

МРПТИ: 13.17.65

JEL O18

**HISTORICAL AND CULTURAL POTENTIAL
OF ZHAMBYL REGION AND PROSPECTS OF ITS USE**

Gaini Mukhanova,

candidate of economic Sciences, Associate Professor

Narxoz University,

Almaty, Kazakhstan

Zhanagul Nazikova,

candidate of economic Sciences

Taraz state University named after M. H. Dulati

Taraz, Kazakhstan

Aikun Akhmetzhanova,

Assistant professor

Kazakh Academy of Transport and Communications named after M. Tynyshpayev

Almaty, Republic of Kazakhstan

Yermek Dzholanov,

master in services

Taraz state University named after M. H. Dulati

ABSTRACT

Purpose - the main purpose of this scientific article is to analyze the historical and cultural potential of Zhambyl region and develop recommendations for its effective use in the development of tourism.

Methodology - the methodological basis of this scientific article are the works of domestic and foreign scientists in the field of effective use of cultural and historical potential of the territory, both in Kazakhstan and in foreign practice.

Originality / value – at the present stage of development of the tourism sector, the most important task is to increase the efficiency of the historical and cultural potential of the region in order to promote tourism services.

Findings - the possibility of carrying out tourist activities and the development of tourism potential of the region, as well as possible revenues from this activity are of great interest to modern society and cause the importance and relevance of this study. The region combines favorable geographical location, preserved natural potential and rich cultural and historical heritage. This unique combination of historical, cultural and natural conditions creates a good basis and prospects for the development of tourism.

Keywords – tourism, tourist activity, cultural and historical potential, tourist product, cultural and educational tourism, cultural heritage.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ЖАМБЫЛСКОЙ ОБЛАСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Муханова Гайни Казыбаевна,
кандидат экономических наук, доцент
Университет Нархоз
Алматы, Республика Казахстан

Назикова Жанагул Амирхановна,
кандидат экономических наук
Таразский государственный университет им.М.Х.Дулати
Тараз, Республика Казахстан

Ахметжанова Айкун Хайруллаевна,
Ассистент профессора
Казахская академия транспорта и коммуникаций им.М.Тынышпаева
Алматы, Республика Казахстан

Джоланов Ермек Ермекович
магистр в сфере услуг
Таразский государственный университет им.М.Х.Дулати
Тараз, Республика Казахстан

АННОТАЦИЯ

Цель исследования - основной целью данной научной статьи является анализ историко-культурного потенциала Жамбылской области и разработка рекомендаций по эффективному его использованию в развитии туризма.

Методология – методологической основой данной научной статьи являются анализ официальной статистической информации, открытых источников, а также трудов отечественных и зарубежных ученых в области эффективного использования культурно - исторического потенциала территории, как в Казахстане, так и в зарубежной практике.

Оригинальность/ценность – на современном этапе развития туристского сектора важнейшей задачей является повышение эффективности использования историко-культурного потенциала региона с целью продвижения туристских услуг.

Выводы – возможность проведения туристской деятельности и развития туристского потенциала области, а также возможные доходы от данной деятельности представляют огромный интерес для современного общества и обуславливают важность и актуальность данного исследования. В регионе благоприятно сочетаются выгодное географическое положение, сохранившийся природный потенциал и богатое культурно-историческое наследие. Это уникальное соединение историко-культурных и природных условий, создают хорошую основу и перспективу для развития туризма.

Ключевые слова – туризм, туристская деятельность, культурно-исторический потенциал, туристский продукт, культурно-познавательный туризм, культурное наследие.

ВВЕДЕНИЕ

Опыт многих стран мира, в частности развитых, свидетельствует, что историко-культурные объекты могут быть определяющими в формировании спроса на туристские ресурсы и влиять на получение значительных доходов.

Туризм меняется вместе с миром, и в начале XXI века туристская сфера представляет собой ключевой вектор и отрасль с безграничным потенциалом к развитию [1]. Причем данная тенденция характерна не только для Республики Казахстан, но и для всего мира, так как в эпоху постиндустриального общества, базирующегося, преимущественно, на интенсивном развитии сферы услуг акцент многие страны делают на развитии индустрии гостеприимства, туризма и сервиса.

Туризм оказывает влияние на сохранение исторического и природного наследия, развитие природного и историко-культурного потенциала, ведет к гармонизации отношений между странами и народами. Туристская сфера непосредственным образом влияет на формирование культурных и межкультурных коммуникативных каналов.

В типологии направлений туризма с каждым годом появляются новые виды, такие, как, например, этно-туризм, гастрономический, рекреационный, свадебный, образовательный и т.п. Следует отметить, что такой вид туризма как культурно-познавательный стабильно демонстрирует высокий уровень рентабельности (даже с учетом большого объема капиталовложений в инфраструктуру, коммуникации и сервис-объекты). Данный вид активно развивается и в Казахстане, что позволяет утверждать о его существенном влиянии на темпы экономического роста в Казахстане, что в целом подтверждается статистическими данными по уровню доходности данного вида туризма. Усиление влияния познавательного туризма на развитие центров туризма в качестве туристско-инфраструктурного и сервисного хаба прослеживается как в динамике потоков туристов, так и сказывается на сохранении, восстановлении, реновации центров историко-культурного наследия в стране. Определенная часть доходов от познавательного туризма направляется на поддержание объектов культурно-исторического наследия в соответствии со стандартами индустрии туризма. Тем самым следует отметить, что развитие как культурного, так и познавательного туризма в Казахстане целиком и полностью, непосредственно влияет на улучшение инфраструктуры объектов культуры исторических пунктов (городов, сел), выступает своего рода стимуляром для появления новых видов обслуживающего бизнеса в данных населенных пунктах, представленных, например, гостиничными объектами, транспортными объектами, а также воздействием на снижение социальной напряженности посредством создания новых рабочих мест, повышения уровня доходов населения и, соответственно, увеличением объема поступаемых налоговых отчислений в местный бюджет.

Рост популярности культурно-познавательного туризма связан с возрастающей потребностью людей в познании мира, живом контакте с историей человеческих цивилизаций. Наличие же в Республике Казахстан большого числа объектов, включенных в перечень культурного потенциала туристской направленности, специфика диапазона природно-климатических зон в стране способствует формированию у Казахстана имиджа страны со значительным туристским потенциалом, что позволяет утверждать о необходимости развития этой отрасли, потребности в государственной поддержке и регулировании данной сферы в преимущественном ключе.

В изучение проблем развития туризма, в том числе культурно-исторического, значительный вклад внесли такие ученые как В.С. Боголюбов, Т.И. Герасименко, Т.Г. Горбунова, С.В. Гусев, Е.В. Евдокимова и многие другие. Отдельные аспекты культурно-познавательного были рассмотрены в трудах отечественных авторов Е.А. Абеновой, Р.А. Асанбаевой, Г.М. Дуйсена, С.Р. Ердавлетова, А.Ю. Подвалова и других.

В трудах вышеперечисленных ученых отдельные аспекты исследуемой проблемы, однако, исследование историко-культурного потенциала конкретно Жамбылской области изучены не в полной мере. Все это диктует необходимость исследования историко-культурного потенциала и определение его значения для развития туризма в регионе.

ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

Мировые экономические показатели свидетельствуют о том, что сферу туризма можно отнести к весьма динамичным и перспективным отраслям экономики стран, обладающих, как Казахстан, огромным

потенциалом. Количественные показатели уровня мирового валового национального продукта подтверждают утверждение о перспективности развития индустрии гостеприимства, сервиса и туризма. Так, например, на туристскую сферу приходится более 11% общего объема международных прямых инвестиций.

Стимулирующая роль туристской сферы, влияние которой проецируется на развитие многих отраслей экономики, влияет в прямой проекции и на улучшение благосостояния регионов, качество жизни населения [2].

Налоговые вливания в республиканский и местный бюджет от индустрии туризма и сервиса всецело зависят от комплекса факторов, в том числе от экономического и социального положения, статуса будущих потребителей данных услуг, совокупности природных богатств страны (региона), объектов культурно-исторического наследия, а также методов экономической деятельности, используемых для организации системы туризма.

Неоспоримый факт, что по мере усиления присутствия в экономике Казахстана фактора постиндустриальной стадии развития экономики, роль и влияние сектора услуг расширяет влияние на поступательное развитие экономики.

Важное воздействие на интенсификацию развития туристской сферы оказывают такие факторы как: техническая и технологическая революция, цифровизация индустрии развлечений, повышение интереса к Казахстану как к стране с большим туристским потенциалом, эксклюзивными туристическими объектами, впечатляющими природными заповедниками формируют объективные предпосылки интенсификации темпов развития сферы туризма.

Наряду с этим урбанизационные процессы, нарастающий темп как деловой жизни, так и расширение географии туристских направлений также способствуют стабильно-поступательному росту потребностей населения в рекреации. Туристская сфера значительно влияет и на динамические показатели валового внутреннего продукта, на реализации программы продуктивной занятости, выражающейся в формировании новых предприятий, участвующих в сервис-сопровождении туристской сферы, что естественным образом влечет за собой новые или дополнительные рабочие места, формирует потребность в новых профессиях.

Озвученная тенденция по формированию профиля нового представителя индустрии гостеприимства, которое выражается в том числе и в новых профессиях, достаточно наглядно иллюстрирует тенденцию на рынке труда в кратко-, средне- и долго-срочной перспективе. Считаем, что профессиональное и высшее образование, несомненно, должно учитывать потребности в новых профессиях, подготовка по которым должна осуществляться уже сейчас, необходимо восполнять нехватку кадров на рынке труда в индустрии гостеприимства, туризма и сервиса. Многие «новые профессии» сферы туризма уже прописаны в «Атласе новых профессий».

Развитие туризма влияет на процессы стимулирования воздействия на следующие «системообразующие» секторы экономики, такие как коммуникации, связь, ритейл и торговля, строительство, агропромышленный комплекс, выпуск товаров народного потребления, а также с учетом эффекта мультипликации, представляет собой одно из ключевых перспективных направлений перестройки экономики в структурном плане. Социально-экономическая значимость туризма и индустрии гостеприимства как относительно стабильного (стабильность относительна с учетом фактора сезонности туристского рынка) валютных поступлений, диверсификации международных контактов, зарубежных партнеров, подтверждает поступательное направление в обеспечении и повышении занятости населения, рост показателей которых подтвержден мировой практикой.

В индустрии туризма темпы роста объемов оказываемых услуг напрямую влияют на увеличение количества рабочих мест, более того, динамические показатели темпов роста существенно выше, чем в классических сферах экономики, например, в таких как производство, переработка сырьевых ресурсов. Временной «лаг» между ростом спроса на услуги, предлагаемые в прямых и сопряженных с туризмом сферах услуг существенно меньше в сравнении с другими отраслями экономики, а проявления вре-

менного «разрыва» между появлением новых туристических услуг и появлением новых рабочих мест минимальны [3].

Индустрия гостеприимства, туризма и сервиса как сфера народного хозяйства в своем устойчиво-поступательном развитии прошла длительный эволюционный путь: начиная от первых вояж-бюро образца начала XIX века вплоть до мега-туристских корпораций мирового уровня, транснациональных компаний и холдингов. С той поры как туристская отрасль стала объектом научно-теоретических и прикладных исследований, были предприняты неоднократные попытки формирования точных дефиниций ключевых понятий данной сферы. Однако и по сегодняшний день в отечественной литературе отсутствует единое понимание и гармонизированный понятийный аппарат основополагающих теоретических определений и терминов, появляются неологизмы и модернизированные, порой интегрированные понятия и термины, что, несомненно, обусловлено логикой развития самой отрасли.

Одним из наиболее часто применяемых определений понятий «туризм» является определение, выдвинутое Академией туризма, которое расположено в г. Монте-Карло и звучит следующим образом: «туризм - общее понятие для всех форм временного выезда людей с места постоянного жительства в оздоровительных целях, для удовлетворения познавательных интересов в свободное время или профессионально-деловых целей без занятий оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания».

Таким образом, основной акцент делается на цели путешествия, нахождение посетителей в тех местах, где они останавливаются в рамках туризма [4].

Несомненно, поиск «универсального» определения дефиниции «туризм» продолжается, определение эволюционирует параллельно поступательному развитию самой отрасли. В международном и наднациональном праве, используемом в деятельности всех без исключения международных организаций как на национальном уровне в отдельно взятой стране, так и в рамках интеграционных объединений, трансграничных проектов и организаций сложились вполне гармонизированные толкования данной сентенции, прочие трактовки точно акцентируют внимание или дополняют специфические его черты.

Статистической комиссией ООН, например, в марте 1993 года выдвинуто к применению следующее определение: «туризм охватывает деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями» [5].

В данной трактовке ключевыми критериями, выделяющими туризм среди всего имеющегося спектра путешествий, представлены следующие: нерегулярный, хаотичный и относительно слабо предсказуемый характер путешествий; мотивационный базис поездки, не относящийся к направлению поиска / подбора постоянной работы или к целевым миграционным ориентирам; добровольность осуществления поездки / путешествия, и, как логически вытекающее следствие, направленность на формирование какого-либо спроса на туристские объекты, туристические услуги и новые обслуживающие и сопровождающие сервисы, в том числе средства размещения туристов. Следует отметить, что в настоящее время вышеуказанное определение используется Всемирной туристской организацией [6].

В Законе Республики Казахстан от 13 июня 2001 года, принятие которого способствовало интенсификации развития туризма в стране «О туристской деятельности в Республике Казахстан» приводится следующее определение: «туризм - путешествие физических лиц продолжительностью от двадцати четырех часов до одного года либо меньше двадцати четырех часов, но с ночевкой в целях, не связанных с оплачиваемой деятельностью в стране (месте) временного пребывания» [7].

Современный туризм отличается разнообразием форм, видов и разновидностей. Понятие «культурный туризм», которое помимо прочих определений трактуют как «культурно-познавательный», так и «познавательный туризм» укрупненно можно описать как путешествие, имеющее целью ознакомление с историческими, культурными достопримечательностями, уникальными памятниками, эксклюзивными природными объектами, совершенными по определенной программе.

Международный Совет по памятникам и объектам в рамках Хартии по культурному туризму выделяет определение культурного туризма, определяемого как тип туризма, ключевой целью которого наряду с прочими целями выступает «открытие памятников и объектов». Международная организация «ICOMOS» характеризует культурный туризм следующим определением «культурный туризм представляет собой относительно небольшой сегмент рынка, тщательно организованный, познавательный или образовательный, посвященный представлению и разъяснению культурной идеи» [8].

Современные тенденции глобализации мировых рынков, интернационализации мирового хозяйства определяют модернизированные условия развития мирового сообщества, усиливающиеся в том числе турбулентностью мировой экономики, с одной стороны, а также тенденциями перенасыщения рынка однотипными туристическими продуктами и услугами, усилением конкурентной составляющей на мировом туристском рынке, с другой стороны.

В мировой практике в отношении культурного и познавательного туризма наблюдаются также тенденции разветвленной дифференциации и сегментации спроса, объективная необходимость диверсификации туристского предложения, что логическим образом приводит к появлению новых видов и подвидов культурного туризма.

Исследования прикладного характера, направленные на изучение специфики спроса и предложения в срезе туристских поездок, основным целевым назначением которых являются культурные и познавательные цели, базирующиеся в том числе на системном анализе зарубежных и отечественных литературных источников формируют, на наш взгляд, вполне обоснованный вывод, что на современном этапе эволюционного развития туристического сектора в международном туризме наряду с традиционным культурно-познавательным туризмом как в международную, так и в отечественную практику прочно вошли такие виды и подвиды туризма как: культурно-исторический, культурно-антропологический, культурно-этнический, культурно-религиозный, культурно-экологический и иные [9] (Рисунок 1).



Рисунок 1 – Подвиды культурного туризма

Рассмотрев особенности подвидов культурного туризма, можно определить туризм на Шёлковом пути как культурно-исторический туризм. Но стоит отметить, что рассматриваемый объект может также включать в себя и другие разновидности культурного туризма, например, культурно-религиозный или культурно-этнографический, - это зависит от особенностей культурного наследия определенного туристского региона, также он может включать и другие виды туризма (экологический, приключенческий и т.д.), что зависит от природного наследия туристского региона. Таким образом, туризм на Шёлковом пути – это культурно-исторический туризм, который может включать в себя также отдельные виды туризма в зависимости от особенностей определенного региона.

Для формирования четко структурированного определения понятия «культурно-исторический туризм» считаем целесообразным использовать следующий подход: это духовное обогащение личности/индивидуума богатствами культуры, с целью повышения собственного культурного уровня через призму путешествия и экскурсий. Совокупность ключевых факторов истории и культуры придает этому виду туризма туристскую аттрактивность. В срезе анализа многочисленных факторов туристской аттрактивности, в том числе и через призму показателя активности, по общему значению культурный и исторический туризм, несомненно, самый популярный, динамично развивающийся. Роль и значимость культурно-исторического туризма в индустрии туризма, развлечений и сервиса переоценить сложно, появляются все новые и новые направления, центры повышенного интереса туристских потоков. В целом, данный вид туризма, на наш взгляд, следует рассматривать как целостную систему, представляющую различный спектр возможностей для ознакомления с историей, погружения в культуру, обычаи, обогащение духовными ценностями конкретной страны, региона, исследование религиозных особенностей. По мере повышения уровня образования населения, качества жизни, познавательные возможности, которыми обладают историко-культурные ресурсы привлекают все большее внимание и, соответственно, имеют существенный потенциал для дальнейшего развития.

Основой культурно-исторического туризма является культурно-исторический потенциал и базис страны, который представлен, в том числе обширным спектром социокультурной среды с обычаями, традициями и даже гастрономическими особенностями. В целом минимально-достаточный набор ресурсов, необходимых для развития познавательного туризма в той или иной степени приближения может дать практически любой регион, населенный пункт, определенная местность. Однако для того, чтобы придерживаться траектории его массового развития, несомненно, акцентуация должна быть направлена на наличии определенной концентрации и потенциале его наращивания в срезе объектов культурного наследия [10] (рисунок 2).

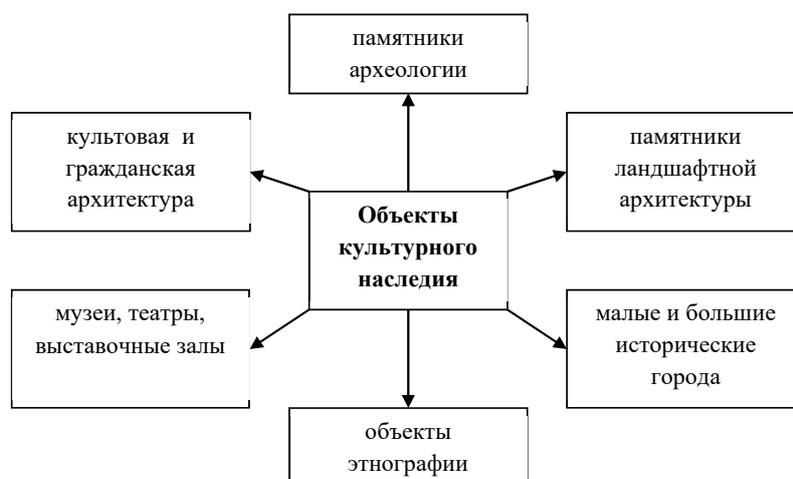


Рисунок 2 - Объекты культурного наследия

Несомненно, сильнейшим мотиватором туристской активности может выступать как природная любознательность туристов как основных субъектов данного рынка в отношении различных географических направлений, стран и населяющих их народов. Статистика динамики туристских потоков характеризует поступательные темпы стабильного увеличения количества туристских поездок, преследующих преимущественно культурно-познавательные цели. Объективная потребность формирования новых подходов к пониманию культуры в общественном, поступательно-философском развитии приводит к четкому осознанию необходимости, более того, безотлагательных и активных действий по сохранению культурного многообразия, что соответствует как общемировым тенденциям по сохранению культурной идентичности, например, малых народностей Африки, проживающих локально и замкнуто. Наряду с этим наблюдается тенденция, когда культурный туризм способствует расширению перспектив наращивания потенциала культурного туризма как одного из ключевых ресурсов регионального развития тех или иных стран и Казахстан тому не исключение. Обновленное видение и современные подходы по развитию культурного, развлекательного, познавательного или, например, даун-шифт туризма, апробация и применение которого возможно, например, на моногородах или в так называемых депрессивных регионах в свою очередь окажет прямое влияние на социальную, экономическую, производственную и сервис-сферы региона/города, а также на снижении экологической нагрузки на крупные города и мегаполисы, может способствовать развитию внешнеэкономической деятельности, приграничному, трансграничному сотрудничеству [10].

Согласно оценкам Всемирной туристской организации, в настоящее время культурно-познавательный туризм охватывает 40% общего объема мировых показателей туристских потоков. Данные туристские потоки преимущественно представлены теми туристами, уровень жизни и доходов которых выше среднего, такой тип туристов как правило постоянно подбирает новые направления для путешествий. В качестве одного из потенциальных центров развития культурного туризма в Республике Казахстан может рассматриваться Жамбылская область, которая обладает достаточно большим туристским потенциалом, а также объективными предпосылками для его развития.

Туристский проект «Великий Шелковый путь» - мега-проект, действие которого распространяется на множество стран, в число которых, несомненно входит и Казахстан. Древние сухопутные караванные направления проходили несколькими ветками по территории современного Казахстана. На казахстанском отрезке «Великого Шелкового пути» в Южном регионе наблюдались такие караванные пути, как: Туркестан, Отырар, Тараз, Испиджаб и прочие. Если рассматривать в общестрановом формате на территории Республики Казахстан регионы, по которым проходили караванные пути Великого Шелкового пути представлены следующими областями: Жамбылская, Туркестанская, Алматинская, Кызылординская и Мангистауская.

Жамбылская область, несомненно, занимает особое место среди вышеупомянутых областей, по которым также проложены были в древности караванные ветки Великого Шелкового пути, в первую очередь, географическим расположением южной казахстанской ветки Шелкового пути, географической близостью границы с территорией современного Кыргызстана, культурными и историческими особенностями данного региона.

В Жамбылской области однозначно имеются привлекательные туристские ресурсы, использование которых даст «толчок» развитию культурного, познавательного, исторического туризма. По территории современной Жамбылской области пролегали такие участки Великого Шелкового пути как: с.Сайрам-Тараз-Акшолок-ст.Акыр-тобе-Кулан-Мерке-Шу-Аспара-Кордай. На протяжении данного отрезка пути локально расположены интереснейшие, знаменитые памятники истории, зодчества и культуры. Жамбылская область была включена в Государственную программу под названием «Возрождение исторических центров Шелкового пути, сохранение и преемственное развитие культурного наследия тюрко-язычных государств, создание инфраструктуры туризма». Территория Жамбылской области в географическом отношении преимущественно равнинная, данная область занимает 144,2 тыс. км². В административном срезе Жамбылская область представлена 10-ю районами: Байзакский,

Жамбылский, Жуалинский, Таласский, Сарысуйский, Мойынкумский, Шуйский, Кордайский, район имени Турара Рыскулова и Меркенский район. Город Тараз является городом областного подчинения, в Жамбылской области расположены также 3 города районного подчинения: Жанатас, Шу и Каратау. По состоянию на 1 января 2019 года в Жамбылской области проживает постоянного населения 1 124,6 тыс. человек [11].

На территории Жамбылской области расположены 844 памятников археологии, 97 памятников архитектуры, 111 памятников истории, также 5 объектов включены в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО, это такие объекты как Акыртас, Костобе, Кулан, Орнек, Актобе. Несомненно, Жамбылская область обладает исключительными предпосылками для развития различных видов туризма, что обусловлено наличием таких преимуществ как: уникальные природные ресурсы, богатое культурное наследие, представленное памятниками архитектуры и зодчества, 5 природных заповедника с разнообразной фауной и флорой, наличие крупных водоемов позволяет поддерживать широкое развитие таких направлений туризма как познавательный, культурный, этнический, экологический и многое другое.

Чтобы оценить возможности региона для развития туризма на Шелковом пути, проведем анализ состояния и развития туристской отрасли в целом по Жамбылской области.

Рынок туристских услуг Жамбылской области состоит из предприятий сферы обслуживания всех видов отдыха и туризма. Основную работу по формированию и обслуживанию туристских потоков выполняют туристские предприятия города. По состоянию на конец 2018 года в Жамбылской области функционировало 5 санаторно-курортных здравниц, располагающих в своем активе и минеральными водами, и уникальными лечебными грязями, 44 туристские фирмы, 1 юрточный городок, 10 детских оздоровительных лагерей и 8 зон семейного отдыха.

Пять государственных природных заказников, а также пять памятников культуры, которые расположены на протяжении южной ветки Великого Шелкового пути включены в список Всемирного культурного наследия организации ЮНЕСКО. Например, в данный список водят такие городища как: Кулан, Баласагун (Актобе), Костобе, Орнек и загадочный дворцовый Акыртас комплекс, что позиционирует данный регион исключительно привлекательным для многочисленных туристов.

Всего в Жамбылской области 3365 объекта из числа историко-культурных памятников в целом, в том числе 2934 археологических памятника, 111 исторических памятника, 97 архитектурных памятников и 28 памятников монументального искусства.

Следует отметить, что основная часть туристских фирм Жамбылской области, в противовес необходимости развития въездного и внутреннего туризма, работает главным образом на развитие выездного туризма.

Туристские фирмы Жамбылской области оказывают следующие услуги:

- прием и размещение туристов дальнего и ближнего зарубежья;
- шоп-туры, а также туристские поездки в основном по таким странам как: Турция, ОАЭ, Германия, Китай, Чехия и др.;
- услуги визовой поддержки и визового сопровождения, помощь в оформлении отдельных документов;
- исторические и этно-туры по Жамбылской области и Казахстану;
- лечебный туризм и оздоровительный отдых в пансионатах Казахстана;
- продажа авиабилетов.

Для оценки ситуации, связанной с развитием туристской отрасли в Жамбылской области, рассмотрим динамику основных показателей развития туризма за 2012-2017 гг. (таблица 1).

За рассматриваемый период с 2012 по 2017 гг. наблюдается тенденция роста въездного туризма в Жамбылской области. В целях увеличения въездного туризма ежеквартально управлением туризма Акимата Жамбылской области проводится совещание с представителями туристских фирм и Жамбылской Ассоциации туристской индустрии. Где поднимаются вопросы по расширению туристских

маршрутов, улучшению качества сопутствующих туристских продукции и обслуживания. Также для продвижения туристского продукта на международных рынках туристских услуг сотрудники управления туризма принимают участие в республиканских и в международных ярмарках и выставках, представляя на своих экспозициях туристские возможности Жамбылской области.

Таблица 1. Динамика развития показателей туризма за 2012-2017 гг.

Наименование показателя	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество посетителей по въездному туризму (не резиденты), чел в том числе	519 222	586 038	679 018	692 213	722 515	891 911
в Жамбылской области	1308	1290	1905	1984	2545	2742
Удельный вес региона, %	0,25	0,22	0,28	0,29	0,35	0,31
Количество посетителей по внутреннему туризму (резиденты), чел, в том числе	2 507 005	2 721 714	3 125 429	3 110 012	3 495 257	4 387 495
в Жамбылской области	69462	85138	95171	91685	88 231	101 170
Удельный вес региона, %	2,77	3,12	3,05	2,95	2,52	2,31
Количество мест размещения, кол-во в том числе	1 526	1 678	2 056	2 338	2 754	2 987
в Жамбылской области	53	67	88	126	146	154
Удельный вес региона, %	3,47	3,99	4,28	5,38	5,3	5,16
Примечание – составлено авторами на основе [12]						

Доля Жамбылской области в общем числе обслуженных туристов в Казахстане составила в 2017 году всего 0,31% (в 2012 году – 0,25%). Наибольший удельный вес области по количеству обслуженных туристов приходится на 2016 год – 0,35%. То есть, несмотря на рост абсолютных показателей, прослеживается тенденция снижения его удельного веса. Это свидетельствует о том, что доля региона в количестве обслуженных туристов в Казахстане очень мала.

Участие Жамбылской области в реализации туристского продукта «Великий Шелковый путь» предполагает, прежде всего, развитие въездного и в определенной степени внутреннего туризма.

В 2012 -2017 годы наблюдается рост числа туристов по внутреннему направлению. Показатель внутреннего туризма в 2012 году составил – 69 462 человек, а в 2017 году – 101 170 туристов по внутреннему направлению, что на 45,7% больше базисного периода. Из этого следует, что в Жамбылской области преобладает количество туристов внутреннего направления. Положительной тенденцией является увеличение доли въездного туризма в структуре общего числа туристов.

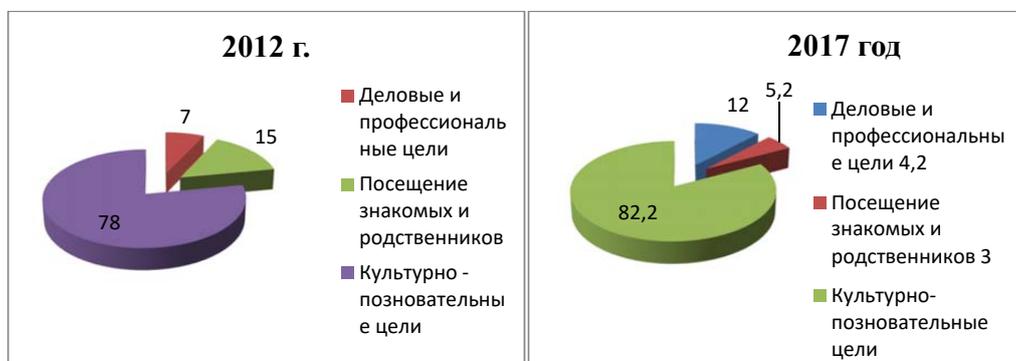


Рисунок 3 – Цели посещения Жамбылской области туристами внутреннего направления [12]

Таким образом, с период с 2012 по 2017 года наблюдается рост выездного туризма и внутреннего туризма. И это является положительной тенденцией.

Увеличение потока туристов въездного и внутреннего направления в регион может оказать огромное влияние на развитие туризма Жамбылской области.

Туристы внутреннего направления посещали Жамбылскую область со следующими целями (рисунок 3).

В соответствии с рисунком 3, наибольший удельный вес занимает посещение туристов с культурно-познавательными целями. В 2012 году доля туристов, посетивших Жамбылскую область с культурно-познавательными целями составила 78%, в 2017 году увеличилась на 4,2 и составила 82,2%. Таким образом, можно сделать вывод, что Жамбылскую область посещают в основном с культурно-познавательными целями. И это хорошие предпосылки для привлечения туристских потоков в регион.

Далее проследим динамику изменения количества туристов, посетивших Жамбылскую область с культурно-познавательными целями (таблица 2).

Таблица 2. Количество туристов, посетивших Жамбылскую область с культурно-познавательными целями (человек)

Показатель	2013г.	2014г.	2015 г.	2016г.	2017г.
Всего туристов, посетивших регион, в том числе:	86428	97376	93669	90 776	103 912
туристы с культурно-познавательными целями	29947	30152	31847	30954	33252
темп изменения в %	100,0	100,6	105,6	97,2	107,4
из них:					
туристы въездного направления	476	512	546	538	639
темп изменения в %	115,5	107,5	106,6	98,5	118,8
туристы внутреннего направления	29471	29640	31301	30416	32613
темп изменения в %	216,9	100,5	105,6	97,2	107,2

Примечание – составлено авторами на основе [12]

Количество туристов, посетивших Жамбылскую область с культурно-познавательными целями в 2013 году, составило 29 947 человека. До 2016 года наблюдается стабильный рост данного показателя, в 2016 году количество туристов посещающих регион в культурно-познавательных целях снижается на 2,8% и составило 30 954 человек. В 2017 году количества туристов увеличилось на 107,4% и составляет 33 252 человек.

Несмотря на абсолютный рост числа туристов, посетивших регион с культурно-познавательными целями их удельный вес, в общем количестве приехавших в Жамбылскую область туристов за период с 2013 по 2017 года снижается. В 2013 году его доля составляла 34,6%, в 2017 году – 32,1%,

Таким образом, проведенный анализ позволил сделать вывод, что в развитии туризма Жамбылской области за последние 5 лет прослеживается динамика как снижения, так и увеличения основных показателей туристской деятельности, что говорит об уязвимости этой отрасли к внешним факторам – мировой экономической кризис.

Деятельность большинства туристских фирм Жамбылской области направлена в основном на развитие выездного туризма. А развитием въездного и внутреннего туризма, которые могут обеспечивать приток туристов в регион, занимается лишь небольшое количество фирм.

Важным показателем, характеризующим развитие туризма в регионе, являются показатели деятельности мест размещения (таблица 3).

Таблица 3. Показатели деятельности мест размещения

Показатель	2013г.	2014г.	2015 г	2016г.	2017г.
Объем выполненных работ и услуг в Казахстане, млн. тенге, в том числе:	59714,16	72401,94	72597,23	82853,43	108359,76
в Жамбылской области	537,39	669,52	874,89	1004,79	1258,4
Темп изменения к предыдущему году в %	100,0	124,6	130,7	114,8	125,2
Удельный вес региона, %	0,9	0,92	1,21	1,21	1,16
Средняя стоимость койко-суток, тенге	4 119,0	4 364,0	5 191,0	5 257	5 382
Темп изменения к предыдущему году в %	100,0	105,9	118,9	101,3	102,4
Количество мест размещения, единиц	65	88	126	146	154
Темп изменения к предыдущему году в %	100,0	135,4	143,2	115,9	105,5
Примечание – составлено авторами на основе [12]					

С 2013 по 2017 года наблюдается рост показателей деятельности мест размещения в целом по Казахстану и в том числе по Жамбылской области. Так, в 2017 году объем оказанных услуг предприятий мест размещения увеличился почти в 2,4 раза по сравнению с базисным 2013 годом и составил 108 359,76 млн. тенге. Доля Жамбылской области по объему работ и услуг в структуре регионов Казахстана составила в 2013 году 0,9%, а в 2017 году доля области увеличилась на 0,26 и составила 1,16%.

Динамика средней стоимости койко-суток, как и объем работ и услуг имеет тенденцию роста с 2013 года до 2017 года. В 2013 году стоимость койко-мест составляла в Жамбылской области 4119,0 тенге, в 2017 году этот показатель возросла на 30,7% и составила 5382 тенге.

В целом, показатели деятельности туристкой сферы Жамбылской области, по официальным данным статистических органов, за период 2013 – 2017 годов, довольно неравномерны.

Как было отмечено выше, въездной и внутренний туризм влияют на развитие туризма в регионе, прежде всего, притоком денежных поступлений в область. Поскольку значительная доля в туристском потоке в регион – туристы с культурно-познавательными целями, и, следовательно, область имеет предпосылки развития по направлению культурно-исторического туризма.

Это свидетельствует об относительной устойчивости культурно-познавательного туризма, что в свою очередь, может послужить для дальнейшего развития данного направления туризма на Шелковом пути. Тем более, что в регион как показало исследование, туристы приезжают именно с культурно-познавательной целью. Развитие туризма в регионе будет также способствовать развитию экономики Жамбылской области.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, несмотря на немалый интерес казахстанских граждан и иностранных туристов к историческому прошлому Казахстана, историко-культурный потенциал как Жамбылской области, так и страны в целом используется явно в недостаточной степени. Причем в Жамбылской области туристам предлагают только пассивную форму культурно-исторического туризма на объекты культуры. В то

время как путешественники во всем мире не просто являются сторонними наблюдателями, но активно участвуют в археологических раскопках, тем самым, непосредственно, соприкасаясь с историей, становятся добровольными агентами по охране культурного наследия. С целью улучшения данной ситуации и расширения доступа к объектам археологического наследия в Казахстане необходимо разработать и внедрить научно-методическую базу по музефикации археологического наследия, принципы менеджмента для данных объектов.

Немаловажное значение в формировании эффективной политики в сфере развития туризма, а также сохранения историко-культурного наследия страны имеет наука. Среди научных учреждений Жамбылской области занимающихся исследованием потенциала и перспектив туристского использования историко-культурного наследия, ведущее место занимает Таразский государственный университет им. М.Х.Дулати. В рамках научно-исследовательских тематик университета проводится исследования по данному направлению, при этом особое внимание уделяется методическому обеспечению по вопросам применения современных туристских технологий, которые позволяют осуществлять не только коммерческую деятельность на объектах наследия, но и также проводить мероприятия по возрождению и сохранению их. Так в рамках проекта «100 сакральных мест Казахстана» были подготовлены рекомендации по туристскому использованию историко-культурного потенциала Жамбылской области. В настоящее время в республиканский список входят восемь памятников области, которые популярны не только у отечественных граждан, но и у иностранных туристов. Работа в данном направлении проводится, однако он имеет эпизодический характер.

Для эффективной реализации стратегии развития сферы туризма, в том числе культурно-исторического, в регионе по продвижению отечественного туристского продукта на внутреннем и мировом туристских рынках необходима разработка Программы поддержки и развития культурно-познавательного туризма в Жамбылской области.

Для обеспечения конкурентоспособного туристского комплекса, который мог бы удовлетворить граждан в туристских услугах и сохранения культурного и природного наследия необходимо государственное регулирование туристской индустрии.

Для устойчивого развития туристской инфраструктуры Жамбылской области, способной обеспечить постоянный приток туристов необходимо:

- развитие транспортной и дорожной инфраструктуры;
- развитие сопутствующей инфраструктуры;
- открытие новых направлений туристских маршрутов, этнографических музеев и зон отдыха;
- реставрация музеев и памятников.

Для обеспечения устойчивого роста туристской сферы в области культурного наследия необходимо разработать стратегию маркетинга. Для реализации стратегии маркетинга необходимо решить следующие задачи:

- формирование представления региона как о туристском центре, предлагающем качественные туристские услуги;
- привлечение туристов, предоставляя для них отвечающие международным стандартам услуги;
- поддержка частного сектора на основе государственно-частного партнерства;
- проникновения туристского продукта на рынки, таких стран как Германия, США, Финляндия, Великобритания, Франция, Россия, Китай, Япония и др.;
- применение новых и прогрессивных информационных технологий в продвижении регионального туристского продукта;
- создание туристского имиджа Жамбылской области.

Для того чтобы в Жамбылской области развивался туризм, чтобы регион стал привлекателен, выработал имидж привлекательного туристского направления требуется проведение широкомасштабного комплекса системных мер. Для этого туристским фирмам и агентствам региона необходимо активно принимать участие в международных туристских выставках, ярмарках и конференциях. Необходимо

также для узнаваемости страны так и региона организовать туристские информационные центры за рубежом.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1 Tourism and travel-related services. URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm. (дата обращения: 27.09.2019)
- 2 <http://www2.unwto.org/press-release/2019-09-09/international-tourism-4-first-half-2019-world-tourism-organization-reports> (дата обращения: 27.09.2019)
- 3 Основной список понятий [Электронный ресурс] // World Tourism Organization (UNWTO) [Официальный сайт]. URL: <http://media.unwto.org/ru/node/28110> (дата обращения: 27.09.2019)
- 4 Отчет по НИОКР Каз. гос. нац. ун-т им. аль-Фараби. Оценка рекреационных ресурсов как основа устойчивого развития индустрии туризма РК. Ердаuletov С.Р., Исаkова К.А., Уварова А.К., Нурланкулова Э.Б. и др. – Алматы, 2002. – 70 с.
- 5 Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 350с.
- 6 Квартальный В. А. Туризм: теория и практика: Избранные труды: В 5-ти т. - М.: Финансы и статистика, 1998.-65с.
- 7 Закон РК. О туристской деятельности в Республике Казахстан: принят 13 июня 2001 года № 211-II. // Экономика и предпринимательство в Республике Казахстан: правовая база, картотека. – 2001. – № 13. – С. 3.
- 8 ICOMOS Tourism Handbook for World Heritage Site Managers. ICOMOS, 1993 P.2
- 9 Cultural Heritage and Tourism Development. Madrid: WTO, 2001, P.3
- 10 Квартальный В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 300 с.
- 11 Социально-экономический паспорт Жамбылской области//на казахском и русском языках // Главный редактор Мадиев С.У., Тараз, 2019, 138 с.
- 12 Туризм Жамбылской области за 2013-2017 годы // Статистический сборник/ на казахском и русском языках // Главный редактор Мадиев С.У., Тараз, 2018, 25 с.

REFERENCES

- 1 Tourism and travel-related services. URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm.
- 2 <http://www2.unwto.org/press-release/2019-09-09/international-tourism-4-first-half-2019-world-tourism-organization-reports>
- 3 The main list of concepts [Electronic resource] // World Tourism Organization (UNWTO) [Official site.] URL: <http://media.unwto.org/ru/node/28110>
- 4 KAZ R & d report. state. Univ they. al-Farabi. Assessment of recreational resources as a basis for sustainable development of the tourism industry of Kazakhstan. Erdavletov S. R., Iskakova K. A., Uvarov A. K., E. B. Nurlanova etc. – Almaty, 2002. – 70 p
- 5 Senin V. S. Organization of international tourism: Textbook. - Moscow: Finance and statistics, 1999. – 350 p.
- 6 Quarterly V. A. Tourism: theory and practice: Selected works: in 5 volumes: Finance and statistics, 1998.-65 p.
- 7 The law. On tourist activity in the Republic of Kazakhstan: adopted on 13 June 2001 No. 211-II. // Economy and entrepreneurship in the Republic of Kazakhstan: legal framework, card index. – 2001. – No. 13. – p. 3.
- 8 ICOMOS Tourism Handbook for World Heritage Site Managers. ICOMOS, 1993 p. 2

9 Cultural Heritage and Tourism Development. Madrid: WTO, 2001, p. 3

10 Kwartalnov V. A. Tourism: Textbook. - Moscow: Finance and statistics, 2000. – 300 p.

11 Socio-economic passport of Zhambyl region/ / in Kazakh and Russian languages / / editor-in-Chief madiev S. U., Taraz, 2019, 138 p.

12 Tourism of Zhambyl region for 2013-2017 // Statistical collection / in Kazakh and Russian languages / / editor-in-Chief madiev S. U., Taraz, 2018, 25 p.

ТҮЙІН

Мақалада Жамбыл облысының тарихи-мәдени әлеуеті және оның өңірдегі туризмнің дамуына әсері қарастырылады. Өңірдің тарихи-мәдени әлеуетінің ағымдағы жағдайына талдау жүргізілді және оны тиімді пайдалану бойынша ұсыныстар ұсынылды.

РЕЗЮМЕ

В статье рассматривается историко-культурный потенциал Жамбылской области и его влияние на развитие туризма в регионе. Проведен анализ текущего состояния историко-культурного потенциал региона и предложены рекомендации по его эффективному использованию.

SUMMARY

The article deals with the historical and cultural potential of Zhambyl region and its impact on the development of tourism in the region. The analysis of the current state of the historical and cultural potential of the region and recommendations for its effective use.