Vol. 61. – №3. – pp. 1594–1603. DOI: <https://doi.org/10.30892/gtg.61318-1528>.
- 4 Muhamedieva G.M., Zhaksybay Ə.T., Ermekbaeva D.D. Qazaqstanda jekoturizmniń jekonomikalық әлеuetin pajdalanu tiimdiligin arttyrudың negizgi baryttary // Vestnik Torajgyrov universiteta. Jekonomicheskaja serija. – 2025. – №4. – B. 393-412. DOI: 10.48081/CXDL2409.
- 5 Zhalbinova S.K. Ocenka jekoturisticheskogo potenciala Respubliki Kazahstan / XIII Mezhdunar. nauch.-praktich. konf. «Fundamental science and technology»: mat. - Ufa, 2023. – S. 41-50.
- 6 Statistika turizma. - Tekst: jelektronnyj // Bjuro nacional'noj statistiki. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/dynamic-tables/> (data obrashheniya: 09.04.2026).
- 7 Batyrbekova M.R., Ageleuova A.T., Kadyrbekova D.S., Djusekeeva E.T., Ljuterovich O.G. Jekoturizm v Katon-Karagajskom nacional'nom parke: opyt jekspedicionnogo izuchenija i ocenka turistskogo potenciala // Turizm, dosug i gostepriimstvo. - 2025. - №4. - S. 6-16. DOI: 10.59649/2959-5185-2025-4-6-16.

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

“Автор для корреспонденции (первый автор)”

Батырбекова Мадина Ринатқызы – докторант 2 курса, Казахская академия спорта и туризма, г.Алматы, Казахстан

“Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)”

Батырбекова Мадина Ринатқызы – 2 курс докторанты, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

“The Author for Correspondence (The First Author)”

Batyrbekova Madina Rinatkyzy – 2nd year PhD student, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: giovventu@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-7340-4732>

Кадырбекова Динара Сериковна – PhD, и.о. ассоциированного профессора, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

Кадырбекова Динара Сериковна – PhD, қауымдастырылған профессор м.а., Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

Kadyrbekova Dinara Serikovna – PhD, acting associate professor, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: 6537275@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8641-253X>

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 қ., Қазақстан

Ageleuova Aigul Toktarkhanovna – candidate of philosophical sciences, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: aigulinskaya@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9541-5046>

Лютерович Олег Григорьевич – кандидат педагогических наук, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

Лютерович Олег Григорьевич – педагогика ғылымдарының кандидаты, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

Luterovich Oleg Grigorievich – candidate of pedagogical sciences, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: oleg_tur_53@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-4082-1008>

Дюсееева Еркегуль Талгатовна – магистр туризма, Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

Дюсееева Еркегуль Талгатовна – туризм магистрі, Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қ., Қазақстан

Dyussekeyeva Yerkegul Talgatovna – Master of Tourism, Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

e-mail: erkegul-94@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5693-6313>

Дата поступления статьи: 22.05.2026

Дата принятия к публикации: 22.06.2026

¹Karimov D.Zh., ²Aitbayeva G.D., ²Abeldanova A.B.,
²Akhmejanova D.Zh.

¹Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan

²Kazakh Ablai khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan

HEALTH AND WELLNESS TOURISM DEVELOPMENT IN THE KYZYLORDA REGION: ASSESSMENT OF NATURAL THERAPEUTIC RESOURCES, INFRASTRUCTURE, AND A CONCEPTUAL DEVELOPMENT FRAMEWORK

Karimov Dauren Zhalgasuly, Aitbayeva Gulzamira Dzholdasbekovna, Abeldanova Aigerim Bakhytzhonovna, Akhmejanova Dilda Zhaishigaliyevna

Health and wellness tourism development in the Kyzylorda region: assessment of natural therapeutic resources, infrastructure, and a conceptual development framework

Abstract. The growing global demand for health and wellness tourism highlights the importance of the effective use of natural and recreational resources in Kazakhstan's regions. In this regard, the Kyzylorda region, which possesses significant natural therapeutic resources, offers considerable opportunities for tourism development. The aim of this study is to provide a comprehensive assessment of the potential for health and wellness tourism development in the Kyzylorda region. The research employs literature review, statistical analysis, comparative analysis, natural-resource assessment, SWOT analysis, and a systems approach. The study evaluates the region's natural therapeutic resources, as well as the condition of sanatorium-resort infrastructure and tourist flow dynamics. The findings demonstrate that the region has substantial potential for health and wellness tourism development; however, its effective utilization is constrained by insufficient infrastructure, limited transport accessibility, shortages of qualified personnel, and weak marketing promotion. Based on the SWOT analysis and international best practices, a conceptual framework for the phased development of a competitive health and wellness tourism product is proposed. The practical significance of the study lies in the development of recommendations aimed at infrastructure modernization, certification of natural therapeutic resources, digital promotion of tourism services, and the sustainable development of the region.

Key words: health and wellness tourism, sanatorium-resort tourism, natural therapeutic resources, mineral waters, tourism infrastructure, recreational potential, Kyzylorda region.

Кәрімов Дәурен Жалғасұлы, Айтбаева Гульзамира Джолдасбековна, Абельданова Айгерим Бахытжановна, Ахмеджанова Дильда Жайшиғалиевна

Қызылорда облысында емдік-сауықтыру туризмін дамыту: табиғи емдік ресурстар мен инфрақұрылымның әлеуетін бағалау және дамудың тұжырымдамалық моделі

Аңдатпа. Әлемде емдік-сауықтыру туризміне сұраныстың артуы Қазақстан өңірлерінің табиғи-рекреациялық әлеуетін тиімді пайдаланудың маңыздылығын күшейтуде. Осы тұрғыдан алғанда, табиғи емдік ресурстарға бай Қызылорда облысының әлеуетін зерттеу өзекті болып табылады. Зерттеудің мақсаты – Қызылорда облысында емдік-сауықтыру туризмін дамытудың әлеуетін көшенді бағалау. Зерттеу барысында ғылыми әдебиеттерді талдау, статистикалық салыстырмалы және табиғи-ресурстық талдау, SWOT-талдау және жүйелік талдау әдістері қолданылды. Аймақтың табиғи емдік ресурстары, сондай-ақ санаторийлік-курорттық инфрақұрылымның жағдайы және туристік ағын динамикасы бағаланды. Нәтижесінде өңірдің емдік-сауықтыру туризмін дамытуға жоғары әлеуетке ие екендігі анықталды. Дегенмен оның толық іске асырылуына инфрақұрылымның жеткіліксіз дамуы, көлік қолжетімділігінің төмендігі, білікті кадрлардың тапшылығы және маркетингтік ілгерілетудің әлсіздігі кедергі келтіреді. SWOT-талдау нәтижелері мен халықаралық тәжірибе негізінде өңірдің бәсекеге қабілетті емдік-сауықтыру туристік өнімін қалыптастырудың кезеңдік тұжырымдамалық моделі ұсынылды. Зерттеудің практикалық маңызы табиғи емдік ресурстарды сертификаттау, инфрақұрылымды жаңғырту, туристік қызметтерді цифрлық ілгерілету және өңірдің тұрақты дамуын қамтамасыз ету жөніндегі ұсыныстар әзірлеуде көрінеді.

Түйін сөздер: емдік-сауықтыру туризмі, санаторийлік-курорттық туризм, табиғи емдік ресурстар, минералды сулар, туристік инфрақұрылым, рекреациялық әлеует, Қызылорда облысы.

Каримов Даурен Жалғасұлы, Айтбаева Гульзамира Джолдасбековна, Абельданова Айгерим Бахытжановна, Ахмеджанова Дильда Жайшиғалиевна

Развитие лечебно-оздоровительного туризма в Кызылординской области: оценка природно-лечебных ресурсов, инфраструктуры и концептуальная модель развития

Аннотация. Рост мирового спроса на лечебно-оздоровительный туризм усиливает необходимость эффективного использования природно-рекреационного потенциала регионов Казахстана. В этой связи особый интерес представляет Кызылординская область, обладающая значительными природными лечебными ресурсами и перспективами развития санаторно-курортной деятельности. Цель исследования заключается в комплексной оценке потенциала развития лечебно-оздоровительного туризма в Кызылординской области. В исследовании использованы методы анализа научной литературы, статистического, сравнительного и природно-ресурсного анализа, SWOT-анализа и системного подхода. Проведена оценка природных лечебных ресурсов региона,

а также состояния санаторно-курортной инфраструктуры и динамики туристских потоков. Установлено, что регион обладает высоким потенциалом для развития лечебно-оздоровительного туризма, однако его реализация сдерживается недостаточным уровнем инфраструктуры, ограниченной транспортной доступностью, нехваткой квалифицированных кадров и слабым маркетинговым продвижением. На основе результатов SWOT-анализа и международного опыта предложена концептуальная модель поэтапного формирования конкурентоспособного лечебно-оздоровительного туристского продукта. Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций по модернизации инфраструктуры, сертификации природных лечебных ресурсов, цифровому продвижению туристских услуг и обеспечению устойчивого развития региона.

Ключевые слова: лечебно-оздоровительный туризм, санаторно-курортный туризм, природные лечебные ресурсы, минеральные воды, туристская инфраструктура, рекреационный потенциал, Кызылординская область.

Introduction. Currently, health and wellness tourism is emerging as an important area of tourism that combines medical, preventive, and recreational services aimed at strengthening public health. This sector contributes to the expansion of the labor market, the enhancement of investment attractiveness, and the development of tourism infrastructure.

At the same time, the terms «medical tourism», «wellness tourism», and «health and wellness tourism» are often used interchangeably in scientific literature. However, their content and functional characteristics differ. Medical tourism is mainly focused on receiving professional medical services such as diagnostics, treatment, and surgical intervention, whereas wellness tourism includes a set of preventive and recreational services aimed at maintaining a person's physical, mental, and emotional well-being and improving quality of life. Health and wellness tourism, in turn, is considered a comprehensive type of tourism that combines elements of both areas and is based on the use of natural therapeutic resources, sanatorium-resort treatment, rehabilitation, and wellness programs. In this regard, the main focus of the study is placed on health and wellness tourism.

Medical, health and wellness services are steadily developing in the world market, so, in 2021, global medical tourism amounted to 14 billion US dollars, in 2028 - more than 50 billion US dollars, and Wellness number of tourists is 700 million US dollars. It is assumed that the person will reach. This fact proves that people focus on their health and rely on specialized activities [1].

The demand for health travel today is driven by global demographic and sociocultural trends. These include the processes of population aging, the increase in the share of chronic diseases, the growth of public awareness about healthy lifestyle issues, as well as the transformation of tourist demand from the traditional format of rest to the concept of well-being, which includes physical, mental and emotional healing [2].

In addition, health and wellness tourism as a strategic tool for sustainable economic development

contributes to the development of infrastructure, creation of new jobs, diversification of economic structure of regions, strengthening of tourism image at international level, Easier access to such services through globalization and digitalization, increased competition in the market. This, in turn, will require the development of strategies aimed at promoting therapeutic resources in the regions [3].

The development of health and wellness tourism in Kazakhstan is linked to the formation of a globally integrated, competitive health sector, in these conditions it requires attracting internal and external patients, improving the quality of medical tourism services. While the state coordinates medical and sanatorium-resort, tour operator services, improves service and management in these institutions, promotes the development of medical tourism product on the market and promotion with the use of advanced international experience, this type of tourism can stimulate economic growth, strengthen the country's image at international level and improve quality health services available to the population [4].

The combination of natural and climatic resources of Kyzylorda region such as lakes with high mineral salt content and therapeutic mud, make it attractive in terms of the implementation of health programs. Sanatorium-resorts such as “Zhanakorgan / AK Shuak” and “Zhan-Arai” that treat joint, skin and respiratory diseases are well positioned for this purpose [5].

The development of health and wellness tourism in the region allows us to achieve the following outcomes:

- increase the tourist flow and revenues of the region;
- create new jobs;
- attract investment in infrastructure;
- improve the quality of life of the local population;
- preserve natural healing resources and their rational use.

Thus, the study of the potential of health and wellness tourism in the Kyzylorda region is relevant

from a scientific and practical point of view, as it allows us to determine strategic priorities for the development of the region as a competitive tourist destination at the national and international levels.

Mild winters, hot and long summers, low air humidity in Kyzylorda region create a favorable environment for recreation and rehabilitation of tourists, and therefore play a special role in the development of health and wellness tourism. However, currently, the health and wellness tourism potential of the region is not fully realized due to limited infrastructure and insufficient advertising of the region on the market.

If these resources are used comprehensively, the region could be recognized as prospective destination for the development of health and wellness tourism that contribute to public health improvement and to the acceleration of the region's socio-economic development.

In scientific research, health and wellness tourism (wellness tourism, health tourism, sanatorium-resort tourism) considers comprehensive tourism that combines wellness procedures, recreation and medical services.

Although there is an increase in interest in this type of tourism in Kazakhstan, most of the existing scientific research is focused on the national level or other regions. For example, A.K. Esim analyzes medical tourism in Kazakhstan on a nationwide scale. The author establishes that there are basic prerequisites for the development of health and wellness tourism on the territory of Kazakhstan. In addition, the study considers the health status of the population in Kazakhstan, the expected life expectancy, and notes that the sanatorium and resort industry is in a trend of sustainable development [6].

In the works of A.S. Nurgazina and N.S. Kalila, the tourist and recreational potential of the Kyzylorda region is studied, and the main problem is the weak infrastructure development, although the region has a high natural potential [7].

Analyzing the development of sanatorium-resort complexes in Kazakhstan, A.B. Moldasheva argues that its effective development positively affects the improvement of public health. In particular, the development of sanatorium and spa complexes will contribute to reducing the level of morbidity and disability, reducing the costs of treatment in polyclinics and hospitals. In addition, this process will improve the infrastructure of resorts and health zones, ensure economic stability and profitability of the entire sanatorium complex. According to the author, the development of the sanatorium-resort sector contributes to improving the quality

of sanatorium-resort services and enhancing the competitiveness of the domestic resort complex in the international market, creating conditions for the conservation and rational use of particularly valuable natural therapeutic resources of the Republic [8].

A.A. Zhakupov considers the resource potential of the northeastern part of Kazakhstan on the example of the Pavlodar region and analyzes factors that promote and limit the development of health and wellness tourism. The author proposes specific measures aimed at developing health and wellness tourism in the region [9].

Analyzing the unique natural therapeutic resources of the region under investigation, B.I. Aktymbayeva pays special attention to services for organizing a resort area, resort treatment system, as well as recreational and leisure activities [10].

M. Ordabayeva analyzes the current problems of modern development of health and wellness tourism in Kazakhstan [11].

S.L. Mosokina considers the stages of development health and wellness tourism (including health, sanatorium-resort and medical tourism) in Russia and the CIS member countries, the current state of the sanatorium complex and natural health resources, and also conducts an analysis of tourist flows in the Eurasian area [12].

K.P. Musina, K.A. Omarova, K.B. Tukibaeva analyzed the global modern trends inherent in the development of health and wellness tourism, determined its role in the overall structure of the tourism industry on the basis of statistical and content analysis methods. As a result of the study, conclusions were drawn on inequalities in the development of therapeutic and health tourism, regions of Kazakhstan were identified and classified according to the level of development of the studied type of tourism [13].

E.A. Abenova., S.Z. Saidullayev conducted a comprehensive assessment of the potential for the development of health and wellness tourism in the Almaty region, identifying regions with high potential for the development of this type of tourism and favorable prospects for its development [14].

A comparative analysis of the literature shows that research on health and wellness tourism in Kazakhstan has developed in several main directions: assessment of natural and recreational resources, determination of the socio-economic efficiency of sanatorium and resort complexes, analysis of regional infrastructure issues, and territorial comparison of tourism potential. Although these studies provide a basis for identifying the development opportunities of this type of tourism, most of them examine the issue through separate aspects.

Table 1 – Comparison of regional studies on health tourism in Kazakhstan

Author(s)	Region	Methods	Main concepts
Esim A.R.	Kazakhstan	Statistics, recreational analysis	The sanatorium-resort industry of the Republic of Kazakhstan is rich in significant recreational resources for the development of health tourism.
Nurgasina A.S., Kalila N.S.	Kyzylorda	Questionnaire, recreational analysis	High potential, weak infrastructure.
Moldasheva A.B.	Kazakhstan	Statistics, recreational analysis	The development of the sanatorium-resort complex in Kazakhstan has a positive impact on improving the health of the population, reducing the incidence and disability rate, as well as reducing the cost of treating patients in polyclinics and hospitals
Zhakupov A.A.	Pavlodar region	Statistics, recreational analysis	Imperfection of the regulatory framework; low competitiveness of Health Services; lack of developed transport and engineering infrastructure; shortcomings in the training of professional and qualified personnel; high influence of the seasonality factor on the attractiveness of resorts in Pavlodar region for tourists
Aktymbayeva B.I.	Shalkar district, Aktobe region	System analysis, sociological survey	The limited capacity of many facilities does not allow opening large recreational complexes with high architectural, engineering equipment and sanitary level
Ordabayeva M.	Kazakhstan	System analysis	For the development of health and wellness tourism, it is necessary to develop measures of state support
Mozokina S.L.	Eurasian space	Methods of scientific research: analysis and synthesis, expert-analytical method, structural-logical analysis, modeling and forecasting methods.	Proposes the creation of a single digital platform, unification of information and technology support, as well as the development of network educational programs aimed at training specialized personnel
Musina K.O., Omarova K.A., Tukibayeva K.B.	Kazakhstan	Analysis and synthesis, content analysis, classification and grouping methods, forecasting methods, structural-logical method.	Insufficient development of medical, health and wellness tourism in Kazakhstan
Abenova E.A., Saidullayev S.Z.	Uigur district, Alakol resort area, town Kapshagai	Cartographic method, generalization of statistical data, analysis of theoretical sources, empirical method.	The development of health and wellness tourism creates a multiplier effect on the development of related industries, contributes to increasing the investment attractiveness of the region and the development of domestic tourism
Note: compiled by authors			

In the studies by A.K. Esim and A.B. Moldasheva, health and wellness tourism is considered at the national level, with emphasis on the general prerequisites for the development of the sanatorium and resort sector and its socio-economic significance. The works of A.A. Zhakupov, E.A. Abenova and S.Z. Saidullayev analyze regional resource potential and infrastructural conditions.

Meanwhile, the studies by K.P. Mussina, K.A. Omarova and K.B. Tukibayeva apply a comparative and classification-based approach to the regions of Kazakhstan. However, these studies do not sufficiently address the issues of transforming natural therapeutic resources into specific tourism products, adapting them to market demand, and ensuring service and infrastructure support.

Studies related to Kyzylorda region indicate the region's natural and recreational potential and infrastructural weaknesses. However, the possibilities of using therapeutic muds, mineral waters, salt lakes and sanatorium facilities as tourism products have not been comprehensively analyzed. In addition, service quality, human resource capacity, marketing promotion and management mechanisms have not been sufficiently examined in an interconnected way.

Therefore, although existing scientific works describe certain aspects of health and wellness tourism in Kyzylorda region, there is still insufficient comprehensive assessment of the region's natural therapeutic resources in connection with infrastructural, economic and managerial factors. This study aims to address this research gap and identify priority directions for the sustainable development of health and wellness tourism in Kyzylorda region.

The purpose of the study is to analyze the potential for the development of health and wellness tourism in the region.

Research objectives:

- to assess the state of the existing infrastructure of sanatorium and resort facilities;
- to analyse natural healing resources of the region;
- to identify main problems and opportunities for the development of health and wellness tourism.

Materials and methods. The study used quantitative and qualitative research methods in order to comprehensively assess the potential for the development of health and wellness tourism in the Kyzylorda region. The object of the study was the natural therapeutic resources of the Kyzylorda region, sanatorium-resort organizations, tourist infrastructure and socio-economic factors affecting the development of health and wellness tourism.

As materials of the study, data from the Bureau of national statistics of the Republic of Kazakhstan, statistical data on sanatorium-resort organizations, scientific papers related to natural healing resources of the Kyzylorda region, regulatory documents, as well as previously conducted domestic and foreign studies were used. In addition, information on salt lakes, silt therapeutic mud, mineral waters and sanatorium-resort facilities in the region in open sources was analyzed.

The following methods were used in the course of the study:

1. The method of literature review was used to systematize scientific papers in the areas of health tourism, medical tourism, wellness-tourism and

sanatorium-resort activities. Through the review of the literature, trends in the development of health and wellness tourism in Kazakhstan and abroad, the main problems and scientific conclusions were identified.

2. Statistical analysis was used to assess the number of sanatorium-resort organizations in Kazakhstan and the Kyzylorda region, bed stock, number of visitors, indicators of medical rehabilitation organizations and the dynamics of tourist flow. This method made it possible to characterize the current state of the industry on the basis of quantitative indicators.

3. Through a comparative analysis, the potential of Kyzylorda region in the field of medical and health tourism was compared with other regions of Kazakhstan. In particular, the level of development of Sanatorium-resort organizations in Turkestan, Almaty, Akmola and other regions was considered, the advantages and weaknesses of Kyzylorda region were identified.

4. Method of natural-resource analysis. This method was used to assess the healing properties of salt lakes, silt mud and mineral waters in the region. The location, availability, possibility of medicinal use of Natural Resources and their importance in the development of sanatorium-resort tourism were analyzed.

5. SWOT analysis was used to identify the internal strengths and limitations of health and wellness tourism in Kyzylorda region, as well as external development opportunities and potential threats. The SWOT criteria were formed through a systematic grouping of the factors affecting the development of health and wellness tourism in Kyzylorda region. First, the natural therapeutic resources of the region were analyzed, including salt lakes, therapeutic muds, mineral waters and climatic conditions. Then, these resources were assessed in relation to infrastructure, transport accessibility, service provision, seasonality, official status and human resource capacity. Finally, external development conditions were considered, including investment opportunities, regional development programs, scientific research and certification prospects, GIS mapping, market promotion, environmental risks and competition. This made it possible to use SWOT analysis not only as a descriptive tool, but also as a method for identifying the key internal and external factors influencing the development of health and wellness tourism in the region.

6. The system analysis gave rise to the consideration of health and wellness tourism as a set of interrelated factors, such as natural resources,

infrastructure, investment opportunity, tourist demand, environmental sustainability and state support, and helped to summarize the results of the study in a comprehensive manner.

The integrated application of these methods became the basis for a comprehensive assessment of the potential for the development of health and wellness tourism in the Kyzylorda region, identifying the main problems and developing practical recommendations for improving sanatorium and resort activities in the region.

Results. The results of the study show that health and wellness tourism in the Republic of Kazakhstan in recent years shows a trend of sustainable development. According to statistical data, an increase in the number of sanatorium-resort organizations and an increase in demand for medical rehabilitation services prove the strengthening of the importance of this area. In addition, the dynamics of tourist flow indicates an increase in public interest in health restoration and preventive services. This, in turn, determines the gradual strengthening of the role of health and wellness tourism in the country's economy. In the course of its analysis, a number of important aspects were considered. In particular, the number of sanatoriums, resorts and health centers, the number of consumers and the dynamics of the tourist flow in recent years were differentiated. At the same time,

natural healing resources, in particular salt lakes Zhanakorgan, Zhaksykylysh, Kamystybas, Arys, Sanatorium «Zhanakorgan», Kupek, Terisken silt mud, as well as the chemical composition, healing properties, availability and potential of mineral waters in the Aral Sea, Syrdarya Basin and salt lake system were evaluated.

1. Collection and analysis of statistical data:

– number of sanatoriums, resorts and health centers;

– the number of visitors and the dynamics of the tourist flow in recent years.

As of the end of 2023, 175 organizations engaged in rehabilitation treatment and medical rehabilitation were registered in the Republic of Kazakhstan, including 115 sanatoriums, 26 rehabilitation centers, 25 specialized sanatoriums and other organizations, as well as 9 preventive centers [15].

And according to the statistical business register as of January 1, 2025, the number of entities working in the field of «activities of sanatorium-resort organizations» reached 333. Of these, the organizations of rehabilitation treatment and medical rehabilitation are 333 units: 216 are registered for the main type of economic activity, 50 for the secondary type of activity. At the same time, among private business entities, 41 work in this area as the main type of activity, 26 as the secondary type of activity.

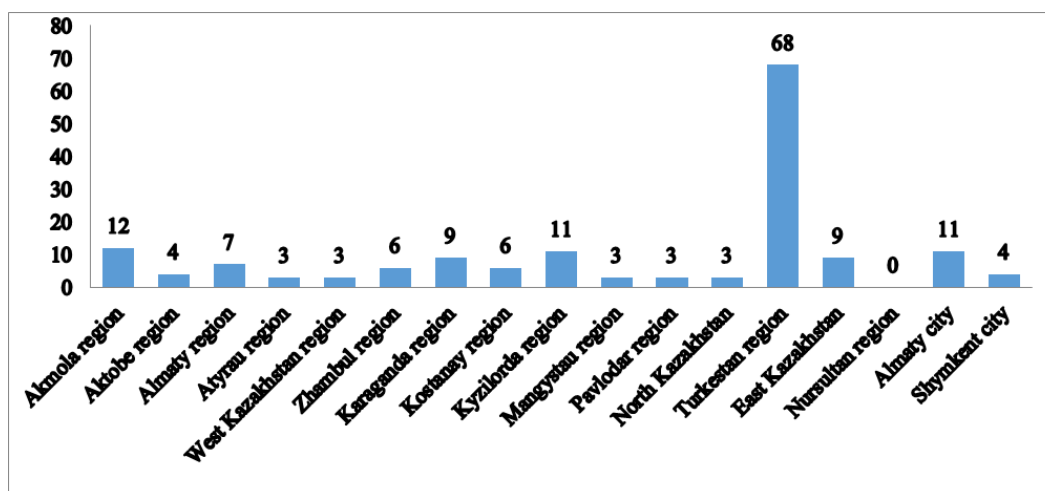


Figure 1 – Sanatorium-resort activities in the Republic of Kazakhstan [16]

According to the data provided, the regions with the largest concentration of sanatorium-resort institutions are Turkmenistan (68), Almaty city

(11) and Akmola Region (12). 24% of the total number of sanatoriums and preventive centers is owned by state property.

Table 2 – Number of organizations of rehabilitation treatment and medical rehabilitation as of January 1, 2025

Organizations of rehabilitation treatment and medical rehabilitation as of January 1, 2025			
Administrative-territorial units	Total	Urban area	Rural area
The Republic Of Kazakhstan	333	158	175
Abay	7	2	5
Akmola	20	8	12
Aktobe	7	7	-
Almaty	22	4	18
Atyrau	4	4	-
West Kazakhstan	3	-	3
Zhambyl	16	9	7
Zhetysu	9	4	5
Karagandy	13	13	-
Kostanay	8	5	3
Kyzylorda	17	6	11
Mangystau	7	4	3
Pavlodar	7	4	3
North Kazakhstan	3	2	1
Turkestan	117	19	98
Ulytau	1	1	-
East Kazakhstan	6	-	6
Astana city	12	12	-
Almaty city	34	34	-
Shymkent city	20	20	-

Note: Compiled by the authors based on the data of the National Bureau of statistics of the Republic of Kazakhstan

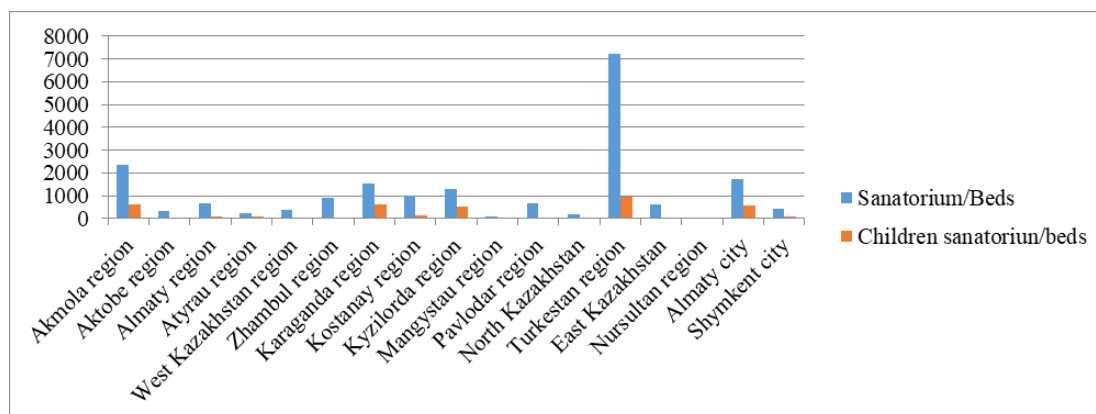


Figure 2 – The number of beds in sanatorium-resorts in the Republic of Kazakhstan [17]

According to tabular data for 2025, there is a significant increase in the number of medical rehabilitation and health and wellness organizations in a number of regions of Kazakhstan. In particular, the number of medical rehabilitation facilities in Akmola region amounted to 20 organizations, while in Almaty region this figure reached 22 organizations. And in the Turkestan region, the number of organizations of medical rehabilitation and rehabilitation treatment increased to 117, showing one of the highest indicators in the country. This dynamic shows a constantly increasing demand for health and wellness services among the population, as well as the active development of this industry at the regional level.

By the end of 2023, the number of doctors in sanatorium-resort organizations amounted to 672 people, and 2,210 middle-level medical workers.

In 2023, more than 413 thousand people rested in sanatoriums, including 243 thousand women and 785 non-residents. This figure is 8.9% higher than

in the previous year. In 2023, the average length of stay in health and wellness places was 10 days [17].

Despite the fact that the number of visitors to sanatoriums in Kyzylorda region fluctuates, in 2025 there is an upward trend: until March 1, 2004 people rested at sanatoriums (mainly at the sanatorium «Zhanakorgan»), and by July the total number of foreign tourists reached 2512 people. Despite the fact of delay in the implementation of the annual plan, data show a revival of the health and wellness direction in the region. Sanatorium «Zhanakorgan» is one of the leading facilities of the region: with a capacity of 380 places and received 1392 of 2004 arrivals. Although the target of 10,000 people was not met until mid-year, performance trends show an upward trend. This speaks about the development of sanatorium-resort holidays in the Kyzylorda region.

2. Analysis and evaluation of natural therapeutic resources:

– Analysis of the chemical composition and medicinal properties of salt lakes, silt and mineral waters.

Table 3 – Natural therapeutic resources of the Kyzylorda region

Resource	Location	Healing properties	Availability
Salt lake	Zhanakorgan, Zhaksykylysh, Kamystybas, Arys	Joint, skin diseases	average
Silt mud	Sanatorium «Zhanakorgan», Kupek, Terisken	Arthritis, rheumatism	high
Note: compiled by authors			

From the table, it can be seen that the therapeutic potential of the region's resources is high, but their level of availability is heterogeneous, which limits the efficient use in sanatorium-resort purposes.

Salt lakes of the Kyzylorda region are located in the arid zone, typical for the south of Kazakhstan, in a dry lowland with a concentration of non-flowing salt lakes (Zhaksykylysh, Kamystybas, Arys, etc.).

Salt lakes are characterized by a high level of mineralization: the water contains the main components such as sodium and chlorides, as well as trace elements like iodine, bromine, boron, zinc, manganese, iron. For example, the level of mineralization of water in Lake Arys averages about 32.5 g/l and contains the listed elements [18].

Seasonal changes: many lakes dry up completely in the summer, which leads to a concentration of salt and the formation of thick salt shells and dense salt deposits.

Thanks to high mineralization, salt lakes are similar to the Dead Sea, where concentrated salts

and trace elements are considered to have beneficial effects on skin conditions and musculoskeletal disorders. Local therapeutic lakes with their rich mineral composition attract visitors looking for wellness procedures aimed at relieving skin, bone and joint diseases.

Silt mud (peloids). In several lakes of the Kyzylorda region, including Kupek and Terisken, layers of silt mud have been observed. These mud deposits may represent a potentially valuable resource for the development of health and wellness tourism due to their presumed therapeutic properties. According to available literature, mineralized clay-silt deposits in salt lakes may contain salts and trace elements that are traditionally associated with therapeutic and recreational use [18]. However, due to the lack of certified laboratory data on their chemical composition, microbiological safety, and balneological properties, their therapeutic effects cannot be regarded as scientifically confirmed at this stage. Therefore, their value should be interpreted as

presumed therapeutic potential based on historical, empirical, and locally observed practices. Further laboratory analysis, certification, and expert assessment are required to confirm their chemical composition, safety, and therapeutic properties.

3. Assessment of availability and operational potential.

Most of the lakes are located far from large cities and developed infrastructure, which limits access, but makes it possible to form specialized tourism and medical routes.

For effective use for therapeutic and recreational purposes, it is necessary to develop access roads, sanitary zones, service points, as well as conduct research and monitoring of the quality of resources.

Assessment of accessibility and operational potential shows that most of the lakes are located away from large cities and developed infrastructure, which limits access. However, this makes it possible to form special tourist and therapeutic routes and requires the most effective use of the therapeutic and recreational potential of the regions. Through the development of infrastructure, research and monitoring of resources, it is possible to ensure the safety and quality of tourist routes, which will contribute to the development of medical and health tourism and increase the economic potential of the region.

4. In order to comprehensively assess the potential and limiting factors, SWOT analysis was carried out. The SWOT analysis was conducted using a qualitative analytical approach based on the

systematic review and grouping of secondary data. The initial list of factors was identified through the analysis of scientific literature, regional tourism development materials, open-source information on natural therapeutic resources, and available data on tourism and sanatorium-resort infrastructure in the Kyzylorda region.

The identified factors were classified into four SWOT categories. Internal regional characteristics, including the availability of natural therapeutic resources, climatic conditions, infrastructure, transport accessibility, and the level of scientific study of therapeutic mud and mineral waters, were classified as strengths and weaknesses. External factors, including investment opportunities, regional development programmes, market competition, environmental risks, climate change, and the potential for positioning the region in the health and wellness tourism market, were classified as opportunities and threats.

The inclusion of factors in the SWOT matrix was based on their relevance to health and wellness tourism, influence on the use of natural therapeutic resources, impact on tourism infrastructure development, environmental significance, and potential contribution to regional socio-economic development. Based on this systematic grouping of secondary data, the key internal and external factors influencing the development of health and wellness tourism in the Kyzylorda region are presented in Table 4.

Table 4 – SWOT analysis (compiled by the authors)

S - Strengths	O - Opportunities
1. Availability of natural therapeutic resources: salt lakes and silt mud with high mineralization and a rich microelement, including Na, Cl, Mg, Br, I, and others. 2. Natural origin of the resources increases their attractiveness for resort and ecotourism development. 3. Wide distribution of salt lakes across extensive territories creates potential for their integrated use in treatment, recreation and tourism. 4. The climatic conditions are favorable for a resort-based and wellness tourism. 5. Relatively low anthropogenic pressure in several areas helps preserve the natural therapeutic properties of these sites.	1. Development of health resort and medical tourism at regional and interregional levels. 2. Carry out scientific research and laboratory analyses of therapeutic mud and water and, as a consequence, their certification. 3. Development of GIS maps and inventories of natural therapeutic resources with a view to planning for the rational use of natural therapeutic resources. 4. Attracting public and private investments in the framework of regional development programmes and tourism. 5. Diversification of the region's economy, reduction of dependence on commodity sectors. 6. Formation of ecological and therapeutic routes (eco-cycling, wellness tourism). 7. The possibility of comparing and effectively positioning resources with known foreign similar objects (salt lakes of other countries).
W - Weaknesses	T - Threats
1. Insufficient level of knowledge on the chemical composition and therapeutic properties of selected lakes and mud (lack of certified data).	1. Degradation of ecosystems due to climate change, drought and desertification.

2. Lack of developed resort infrastructure (sanatoriums, balneological centers). 3. Low transport accessibility of many facilities, distance from large settlements. 4. Seasonality of resource use (drying up of lakes in the summer). 5. Lack of official status of therapeutic resources in the vast majority of facilities. 6. Limited number of qualified specialists in the field of resort studies and pelotherapy (mud treatment) in the region.	2. Irrational use of resources (illegal extraction of mud, pollution). 3. Risk of deterioration of the environmental situation as a result of economic activity. 4. Insufficient funding for Scientific and infrastructure projects. 5. Increased competition with popular resort regions of Kazakhstan and near abroad. 6. Risk of loss of medicinal properties in the absence of control and protection zones.
Note: Compiled by the authors based on a systematic review and grouping of secondary data from scientific literature, regional materials, and open sources.	

The natural therapeutic resources of the Kyzylorda region are of high potential importance, but the level of their effective use is limited by insufficient knowledge of resources and underdeveloped infrastructure. In the context of scientific research, cartographic work and investment projects, the region

can become a promising region for the development of sanatorium-resort and health tourism.

Taking into account the identified factors, priority directions for the development of health and wellness tourism are identified, which are presented in Table 5.

Table 5 – Priority directions for the development of health and wellness tourism

Direction	Activities	Expected outcomes
Infrastructure	Renovation and expansion of sanatoriums	Commissioning of new or modernized sanatorium-resort facilities; increased bed capacity; improved accessibility of key lakes and therapeutic mud zones; enhanced treatment, rehabilitation, hygiene, catering, and visitor service conditions
Marketing	Running promotion campaigns	Growth in the number of domestic and inbound tour operators working with the region; increased online visibility and tourist inquiries; stronger recognition of Kyzylorda as a health and wellness tourism destination; promotion of its sanatoriums, salt lakes, and therapeutic mud resources among target tourist segments
Ecology	Conservation of lakes and therapeutic mud	Stabilization of the ecological condition of lakes; prevention of degradation of therapeutic mud deposits; implementation of a monitoring system for key therapeutic sites; reduced risk of resource depletion and uncontrolled exploitation during peak tourist seasons
Note: compiled by authors		

The table shows that the main results of health tourism development depend on an integrated approach: improving infrastructure, promoting the region in the market and ensuring environmental safety. These directions are becoming interconnected and lay the foundation for a sustainable growth of tourist flow.

Thus, the analysis of natural resources, infrastructure and statistics provides a comprehensive picture of the current state of the industry and its prospects.

Discussion. The conducted research shows that Kyzylorda region has significant natural resource potential for the development of health and wellness

tourism. Salt lakes, mineral waters, therapeutic muds and favourable climatic conditions create opportunities for the development of sanatorium-resort, wellness and recreational tourism. However, the full realization of this potential is constrained by infrastructural, institutional, scientific, marketing and environmental limitations.

The comparison with international health and wellness tourism destinations shows that leading resort regions in Germany, the Czech Republic, Hungary and Turkey rely not only on the availability of natural healing resources, but also on their scientific validation, certification, integration with medical and wellness services, high-quality

infrastructure, transport accessibility, digital promotion and effective destination branding. In these countries, natural therapeutic resources are transformed into competitive tourism products through a combination of medical expertise, resort infrastructure, service quality, marketing systems and environmental regulation.

Based on the SWOT analysis and comparison with international health and wellness tourism destinations, a staged conceptual framework for the development of health and wellness tourism in Kyzylorda region is proposed. The framework is not intended as a universal model, but as an applied development logic for the region, reflecting its current

barriers and transition needs. It is derived from the identified weaknesses and threats, including the lack of certified data on therapeutic resources, insufficient resort infrastructure, weak integration between natural resources and medical services, limited marketing, low transport accessibility and ecological risks.

The main purpose of the framework is to show how the region can gradually transform its natural therapeutic resources from locally known and empirically used sites into scientifically validated, certified and market-oriented health and wellness tourism products.

The proposed conceptual framework includes five interrelated stages.

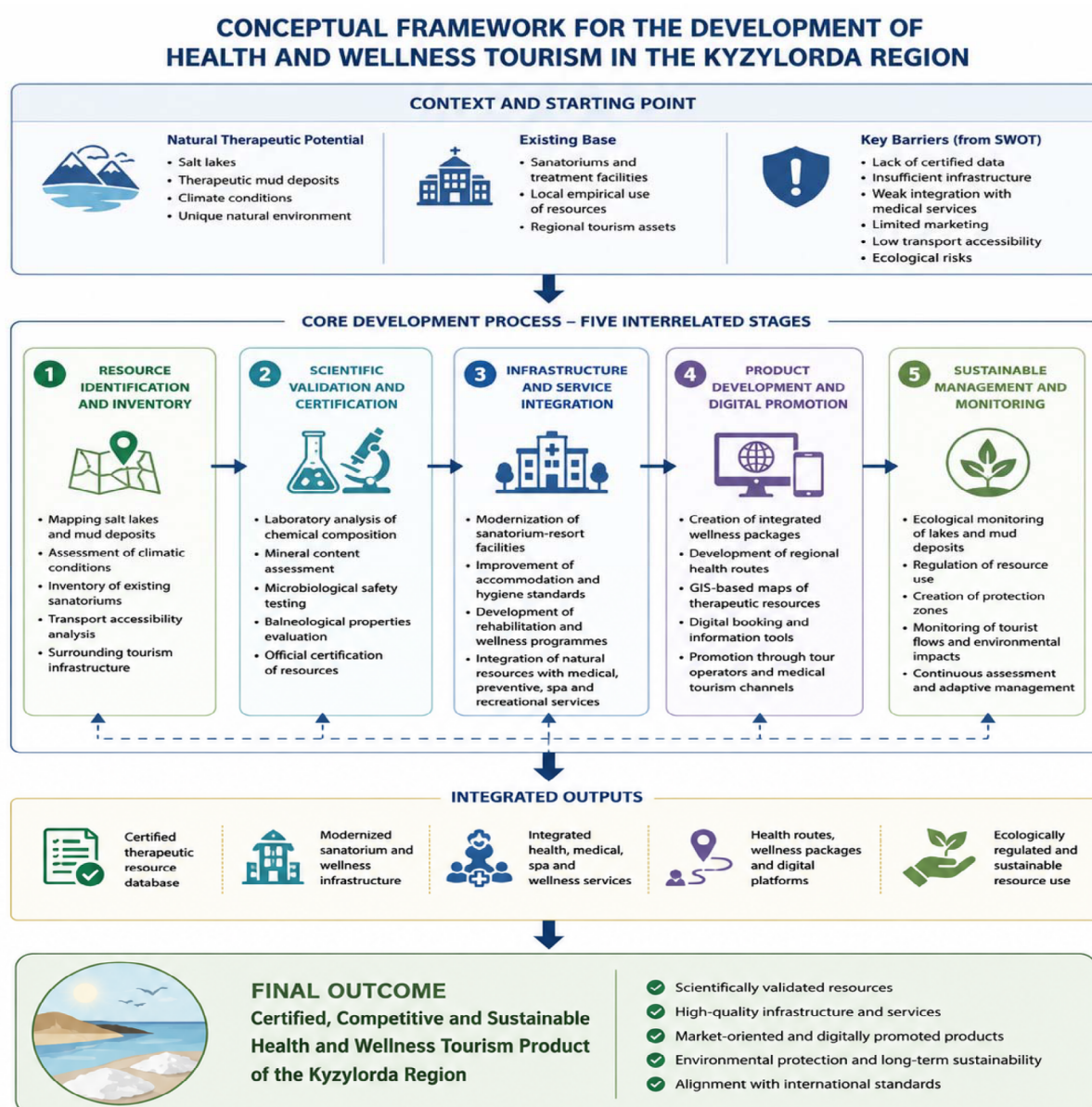


Figure 3 - Conceptual framework for developing a competitive health and wellness tourism product based on therapeutic resources in Kyzylorda region

The first stage is resource identification and inventory. It involves mapping salt lakes, therapeutic mud deposits, mineral waters, climatic conditions, existing sanatoriums, transport accessibility and surrounding tourism infrastructure. This stage is necessary to create a reliable database of the region's therapeutic and tourism resources.

The second stage is scientific validation and certification. It includes laboratory analysis of the chemical composition, mineral content, microbiological safety and balneological properties of lakes, mineral waters and therapeutic muds. This stage is important for eliminating uncertainty regarding the therapeutic value of natural resources and ensuring their safe use in health and wellness tourism.

The third stage is infrastructure and service integration. It involves modernizing sanatorium-resort facilities, improving accommodation and hygiene standards, developing rehabilitation and wellness programmes, and linking natural resources with medical, preventive, spa and recreational services. This stage is aimed at transforming isolated natural resources into functional health and wellness service systems.

The fourth stage is product development and digital promotion. It includes the creation of integrated wellness packages, regional health routes, GIS-based maps of therapeutic resources, digital booking tools and targeted promotion through tour operators and medical tourism channels. This stage supports the transition from resource potential to market-ready tourism products.

The fifth stage is sustainable management and monitoring. It requires ecological monitoring of lakes and mud deposits, regulation of resource use, creation of protection zones, and continuous assessment of tourist flows and environmental impacts. This stage is essential for preventing uncontrolled use of therapeutic resources, pollution, illegal extraction of therapeutic muds, and degradation of natural healing properties.

Thus, the scientific novelty of the proposed approach lies in the development of a staged conceptual framework for transforming Kyzylorda region's natural therapeutic potential into a certified, competitive and sustainable health and wellness tourism product. Unlike general recommendations limited to infrastructure or marketing improvement, this framework integrates scientific validation, certification, infrastructure modernization, service integration, digital promotion and ecological protection into a single development logic aimed at bringing the region closer to international standards.

The research results also make it possible to identify several practical directions for regional development. First, laboratory analyses should be conducted on the region's salt lakes, mineral waters and therapeutic muds in order to confirm their chemical composition, safety and therapeutic properties. Second, a cadastre of natural therapeutic resources and GIS-based maps should be developed. Third, sanatorium-resort infrastructure should be modernized, transport accessibility improved, and service quality enhanced. Fourth, the region should be systematically promoted in domestic and international markets as a wellness, sanatorium-resort and ecological tourism destination.

At the same time, the study has certain limitations. First, the lack of certified laboratory data on some natural therapeutic resources in Kyzylorda region does not allow the assessment results to be fully specified. Second, empirical data on tourist flows, actual demand for health and wellness services, and visitor behaviour in the region remain limited. Third, since the study is mainly based on open data, scientific literature and comparative analysis, future research should include field studies, expert interviews and surveys among tourists.

Overall, the study demonstrates that Kyzylorda region's natural therapeutic potential can become a competitive health and wellness tourism product only if scientific validation, certification, infrastructure modernization, service integration, digital promotion and ecological regulation are implemented as interconnected development priorities. The proposed conceptual framework therefore provides a practical basis for the gradual transformation of the region's natural healing resources into a scientifically grounded, market-oriented and sustainable tourism product.

Conclusion. The study showed that Kyzylorda region has the natural potential necessary for the development of health and wellness tourism. The region's salt lakes, mineral waters, sedimentary therapeutic muds and favourable climatic conditions can serve as a basis for developing sanatorium-resort, wellness and recreational tourism. However, the full realization of this potential is possible only through scientific substantiation, infrastructure development, legal regulation, environmental protection and effective market positioning.

The scientific novelty of the study lies in its comprehensive consideration of the development potential of health and wellness tourism in Kyzylorda region in connection with natural resources, infrastructure, transport accessibility,

certification, environmental sustainability and tourism product development. This approach makes it possible to assess natural therapeutic resources not merely as separate natural sites, but as an important component of the regional tourism system.

In addition, the study proposes a conceptual framework for transforming the region's natural therapeutic resources into a competitive health and wellness tourism product. The framework is based on a staged development logic and includes five interrelated stages: resource identification and inventory; scientific validation and certification; infrastructure and service integration; product development and digital promotion; and sustainable management and monitoring. This framework shows how locally known and empirically used therapeutic resources can gradually be transformed into scientifically validated, certified, market-oriented and environmentally sustainable tourism products.

Based on the research findings, several priority directions for the effective use of the region's natural therapeutic resources were identified: conducting laboratory studies of salt lakes, mineral waters and therapeutic muds and certifying them; developing a cadastre of natural therapeutic resources and carrying out GIS mapping; developing promising sites on a pilot basis; modernizing sanatorium-resort infrastructure; improving transport accessibility and service quality; establishing protection zones for

natural resources and introducing an environmental monitoring system.

From a practical perspective, these measures may contribute to increased tourist flows, job creation, local entrepreneurship development, investment attraction and diversification of the regional economy. In addition, the development of health and wellness tourism can support public health improvement and increase the tourism attractiveness of Kyzylorda region.

The main limitation of the study is the lack of certified chemical, medical and empirical data on some salt lakes and therapeutic muds. Therefore, future research should include laboratory and medical-biological analyses of natural therapeutic resources, surveys among tourists and local residents, expert interviews, and the development of a specific GIS-based model of therapeutic and recreational routes.

In conclusion, Kyzylorda region has strong competitive potential in health and wellness tourism. However, transforming this potential into a sustainable tourism product depends on the consistent implementation of scientific validation, certification, infrastructure modernization, service integration, digital promotion and ecological regulation. Maintaining a balance between preserving natural resources and using them economically is the key condition for the long-term and sustainable development of health and wellness tourism in the region.

References

- 1 Bürchler K. Medical tourism on a growth trajectory in investment migration hubs [Electronic resource] // Henley Global. URL: <https://www.henleyglobal.com/publications/global-mobility-report/2023-q3/global-insights/medical-tourism-growth-trajectory-investment-migration-hubs> (date of access: 12.12.2025).
- 2 Ananchenkova P., Ogurtsova N. Current development trends of the global health tourism market // City Healthcare. - 2022. - Vol. 3. - pp. 114-121. DOI: 10.47619/2713-2617.zm.2022.v.3i4;114-121.
- 3 Trends in wellness tourism in 2025. How the wellness travel industry is developing [Electronic resource]. URL: <https://sber.pro/publication/trendi-velnes-turizma-v-2025-godu-kak-razvivaetsya-industriya-ozdorovitelnih-puteshestvii/> (date of access: 13.12.2025).
- 4 Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 №262 "On approval of the concept for the development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029" [Electronic resource]. URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (date of access: 15.12.2025).
- 5 "Zhan-Arai" Sanatorium [Electronic resource]. URL: <https://shipadeluxe.kz/sanatorii/zhan-aray> (date of access: 16.12.2025).
- 6 Esim A.K., Yessimova D.D., Bitter N.V. Medical aspects of the development of innovative tourism in the Republic of Kazakhstan // Science and Tourism: Strategies of Interaction: collection of articles. - Barnaul: Altay University Publishing House, 2021. - Vol. 13. - pp. 37-50. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/medical-aspects-of-the-development-of-health-tourism-in-the-republic-of-kazakhstan> (date of access: 16.12.2025).
- 7 Nurgazina A.S., Kalila N.S. The current state of the potential of tourist and recreational development of the Kyzylorda region // Bulletin of K. Zhubanov Aktobe Regional University. - 2022. - Vol. 67. - №1. - pp. 97-104.
- 8 Moldasheva A.B., Zakirova Z. Analysis of innovative tourism in the Republic of Kazakhstan // Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance. - 2021. - Vol. 2. - Iss. 1. - pp. 36-42.
- 9 Zhakupov A.A., Mazbayev O.B., Lorant D. Potential of health and wellness tourism in Pavlodar region of Kazakhstan // Hydrometeorology and Ecology. - 2024. - Vol. 4. - pp. 145-151. URL: <https://journal.kazhydromet.kz/kazgidro/article/view/1986> (date of access: 16.12.2025).
- 10 Aktymbaeva B.I. Organization of health and wellness tourism in Shalkar district // Journal of Geography and Environmental Management. - 2018. - Vol. 43. - №2. - pp. 174-179. URL: <https://bulletin-geography.kaznu.kz/index.php/1-geo/article/view/535> (date of access: 17.12.2025).

- 11 Ordabayeva M. Modern problems and trends in the development of health and wellness tourism in Kazakhstan // Reports of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan. - 2016. - Vol. 6. - №310. - pp. 161-166.
- 12 Mozokina S.L., Plotnikov V.A. The medical tourism development possibilities in the Eurasian Space // Eurasian Integration: Economics, Law, Politics. - 2023. - Vol. 17. - №2. - pp. 58-70. DOI: 10.22394/2073-2929-2023-02-58-70.
- 13 Mussina K., Omarova K., Tukibayeva K. Analysis of trends in the development of medical and health tourism in the Republic of Kazakhstan // Economic Series of the Bulletin of the L.N. Gumilyov ENU. - 2024. - №4. - pp. 254-274. DOI: 10.32523/2789-4320-2024-4-254-274.
- 14 Abenova E.A., Saidullaev S.Z. Comprehensive assessment of the potential of the Almaty Region in the development of health tourism // Central Asian Economic Review. - 2020. - №2. - pp. 182-195.
- 15 Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan. Sanatorium and resort activities in the Republic of Kazakhstan, 2023 [Electronic resource]. URL: <https://stat.gov.kz> (date of access: 20.12.2025).
- 16 Official Telegram Channel of the Bureau of National Statistics of the Republic of Kazakhstan [Electronic resource]. URL: https://t.me/stat_gov_kz_official/1968 (date of access: 21.12.2025).
- 17 More than 413 thousand people rested at sanatoriums of the Republic of Kazakhstan in 2023 [Electronic resource]. URL: <https://kzvesti.kz/glavnye-novosti/bolee-413-tys-chelovek-otdohnuli-v-sanatorijah-rk-v-2023-godu-118616> (date of access: 25.12.2025).
- 18 Arys (Lake) // Wikipedia: The Free Encyclopedia [Electronic resource]. - URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Arys_\(lake\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Arys_(lake)) (date of access: 28.12.2025).

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

"The Author for Correspondence (The First Author)"

Karimov Dauren Zhalgasuly – Master's degree in services, 2nd-year PhD student at the Kazakh Academy of Sport and Tourism, Almaty, Kazakhstan.

"Хат-хабарларға арналған автор (бірінші автор)"

Кәрімов Дәурен Жалғасұлы – қызмет көрсету саласының магистрі, Қазақ спорт және туризм академиясының 2-ші курс докторанты, Алматы қ., Қазақстан.

"Автор для корреспонденции (первый автор)"

Каримов Дәурен Жалғасұлы – магистр в области услуг, докторант 2-го курса Казахской академии спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан.

e-mail: dauren050902@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-1902-0433>

Aitbayeva Gulzamira Dzholdasbekovna – candidate of philological sciences, professor at the Kazakh Ablai khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan.

Айтбаева Гүлзамира Джолдасбековна – филология ғылымдарының кандидаты, Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университетінің профессоры, Алматы қ., Қазақстан.

Айтбаева Гүлзамира Джолдасбековна – кандидат филологических наук, профессор Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, г. Алматы, Казахстан.

e-mail: z_ussen2018@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2332-8207>

Abeldanova Aigerim Bakhytzhonovna – PhD, associate professor at the Kazakh Ablai khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan.

Абельданова Айгерим Бахытжановна – PhD, Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университетінің қауымдастырылған профессоры, Алматы қ., Қазақстан.

Абельданова Айгерим Бахытжановна – PhD, ассоциированный профессор Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, г. Алматы, Казахстан.

e-mail: abeldanova@inbox.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-3657-687X>

Akhmejanova Dilda Zhaishigalieva – Master of pedagogical sciences, senior lecturer at the Kazakh Ablay khan University of International Relations and World Languages, Almaty, Kazakhstan.

Ахмеджанова Дильда Жайшиғалиевна – педагогика ғылымдарының магистрі, Абылай хан атындағы Қазақ халықаралық қатынастар және әлем тілдері университетінің аға оқытушысы, Алматы қ., Қазақстан.

Ахмеджанова Дильда Жайшиғалиевна – магистр педагогических наук, старший преподаватель Казахского университета международных отношений и мировых языков имени Абылай хана, г. Алматы, Казахстан.

e-mail: dilda_akhmejanova@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-6927-1733>

Date of submission of the article: 14.05.2026

Date accepted for publication: 30.05.2026

МӘДЕНИ МҰРА ЖӘНЕ ТУРИЗМ:
ТҰРАҚТЫ ӨЗАРА ӘРЕКЕТТЕСУ
МҮМКІНДІКТЕРІ

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ И ТУРИЗМ:
ВОЗМОЖНОСТИ УСТОЙЧИВОГО
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

CULTURAL HERITAGE AND TOURISM:
OPPORTUNITIES OF SUSTAINABLE
INTERACTION

¹Молдажанов М.Б.^а, ²Дүйсенова Р.Ж.¹Alikhan Bokeikhan University, г. Семей, Республика Казахстан²Алматинский технологический университет, г. Алматы, Казахстан

ФОРМИРОВАНИЕ НОВОЙ МОДЕЛИ ЯДЕРНОГО ТУРИЗМА В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОЙ ТУРИСТСКОЙ НАУКИ

Молдажанов Марат Бетимбаевич, Дүйсенова Райгүл Жеңісқызы

Формирование новой модели ядерного туризма в системе глобальной туристской науки

Аннотация. Статья посвящена концептуализации ядерного туризма как самостоятельного направления туристских исследований, выходящего за рамки традиционной парадигмы мрачного туризма. Актуальность исследования обусловлена отсутствием единого научно обоснованного определения понятия «ядерный туризм» в отечественной и зарубежной литературе, а также ростом общественного и научного интереса к данному феномену. На основе контент-анализа научных публикаций, анализа поисковых запросов и экспертных интервью (n=5) исследованы основные этапы эволюции концепции ядерного туризма и мотивационные установки его участников. Установлено, что современное понимание ядерного туризма трансформировалось от узкого подвида мрачного туризма к многомерному феномену, интегрирующему элементы экзистенциального, научного и образовательного туризма. По результатам исследования выделены пять групп мотиваций туристов: историческая привлекательность, экзистенциальный интерес, научное познание, образовательные цели и интерес к туристской инфраструктуре. Предложено авторское определение ядерного туризма и сформирована концептуальная модель, раскрывающая его место в системе современной туристской науки. Полученные результаты расширяют теоретические представления о ядерном туризме и могут быть использованы при разработке новых туристских продуктов и научных исследований в области специализированных видов туризма.

Ключевые слова: ядерный туризм, атомное наследие, мрачный туризм, экзистенциальный туризм, туристские мотивации, Семипалатинский испытательный полигон, туристская дестинация.

Молдажанов Марат Бетимбаевич, Дүйсенова Райгүл Жеңісқызы

Жаһандық туристік ғылым жүйесінде ядролық туризмнің жаңа моделін қалыптастыру

Аңдатпа. Мақала ядролық туризмді қараңғы туризмнің дәстүрлі парадигмасынан тыс қалыптасқан туристік зерттеулердің дербес бағыты ретінде тұжырымдауға арналған. Зерттеудің өзектілігі отандық және шетелдік ғылыми едібиетте «ядролық туризм» ұғымының бірыңғай ғылыми негізделген анықтамасының болмауымен, сондай-ақ осы феноменге деген қоғамдық және ғылыми қызығушылықтың артуымен айқындалады. Ғылыми жарияланымдарға контент-талдау жасау, іздеу сұраныстарын талдау және сараптамалық сұхбаттар (n=5) негізінде ядролық туризм тұжырымдамасының эволюциясының негізгі кезеңдері мен оған қатысушылардың мотивациялық ұстанымдары зерттелді. Зерттеу нәтижесінде ядролық туризмнің қазіргі түсінігі қараңғы туризмнің тар ішкі түрінен экзистенциалдық, ғылыми және білім беру туризмнің элементтерін біріктіретін көпқырлы феноменге айналғаны анықталды. Зерттеу қорытындылары бойынша туристер мотивациясының бес негізгі тобы айқындалды: тарихи тартымдылық, экзистенциалдық қызығушылық, ғылыми таным, білім беру мақсаттары және туристік инфрақұрылымға қызығушылық. Авторлық тұрғыдан ядролық туризмнің анықтамасы ұсынылып, оның қазіргі туристік ғылым жүйесіндегі орнын айқындайтын тұжырымдамалық моделі қалыптастырылды. Алынған нәтижелер ядролық туризм туралы теориялық түсініктерді кеңейтіп, жаңа туристік өнімдерді өзірлеуде және туризмнің мамандандырылған түрлері саласындағы ғылыми зерттеулерде қолданылуы мүмкін.

Түйін сөздер: ядролық туризм, атомдық мұра, қараңғы туризм, экзистенциалдық туризм, туристік мотивациялар, Семей ядролық сынақ полигоны, туристік дестинация.

Moldazhanov Marat, Duiskanova Raigul

The formation of a new model of nuclear tourism in the system of global tourism science

Abstract. The article is devoted to the conceptualization of nuclear tourism as an independent field of tourism research that extends beyond the traditional paradigm of dark tourism. The relevance of the study is determined by the absence of a unified scientifically grounded definition of the concept of "nuclear tourism" in both domestic and international literature, as well as by the growing public and academic interest in this phenomenon. Based on a content analysis of scientific publications, search query analysis, and expert interviews (n=5), the main stages in the evolution of the nuclear tourism concept and the motivational orientations of its participants were examined. The findings indicate that the contemporary understanding of nuclear tourism has evolved from a narrow subtype of dark tourism into a multidimensional phenomenon integrating elements of existential, scientific, and educational tourism. The study identified five major groups of tourist motivations: historical attractiveness, existential interest, scientific inquiry, educational purposes, and interest in tourism infrastructure. An authorial definition of nuclear

tourism is proposed, and a conceptual model is developed to reveal its place within the system of contemporary tourism science. The results expand the theoretical understanding of nuclear tourism and may be applied in the development of new tourism products and future research on specialized forms of tourism.

Key words: nuclear tourism, atomic heritage, dark tourism, existential tourism, tourist motivations, Semipalatinsk Test Site, tourist destination.

Введение. После закрытия Семипалатинского ядерного полигона (СЗЯБ) его территория была преобразована в открытую научно-исследовательскую лабораторию по изучению последствий испытания ядерного оружия. Научными исследованиями на территории СЗЯБ занимается Национальный ядерный центр Республики Казахстан (НЯЦ), расположенный в городе Курчатов. НЯЦ осуществляет исследования по широкому спектру научных направлений: экология, радиационная безопасность, биотехнология, атомная энергетика, геология и другие. Результаты научных исследований НЯЦ являются основой для создания новых направлений коллаборации мировой науки с результатами мирного применения ядерных технологий. Одним из примеров является ядерная медицина и ядерная физика. Так, в городе Семей функционирует Центр ядерной медицины и онкологии, одним из направлений деятельности которого является диагностика и лечение онкозаболеваний путем применения результатов научной деятельности Института ядерной физики (город Алматы).

Другими примерами результатов ядерного прощшения является то, что в пределах СЗЯБ осуществляют экономическую деятельность различные организации: акционерное общество «Парк ядерных технологий», ТОО «Altyn Group Qazaqstan», АО «Каражыра», КГМК «Казцинк», филиал «Обогащительная фабрика» АО «Ульбинский металлургический завод», а также ряд туроператоров.

Описанная экосистема мирного (полезного) применения ядерных технологий до настоящего времени не получила надлежащего осмысления в туристской науке и ошибочно определена местными туристскими организациями как «техногенный» или «экстремальный» туризм, а в научной литературе его классифицируют как подвид мрачного туризма (в различных источниках используется «темный туризм», а в англоязычных «dark tourism»). Изложенные обстоятельства ставят под сомнение общепринятую классификацию и обуславливают необходимость разработки новой концептуальной модели туризма – «ядерный туризм», которая определяет актуальность и новизну настоящего исследования.

Актуальность усиливается отсутствием в научной литературе единого научно-обоснованного определения «ядерного туризма». При этом

экосистема мирного применения ядерных технологий формирует новое самостоятельное направление экономической науки, образованное в результате растущего глобального интереса к данному направлению исследований, подтвержденным повышенным упоминанием термина в научной литературе и интернет-поиске.

Объектом исследования является ядерный туризм как формирующееся направление специального туризма, основанное на использовании объектов атомного наследия в туристских целях.

Целью исследования является формирование новой модели «ядерного туризма» в системе глобальной туристской науки на основе трендового анализа общественного интереса и эволюции научных подходов к ядерному туризму.

Задачи исследования:

- проанализировать общественный и научный интерес к концепциям «dark tourism» и «nuclear tourism»;
- проследить эволюцию и раскрыть хронологию формирования концепции ядерного туризма в мировом научном дискурсе;
- выявить специфические характеристики ядерного туризма и определить особенности туристского опыта и впечатлений, формируемых при посещении объектов ядерного наследия;
- разработать и научно обосновать авторское определение понятия «ядерный туризм».

Материалы и методы. Для достижения поставленной цели исследование проводилось в несколько последовательных этапов с использованием комплекса количественных и качественных методов.

1. На первом этапе был проведён библиометрический анализ термина «dark tourism» с момента его первого упоминания в научной литературе с целью выявления динамики научного интереса к данной концепции.

2. На втором этапе проанализирована динамика распространения и использования термина «nuclear tourism» в англоязычном информационном пространстве с применением инструментов Google Books Ngram Viewer и Google Trends.

3. На третьем этапе выполнен контент-анализ зарубежных научных публикаций, посвящённых концепции ядерного туризма, что позволило выявить основные направления её теоретической интерпретации и развития.

4. На четвертом этапе проведён качественный анализ пяти полуструктурированных интервью с целью выявления представлений и предпочтений потенциальной аудитории ядерного туризма, а также факторов, определяющих интерес к посещению объектов ядерного наследия.

5. На пятом этапе на основе методов синтеза, обобщения и теоретической интерпретации полученных результатов разработано и обосновано авторское определение понятия «ядерный туризм».

Эмпирическую базу исследования составили материалы Института исследований мрачного туризма (Institute for Dark Tourism Research, iDTR), данные Oxford English Dictionary, статистические сведения информационно-аналитических платформ Google Books Ngram Viewer и Google Trends, научные публикации зарубежных авторов, индексируемые в базах данных Scopus, Web of Science и Google Scholar, а также результаты авторских качественных интервью.

Анализ научной литературы показал, что, несмотря на наличие отдельных исследований, посвящённых посещению объектов ядерного наследия и территорий, связанных с испытанием ядерного оружия, концепция ядерного туризма до настоящего времени не получила чёткого те-

ретического оформления и редко рассматривается в качестве самостоятельного объекта научного исследования.

Комплексное применение библиометрического анализа, контент-анализа, качественных интервью и методов теоретического обобщения позволило сформировать целостное представление о содержании и эволюции концепции ядерного туризма, а также разработать авторский подход к её интерпретации как самостоятельно направленного туристских исследований.

Результаты. Общественный и научный интерес к концепции «dark tourism». По прогнозам ElectroIQ, глобальный рынок «dark tourism» вырастет до 40,2 млрд долларов США к 2033 году, при среднегодовом темпе роста в 3,1% с 2023 года [1]. По данным портала Passport-Photo. Online, в типологии мрачного туризма, наряду с посещением мест военных действий, стихийных бедствий, кладбищ, мест геноцида, тюрем и преступлений, 50% американцев отдают предпочтение ядерному туризму [1]. Соответственно общественный интерес к подобным путешествиям в структуре мирового туризма продиктован растущей активностью контентов в социальных сетях, трендами художественных фильмов в кинопрокате.

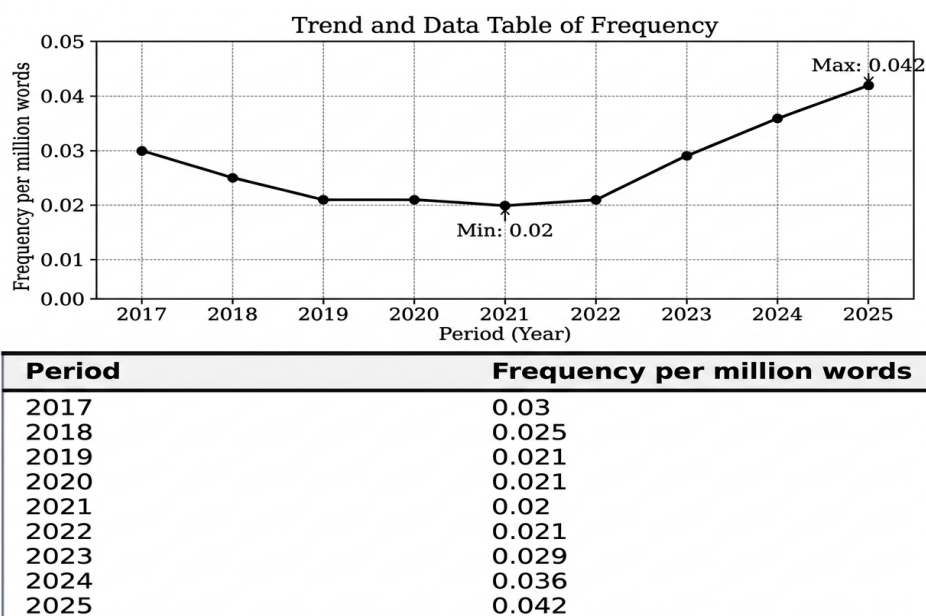


Рисунок 1 - Динамика упоминания термина «Dark tourism» в книжной литературе в период 2017-2025 гг. по данным Oxford English Dictionary

Изучением природы «dark tourism» занимается Институт исследований мрачного туризма.

Концепция «спектра мрачного туризма» (Wright D., Stone P., 2024) классифицирует объекты мрач-

ного туризма от «светлых», посещаемых в развлекательных целях, до «самых темных», связанных посещением мест массовой гибели людей, включая геноциды [2]. Первое упоминание термина «Dark tourism» относится к 1990-м годам (Foley M., Lennon J. J., 1996) [3]. Согласно данным Oxford English Dictionary, в период с 2017 по 2025 год термин «dark tourism» встречался в литературных источниках с частотой 0,02 на миллион слов, что соответствует одному упоминанию примерно в каждых 40-41 книге (рисунок 1) [4].

Таким образом, термин «dark tourism» представляет собой концепцию, насчитывающую около трёх десятилетий научного развития и используемую для обозначения явлений, связанных с посещением и потреблением туристами реальных или коммерциализированных мест смерти, трагедий и катастроф [5]. Вместе с тем результаты опроса, проведённого порталом Passport-Photo.Online, показали, что около 50 % респондентов проявляют интерес именно к ядерному туризму [1]. Данное обстоятельство свидетельствует о том, что существующие классификации не в полной мере отражают специ-

фику данного направления и обуславливает необходимость рассмотрения ядерного туризма в качестве самостоятельного объекта научного исследования.

Общественный и научный интерес к концепции «nuclear tourism». Поскольку в Oxford English Dictionary отсутствуют сведения о происхождении и распространении термина nuclear tourism, для анализа динамики его использования были привлечены данные сервиса Google Books Ngram Viewer. Исследование охватывает период 1996–2022 гг. и позволяет выделить четыре волны роста упоминаемости термина nuclear tourism в литературных источниках (рисунок 2);

1) 2004 год - 13 упоминаний на каждые 10 млн. слов в книгах ($\sim 13,3 \times 10^{-8}$);

2) 2009 год - $8,5 \times 10^{-8}$, или 8-9 упоминаний на каждые 10 млн.слов;

3) 2016 год - $9,4 \times 10^{-8}$ или 9-10 упоминаний на каждые 10 млн.слов;

4) 2019 год - $10,1 \times 10^{-8}$ 10 упоминаний на каждые 10 млн.слов.

Средний показатель за период составил $3,73 \times 10^{-8}$.

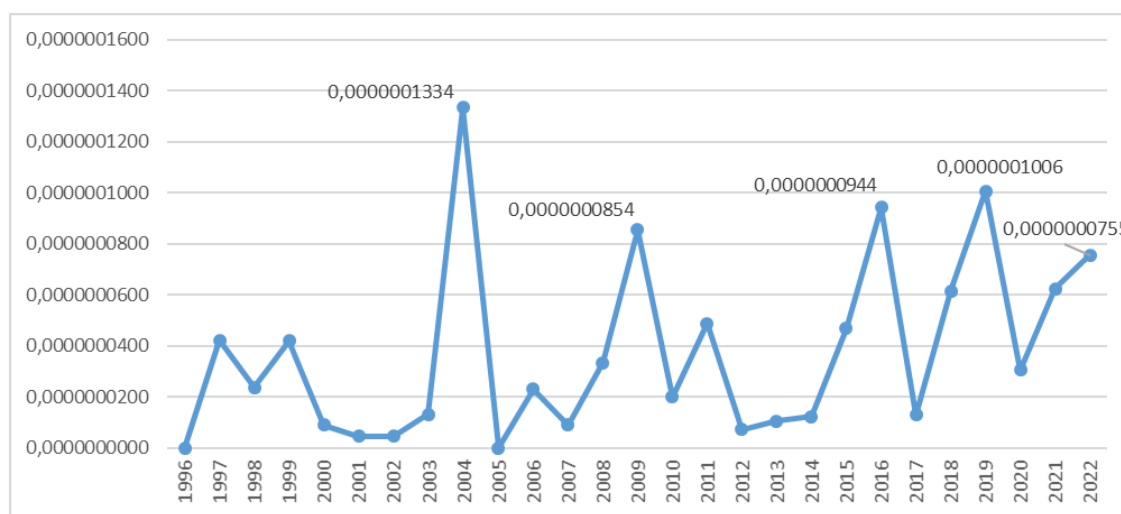


Рисунок 2 - Частота употребления термина «nuclear tourism» по данным Google Ngram Viewer за период 1996-2022 гг., %

Среди общественного интереса по данным Google Trends актуальность «ядерного туризма» зафиксирован в течение всего периода 2025 года (рисунок 3) сразу в 56 странах: Сингапур, ОАЭ, Филиппины, Гана, Индия, Новая Зеландия, Кения, Азербайджан, Австралия, Шри-Ланка, Канада, Южно-Африканская Республика, Малайзия, Соединенные Штаты, Гонконг, Великобритания, Пакистан, Республика Корея,

Ирландия, Нигерия, Китай, Норвегия, Швейцария, Вьетнам, Австрия, Финляндия, Португалия, Венгрия, Греция, Бангладеш, Нидерланды, Чехия, Саудовская Аравия, Дания, Тайвань, Израиль, Бельгия, Швеция, Румыния, Египет, Испания, Таиланд, Индонезия, Япония, Германия, Франция, Польша, Турция, Иран, Украина, Италия, Колумбия, Мексика, Бразилия, Аргентина, Россия.

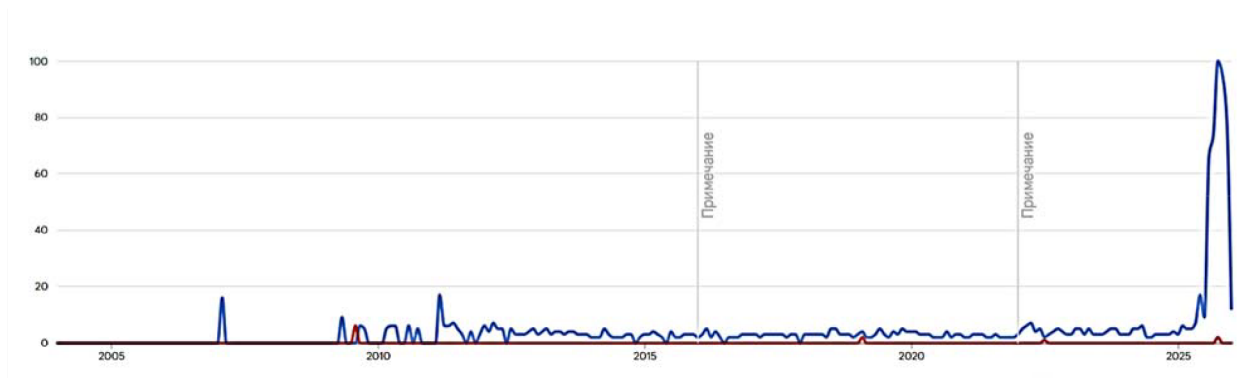


Рисунок 3 - Динамика поискового интереса ядерного туризма по данным Google Trends за период 2000-2025 гг., %

Размах вариации поисковых запросов составил 4-100% (рисунок 4). Максимальный интерес зафиксирован в период с 30 ноября по 7 декабря

2025 года (100%). Устойчивый интерес выше 50 условных единиц наблюдался с 10 августа 2025 года (66%) по 21 декабря 2025 года (59%).

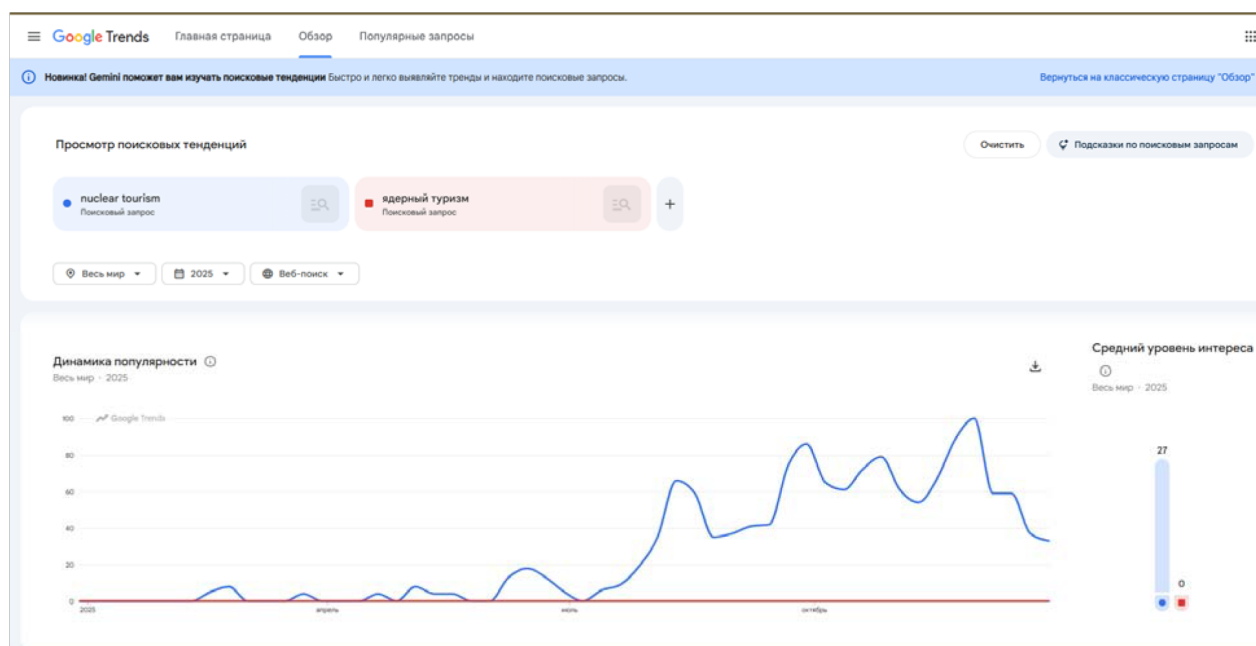


Рисунок 4 – Размах вариации интереса ядерного туризма по данным Google Trends за 2025 год, %

Библиометрический анализ показал, что концепция «dark tourism» к настоящему времени достаточно широко изучена. Это подтверждается тридцатилетней историей и множеством научных публикаций, которые вошли в Oxford English Dictionary. Рассмотрев концепцию «nuclear tourism», можно сделать однозначный вывод, что информация сводится исключительно к описанию ядерного туризма в составе мрачного.

Однако работы зарубежных авторов не анализируют цели, мотивации и ожидания самих ядерных туристов. В ранних исследованиях авторов было установлено, что 33,7 % лиц, желающих посетить СЗЯБ, хотят узнать больше об истории и науке, а также 52,9 % респондентов нужна интересная экскурсионная программа [6]. Данный пробел формирует исследовательский разрыв и определяет научную новизну настоящей работы.

Хронология трансформации концепции ядерного туризма в глобальном научном контексте. Историографический анализ показал, что на начальном этапе развития научных представлений ядерный туризм рассматривался преимущественно через призму смерти, катастроф и исторической трагедии. По этой причине данное направление первоначально формировалось как подвид мрачного туризма (*dark tourism*) и в дальнейшем исследовалось в рамках работ, посвящённых изучению мест памяти, катастроф и коллективной травмы, в том числе представителями Института исследований мрачного туризма.

Одной из первых работ, затрагивающих особенность ядерного туризма, стало исследование Sullivan K. (2004). Автор обращается к воспоминаниям пилота Пола Тиббетса - командира экипажа бомбардировщика «Энола Гей», осуществившего атомную бомбардировку Хиросимы в августе 1945 года. Sullivan характеризует членов экипажа как первых самопровозглашённых «ядерных туристов», связывая их впечатления с наблюдением последствий применения первого в истории оружия массового поражения на основе ядерных технологий [7].

В свою очередь, Gusterson H. (2004) описывает феномен так называемых «ядерных паломников» - посетителей мест проведения первых ядерных испытаний. Автор отмечает, что мероприятия, посвящённые 50-летию первого ядерного испытания, привлекли тысячи посетителей в штат Нью-Мексико (США), которых он обозначает термином «ядерные туристы» [8]. В данной работе интерес к объектам атомного наследия рассматривается не только через призму трагических событий прошлого, но и в контексте исторической памяти, общественной рефлексии и антиядерных настроений. Таким образом, уже на раннем этапе развития концепции ядерного туризма в научной литературе начинают проследиваться исторический, мемориальный и протестный аспекты мотивации посетителей.

Yankovska G. и др. (2017) описывают интерпретации, формируемые экскурсоводами в одном из наиболее известных мест тёмного и токсичного туризма – Чернобыльской зоне отчуждения, и фиксируют растущее влияние средств массовой информации и видеоигр на туристский опыт посетителей [9]. В данном контексте ядерный туризм, связанный с местами катастроф, приобретает черты «экзистенциального туризма» как формы путешествия, ориентированной на осмысление человеком собственной уязвимости перед последствиями техногенных катастроф.

По мере роста популярности ядерного туризма исследователи стали отмечать, что данное направление не может рассматриваться исключительно в рамках концепции мрачного туризма (*dark tourism*). Так, Alexis-Martin B. и соавт. (2019) вводят понятие *nuclear geographies* («ядерные географии»), предлагая рассматривать туризм как одну из форм взаимодействия и сосуществования общества с ядерными технологиями [10]. При этом авторы подчёркивают двойственную природу ядерного туризма, в которой сочетаются как сенсационные элементы, связанные с последствиями ядерных катастроф и судьбами их очевидцев, так и повседневные аспекты использования ядерных технологий, включая производство атомной энергии и применение радиоактивных технологий в медицине [10].

Дальнейшее развитие концепции проследживается в работе Salmela T. (2025), посвящённой туристскому освоению территории бывшего ядерного объекта Dounreay в Шотландии, включённого в популярный туристский маршрут North Coast 500. Автор показывает, что восприятие подобных объектов выходит за рамки исключительно трагического или катастрофического контекста и формирует самостоятельное пространство туристского опыта, не ограниченное институциональными рамками мрачного туризма [11].

Существенный вклад в развитие концепции внесли также Mažeikienė N. и соавт. (2018), а также Banaszekiewicz M. (2021), акцентировавшие внимание на образовательном потенциале ядерного туризма [12, 13]. В исследовании Mažeikienė N. и соавторов (2018) ядерный туризм рассматривается как перспективное направление образовательного туризма и научной коммуникации. Авторы анализируют объекты, музеи и места ядерного наследия по всему миру на основе изучения официальных веб-сайтов и материалов социальных сетей 15 музеев, посвящённых науке, истории и технологиям атомной эпохи [12].

В свою очередь, Banaszekiewicz M. (2021) раскрывает возможности использования объектов ядерного наследия в качестве площадок для неформального и информального образования. По мнению автора, ядерный туризм формируется на пересечении энергетического, промышленного, культурного и исторического туризма, превращаясь в инструмент обучения на основе непосредственного знакомства с объектами и территориями атомной эпохи. Такой подход способствует развитию STEM-компетенций, повышению энер-

гетической грамотности и формированию критического мышления у посетителей [13].

Mažeikienė N. и соавт. (2022) исследуют механизмы вовлечения заинтересованных сторон в развитие туризма через переосмысление ядерного прошлого, настоящего и постядерного будущего территорий. Авторы показывают, что обращение к объектам ядерного наследия способно выступать инструментом трансформации локальной идентичности и формирования новых моделей территориального развития [14].

В свою очередь, Rosendo B. и соавт. (2023) акцентируют внимание на роли нишевого маркетинга и территориального менеджмента в продвижении ядерного туризма. На основе результатов онлайн-опроса 120 респондентов авторы приходят к выводу, что территориальный брендинг является одним из ключевых факторов формирования привлекательности туристских дестинаций, связанных с объектами ядерного наследия [15].

Таким образом, анализ научной литературы показывает, что в современных исследованиях ядерный туризм рассматривается как сложный и многомерный феномен, выходящий за рамки концепции мрачного туризма. Он интегрирует элементы историко-мемориального, научно-познавательного, образовательного, промышленного и культурного туризма, формируя самостоятельное направление туристской деятельности. Эволюция научных подходов свидетельствует о постепенном переходе от восприятия объектов ядерного наследия исключительно как мест трагической памяти к их рассмотрению в качестве площадок для образования, научной коммуникации, формирования территориальной идентичности и устойчивого развития территорий.

Рассмотренные теоретические подходы подчёркивают необходимость перехода от концептуальных обобщений к эмпирическим исследованиям, позволяющим выявить реальные мотивации туристов, особенности восприятия объектов ядерного наследия и практики их интерпретации на уровне конкретных дестинаций. В этой связи особый научный интерес представляет Семипалатинский испытательный полигон, который является уникальным примером трансформации объекта «негативного наследия» в ресурс туристского, научного и социокультурного развития. Анализ данного кейса позволяет не только уточнить содержание концепции ядерного туризма, но и определить перспективы его дальнейшего развития как самостоятельного направления в современной туристской науке, что

обуславливает логику последующего раздела «Обсуждение».

Обсуждение. Индивидуализация концепции ядерного туризма и определение его ключевых впечатлений. Проведённые в октябре–ноябре 2025 года интервью позволили выявить многоуровневую структуру предпочтений потенциальных потребителей ядерного туризма, связанных с посещением объектов Семипалатинской зоны ядерной безопасности (СЗЯБ). Анализ полученных материалов показал, что восприятие ядерного туризма не ограничивается интересом к объектам, связанным с ядерными испытаниями, а включает широкий спектр впечатлений и мотиваций. К числу наиболее значимых из них относятся историческая привлекательность, экзистенциальный интерес, научно-познавательная ценность, образовательный и просветительский потенциал, а также привлекательность инфраструктуры и сопутствующих туристских объектов.

Историческая привлекательность объекта находит отражение в интервью акима города Курчатова Абдралиева Болат. По его мнению, территория полигона сохранила уникальные материальные свидетельства эпохи холодной войны, представляющие значительный интерес для исследователей и туристов. Вместе с тем респондент подчёркивает необходимость дальнейшего изучения территории, в том числе более ранних исторических периодов, с целью выявления и сохранения сакральных локаций, способных дополнить существующий туристский продукт [16].

Экзистенциальный и эмоциональный компоненты туристского опыта отражены в интервью блогера Арины, которая описывает постапокалиптическую атмосферу бывшего населённого пункта Чаган, заброшенный аэродром и необычные антропогенные ландшафты как объекты, способные вызывать сильные впечатления и привлекать туристов, ориентированных на нестандартные формы путешествий. По её мнению, маршрут от города Курчатова до Атомного озера формирует ощущение настоящего исследовательского путешествия и требует определённого уровня подготовки. Особый интерес у посетителей вызывает Атомное озеро, рассматриваемое как уникальный пример использования ядерных технологий в мирных целях и важный объект индустриального наследия [17].

Научно-познавательная составляющая ядерного туризма раскрывается в интервью постдокторанта кафедры истории Alikhan Bokeikhan University Жанибека Максата. Респондент от-

мечает высокий интерес аудитории к научному содержанию объектов полигона и подчёркивает необходимость развития образовательных программ, направленных на повышение радиационной грамотности населения. Особое внимание, по его мнению, должно уделяться распространению объективной и научно обоснованной информации о радиационной обстановке и особенностях отдельных участков бывшего испытательного полигона [18].

Образовательный и просветительский потенциал ядерного туризма также подчёркивается в интервью постдокторанта кафедры филологии Alikhan Bokeikhan University Мусиновой Гульмиры. Респондент рассматривает объекты полигона как важный инструмент формирования экологической культуры и исторической памяти молодого поколения. По её мнению, интеграция материалов о Семипалатинском полигоне в образовательные программы через художественную литературу, документальные источники и культурные проекты позволит расширить знания учащихся об экологических последствиях ядерных испытаний и их влиянии на общество [19].

Таким образом, результаты интервью свидетельствуют о том, что современный ядерный туризм представляет собой многокомпонентное явление, сочетающее историко-мемориальные, научно-познавательные, образовательные, эмоционально-экзистенциальные и рекреационные элементы. Полученные данные подтверждают вывод о том, что восприятие объектов ядерного наследия выходит за рамки традиционной концепции мрачного туризма и формирует самостоятельное пространство туристского опыта, основанного на сочетании памяти, знаний, личных переживаний и общественной рефлексии.

Интервью также показали, что интерес туристов распространяется не только на ключевые объекты Семипалатинского полигона, но и на сопутствующую туристскую инфраструктуру, формирующую целостный опыт посещения дестинации. В частности, гостиница «Маяк» в городе Курчатове, экспозиционный зал Национального ядерного центра Республики Казахстан и Парк ядерных технологий рассматриваются респондентами как важные элементы туристского продукта. Эти объекты позволяют посетителям глубже погрузиться в историю развития атомной науки и технологий, а также получить более полное представление о научном и индустриальном наследии региона.

Особую ценность, по мнению респондентов, представляет возможность непосредствен-

ного общения с местными жителями, учёными и специалистами, связанными с исследованием и функционированием объектов бывшего полигона. Подобное взаимодействие способствует формированию более глубокого понимания исторического контекста, повышает достоверность получаемой информации и усиливает эмоциональное восприятие посещаемых объектов. В результате сопутствующая инфраструктура и человеческий капитал территории становятся важными факторами формирования уникального туристского опыта и повышения привлекательности ядерного туризма как самостоятельного направления туристской деятельности [20].

Разработка и обоснование авторского определения «ядерный туризм». На основании проведённого научно-эмпирического исследования сформулировано авторское определение ядерного туризма как самостоятельного вида туристской деятельности. Ядерный туризм определяется как форма туризма, интегрирующая элементы интеллектуальной, образовательной и экстремальной рекреации, связанная с ответственным (при обязательном соблюдении норм безопасности) посещением мест ядерных катастроф, военного и мирного использования ядерных технологий, а также с познавательными экскурсиями в музеи, научные центры и иные пространства, репрезентирующие атомное наследие с целью удовлетворения познавательных, культурных, мемориальных и экзистенциальных потребностей туристов при одновременном формировании новых знаний.

Таким образом, мы наблюдаем трансформацию мрачного туризма по объектам военных ядерных испытаний, применения ядерного оружия и ядерных катастроф в форму туризма, ориентированный на изучение объектов атомного наследия – ядерному туризму.

Результаты исследования показывают, что развитие ядерного туризма как самостоятельного направления требует системного и межсекторального подхода со стороны государственных структур и территориальных администраций. Приоритетными направлениями выступают: формирование специализированных туристских кластеров вокруг объектов ядерного наследия с акцентом на инфраструктуру доступа, безопасность и интерпретацию мирного использования ядерных технологий; поддержка малого и среднего бизнеса через софинансирование мест размещения, экскурсионных программ и транспортной доступности; внедрение единых стандартов сервиса, экологической и радиационной

безопасности; развитие цифровых инструментов управления - реестра ядерных туристских объектов, онлайн-отчётности, аналитических дашбордов и мониторинга туристских потоков. Существенное значение имеет развитие образовательных программ и подготовка специализированных кадров (гидов, менеджеров, инспекторов), а также продвижение ядерных дестинаций через событийный календарь, научно-популярные маршруты и международные коллаборации. Дополнительно снижение сезонности и устойчивость туристских потоков могут быть обеспечены за счёт транспортной политики, целевого маркетинга и пилотных проектов государственно-частного партнёрства с последующим масштабированием успешных практик.

Заключение. Проведённое исследование вносит вклад в теоретическое осмысление ядерного туризма и формирует новую модель туризма в системе глобальной туристской науки, а также основу для его практического развития как устойчивого, социально ответственного и научно-ориентированного направления туристской индустрии.

В ходе анализа общественного и научного интереса к концепциям «dark tourism» и «nuclear tourism» выявлено, что ядерный туризм из периферийного явления превращается в самостоятельный объект глобального научного дискурса, где термин «nuclear tourism» фиксирует четыре волны роста научного интереса в 2004, 2009, 2016 и 2019 годах, а поисковая активность по данному запросу в 2025 году составила 27 % и охватила 56 стран мира. Полученные результаты свидетельствуют о том, что ядерный туризм уже не может рассматриваться исключительно как разновидность мрачного туризма (dark tourism). Напротив, он формируется как самостоятельное направление туристской деятельности и научных исследований, обладающее собственным предметным полем, мотивационной структурой и специфическими объектами туристского интереса.

Контент-анализ научных публикаций показал, что концепция ядерного туризма прошла путь от узкой субкатегории мрачного туризма к многомерному феномену, интегрирующему эле-

менты увлекательного, научного и образовательного туризма.

Посредством глубинных интервью с экспертами и потенциальными посетителями Семипалатинского испытательного полигона выделены пять мотивационных кластеров: историческая привлекательность, экзистенциальный интерес, стремление к научному познанию, образовательные цели и интерес к туристской инфраструктуре. Установлено, что ядерный туризм формирует особое пространство впечатлений, в котором совмещаются познавательные, мемориальные, культурные и экзистенциальные потребности туриста.

Результаты настоящего исследования позволили сформулировать авторское определение ядерного туризма как сложного и многомерного феномена, объединяющего элементы научного, образовательного, историко-мемориального и познавательного туризма.

Предложенная модель ядерного туризма выходит за рамки парадигмы тёмного туризма и формирует самостоятельную концептуальную нишу в системе глобальной туристской науки. Полученные результаты имеют практическое значение для развития туристского потенциала ядерного наследия Казахстана, прежде всего Семипалатинского испытательного полигона, и могут быть применены при оценке объектов ядерного туризма в глобальном масштабе. Перспективными направлениями дальнейших исследований являются количественная верификация мотивационных кластеров на репрезентативных выборках, разработка системы маршрутизации ядерно-туристских объектов, а также сравнительный анализ международных практик 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 «AP25794915 Научное исследование экономического потенциала ядерного туризма на примере Семипалатинского испытательного полигона».

Список литературы

- 1 Dark Tourism Statistics by Market Size, Demographics and Facts (2025). <https://electroiq.com/stats/dark-tourism-statistics/> (дата обращения: 16.01.2026).
- 2 Wright D., Stone P. The Future of Dark Tourism: Enlightening New Horizons. – Bristol: Channel View Publications, 2024. DOI: 10.21832/STONE8984.
- 3 Foley M., Lennon J.J. JFK and dark tourism: A fascination with assassination // International Journal of Heritage Studies. – 1996. – Vol. 2. – №4. – pp. 198–211. DOI: 10.1080/13527259608722175.

- 4 Oxford English Dictionary. Dark tourism [Электронный ресурс]. URL: https://www.oed.com/dictionary/dark-tourism_n?tl=true (дата обращения: 16.01.2026).
- 5 Oxford English Dictionary Online. Dark tourism: frequency [Электронный ресурс]. URL: https://www.oed.com/dictionary/dark-tourism_n?tab=frequency (дата обращения: 16.01.2026).
- 6 Молдажанов М.Б., Гарипова А.А., Дүйскенова Р.Ж. Факторы формирования спроса на ядерный туризм на территории Семипалатинского испытательного полигона: эмпирический анализ // Туризм, досуг и гостеприимство. – 2026. – №1(12). – С. 59–69. DOI: 10.59649/2959-5185-2026-1-59-69.
- 7 Sullivan K. Atomic world: the place of nuclear tourism // *Tourism Mobilities* / Ed. by M. Sheller, J. Urry. – London: Routledge, 2004. – pp. 204–216. DOI: 10.4324/9780203340332-25.
- 8 Gusterson H. Nuclear tourism // *Journal for Cultural Research*. – 2004. – Vol. 8. – №1. – pp. 23–31. DOI: 10.1080/1479758042000197006.
- 9 Yankovska G., Hannam K. Dark and toxic tourism in the Chernobyl exclusion zone // *Current Issues in Tourism*. – 2014. – Vol. 17. – №10. – pp. 929–939. DOI: 10.1080/13683500.2013.820260.
- 10 Alexis-Martin B., Davies T. Towards nuclear geography: Zones, bodies, and communities // *Geography Compass*. – 2017. – Vol. 11. – №9. – pp. 1–13. DOI: 10.1111/gec3.12325.
- 11 Salmela T. Beyond the imaginaries: Sublime nuclear encounters on the North Coast 500 // *Tourism Geographies*. – 2025. – Vol. 27. – pp. 1002–1021. DOI: 10.1080/14616688.2025.2506107.
- 12 Mažeikienė N., Gerulaitienė E. Educational aspects of nuclear tourism: sites, objects and museums // *EDULEARN18 Proceedings*. – Valencia: IATED, 2018. – pp. 5668–5677. DOI: 10.21125/edulearn.2018.1369.
- 13 Banaszekiewicz M. Fun in the Power Plant. Edutainment in the Chernobyl Exclusion Zone Tourism // *Learning the Nuclear: Educational Tourism in (Post)Industrial Sites* / Ed. by N. Mažeikienė. – Bern: Peter Lang, 2021. – pp. 225–238. DOI: 10.3726/b18090.
- 14 Mažeikienė N., Gerulaitienė E. Negotiating post-nuclear identities through tourism development in the atomic town Visaginas // *Journal of Baltic Studies*. – 2022. – Vol. 53. – pp. 437–457. DOI: 10.1080/01629778.2022.2092163.
- 15 Rosendo B., Ferreira D., Viana R., Sousa B. Exploring niche marketing and tourist motivations: a study on atomic tourism // *Proceedings of the International Workshop «Tourism and Hospitality Management» (IWTMH2023)*. – Porto: ISAG – European Business School, 2023. – pp. 157–175. DOI: 10.58869/IWTMH2023.
- 16 Молдажанов М.Б., Абдралиев Б.Т. Территория СИЯП – центр притяжения туристов? // Вести Семей. – 2026. – №3(2159). – С. 2. URL: <https://drive.google.com/file/d/10tZhnrxkotzf8ZVxhadH8TvwNN7dt3FAk/view> (дата обращения: 19.01.2026).
- 17 Интервью с Ердинбековой А. Ядерный туризм в Казахстане: миф или реальность? [Видеозапись]. URL: <https://youtu.be/PWDOvreBoy4> (дата обращения: 19.01.2026).
- 18 Интервью с Жәнібек М.М. Радиационная грамотность и общественное понимание: исторический опыт и современные реалии Казахстана [Видеозапись]. URL: <https://youtu.be/Tjrf3iPeOLk> (дата обращения: 19.01.2026).
- 19 Интервью с Мусиновой Г.С. Экологические проблемы в казахской литературе (на основе Семипалатинского испытательного полигона) [Электронный ресурс]. URL: <https://abu.edu.kz/tu/science/projects%26initiatives/1747376582725/1760959493335/1760961589673> (дата обращения: 19.01.2026).
- 20 Интервью с Голубевой Л.А. Гостиница «Маяк» – место отдыха для потенциального путешественника по СИП [Видеозапись]. URL: <https://youtu.be/LKtielWIs0o> (дата обращения: 19.01.2026).

References

- 1 Dark Tourism Statistics by Market Size, Demographics and Facts (2025). <https://electroi.com/stats/dark-tourism-statistics/> (data obrashheniya: 16.01.2026).
- 2 Wright D., Stone P. The Future of Dark Tourism: Enlightening New Horizons. – Bristol: Channel View Publications, 2024. DOI: 10.21832/STONE8984.
- 3 Foley M., Lennon J.J. JFK and dark tourism: A fascination with assassination // *International Journal of Heritage Studies*. – 1996. – Vol. 2. – №4. – pp. 198–211. DOI: 10.1080/13527259608722175.
- 4 Oxford English Dictionary. Dark tourism [Elektronnyj resurs]. URL: https://www.oed.com/dictionary/dark-tourism_n?tl=true (data obrashheniya: 16.01.2026).
- 5 Oxford English Dictionary Online. Dark tourism: frequency [Elektronnyj resurs]. URL: https://www.oed.com/dictionary/dark-tourism_n?tab=frequency (data obrashheniya: 16.01.2026).
- 6 Moldazhanov M.B., Garipova A.A., Dyjskenova R.Zh. Faktory formirovaniya sprosa na jadernyj turizm na territorii Semipalatinskogo ispyatel'nogo poligona: jempiricheskij analiz // *Turizm, dosug i gostepriimstvo*. – 2026. – №1(12). – S. 59–69. DOI: 10.59649/2959-5185-2026-1-59-69.
- 7 Sullivan K. Atomic world: the place of nuclear tourism // *Tourism Mobilities* / Ed. by M. Sheller, J. Urry. – London: Routledge, 2004. – pp. 204–216. DOI: 10.4324/9780203340332-25.
- 8 Gusterson H. Nuclear tourism // *Journal for Cultural Research*. – 2004. – Vol. 8. – №1. – pp. 23–31. DOI: 10.1080/1479758042000197006.
- 9 Yankovska G., Hannam K. Dark and toxic tourism in the Chernobyl exclusion zone // *Current Issues in Tourism*. – 2014. – Vol. 17. – №10. – pp. 929–939. DOI: 10.1080/13683500.2013.820260.
- 10 Alexis-Martin B., Davies T. Towards nuclear geography: Zones, bodies, and communities // *Geography Compass*. – 2017. – Vol. 11. – №9. – pp. 1–13. DOI: 10.1111/gec3.12325.
- 11 Salmela T. Beyond the imaginaries: Sublime nuclear encounters on the North Coast 500 // *Tourism Geographies*. – 2025. – Vol. 27. – pp. 1002–1021. DOI: 10.1080/14616688.2025.2506107.
- 12 Mažeikienė N., Gerulaitienė E. Educational aspects of nuclear tourism: sites, objects and museums // *EDULEARN18 Proceedings*. – Valencia: IATED, 2018. – pp. 5668–5677. DOI: 10.21125/edulearn.2018.1369.

- 13 Banaszekiewicz M. Fun in the Power Plant. Edutainment in the Chernobyl Exclusion Zone Tourism // Learning the Nuclear: Educational Tourism in (Post)Industrial Sites / Ed. by N. Mažeikienė. – Bern: Peter Lang, 2021. – pp. 225–238. DOI: 10.3726/b18090.
- 14 Mažeikienė N., Gerulaitienė E. Negotiating post-nuclear identities through tourism development in the atomic town Visaginas // Journal of Baltic Studies. – 2022. – Vol. 53. – pp. 437–457. DOI: 10.1080/01629778.2022.2092163.
- 15 Rosendo B., Ferreira D., Viana R., Sousa B. Exploring niche marketing and tourist motivations: a study on atomic tourism // Proceedings of the International Workshop «Tourism and Hospitality Management» (IWTHM2023). – Porto: ISAG – European Business School, 2023. – pp. 157–175. DOI: 10.58869/IWTHM2023.
- 16 Moldazhanov M.B., Abdraliev B.T. Territorija SIJaP – centr pritjazhenija turistov? // Vesti Semej. – 2026. – №3(2159). – S. 2. URL: <https://drive.google.com/file/d/10tZhnrxkotzf8ZVxadH8TvwNN7dt3FAk/view> (data obrashhenija: 19.01.2026).
- 17 Interv'ju s Erdinbekovoj A. Jadernyj turizm v Kazahstane: mif ili real'nost'? [Videozapis']. URL: <https://youtu.be/PWDOvreBoy4> (data obrashhenija: 19.01.2026).
- 18 Interv'ju s Zhəñibek M.M. Radiacionnaja gramotnost' i obshhestvennoe ponimanie: istoricheskij opyt i sovremennye realii Kazahstana [Videozapis']. URL: <https://youtu.be/TjrF3iPeOLk> (data obrashhenija: 19.01.2026).
- 19 Interv'ju s Musinovej G.S. Jekologicheskie problemy v kazahskoj literature (na osnove Semipalatinskogo ispytatel'nogo poligona) [Elektronnyj resurs]. URL: <https://abu.edu.kz/ru/science/projects%26initiatives/1747376582725/1760959493335/1760961589673> (data obrashhenija: 19.01.2026).
- 20 Interv'ju s Golubevoj L.A. Gostinica «Majak» – mesto otдыхa dlja potencial'nogo puteshestvennika po SIP [Videozapis']. URL: <https://youtu.be/LKtielWlsoo> (data obrashhenija: 19.01.2026).

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

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

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

e-mail: mmarat84@inbox.ru

ORCID: 0000-0003-0872-5797

Дүйсенова Райгүл Жеңісқызы – PhD, и.о. ассоциированного профессора, Алматинский технологический университет, Алматы, Казахстан.

Дүйсенова Райгүл Жеңісқызы – 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 id: 0000-0002-7011-8229

Дата поступления статьи: 14.05.2026

Дата принятия к публикации: 25.05.2026

¹Рысбекова А.Б.^a, ²Бакелекова Т.^b, ¹Конысова Ш.М., ¹Кетпен Ж.М.,
¹Турлыбек М.

¹Ожно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан

²Университет Глазго, Глазго, Великобритания

ОРГАНИЗАЦИЯ МЕДЛЕННОГО ТУРИЗМА НА КАЗАХСТАНСКОМ ОТРЕЗКЕ ВЕЛИКОГО ШЕЛКОВОГО ПУТИ

Рысбекова Айгуль Бегманалыевна, Бакелекова Толғанай, Конысова Шолпан Махмұтовна, Кетпен
Жандос Мұхамедияұлы, Турлыбек Манзура

Организация медленного туризма на казахстанском отрезке Великого Шелкового пути

Аннотация. В статье обоснована необходимость перехода от массовых туристских потоков к устойчивым формам туризма, которые ориентированы на культурную аутентичность, экологическую ответственность и социально-экономическое развитие местных сообществ. Целью исследования является обоснование целесообразности медленного туризма (Slow Tourism) на казахстанском сегменте Великого Шелкового пути. Используются методы картографии, геоинформатики, пространственного анализа, визуализации и графического моделирования маршрута, программа Google Earth. Статистические показатели медленного туризма в мире и в Казахстане показывают тенденцию роста интереса. Медленный туризм предлагается рассматривать через показатели экотуризма, сельского туризма, внутреннего туризма и Sustainable Tourism. Сравнение Казахстана с практикой функционирования медленного туризма в развитых странах показало, что есть потенциал природных, исторических и культурных ресурсов в ключевых точках маршрута для эффективной организации системы Slow Tourism международного уровня. Предложен маршрут медленного туризма: Алматы – Каскелен – Узын-Агаш – Мерке – Луговая (Кулан) – Акыртөбе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отрар – Сауран – Туркестан. Разработаны карта-схема и пространственная модель организации медленного туризма, включающая инфраструктурные, сервисные и экономические компоненты. Составлена технологическая карта туристского маршрута, определена его протяженность, длительность путешествия во времени, содержание экскурсии. Это позволило определить расходы на путешествие и экономическую эффективность маршрута. Есть риски туризма на маршруте: чрезмерное посещение объектов, углеродный след, сезонность потоков, логистические барьеры (трудности посещения удалённых территорий). Это особенно актуально из-за высокой зависимости экономики от угольной энергетики и сырьевого сектора.

Ключевые слова: медленный туризм, Великий Шелковый путь, устойчивый туризм, культурное наследие, технологическая карта, логистика маршрута.

Рысбекова Айгуль Бегманалыевна, Бакелекова Толғанай, Конысова Шолпан Махмұтовна, Кетпен
Жандос Мұхамедияұлы, Турлыбек Манзура

Ұлы Жібек жолының Қазақстан бөлігінде баяу туризмді ұйымдастыру

Аңдатпа. Мақалада жаппай туристік ағындардан мәдени шынайылыққа, экологиялық жауапкершілікке және жергілікті қауымдастықтардың әлеуметтік-экономикалық дамуына бағытталған туризмнің тұрақты түрлеріне көшу қажеттілігі негізделеді. Зерттеудің мақсаты - Ұлы Жібек жолының Қазақстан сегментінде баяу туризмнің орындылығын негіздеу. Маршруттың картографиясы, геоинформатика, кеңістіктік талдау, визуализация және графикалық модельдеу әдістері, сондай-ақ Google Earth пайдаланылды. Әлемдегі және Қазақстандағы баяу туризмнің статистикалық көрсеткіштері қызығушылықтың арту үрдісін көрсетеді. Баяу туризмді экотуризм, ауылдық туризм, ішкі туризм және тұрақты туризм көрсеткіштері арқылы қарастыру ұсынылады. Дамыған елдердегі баяу туризм тәжірибесімен Қазақстанды салыстыру халықаралық деңгейде баяу туризм жүйесін тиімді ұйымдастыру үшін маршрут бойындағы негізгі нүктелердегі табиғи, тарихи және мәдени ресурстардың әлеуетін көрсетеді. Кеңейтілген баяу туризм бағыты ұсынылады: Алматы – Қаскелең – Ұзынағаш – Мерке – Луговая (Қулан) – Акыртөбе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отырар – Сауран – Түркістан. Инфрақұрылым, қызмет көрсету және экономикалық компоненттерді қоса алғанда, баяу туризмді ұйымдастырудың схемалық картасы мен кеңістіктік моделі жасалды. Туристік бағыттың технологиялық картасы жасалды, оның ұзындығы, саяхат уақыты және экскурсия мазмұны анықтанды. Бұл саяхат шығындарын және бағыттың экономикалық тиімділігін анықтауға мүмкіндік берді. Маршрутта туризмге тән қауіптер бар: нысандарға шамадан тыс бару, көміртегі ізі, туристік ағындардың маусымдылығы және логистикалық кедергілер (шалғай аудандарға барудың қиындығы) жатады. Бұл әсіресе экономиканың көмір энергиясына және шикізат секторына жоғары тәуелділігіне байланысты өзекті.

Түйін сөздер: баяу туризм, Ұлы Жібек жолы, тұрақты туризм, мәдени мұра, технологиялық карта, маршруттық логистика.

Rysbekova Aigul Begmanalyevna, Bakelekova Tolganay, Konyssova Sholpan Makhmutovna, Ketpen Zhandos Mukhamediyaul, Turlybek Manzura
Organizing Slow Tourism on the Kazakh section of the Great Silk Road

Abstract. This article substantiates the need to transition from mass tourist flows to sustainable forms of tourism focused on cultural authenticity, environmental responsibility, and the socio-economic development of local communities. The aim of the study is to substantiate the feasibility of slow tourism on the Kazakhstan segment of the Great Silk Road. Methods of cartography, geoinformatics, spatial analysis, visualization and graphical modeling of the route, as well as Google Earth, are used. Statistical indicators of slow tourism worldwide and in Kazakhstan show a trend of increasing interest. Slow tourism is proposed to be considered through the indicators of ecotourism, rural tourism, domestic tourism, and sustainable tourism. A comparison of Kazakhstan with slow tourism practices in developed countries shows the potential of natural, historical, and cultural resources at key points along the route for the effective organization of a slow tourism system at an international level. An extended slow tourism route is proposed: Almaty – Kaskelen – Uzyn-Agash – Merke – Lugovaya (Kulan) – Akrytobe – Taraz – Sairam – Shymkent – Otrar – Sauran – Turkestan. A schematic map and spatial model for organizing slow tourism were developed, including infrastructure, service, and economic components. A technological map of the tourist route was compiled, determining its length, travel time, and excursion content. This made it possible to determine travel costs and the economic viability of the route. Tourism risks along the route include over-visiting sites, carbon footprint, seasonality of tourist flows, and logistical barriers (difficulties in visiting remote areas). This is especially relevant due to the economy's high dependence on coal energy and the raw materials sector.

Key words: slow tourism, the Great Silk Road, sustainable tourism, cultural heritage, technological map, route logistics.

Введение. Глобальные тренды в мировой экономике, развитие IT-технологий привели к трансформации туристской отрасли, которая сопровождается переосмыслением роли туризма в социально-экономическом развитии общества. Ориентированный на максимум туристские потоки, массовый туризм стал предметом критики за экологические последствия, утрату культурной аутентичности, создание социальной напряженности в принимающих регионах. В этой связи особую актуальность приобретает концепция медленного туризма (Slow Tourism), направленная на рациональное использование природных ресурсов, глубокое погружение туристов в локальную культуру, познание нового, неизведанного, и формирование таким образом инновационного турпродукта [1].

Интерес к Slow Tourism или Slow Travel формируется не как краткосрочная мода, а как устойчивый сдвиг в потребительском поведении. Slow Travel – медленное путешествие. Это философия путешествий, в которых целью является спокойное замедленное получение качественных впечатлений, тщательное погружение в культуру новых стран, посещение разных достопримечательностей, медленные прогулки пешком, поиск интересного и необычного иногда в обыденных деталях [2]. Таким образом, Slow Travel – новый тренд современного мира. Особую актуальность приобретает это направление туризма для Казахстана, обладающего значительным историко-культурным наследием Великого Шелкового пути. Казахстанский сегмент маршрута охватывает крупнейшие исторические поселения Центральной Азии – Тараз, Туркестан, Оtrar, Сауран, Алматы, формируя

уникальный пространственный каркас культурного туризма.

Начиная с 2014 года маршрут Чанъан – Тянь-Шаньский коридор, проходящий через Казахстан, включен в список всемирного наследия ЮНЕСКО, что подтверждает его исключительную культурную и историческую ценность [3]. Прохождение туриста по этому маршруту соответствует содержанию и принципам медленного туризма, т.к. турист может в одном месте проводить больше времени, остановиться в небольших старинных поселениях, вместо торопливого осмотра достопримечательностей путешественник может спокойно отдыхать, хорошо провести досуг, с удовольствием созерцать окружающую среду. В этих условиях концепция Slow Tourism приобретает стратегическое значение как форма устойчивого туризма, основанная на принципах экологической ответственности, социальной вовлеченности и пространственной сбалансированности развития территории.

Целью исследования является обоснование целесообразности медленного туризма (Slow Tourism) на казахстанском сегменте Великого Шелкового пути.

Задачи исследования:

- анализ сущности и принципов Slow Tourism;
- изучение опыта передовых стран, определение ресурсного потенциала казахстанского маршрута;
- разработка модели организации медленного туризма на маршруте.

Материалы и методы. Концепция Slow Tourism возникла в рамках философии «Slow Movement – медленное движение», сформиро-

ванной в 1980–1990-х гг. как альтернатива ускоренному образу жизни индустриального общества. В сфере туризма данный подход означает отказ от стандартных массовых маршрутов в пользу локальных, аутентичных и экологически ориентированных путешествий [4]. Методология исследования основана на таких процедурах, как сбор статистических данных, их обработка, анализ информации в зарубежных и отечественных источниках о маршруте. Авторы ознакомились с опытом организации Slow Tourism в европейских странах путем изучения литературы в журналах, индексируемых Scopus и Web of Science. Пошаговый «рецепт» выполнения исследования включает: ознакомление с сущностью медленного туризма, современным состоянием и тенденциями развития медленного туризма, мировым опытом организации Slow Tourism, рассмотрение возможности использования этого опыта в Казахстане. Использован аналитический метод при рассмотрении ресурсного потенциала маршрута. Методический подход заключается в использовании инструментов построения модели для нового турпродукта и выборе наиболее эффективного варианта медленного туризма, который обеспечит создание новых рабочих мест, достойную оплату труда работников турфирм и благополучное развитие местных сообществ.

Картографический метод позволил определить линейный маршрут движения и отобразить объекты показа, остановки. Благодаря использованию цифровых карт и геоинформационных технологий, программы Google Earth удалось определить точные расстояния между городами и поселениями; рассчитать время поездки; составить карту-схему маршрута. Используя аналогию построения маршрутов в туризмологии, а также географическое расположение объектов, удалось составить технологическую карту организации маршрута медленного туризма на казахстанском отрезке. Метод визуализации и графического моделирования маршрута позволил определить транспортную доступность; удалённость объектов, их территориальную связанность; составить пространственную модель маршрута: Алматы – Каскелен – Узын-Агаш – Мерке – Луговая (Кулан) – Акыртобе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отрар – Сауран – Туркестан. Логическая последовательность цепочки и элементы цифровизации маршрута позволили представить карту-схему, которая сочетает природный, историко-культурный и паломнический туризм. Очень важна пространственная структура маршрута, когда турист знакомится с

древними и современными названиями городов и поселений, изучает составленные много лет назад карты. Это можно назвать географическим подходом к изучению многосторонней жизни людей вдоль Великого Шелкового пути. Статистический подход позволил определить количественные индикаторы медленного туризма в Казахстане, рассчитать основные показатели затрат на внутренний туризм. Конечным результатом исследования является оценка экономической эффективности возможного внедрения турпродукта «Slow Tourism».

Результаты. В настоящее время путешественники все чаще выбирают неторопливые поездки вместо активных туров по крупным городам с насыщенной программой. Такой подход должен идти на пользу и окружающей среде, и самим туристам. Пришло время переосмыслить туризм, концепцию, философию его дальнейшего совершенствования, оценить влияние путешествий на жизнь и мировоззрение людей. В этом плане медленный туризм – это новое понимание, которое предлагает вместо погони за достопримечательностями проделать вдумчивое знакомство с местом отдыха. Именно поэтому многие страны сделали ставку на Slow Travel [2, 5].

В сфере путешествий медленный туризм – сравнительно новый тренд. Началом его зарождения считают 2010-е годы, когда он начал приобретать быструю популярность и в настоящее время стал одним из явлений медленного движения – культуры замедления ритма жизни в самых разных сферах. Медленное движение приобрело популярность в развитых странах: сторонников этой концепции можно встретить в области науки, искусства, моды, дизайна, садоводства. Любители никуда не спешить создали организацию «Мировой институт медленности» (The World Institute of Slowness). Сторонники медленного туризма призывают наслаждаться каждым моментом жизни, ведь он может никогда не повториться; рекомендуют уделять больше внимания чувствам, эмоциям и ощущениям; пользоваться современными технологиями только в случае необходимости, а не для того, чтобы занять время; призывают к сдержанности, быть осознанными потребителями [6].

Следует отметить, что тенденция на медленный туризм привела и к возникновению целого направления гостеприимства – Slow Living Hospitality. Приверженцы этого направления поощряют отказ от излишне люксовых вещей и внешней роскоши, предлагая гостям более ин-

интересный опыт общения с природой (внутри гостиницы может быть зимний сад, а также на его территории огород или небольшая ферма). Кроме того, растущий спрос на уникальные места размещения породил бутик-отели, которые отличаются от сетевых отелей оригинальностью. Первые бутик-отели открылись в 1980-е годы в крупных американских и английских городах. В них было небольшое количество номеров, при этом каждый из номеров отличался индивидуальным оформлением, хорошим вкусом, который нравился посетителям. Slow Tourism тесно связан с концепцией устойчивого развития и включает экологический, социальный и экономический аспекты. Современные модели устойчивого туризма подтверждают, что снижение интенсивности туристских потоков способствует росту удовлетворенности туристов и повышению доходов местных сообществ при одновременном улучшении качества услуг и снижении

нагрузки на экосистему. Медленный туризм представляет собой форму устойчивого туризма, основанную на:

- минимизации экологического вреда для окружающей среды;
- приоритете локальных экономик и благосостояния местных жителей глубокой культурной интеграции туриста в местную реальность;
- замедлении темпа путешествия за счет глубокого осознания окружающей действительности и проникновения в суть происходящего;
- персонализации туристского опыта, понимания аутентичности медленного туризма.

В отличие от классических экскурсий, Slow Tourism ориентирован не на количество посещенных объектов, а на качество впечатлений, эмоциональную вовлеченность и социальную устойчивость. Медленный туризм интегрирует три ключевых компонента устойчивого развития (таблица 1).

Таблица 1 – Компоненты устойчивого развития медленного туризма

Компонент	Проявление в Slow Tourism
Экологический	Минимизация углеродного следа, минимум отходов, экотранспорт
Социальный	Занятость местного населения, рост доходов, сохранение традиций
Экономический	Мультипликативный эффект: пополнение бюджета, улучшение качества услуг, развитие смежных с туризмом сфер обслуживания
Примечание – Составлено авторами	

В мировой статистике медленный туризм часто рассматривается через показатели экотуризма, сельского туризма, внутреннего туризма и Sustainable Tourism. По данным UN Tourism, международный туризм практически полностью восстановился после пандемии: в 2024 г.

было зарегистрировано около 1,4 млрд международных туристских прибытий (таблица 2). В рамках медленного туризма наиболее быстро растут сельский туризм, гастрономический туризм, агротуризм, пешие и велосипедные маршруты

Таблица 2 – Основные статистические показатели медленного туризма в мире

Показатель	Значение
Международные туристские прибытия в мире	1,4 млрд человек
Восстановление мирового туризма к уровню 2019 г.	99 %
Рост внутреннего и экологического туризма	+10–15 % ежегодно
Доля туристов, предпочитающих устойчивые поездки	около 70 %
Средняя продолжительность Slow-поездок	5–14 дней
Наиболее популярные страны в сфере Slow Tourism	Италия, Франция, Япония, Испания, Швейцария
Примечание – Составлено авторами по данным [7]	

В Казахстане Slow Tourism развивается главным образом через экотуризм, агротуризм, сельский туризм, этнотуризм, посещение национальных парков (таблица 3). За последние три года число экотуристов выросло с 2 млн до 2,8 млн

чел. (+40 %). Наиболее популярные территории: Чарынский каньон, озеро Колсай, нацпарк Алтын Емель, Иле-Алатауский нацпарк. Туристский поток в Charyn Canyon вырос с 16 тыс. человек в 2020 г. до 117 тыс. человек в 2024 г. [8].

Таблица 3 – Основные показатели туристской отрасли Казахстана, 2024 г.

Показатель	Значение
Внутренние туристы, млн. чел.	10,5
Иностранные посетители, млн. чел.	15–15,3
Туристы в нацпарках и экотуризме, млн. чел.	2,8
Рост экотуризма, %	+40 % за 2022-2024 годы
Доля внутреннего туризма, %	87,7
Расходы на внутренний туризм, млрд тенге	582,7
Примечание – Составлено по данным Нацбюро по статистике РК [7, 8]	

Медленный туризм становится одной из ключевых моделей устойчивого развития отрасли в мире. Для Казахстана его развитие особенно перспективно благодаря огромному природному потенциалу, развитию национальных парков, спросу на экологичные путешествия, расшире-

нию агротуризма и этнотуризма. Ключевые показатели медленного туризма в Казахстане показаны в таблице 4. Очень важно увеличить число дней пребывания, возвращаемость туристов, преодолеть сезонность, обеспечить равномерность потока.

Таблица 4 – Количественные индикаторы медленного туризма в Казахстане

Индикатор	Показатель	Величина
Средняя длительность пребывания	Количество дней пребывания	5–10 дней
Доля внутреннего туризма	Процент внутренних поездок	Достичь 50 % (в 2024 г. - 40,7 %)
Посещение природных территорий	Количество экотуристов	2,8 млн. чел.
Расходы туристов	Затраты туристов на услуги внутреннего туризма	326,3 млрд тенге (только прямые расходы – проживание, питание, транспорт)
Инфраструктура медленного туризма	Число сельских гостевых домов	2024 г. действовало около 4,3 тыс. объектов размещения, из которых 1 818 расположены в сельской местности
Уровень экологического туризма	Посещаемость национальных парков	в 2024 г. национальные парки посетили 2,8 млн чел. (26,7%)
Уровень сезонности	Равномерность потока	Определяется делением максимального туристского потока в пиковый месяц на среднемесячный поток. Для нацпарков показатель равен 1.8–2.5, что свидетельствует о средней и высокой сезонности турпотока
Углеродный след	Экологическая нагрузка	Выбросы CO ₂ на душу населения 16–17 тонн
Примечание - Составлено на основе «Отраслевая статистика. Статистика туризма». https://stat.gov.kz/ru/industries/business-statistics/stat-tourism/		

Анализ показал, что Казахстан постепенно переходит от модели транзитного туризма к устойчивому природно-ориентированному туризму, что соответствует глобальным тенденциям Sustainable Tourism. Согласно данным Бюро национальной статистики РК, туристское потребление внутри страны в 2024 году составило 3,16 трлн тенге, расходы, относящиеся непосредственно к внутреннему туризму, достигли 1,28 трлн тенге. При этом валовая добавленная стоимость туристской отрасли составила внушительную сумму – 4,06 трлн тенге. Кроме вышеуказанных факторов, рост расходов связан с увеличением внутреннего турпотока, расширением

гостиничной инфраструктуры, ростом доходов населения, популяризацией национальных парков и регионального туризма.

Статистика показывает, что в 2024 году казахстанцы потратили на внутренний туризм 582,7 млрд тенге, что существенно превышает расходы на многие другие виды услуг населения (таблица 5). В 2024 году в Казахстане действовало около 4315 объектов размещения, из которых 1818 расположены в сельской местности (таблица 6). В государственных программах отмечается, что развитие глэмпингов и гостевых домов позволит обеспечить дополнительную занятость более 10 тыс. сельских жителей.

Таблица 5 – Основные показатели затрат на внутренний туризм в Казахстане, млрд тенге

Показатель	2023 г.	2024 г.	Изменение
Расходы населения на внутренний туризм	537,8	582,7	Рост на 8,3 %
в том числе:			
Расходы на проживание	68,0	77,5	Рост на 14,0 %
Расходы на транспортные услуги	121,4	135,7	Рост на 11,9 %
Расходы на питание	101,2	113,0	Рост на 11,7 %
Покупка товаров и сувениров	139,6	158,5	Рост на 12 %
Прочие услуги	107,6	98,0	Снижение на 9 %
Общие расходы на поездки (внутренние + выездные)	869,0	957,7	Рост на 10,2 %
Примечание - Составлено на основе данных Нацбюро по статистике МНЭ РК [8]			

Наиболее активно гостевые дома развиваются в Алматинской, Восточно-Казахстанской, Туркестанской и Мангистауской областях. Число сельских гостевых домов является важным индикатором развития медленного и устойчивого

туризма, он отражает уровень диверсификации сельской экономики; степень вовлечения местного населения в туризм; развитие малого бизнеса на селе; инфраструктурную обеспеченность сельских территорий; рост потенциала агротуризма.

Таблица 6 – Основные показатели по сельским гостевым домам в РК, 2024 г.

Показатель	Значение
Общее количество объектов размещения в Казахстане	4 315 ед.
Объекты размещения в сельской местности	1 818 ед.
Новые гостевые дома в Алматы	2 объекта
Планируемая занятость через агротуризм и гостевые дома	10 тыс. сельских жителей
Примечание - Составлено на основе данных Нацбюро по статистике МНЭ РК [8]	

Национальные парки Казахстана являются ключевыми объектами развития медленного туризма. В них работает 16 визит-центров. Наибольшей популярностью пользуются нацпарки Алматинского туристского кластера. Именно эти территории формируют основную часть экологического туристского потока страны. Посещаемость национальных парков является важным индикатором развития устойчивого туризма, эффективности экологической политики, туристской привлекательности регионов, уровня рекреационной нагрузки.

Сезонность является основной проблемой развития экологического и медленного туризма. Для нацпарков характерна высокая концентрация туристского потока в летний период. Доля посещений в летний сезон составляет 55-70 %, коэффициент сезонности – 1,8-2,5. Средняя загрузка зимой всего 25 %. Причины высокой сезонности – суровая зима; ограниченный доступ к горным маршрутам; климатические риски; недостаток круглогодичных объектов размещения; слабое развитие зимнего экотуризма. Высокая сезонность нацпарков снижает устойчивость туристской отрасли, увеличивает экологическую нагрузку в пиковые периоды, происходит концентрация доходов летом, вызывающая нестабильность работы малого бизнеса. Для повышения равномерности туристского потока необходимы зимние туристские продукты, цифровое управление потоками, диверсификация маршрутов и услуг.

Еще одна проблема эко- и медленного туризма – углеродный след. Для Казахстана это особенно актуально из-за высокой зависимости экономики от угольной энергетики и сырьевого сектора. В настоящее время выбросы CO₂ на душу населения составляют 16–17 т.

В туристской отрасли углеродный след формируется за счёт: авиаперевозок; автотранспорта; гостиничной инфраструктуры; массового туризма в природных территориях. Сегодня медленный туризм рассматривается как инструмент снижения экологической нагрузки, поскольку предполагает: более длительное пребывание; сокращение частоты поездок; использование локального транспорта; развитие пеших и велосипедных маршрутов.

После анализа состояния медленного туризма в Казахстане представляется целесообразным сопоставить его с практикой функционирования данного направления в развитых странах (таблица 7). После пандемии COVID-19 многие государства переориентировали туристскую по-

литику на развитие внутренних поездок. Так, в Европе более 60 % туристов выбирают внутренние направления, тогда как в Японии активно развиваются медленные железнодорожные маршруты, поддерживаемые высокой экологической культурой населения и государственной поддержкой отрасли.

Наиболее развитая модель медленного туризма сформировалась в Италии, где получили распространение движения Slow Food и Cittaslow. В настоящее время сеть Cittaslow объединяет более 300 «медленных городов» по всему миру, из которых около 90 расположены в Италии. Движение Slow Food возникло в Италии в 1986 г. как протест против распространения культуры быстрого питания, в частности против открытия ресторанов McDonald's. Его основой стала идея потребления локальных продуктов, выращенных на конкретной территории и приготовленных местными поварами. В данном контексте еда рассматривается не только как способ удовлетворения базовой потребности, но и как элемент культурного кода территории.

В дальнейшем вместе с движением Slow Food сформировалось более широкое Movimento Slow – «медленное движение», которое постепенно распространилось на различные сферы жизни. В результате появились направления медленного чтения, медленного образования, медленного старения, медленной моды и других практик, основанных на принципах осознанности, устойчивости и уважения к локальной культуре [9].

Однако есть свои проблемы: около 75 % туристов в Италии концентрируются лишь на 4 % территории страны. В некоторых регионах ввели ограничения на посещение туристов. Так, власти Венеции ограничили посещение города за счет введения платы, которая зависит от числа уже находящихся посетителей. Такой способ борьбы с потоком однодневных туристов принес результат, а также совпал с желанием местных властей поддержать медленных, вдумчивых путешественников. Одновременно Министерство культуры Италии завершило подготовку для включения античной Аппиевой дороги в список Всемирного наследия ЮНЕСКО [10]. Аппиева дорога представляет уникальное культурное наследие человечества, является уникальным маршрутом, сохранившим свидетельства древней инфраструктуры, множество захоронений. Поддержание этой дороги в хорошем состоянии обеспечивается государственными средствами с целью развития медленного, размеренного ту-

ризма. Маршрут дороги проходит по 70 населенным пунктам, 15 паркам, 12 городам и четырем регионам.

С 2022 года власти Северного Кипра (не входит в ЕС, находится под протекторатом Турции) изменили модель туристской индустрии острова, сделав акцент на неторопливом изучении прекрасных мест [11]. Проект «Земля легенд» посвящен постепенному знакомству с традициями, культурой и национальной кухней местных жителей.

Медленный туризм постепенно набирает популярность и в России [12]. Так, разработанный несколько лет назад мастер-план «Большое Золотое кольцо» был ориентирован на увеличение туристского потока и повышение вклада туристской отрасли в экономическое развитие городов и территорий, расположенных вдоль маршрута. Российская модель slow tourism в значительной степени базируется на природном и этнокультурном туризме и развивается преимущественно через такие дестинации, как Байкал, Алтай, Карелия и Камчатка.

С Казахстаном Россию объединяют ряд характерных особенностей: высокая сезонность туристского спроса, значительные расстояния между туристскими объектами, высокая транспортная энергоёмкость путешествий и зависимость многих маршрутов от природно-климатических условий. Вместе с тем Россия

отличается более развитой туристской инфраструктурой, большим количеством экологических маршрутов и более ёмким внутренним туристским рынком.

Среди других стран, успешно развивающих принципы медленного туризма, следует отметить Южную Корею, где активно реализуется концепция Slow Villages; Францию, известную развитием винного и гастрономического туризма; Испанию, где широкое распространение получили сельский и экологический туризм, сеть гостевых домов и меры государственной поддержки отрасли; а также Швейцарию, ориентированную на экологически ответственный альпийский туризм с низким углеродным следом.

В странах Центральной Азии медленный туризм развивается менее равномерно и представлен преимущественно этнокультурным и природно-ориентированным туризмом. Для региона характерны высокая сезонность туристской активности, значительные транспортные расстояния и сравнительно высокий углеродный след туристских поездок. В целом развитие медленного туризма определяется совокупностью факторов, среди которых ключевое значение имеют экологическая политика государства, уровень развития транспортной инфраструктуры, степень вовлечённости местных сообществ в туристскую деятельность и эффективность мер государственной поддержки.

Таблица 7 – Сравнительный анализ медленного туризма Казахстана и других стран

№	Показатель	Казахстан	Италия	Россия	Центральная Азия	Франция	Япония	Испания	Швейцария
1	Основная модель Slow Tourism	экотуризм, этнотуризм, агротуризм	Cittaslow, гастрономия	экотуризм, этнотуризм	горный и этнотуризм	сельский и гастроном. туризм	slow rail tourism	rural & eco tourism	alpine sustainable tourism
2	Уровень развития медленного туризма	относительно средний	высокий	средний	низкий–средний	высокий	высокий	высокий	очень высокий
3	Развитие железнодорожного туризма	высокое	высокое	высокое	высокое	высокое	очень высокое	высокое	очень высокое
4	Сезонность	высокая	умеренная	умеренная	высокая	умеренная	низкая–умеренная	умеренная	низкая
5	Уровень экологической инфраструктуры	развивается, формируется	очень развитая	развивается, формируется	ограничено	развитый	высоко-технологичный	развитый	один из лучших в мире

6	Сельские гостевые дома	развивается, формируется	развитая	развивается	слабая	очень развито	развито	развито	развито
7	Углеродный след туризма	высокий, усиливается	системная	региональная	ограниченная	средний	средний	средний	низкий
8	Государственная поддержка	средняя, усиливается	средняя	относительно высокая	относительно высокая	системная	стратегическая	активная	комплексная
Примечание – Составлено авторами на основе изучения литературы и данных [7, 8]									

В странах Центральной Азии медленный туризм развивается неравномерно и имеет выраженную территориальную специализацию. Так, Кыргызстан ориентируется преимущественно на развитие горного и юрточного туризма, Узбекистан – на культурно-познавательный и исторический туризм, Таджикистан известен маршрутами по Памиру, тогда как в Туркменистане туристская деятельность остаётся относительно ограниченной. Анализ зарубежного опыта показывает, что Казахстану целесообразно адаптировать наиболее эффективные практики развития медленного туризма с учётом национальных особенностей и имеющегося туристского потенциала.

На основе изучения зарубежной научной литературы и практического опыта развития концепции Slow Travel были сформулированы основные принципы медленного туризма:

- Глубокое погружение в дестинацию. Рекомендуется сосредоточиться на изучении одного города или территории, уделяя внимание местному колориту, традициям, образу жизни населения и малоизвестным объектам туристского интереса.

- Осознанное потребление туристского опыта. Приоритет отдаётся не наиболее популярным и массовым достопримечательностям, а уникальным локальным объектам, позволяющим глубже познакомиться с культурой и природой региона.

- Отказ от чрезмерной насыщенности маршрута. Медленный туризм предполагает отказ от стремления посетить максимально возможное количество объектов за ограниченное время. Вместо этого акцент делается на созерцании, отдыхе и эмоциональном восприятии окружающей среды.

- Рациональное использование времени и ресурсов. Сокращение количества переездов и экскурсионных мероприятий позволяет снизить расходы и повысить качество туристского опыта.

- Использование экологичных видов транспорта. Пешие прогулки, велосипедные маршруты и другие виды низкоуглеродного транспорта являются важным элементом философии Slow Travel, способствуя снижению негативного воздействия на окружающую среду.

На наш взгляд, указанные принципы могут быть успешно реализованы в рамках развития медленного туризма на казахстанском участке Великого Шёлкового пути. В последние годы в стране наблюдается устойчивый рост внутреннего и въездного туризма, что создаёт благоприятные условия для внедрения новых туристских маршрутов и продуктов. Данные тенденции подтверждаются официальной статистикой посещаемости культурно-исторических объектов, а также реализуемыми инициативами по преобразованию объектов наследия в современные туристские центры притяжения.

Обсуждение. Современная туристская индустрия переживает существенные трансформации, обусловленные цифровизацией, экологическими ограничениями и ростом спроса на аутентичные туристские практики. Массовый туризм, ориентированный на краткосрочные экономические выгоды, теперь рассматривается как фактор деградации природных экосистем, урбанистической перегрузки и эрозии культурной идентичности принимающих территорий. В этом плане медленный туризм ориентирован на длительное пребывание путешественников, глубокое погружение в культурную среду и формирование устойчивых экономических связей с местными сообществами.

Как выше показано, Slow Travel – это философия путешествий, когда целью является спокойное замедленное получение качественных впечатлений, тщательное погружение в культуру новых стран, посещение минимума достопримечательностей, медленные прогулки пешком, поиск интересного и необычного в

обыденных вещах. На развитие медленного туризма оказывают влияние различные факторы, относительно которых в научном сообществе и среди практиков туристской отрасли ведутся активные дискуссии. В зависимости от характера воздействия они могут как способствовать развитию данного направления, так и создавать существенные ограничения для его функционирования.

К числу наиболее значимых факторов относятся политическая и социальная стабильность, а также уровень безопасности в стране. Политические конфликты, международные санкции, визовые ограничения и нестабильная геополитическая ситуация способны существенно затруднить доступ туристов к дестинациям и снизить привлекательность маршрутов медленного туризма.

Не менее важное влияние оказывают экономические факторы. Экономические кризисы, инфляционные процессы, снижение доходов населения и рост транспортных расходов могут привести к сокращению туристской активности как на внутреннем, так и на международном рынках. Кроме того, развитие медленного туризма зависит от состояния транспортной и туристской инфраструктуры, уровня цифровизации услуг и качества обслуживания на местах.

Отдельного внимания заслуживают глобальные кризисы, подобные пандемии COVID-19, которые оказывают прямое воздействие на туристскую отрасль. Ограничения на передвижение, закрытие границ и снижение мобильности населения привели к существенной трансформации туристского спроса. Вместе с тем пандемия способствовала росту интереса к индивидуальным путешествиям, локальным маршрутам и экологически ответственным формам отдыха, что в определенной степени создало дополнительные возможности для развития концепции медленного туризма.

D. Marson [13], J. Dickinson и I. Lumsdon [1], R. Croes и M. Rivera [14] характеризуют медленный туризм как иной формат использования времени, сосредоточив внимание на местных контактах и ближних достопримечательностях, сохранении качества жизни жителей и туристов. Важным они считают потребление местных продуктов, изучение культурного наследия, использование чистой энергии, опору на экологические и этические принципы. Следует отметить, что сходные ценностные ориентиры характерны также для агротуризма и экотуризма. В этой связи возникает необходимость уточнить, какие

признаки позволяют рассматривать медленный туризм как самостоятельное направление, а не только как разновидность указанных форм туризма.

Сторонники медленного туризма акцентируют внимание именно на использовании средств передвижения, которые сокращают нагрузку на природную среду как с точки зрения использования ресурсов, так и с точки зрения нанесения вреда продуктами использования современных скоростных видов транспорта. Вместе с тем, экотуризм, агротуризм также направлены на лояльное отношение к окружающей среде. Некоторые эксперты ассоциируют медленный туризм с психологическими установками на неспешное осмысление опыта знакомства с дестинацией и соответствующим туристским поведением. Именно эти характеристики могут рассматриваться как ключевые для идентификации медленных туристов [15].

Классики экономики впечатлений J. Pine и J.H. Gilmore указывали, что ожидаются радикальные изменения в использовании территории: более медленное путешествие по суше, более длительное пребывание и меньшее количество путешествий [16]. Они отмечали снижение привлекательности дальних поездок. Одной из причин послужило закрытие границ из-за пандемии, число рейсов различных видов транспорта, перелеты и длительные поездки перестали быть привлекательными. Эти трудности и различные барьеры для поездок становятся причиной сдвига путешествий в пользу медленного туризма. Исследование, проведенное Road Travel совместно с ПАО «Газпром нефть» (Публичное акционерное общество), показало, что 75 % участников опроса рассматривают автопутешествие в качестве досуга в ближайшем будущем [17]. Все более заметен тренд на поддержку устойчивого развития, в частности, решения социальных проблем, поддержку местных общин, что создаст импульс для развития медленного туризма.

Изучение трудов некоторых ученых позволяет утверждать, что медленный туризм воздействует на экономику несколькими способами:

1. Увеличивает доход за счет расходов путешественников на проживание, питание, транспорт, досуг, покупку сувениров и т. д. Однако если эти услуги не будут качественными, постепенно интерес к дестинации упадет.

2. Индустрия туризма способствует развитию соответствующей инфраструктуры, главным образом аэропортов, дорог, гостиниц, Интернета, точек питания и достопримечатель-

ностей. Инвестиционные вложения в эти смежные отрасли способствуют в итоге социально-экономическому процветанию региона.

3. Туризм стимулирует развитие других отраслей - сельского хозяйства, рыболовства, розничной торговли, общественного питания, строительства, транспорта и т.д. Однако если тренд на развитие туризма не поддерживается указанными отраслями – на успех не приходится рассчитывать.

4. Туризм оказывает мультипликативное воздействие на региональную экономику. Эффект мультипликатора отражает способность первоначальных расходов туристов генерировать дополнительные доходы и экономическую активность в смежных отраслях. Так, турист, размещаясь в гостинице, расходует средства не только на проживание, но и на питание, транспортные услуги, экскурсионное обслуживание, приобретение сувенирной продукции и другие сопутствующие товары и услуги. В свою очередь, владельцы средств размещения закупают продукцию у местных поставщиков, привлекают местную рабочую силу и пользуются услугами региональных предприятий. Полученные доходы затем вновь расходуются внутри региона, формируя цепочку взаимосвязанных экономических эффектов.

Для Казахстана мультипликативное воздействие туризма имеет особое значение. Развитие туристской отрасли способствует экономическому росту территорий, созданию новых рабочих мест, снижению уровня безработицы и модернизации инфраструктуры. Кроме того, туризм стимулирует развитие малого и среднего предпринимательства в сферах торговли, общественного питания, транспорта, культуры и досуга.

Вместе с тем потенциал туристской отрасли используется неравномерно. В ряде регионов страны, особенно в сравнительно недавно образованных областях, таких как Улытау и Жетісу, туристская привлекательность пока остается недостаточно реализованной. Однако это не означает отсутствия туристских ресурсов. Напротив, многие природные, историко-культурные и сакральные объекты остаются малоизученными и недостаточно интегрированными в туристский оборот. Следовательно, одной из ключевых задач региональной туристской политики является выявление, исследование и продвижение таких объектов, а также формирование на их основе конкурентоспособных туристских продуктов и дестинаций.

5. Туризм создает быстро и много новых рабочих мест. В мировом масштабе отрасль яв-

ляется глобальной движущей силой экономического прогресса, важным сектором для менее развитых стран с точки зрения получения доходов. Отрасль является главным работодателем для женщин и молодежи, состоит по большей части из малых и средних организаций, которые представляют около 85 % активного бизнеса. При этом отрасль может в короткие сроки внести существенный вклад в платежный баланс страны, принося валюту за счет расходов иностранных туристов.

Безусловно, Slow Tourism развивает туристскую индустрию страны, в этом плане очень подходит идея совмещения его функций с туризмом на казахстанском отрезке Великого Шелкового пути [18]. Это позволит казахстанцам лучше узнать свое культурное наследие, создаст благоприятный фон для внедрения новых турпродуктов, возможность превращения исторических и культурных мест в туристические хабы. На территории Казахстана расположены 8 компонентов маршрута Чанъань – Тянь-Шаньского коридора, включенных в Список всемирного наследия ЮНЕСКО [19]. Кроме того, на территории маршрута сосредоточено 12 объектов республиканского значения, более 450 памятников истории и культуры. Эти места входили в крупнейшую торгово-культурную сеть Евразии и сохраняют уникальное историческое наследие сегодня. Можно наблюдать высокую туристскую привлекательность маршрута и рост международного имиджа страны. Историко-культурный потенциал казахстанского сегмента включает:

- Алматы как культурно-деловой хаб;
- Тараз как древний торговый центр;
- Туркестан как духовная столица тюркского мира;
- Отрар и Сауран как древние археологические комплексы.

В рамках исследования нами предлагается маршрут медленного туризма: Алматы – Каскелен – Узын-Агаш – Мерке – Луговая (Кулан) – Акыртобе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отрар – Сауран – Туркестан. Данный маршрут сочетает природные, историко-культурные и сакральные ресурсы, формируя устойчивую пространственную модель Slow Tourism международного уровня. Эта пространственная связность формирует историко-культурный плюс природный коридор. Модель Slow Tourism рекомендуется разделить на четыре блока:

1. Институциональный – частные структуры, государственная поддержка, ГЧП (государственно-частное партнерство).

2. Инфраструктурный – малый отельный бизнес, караван-сарай, этно-отели, кемпинги.

3. Социально-культурный – вовлечение местных сообществ, сельское хозяйство, ремесло, рыбная ловля, гастрономический туризм.

4. Цифровой – мобильные маршруты, VR-музеи, цифровые гиды.

Для продвижения инфраструктурных решений предлагаются следующие форматы развития медленного туризма (рисунок 8). Расширенный

туристский маршрут может выглядеть так: Алматы – Каскелен – Узын-Агаш – Мерке – Луговая (Кулан) – Акыртобе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отрар – Сауран – Туркестан. Нами составлена технологическая карта туристского маршрута (таблица 8). Ключевые составляющие маршрута: религиозно-историческая тематика, ритуальные и паломнические туры, культурные события, исторические, археологические экскурсии.



Рисунок 1 – Форматы развития медленного туризма на маршруте Великого Шелкового пути
Примечание: составлено авторами

Таблица 8 – Технологическая карта туристского маршрута Алматы – Каскелен – Узын-Агаш – Мерке – Луговая (Кулан) – Акыртобе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отрар – Сауран – Туркестан

№	Пункт маршрута	Расстояние, км	Время в пути	Основные объекты показа	Туристская деятельность	Инфраструктура
1	Алматы-Каскелен	27	37 мин	Предгорья Заилийского Алатау, парк Иле-Алатау	Экотуризм, трекинг, прогулки к горным рекам	Кафе, АЗС, гостиницы
2	Каскелен-Узын-Агаш	45	45	Исторические места Семиречья, музей Жамбыла Жабаева, памятник ему. Рядом городище Баласагун - древний город эпохи Караханидов	Историко-культурная экскурсия, этнотуризм	Магазины, кафе
3	Узын-Агаш - Мерке	63	1 ч	Древний тюркский сакральный комплекс, курганы, каменные изваяния, ритуальные площадки	Историко-культурная экскурсия, экотуризм, этнотуризм	Гостиницы, кафе
4	Мерке - Кулан (Луговая)	70	1 ч	Исторический железнодорожный узел, транзитный пункт Великого Шелкового пути	Историческая экскурсия, фотосъемка	Кафе, АЗС
5	Кулан - Акыртобе	81	1 ч 10 мин	Археологические памятники VIII–IX веков. Комплекс входит в список объектов Шёлкового пути ЮНЕСКО	Историческая экскурсия, осмотр памятников	Небольшие магазины

6	Акыртобе -Тараз	122	1ч 40 мин	Мавзолей Айша-биби, Карахан, древний Тараз, музей героя войны Бауыржана Момышулы	Экскурсия по историческому центру города	Отели, рестораны
7	Тараз - Сайрам	123	1ч 40 мин	Древний Исфиджаб. Объекты исламской архитектуры, здесь чеканились монеты. Мавзолей Карашаш-ана. Похоронена мать Ходжи Ахмеда Ясави	Паломнический и культурный туризм	Кафе, гостиницы, АЗС
8	Сайрам-Шымкент	41	50 мин	Древняя цитадель и археологический комплекс в историческом центре города. Крупные дендропарк и зоопарк	Обзорная экскурсия, фотосъемка, прогулка по дендропарку	Развитая инфраструктура
9	Шымкент - Отрар (древний Фараб)	89	1ч 20 мин	Руины древнего города, остатки крепостных стен, улиц, ворот, жилых кварталов и цитадели. Родина аль-Фараби. мавзолей Арыстан-Баб	Археологический туризм, историческая экскурсия	Туристские сервисы
10	Отрар - Сауран	46	50 мин	Столица Белой Орды в XIV веке. Мощная крепость, торговый и культурный центр Казахского ханства.	Историческая экскурсия, археологический туризм	Туристические площадки
11	Сауран - Туркестан	28	30 мин	Мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави, исторический комплекс	Паломнический и археологический туризм, историческая экскурсия	Туристические сервисы
Примечание – составлено авторами на основе исторических и географических данных						

Логистика маршрута, следующая: продолжительность путешествия 5-6 дней, протяженность – 725 км в один конец в зависимости от выбранной дороги и обратного трансфера. Сезонность: круглогодичная, оптимальное время апрель–июнь, сентябрь–октябрь. Способ передвижения – автобус / микроавтобус / автомобиль, обратно предусматривается поезд или авиаперелет. Категория туристов широкая: школьники, студенты, отечественные граждане, иностранные туристы, разные экскурсионные группы. Обязательно предусмотрены услуги профессионального гида. Гостиницы 2–4*, питание: национальная кухня. Дополнительные услуги включают фотоуслуги, сувениры, этно-программы. Карта-схема маршрута представлена на рисунке 2.

В настоящее время цифровизация позволяет представить пространственную модель маршрута, который сочетает природный, историко-культурный и паломнический туризм. Визуализация маршрута представлена на рисунке 3. Маршрут подходит для международных туристов и образовательных туров для школьников и студентов вузов, которые обучаются по образовательной программе «Туризм». Для придания объектам большей привлекательности экскурсоводам и гидам

можно использовать элементы инноваций: AR-реконструкции разрушенных частей сооружений, ночные световые инсталляции (без ущерба памятникам), посещение мастерских местных ремесленников. Логическим завершением предложений авторов будет проведение экономических расчетов туристского маршрута «Алматы – Каскелен – Узын-Агаш – Мерке – Луговая (Кулан) – Акыртобе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отрар – Сауран – Туркестан». Исходные данные: продолжительность тура 6 дней / 5 ночей, условное количество туристов – 20 чел. (1 автобус). Количество туров в год – 52 (в неделю 1 раз).

Необходимое оборудование и материалы, в тысячах тенге (тыс. тенге):

- автобус (срок службы 7 лет) - 40 000
- рация, навигатор, видеокамера и др. – 1 200
- рекламно-информационные материалы – 800
- оформление, лицензии, страхование – 500
- мебель, оргтехника и проч. – 500

Итого инвестиций – 43 000 тыс. тенге

Амортизация автобуса на 1 год 40 000: 7 лет = 5 714 тыс. тенге

Амортизация на 1 тур 5 714: 52 раза = 110 тыс. тенге

Расчет всех элементов затрат по маршруту показан в таблицах 9-13.

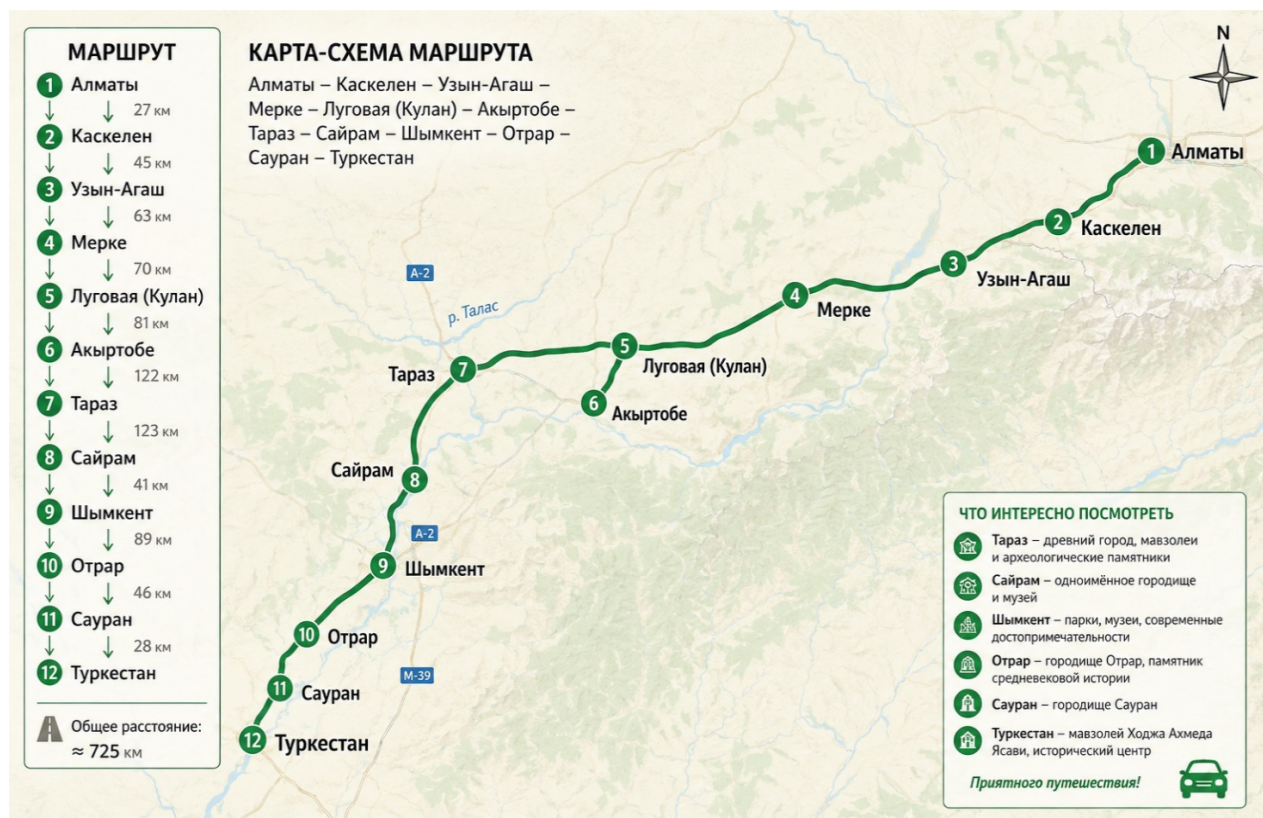


Рисунок 2 – Карта-схема маршрута

(Составлено авторами с использованием Google Maps, OpenStreetMap, Национального атласа Республики Казахстан)



Рисунок 3 – Пространственная модель маршрута (Составлено авторами с использованием Google Maps, OpenStreetMap, Национального атласа Республики Казахстан)

Таблица 9 – Данные по расчету транспортных расходов

Показатель	Обозначение	Величина
Протяжённость маршрута, км (route length)	R_l	725
Стоимость 1 км маршрута (топливо + амортизация). Тг (cost of 1 km of the route)	C_r	450
Дополнительные расходы водителя, тг (additional expenses for the driver), тг	A_{ed}	200 000

$$T = R_l + C_r + A_{ed} = 725 \times 450 = 326\,250 \text{ тенге}$$

Общие транспортные расходы $326\,250 + 200\,000 = 526\,250$ тенге

Таблица 10 – Расходы на размещение в гостиницах (A_c)

Город	Количество ночей	Цена за номер, тг	Кол-во номеров	Сумма, тг
Мерке	1	14 000	10	140 000
Тараз	1	18 000	10	180 000
Шымкент	1	20 000	10	200 000
Туркестан	3	23 000	10	230 000
Итого стоимость размещения (A_c)	-	-	40	750 000

Таблица 11 – Расходы на питание (национальная кухня) (F)

Вид питания	Стоимость на 1 чел., тг	Количество дней	Общая сумма, тг
Завтрак	4 000	5	400 000
Обед	5 000	5	500 000
Ужин	5 000	5	500 000
Общие расходы на питание (F)	14 000	-	1 400 000

Таблица 12 – Экскурсионные и входные билеты (E_c)

Объект	Стоимость на 1 чел., тг	Группа (20 чел.), тг
Музей Жамбыла Жабаева	1 000	20 000
Мавзолей Айша-Биби	1 500	30 000
Музей г. Тараз	1 000	20 000
Мавзолей Карашаш-ана	1 000	20 000
Музей г. Шымкент	2 000	40 000
Мавзолей Арыстан-Баб	1 500	30 000
Туркестан (Мавзолей Х.А.Ясави)	2 500	50 000
Мерке	1 000	20 000
Акыртас	1 000	20 000
Отар	1 500	30 000

Сауран	1 000	20 000
Общая сумма экскурсионных расходов	-	300 000

Таблица 13 – Расходы на услуги гида и организацию путешествия (О)

Статья	Сумма
Гид-сопровождающий	300 000
Организационные расходы	150 000
Реклама и бронирование	80 000
Итого	530 000

Общая себестоимость тура $S = T + A_c + F + E_c + O$, где: S – себестоимость тура; T – транспорт; A_c – проживание; F – питание; E_c – экскурсии; O – организационные расходы.

Полная стоимость тура $S = 526\,350 + 750\,000 + 1\,400\,000 + 300\,000 + 530\,000 = 3\,506\,350$ тенге.

Себестоимость путешествия по маршруту на одного туриста: $C_t = 3\,506\,350 : 20 \approx 175\,318$ тенге.

Если предположить, что туроператор установит рентабельность поездки 25 %, то цена тура составит $175\,318 (1+0.25) \approx 219\,147$ тенге.

Тогда ожидаемая прибыль туроператора:

$\Pi = TR - C_t$; где TR — общий доход.

$TR = 219\,147 \times 20 = 4\,382\,940$ тенге.

Прибыль $\Pi = 4\,382\,940 - 3\,506\,350 = 876\,590$ тенге.

Цена тура на 1 туриста составит 219 147 тенге.

Согласно расчетам, маршрут «Алматы – Каскелен – Узын-Агаш – Мерке – Луговая (Кулан) – Акыртобе – Тараз – Сайрам – Шымкент – Отрар – Сауран – Туркестан» является экономически эффективным. Основные преимущества маршрута:

- высокая историко-культурная ценность;
- сочетание природного, исторического и культурного туризма;
- возможность круглогодичной эксплуатации;
- высокая привлекательность для иностранных туристов.

Маршрут может использоваться как коммерческий туристский продукт и основа для развития регионального туризма в Казахстане.

Безусловно, развитие туризма на маршрутах Великого Шёлкового пути сопряжено с рядом рисков управления туристскими потоками. К числу наиболее значимых относятся чрезмерная концентрация посетителей на отдельных объектах туристского показа, способная привести к их

перегрузке и деградации; конфликты интересов между субъектами туристского бизнеса и местными сообществами; выраженная сезонность туристских потоков; а также логистические барьеры, связанные с транспортной доступностью удалённых территорий и качеством инфраструктурного обеспечения.

Для минимизации указанных рисков целесообразно обеспечить более активное вовлечение местного населения в процессы туристского развития. В частности, рекомендуется предусмотреть механизмы распределения части доходов от реализации туристских услуг и продажи входных билетов в пользу местных сообществ, расширить практику предоставления грантовой поддержки ремесленным мастерским, а также содействовать приобретению необходимого оборудования и материалов для производства локальной продукции.

Дополнительным инструментом повышения устойчивости туристской деятельности может стать диверсификация туристского предложения в межсезонный период. Для этого представляется целесообразным развивать событийный туризм посредством организации фестивалей, а также расширять программы паломнического, охотничьего, научно-познавательного и образовательного туризма. Реализация указанных мер позволит снизить сезонные колебания туристского спроса, повысить занятость местного населения и обеспечить более равномерное распределение экономических выгод от развития туризма. Следует наладить цифровую интеграцию и управление базами данных, для чего необходимы:

- Единое мобильное приложение маршрутов: карты, AR/VR сцены (Augmented Reality, Virtual Reality), онлайн-бронирование, интеграция платёжных систем.

– Система мониторинга посещений: счетчики IoT (The Internet of Things - Интернет вещей), аналитика для контроля нагрузки и оптимизации расписаний.

– Открытые данные для исследователей и МСБ: посещаемость, отзывы, рейтинги.

– Партнёрство с вузами для разработки интерактивного контента и волонтерских программ.

Создание инновационных туристских маршрутов, объединяющих историко-культурные зоны Казахстана, представляет собой устойчивую возможность для экономического и социокультурного развития регионов. Для успешной реализации необходима координация между государственными органами, местными сообществами и частным сектором, сильный цифровой компонент и механизм контроля нагрузки на чувствительные объекты. Рекомендации, предложенные в статье, могут стать основой для дальнейшей большой программы превращения культурного наследия в доходный и устойчивый туристический продукт. Ожидаемые эффекты внедрения принципов медленного туризма на казахстанском участке Великого Шёлкового пути носят комплексный социально-экономический и культурный характер.

Во-первых, предполагается увеличение средней продолжительности пребывания туристов за счёт формирования мультиобъектных маршрутов, объединяющих историко-культурные, природные, религиозные и этнографические достопримечательности. Более длительное пребывание путешественников способствует росту туристских расходов и более глубокому знакомству с территорией.

Во-вторых, ожидается увеличение доходов местного бизнеса. Продолжительное пребывание туристов стимулирует спрос на услуги размещения, общественного питания, транспортного обслуживания, ремесленную продукцию и сувениры, что создаёт дополнительные возможности для развития малого и среднего предпринимательства в туристских дестинациях.

В-третьих, развитие медленного туризма будет способствовать созданию новых рабочих мест не только непосредственно в туристской отрасли, но и в смежных секторах экономики, связанных с сохранением и популяризацией культурного наследия, организацией экскурсионной

деятельности, ремесленным производством и событийным туризмом.

В-четвёртых, предполагается диверсификация туристского продукта за счёт интеграции различных видов туризма, включая паломнический, археологический, научно-познавательный, охотничий, экологический и этнокультурный туризм. Это позволит снизить сезонность туристского спроса, расширить целевую аудиторию и повысить устойчивость туристской системы в целом.

Наконец, реализация концепции медленного туризма будет способствовать сохранению культурного наследия, укреплению локальной идентичности и более активному вовлечению местных сообществ в туристскую деятельность, что соответствует принципам устойчивого развития и ответственному использованию туристских ресурсов.

Заключение. Анализ показал, что Казахстану необходимо переходить от массового туризма к устойчивому развитию отрасли, ориентированному на культурную аутентичность, экологическую ответственность и социально-экономическое развитие местных сообществ. Обладая уникальным историческим и природным потенциалом, Казахстан способен сформировать бренд «Slow Tourism» на казахстанском участке Великого Шелкового пути, который может стать известным в мире, обеспечив долгосрочный социально-экономический эффект. Методы картографии, геоинформатики, пространственного анализа, визуализации и графического моделирования маршрута позволяют обосновать реальность функционирования маршрута. Статистические показатели оценки медленного туризма, выполненные расчеты по проектированию маршрута доказывают его эффективность в случае внедрения. Однако имеются определенные риски функционирования маршрута: большие туристские потоки создают угрозу экосистеме; усиливается углеродный след, т.к. Казахстан сильно зависит от угольной энергетики, нефтедобычи и производства нефтепродуктов. Другими проблемами являются сезонность турпотоков, логистические барьеры (трудности посещения удалённых территорий). Указанные трудности в значительной мере могут быть решены при господдержке отрасли и увеличении инвестиций.

Список литературы

- 1 Dickinson J. E., Lumsdon L. M., Robbins D. Slow travel: Issues for tourism and climate change // Journal of Sustainable Tourism. - 2011. - №19(3). – pp. 281–300. DOI: 10.1080/09669582.2010.524704.

- 2 Hall C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 Agenda and the managerial ecology of sustainable tourism // *Journal of Sustainable Tourism*. - 2019. - №27(7). - pp. 1044–1060. DOI: 10.1080/09669582.2018.1560456.
- 3 UNESCO. Silk Roads: The routes network of Chang'an–Tianshan corridor / Paris: UNESCO World Heritage Centre. - 2014.
- 4 Gössling S., Scott D., & Hall C. M. Global trends in tourism and climate change // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2018. - № 26(1). – pp. 1–19.
- 5 Weaver D. Asymmetrical dialectics of sustainable tourism: Toward enlightened mass tourism // *Journal of Travel Research*. - 2014. - №53(2). – pp. 31–140. DOI: 10.1177/0047287513498760
- 6 Sharpley R. Tourism, sustainable development and the theoretical divide // *Journal of Sustainable Tourism*. - 2020. - № 28(11). - pp. 1934–1952.
- 7 World Tourism Barometer: January 2025. UNWTO. Published 2025-01-31. URL: https://en.unwto-ap.org/news/worldtourismbarometer_jan2025/ (date of access: 14.05.2026).
- 8 Годовой отчет АО «Национальная компания «Kazakh Tourism». Астана, 2025. URL: <https://qaztourism.kz/upload/iblock/6b9/v2mpejrw0xljczj27o66vm9yk1utlg7n.pdf> (дата обращения: 14.05.2026).
- 9 Italy Travel Trends and Statistics 2025 (So Far). URL: <https://www.touristitaly.com/italy-travel-trends-and-statistics-2025-so-far/> (date of access: 14.05.2026).
- 10 Макаров А.В., Гатыжский И.А. Аппиева дорога – дорога на века / *Инновационная наука: сб. ст.* – Волгоград: Волгоградский ГТУ, 2019. - №1. - С. 49-51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/appieva-doroga-doroga-na-veka/viewer>.
- 11 Полный путеводитель по Северному Кипру. Опубликовано 27.01.2026. URL: <https://www.deal-tr.com/ru/blog/the-ultimate-travel-guide-to-northern-cyprus-2025> (дата обращения: 14.05.2026).
- 12 Интерактивная экскурсия «Путешествие по России». URL: https://russia.ru/events/interaktivnaia-ekskursiia-putesestvie-po-rossii?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google (дата обращения: 14.05.2026).
- 13 Marson D. From mass tourism to niche tourism / In book: *In Research Themes for Tourism*. - 2011. - pp. 1-15. DOI:10.1079/9781845936846.0001.
- 14 Croes R., Rivera M. Tourism's potential to benefit the poor: A social accounting matrix model applied to Ecuador // *Tourism Economics*. - 2017. - №23(1). - pp. 29–48.
- 15 Slow Travel could be the next big tourism trend. URL: <https://www.hotelmanagement-network.com/comment/slow-travel-trend/> (date of access: 14.05.2026).
- 16 Pine J., Gilmore J.H. *The Experience Economy*. - HBR: Cambridge, MA, USA, 1998. - pp. 97-105. URL: https://www.researchgate.net/publication/299292969_The_Experience_Economy (date of access: 14.05.2026).
- 17 Vinogradova E. How tourism will change after the pandemic - 2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2020/09/08/839181-kak-izmenitsya-turizm-posle-pandemii> (date of access: 14.05.2026).
- 18 Zhang Y., Xu H., Zhuang P. The spatial pattern and evolution of Silk Road tourism economy // *Tourism Geographies*. – 2019. - №21(3). - pp. 420–440. DOI: 10.1080/14616688.2018.1487837.
- 19 Huang Y., Chen Y., Li X. Heritage tourism development along the Silk Road // *Sustainability*. - 2020. - №12(5). - Art. 1996. DOI: 10.3390/su12051996.

Reference

- 1 Dickinson J. E., Lumsdon L. M., Robbins D. Slow travel: Issues for tourism and climate change // *Journal of Sustainable Tourism*. - 2011. - №19(3). – pp. 281–300. DOI: 10.1080/09669582.2010.524704.
- 2 Hall C. M. Constructing sustainable tourism development: The 2030 Agenda and the managerial ecology of sustainable tourism // *Journal of Sustainable Tourism*. - 2019. - №27(7). – pp. 1044–1060. DOI: 10.1080/09669582.2018.1560456.
- 3 UNESCO. Silk Roads: The routes network of Chang'an–Tianshan corridor / Paris: UNESCO World Heritage Centre. - 2014.
- 4 Gössling S., Scott D., & Hall C. M. Global trends in tourism and climate change // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2018. - № 26(1). – pp. 1–19.
- 5 Weaver D. Asymmetrical dialectics of sustainable tourism: Toward enlightened mass tourism // *Journal of Travel Research*. - 2014. - №53(2). – pp. 31–140. DOI: 10.1177/0047287513498760
- 6 Sharpley R. Tourism, sustainable development and the theoretical divide // *Journal of Sustainable Tourism*. - 2020. - № 28(11). - pp. 1934–1952.
- 7 World Tourism Barometer: January 2025. UNWTO. Published 2025-01-31. URL: https://en.unwto-ap.org/news/worldtourismbarometer_jan2025/ (date of access: 14.05.2026).
- 8 Godovoj otchet AO «Nacional'naja kompanija «Kazakh Tourism». Astana, 2025. URL: <https://qaztourism.kz/upload/iblock/6b9/v2mpejrw0xljczj27o66vm9yk1utlg7n.pdf> (data obrashhenija: 14.05.2026).
- 9 Italy Travel Trends and Statistics 2025 (So Far). URL: <https://www.touristitaly.com/italy-travel-trends-and-statistics-2025-so-far/> (date of access: 14.05.2026).
- 10 Makarov A.V., Gatyzhskij I.A. Appieva doroga – doroga na veka / *Innovacionnaja nauka: sb. st.* – Volgograd: Volgogradskij GTU, 2019. - №1. - S. 49-51. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/appieva-doroga-doroga-na-veka/viewer>.
- 11 Polnyj putevoditel' po Severnomu Kipru. Opublikovano 27.01.2026. URL: <https://www.deal-tr.com/ru/blog/the-ultimate-travel-guide-to-northern-cyprus-2025> (data obrashhenija: 14.05.2026).
- 12 Interaktivnaja jekskursija «Puteshestvie po Rossii». URL: https://russia.ru/events/interaktivnaia-ekskursiia-putesestvie-po-rossii?utm_source=google.com&utm_medium=organic&utm_campaign=google.com&utm_referrer=google (data obrashhenija: 14.05.2026).
- 13 Marson D. From mass tourism to niche tourism / In book: *In Research Themes for Tourism*. - 2011. - pp. 1-15. DOI:10.1079/9781845936846.0001.
- 14 Croes R., Rivera M. Tourism's potential to benefit the poor: A social accounting matrix model applied to Ecuador // *Tourism*

- Economics. - 2017. - №23(1). - pp. 29–48.
- 15 Slow Travel could be the next big tourism trend. URL: <https://www.hotelmanagement-network.com/comment/slow-travel-trend/> (date of access: 14.05.2026).
- 16 Pine J., Gilmore J.H. The Experience Economy. - HBR: Cambridge, MA, USA, 1998. - pp. 97-105. URL: https://www.researchgate.net/publication/299292969_The_Experience_Economy (date of access: 14.05.2026).
- 17 Vinogradova E. How tourism will change after the pandemic - 2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/articles/2020/09/08/839181-kak-izmenitsya-turizm-posle-pandemii> (date of access: 14.05.2026).
- 18 Zhang Y., Xu H., Zhuang P. The spatial pattern and evolution of Silk Road tourism economy // Tourism Geographies. – 2019. - №21(3). - pp. 420–440. DOI: 10.1080/14616688.2018.1487837.
- 19 Huang Y., Chen Y., Li X. Heritage tourism development along the Silk Road // Sustainability. - 2020. - №12(5). - Art. 1996. DOI: 10.3390/su12051996.

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

^a Первый автор

Рысбекова Айгуль Бегманалыевна – кандидат педагогических наук, ст. преподаватель кафедры «Международный туризм и сервис», Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан.

^a Бірінші автор

Рысбекова Айгуль Бегманалыевна – педагогика ғылымдарының кандидаты, «Халықаралық туризм және сервис» кафедрасының аға оқытушысы, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан зерттеу университеті, Шымкент қ., Қазақстан

^a The First Author

Rysbekova Aigul Begmanalyevna – candidate of pedagogical sciences, senior lecturer of the Department of international tourism and service, M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: aigul.rysbekova@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-4274-9525>

^b Автор для корреспонденции

Бакелекова Толғанай – магистр наук в области устойчивого туризма и менеджмента, Университет Глазго, Глазго, Великобритания.

^b Хат-хабарларға арналған автор

Бакелекова Толғанай – тұрақты туризм және менеджмент саласындағы ғылым магистрі, Глазго университеті, Глазго, Ұлыбритания.

^b The Author for Correspondence

Bakelekova Tolganay - master of science in sustainable tourism and management, University of Glasgow, Glasgow, United Kingdom.

e-mail: tkaz0299@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1169-4960>

Конысова Шолпан Махмұтовна – магистр, старший преподаватель кафедры «Международный туризм и сервис», Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан.

Конысова Шолпан Махмұтқызы – магистр, «Халықаралық туризм және сервис» кафедрасының аға оқытушысы, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан зерттеу университеті, Шымкент қ., Қазақстан.

Konysova Sholpan Makhmutovna – master, senior lecturer of the Department of international tourism and service, M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: konysova.sholpan@bk.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0441-1113>

Кетпен Жандос Мухамедияұлы – магистр, старший преподаватель кафедры «Международный туризм и сервис», Южно-Казахстанский исследовательский университет им. М. Ауэзова, г. Шымкент, Казахстан.

Кетпен Жандос Мухамедияұлы – магистр, «Халықаралық туризм және сервис» кафедрасының аға оқытушысы, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан зерттеу университеті, Шымкент қ., Қазақстан.

Ketpen Zhandos Mukhamediyauly – master, senior lecturer of the Department of international tourism and service, M. Auezov South Kazakhstan Research University, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: Ketpenov@mail.ru

ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-0441-1113>

Турлыбек Манзура – магистрант кафедры «Международный туризм и сервис», Южно-Казахстанский исследовательский университет имени М. Ауэзова, Шымкент, Казахстан.

Турлыбек Манзура – «Халықаралық туризм және сервис» кафедрасының магистранты, М. Әуезов атындағы Оңтүстік Қазақстан зерттеу университеті, Шымкент, Қазақстан.

Manzura Turlybek – Master's Student, Department of international tourism and service, South Kazakhstan Research University named after M. Auezov, Shymkent, Kazakhstan.

e-mail: manzura270619@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-2516-4655>

Дата поступления статьи: 05.03.2026

Дата принятия к публикации: 05.06.2026

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), текжурнал сайтының (Open Journal System) функционалдығымен жүктеу арқылы ұсынылады.

Журналдың пішімі: Microsoft Word (doc). Парақ пішімі: А4. Жоғарғы және төменгі жиегі – 2 см, сол жағы – 3 см, оң жағы – 1 см. Негізгі қаріп: Times New Roman. Негізгі мәтіннің қаріп өлшемі: 12 кегль. Кестелердің, сілтемелердің, сызбалардың, кестелердің, диаграммалар мен суреттердің мәтінде кіші өлшемдегі қаріпті (12 кегль) 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 мәтінде 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 70% 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 – андатпа (100-200 сөз аралығында) және 5-7 түйін сөздер және бос жолдан кейін, мақаланың мәтіні жазылады. Мақаланың соңында бос жолдан кейін әдебиет тізімі көрсетіледі. Әрі қарай, аударылған әдебиеттер тізімі.

Мақала атауы, авторлардың толық аты-жөні, андатпа 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.

Андатпа 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 «Андатпа», «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, ¹Құлбаев А.Т.², ²Бектурғанов Ө.Е.

«**Әдістер мен материалдар**» бөлімі мыналарды қамтуы керек:

зерттеу жүргізу үрдісі;

үлгі сипаттамасы: эксперимент немесе сауалнама қатысушылардың саны, жынысы, жасы және басқа да сипаттамалары;

зерттеу барысында қолданылған әдістер мен әдістемелердің сипаттамасы;

талдау және статистикалық өңдеу әдістері және репродуктивтілікті қамтамасыз етудің басқа тәсілдері.

Сандық деректерді ұсыну кезінде талдау мен статистикалық өңдеудің заманауи әдістерін қолдану қажет

Библиографияда негізгі жұмыстардан және соңғы 5 жылдағы жарияланымдардан басқа, Web of Science, SCOPUS, РГДИ (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;

Екінші - 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 razvitiia sporta vysshih dostizhenij»: sb. nauch. tr. – M.: CNIIS, 2022. – S. 34-37.

Ағылшын тіліндегі мақалаларда әдебиеттер тізімі тек ағылшын тілінде ұсынылады, мысалы:

References

Arcelli, E., Canova R. Trenirovka v marafonskombege: nauchni podhod [Training in marathon running: a scientific approach]. Moscow, House Terra-Sport Publ. – 2000. – 70 p.

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.

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 078560000000011507 (KZT);

KZ 578560000004009529 (EURO);

KZ 218560000005479598 (USD);

KZ 5085622203309006737 (RUB)

RNN 600700016358

BIN 010840001890

SWIFT KCJBKZKX

КБс 16 JSC BANKCENTERCREDIT, ALMATY KZ

Branch: SWIFT KCJBKZ1ALM

МАҚАЛАНЫ РӘСІМДЕУ ҮЛГІСІ

FTAMP 71.37.13

¹Жаксыбекова Д.К.^а, ²Нұрқайдар Н.Е.

¹Қазақ спорт және туризм академиясы, Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

²ЖШС «EVISA TRAVEL», Алматы қаласы, Қазақстан Республикасы

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ИННОВАЦИЯЛЫҚ ЭКСКУРСИЯЛАРДЫҢ ТҮРЛЕРІ

Жаксыбекова Динара Кабировна, Нұрқайдар Назерке Ертіскызы
Қазақстандағы инновациялық экскурсиялардың түрлері

Аңдатпа. 100- 200 сөз

Түйін сөздер: 5-7 сөз

Жаксыбекова Динара Кабировна, Нұрқайдар Назерке Ертіскызы
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 Сындрлы 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 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 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: A4. 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 отдельно. 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 70%. 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, **Иванов И.И.^а, 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. Рекомендуются 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 – романализованным 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 razvitiija 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 Crossref, 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 21856000005479598 (USD);

KZ 5085622203309006737 (RUB)

RNN 600700016358

BIN 010840001890

SWIFT KCJBKZKX

КБс 16 JSC BANKCENTERCREDIT, ALMATY KZ

Branch: SWIFT KCJBKZ1ALM

ОБРАЗЕЦ ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ

МРНТИ 13.01.

Агелеуова А.Т. ^а, Винокурова Е.И.

Казахская академия спорта и туризма, г. Алматы, Казахстан

ПАМЯТНИКИ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ КАЗАХСТАНА КАК ОБЪЕКТЫ ТУРИЗМА

Агелеуова Айгуль Токтархановна, Винокурова Елена Ивановна

Памятники культурного наследия Казахстана как объекты туризма

Аннотация. 100-200 слов

Ключевые слова: 5-7 слов

Агелеуова Айгуль Токтархановна, Винокурова Елена Ивановна

Қазақстанның мәдени мұра ескерткіштері туризм объектілері ретінде

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 Хорууженко К.М. Культурология: Энциклопедический словарь. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1997. – 639 с.
- 2 Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия. - Текст : электронный // веб-сайт ООН : [сайт]. - URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml (дата обращения: 04.02.2025).
- 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 vseirnogo kul'turnogo i prirodnoho nasledija. - Tekst : jelektronnyj // veb-sajt OON : [sajt]. - URL: https://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/heritage.shtml (data obrashhenija: 04.02.2025).
- 3 Matjuhina Ju.A. Organizacija turistskoj indistrii. – 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 70%. 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, 'Ivanov I.I.', '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 razvitiya 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 578560000004009529 (EURO);
KZ 218560000005479598 (USD);
KZ 5085622203309006737 (RUB)
RNN 600700016358
BIN 010840001890
SWIFT KCJBKZKX
BC 16 JSC BANKCENTERCREDIT, ALMATY KZ
Branch: SWIFT KCJBKZ1ALM

SAMPLE REGISTRATION OF THE ARTICLE

IRSTI 71.37.75

Evloyeva A.S.^a, Utegenova Zh.S.

Sh. Ualikhanov Kokshetau University, Kokshetau, Republic of Kazakhstan

THE ROLE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN THE FORMATION OF A SUSTAINABLE TOURISM INDUSTRY IN AKMOLA REGION

Yevloyeva Aza Sultanovna, Utegenova Zhuldyz Sairanovna

The role of small and medium enterprises in the formation of a sustainable tourism industry in Akmola region

Abstract. 100-200 words.

Key words: 5-7 words

Евлоева Аза Султановна, Утегенова Жұлдыз 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 Жұлдыз Сайрановна

Роль малого и среднего бизнеса в формировании устойчивой туристской индустрии Акмолинской области

Аннотация. 100-200 слов

Ключевые слова: 5-7 слов

Introduction...the text of an article

Materials and methods. ...the text of an article

Results. ...the text of an article

Discussion. ...the text of an article

Conclusions...the text of an article

Funding information...the text

References

1 Choutka M. Stadium struktury sportovich vukonu. - Prague, 1970. - pp. 11-57.

2 Krotce 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*