

## ОБ АВТОРАХ

**Беймишева Айгуль Сейтжановна** – PhD, ассоциированный профессор, Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан, email: aigul.beimisheva@narhoz.kz

**Арғынбаева Жанар Жумағалиқызы** – PhD, начальник Отдела научно-исследовательской работы, Университет Нархоз, Алматы, Республика Казахстан, email: zhanar.argynbayeva@narhoz.kz\*

МРНТИ 06.71.57

JEL Classification: Z3; Z30; Z32

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-3-83-93>

## ТУРИСТІК ДЕСТИНАЦИЯ ӨНІРДІҢ ТҰРАҚТЫ ДАМУЫНЫҢ ТЕТІГІ РЕТІНДЕ

**Р. Шоқан<sup>1\*</sup>, Л. М. Муталиева<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан Республикасы

---

## АНДАТПА

*Зерттеу мақсаты* – туристік дестинацияның ұйымдастырылуы мен оңтайлы басқарылуы өңірлік туристік нарықтың дамуының алғышарты болып табылады. Мақала өңірдің тұрақты дамуы үшін туристік дестинацияның маңыздылығын қарастыруға, Ақмола облысындағы Щучье-Бурабай және Зеренді тәрізді туристік дестинациялардың статистикалық көрсеткіштеріне бағалау жүргізуге және саланың қазіргі жағдайына талдау жасауға бағытталған.

*Әдіснамасы.* Зерттеудің негізгі әдістері ретінде қарастырылып отырған мәселе шеңберінде осы саланы зерттеген авторлардың еңбектеріне библиографиялық талдау әдісінің көмегімен шолу жасалынды. Өңірлік туристік дестинацияның дамуын бағалау үшін талдамалық зерттеулерде экономикалық- статистикалық әдістер қолданыс тапты. SWOT-талдау әдісі арқылы республикалық деңгейдегі туристік топтастырылуға енген Ақмола облысындағы Щучинск-Бурабай және Зеренді туристік дестинациялардың дамуы сипатталды. Абстрактілі-логикалық әдістерге негізделі отырып, Ақмола өңіріндегі туристік дестинацияларды туристік мақсатта қолданылудың қазіргі жағдайына қорытындылар жасалып, саланы дамытуға бағытталған ұсыныстар тұжырымдалған.

*Зерттеудің бірегейлігі / құндылығы.* Зерттеу нәтижелері туристік дестинациялардың қызметін жетілдіру бойынша оңтайлы шешімдер қабылдауға мүмкіндік береді.

*Зерттеу нәтижелері:* туристік саланың экономикадағы рөлі анықталды, туристік дестинацияның категория ретіндегі ерекшелігі сипатталды, ел аумағындағы туристік ресурстарға сәйкес республикалық және жергілікті маңызы бар туристік дестинациялардың топтастырылуы қарастырылды және Ақмола облысындағы туристік дестинациялардың қазіргі жағдайына бағалау берілді.

*Түйін сөздер:* туризм, туристік дестинация, өңір, туристік қызмет.

## КІРІСПЕ

Тұрақты әлеуметтік-экономикалық дамудың құрамдас бөлігі ретінде туристік қызметті талдауды, туризмді жоспарлау мен жүзеге асырудағы пайдалы құрал ретінде есептеуге болады, бұл туристерді қабылдаушы жергілікті халықтың өмір сүру сапасын арттыруға, сондай-ақ ұзақ мерзімді туристік саланың дамуын қамтамасыз етудің маңызды шарты болып табылады. Осыған байланысты экономикадағы туризм саласының маңыздылығы артып отыр. Туристік сала айтарлықтай валюталық түсімді қамтамасыз ететін серпінді экономикалық сектор. Сонымен қатар, жергілікті халықты жұмыспен қамту саясатын тиімді шешудің тетігі. Экономиканың өсу индикаторындағы туризмнің

үлесін неғұрлым арттыра отырып, мемлекет халықтың кедейлік деңгейін төмендету жөніндегі көптеген бағдарламаларды іске асыруға және отандық экономиканың орнықты дамуына ықпал ете алады. Соңғы уақытта туризм саласы әлемдік экономикада қарқынды дамып келе жатқан сектор болып саналуда. Дүниежүзілік туристік ұйымның (UNWTO) мәліметтері бойынша, туристік саланың жаһандық ЖІӨ-ге қосқан үлесі 2021 жылы 1,9 трлн. долларды құрады. Бұл 2020 жылмен салыстырғанда 19 %-ға жоғары, бірақ 2019 жылмен салыстырғанда 46 %-ға төмен. 2021 жылы 415 млн. халықаралық саяхат тіркелген, бұл 2020 жылмен салыстырғанда небәрі 4 %-ға өскен. 2019 жылмен салыстырғанда халықаралық сапарлар саны 72 %-ға құлдыраған [1].

Туристік қызметті дамыту тікелей аумаққа яғни туристердің танымдық, рекреациялық, сауықтыру және басқа да туристік мақсаттары үшін баратын орынға (дестинация) байланысты. Егер туристік дестинацияны өнімдер кешені ретінде қарастыратын болсақ, онда оның негізгі объектілеріне туристік индустрияның құраушылары, сондай-ақ табиғи, мәдени, тарихи объектілер кіруі керек. Туристерді физикалық орын ретінде территорияның өзі тартпайды. Туристерді осы аумақта орналасқан объектілер тартуы мүмкін. Сонымен, дестинация дегеніміз бірнеше элементтен (дестинацияның тартымдылығы, туристік индустрия яғни инфрақұрылым) тұратын интегральданған кешенді өнім [2].

Дестинацияны қалыптастыру арқылы туризмді ұйымдастыру түрлі туристік ресурстарға ие аумақтың (елдің, өңірдің, қаланың және т.б. аумақ түрлері үшін) әлеуметтік-экономикалық дамуы үшін үлкен мүмкіндіктер ашады. Келу туризмі елдің төлем балансын арттыруға, ішкі туризм – оны сақтауға мүмкіндік береді. Туризм туристік немесе туризмге ілеспе өнімдерді қалыптастыруға қатысатын салаларда, индустрияларда және қызмет салаларында негізгі немесе толық пайда алуға мүмкіндік береді. Туристік жүйенің негізгі элементі-туристі тартатын өңір, яғни туристің сапар шегетін және белгілі мерзім ішінде біраз уақыт өткізетін жерін дестинация деп атауға болады. Туристік жүйедегі туристік дестинация ұғымы ағылшынның «дестинация» сөзінен шыққан қазақ тіліндегі аудармасында «орналасқан жері, тұратын жері» деп қарастыруға болады және шамамен соңғы отыз жыл көлемінде шетелдік туризм саласының зерттеушілері мен тәжірибелі-мамандарының тұжырымдамалық аппаратының негізгі терминдерінің біріне айналып отыр [3]. Н. Лейпердің тұжырымдамасы бойынша дестинация дегеніміз турист баратын және онда біраз уақыт өткізетін нақты аумақ, туристің туристік инфрақұрылыммен байланысу үрдісі жүзеге асырылатын аумақ [4]. Дүниежүзілік туристік ұйымның тарапынан берілген тұжырымдамаға сәйкес, дестинация дегеніміз турист кем дегенде бір рет түнейтін физикалық кеңістік; дестинацияның нарықтық бәсекеге қабілеттілігін анықтайтын дестинацияны басқару жүйесін, имиджін және қабылдауын анықтайтын физикалық және әкімшілік шекаралары болады- делінген [5].

XX ғасырдың ортасында «дестинация» ұғымы біршама өзгеріске ұшырады. Қолданысқа маркетинг идеясының кеңінен енуіне байланысты, туризм саласында «аумақтық маркетинг» немесе «аумақты нарықта жылжыту» немесе «орын маркетингі» түсініктері қолданысқа енді [6].

Осы саланы зерттеушілердің тағы бір тобы, туристік дестинацияны туристік жүйенің маңызды элементі ретінде қарастырып, туристік жүйенің концептуальды моделі туристік қызметтің субъектісі (туристер) және туристік қызметтің объектісі (туристік ресурстар, туристік кәсіпорындар мен ұйымдар) тәрізді екі шағын жүйені біріктіретіндігіне назар аударды. Туристік дестинация- туристік ағынды тұрақты тартатын, тұтынушылық құндылықтың бәсекеге қабілеттілігін көрсететін, әлеуетті туристік ресурстарға ие және басқарылатын әлеуметтік-экономикалық аумақтық жүйе [7].

**Әдебиетке шолу.** «Туристік дестинация» түсінігі Қазақстанның тәжірибесінде салыстырмалы түрде соңғы уақыттарда қолданыла бастады. 2001 жылы қабылданған «Қазақстан Республикасындағы туристік қызмет туралы» ҚР-ның Заңында аталмыш түсінік қолданылмаған. «Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы» ҚР Үкіметінің 2013 жылғы 28 ақпандағы №192 қаулысында қолданылып басталды [8].

Туризм саласының теориясы мен тәжірибесінде «туристік дестинация» ұғымының қолданыс табуы алыс, жақын шет ел ғалымдарының еңбектерінде кездеседі.

А. Зориннің еңбектерінде «туристік дестинация» концепті анықтаушы фактор ретінде айқындалған. Осы тұжырымдауда дестинацияны ел-өңір- ландшафт- орталық- кәсіпорын- маршрут деңгейіндегі

рекреациялық жүйенің аумақтық жобалау объектісі ретінде сипаттайды [9]. Дестинация ұғымы елдің тұтас аумағы, үлкен қала немесе шағын елді - мекен деңгейінде қарастырылады.

В.П. Орловская, В.С. Боголюбов сынды авторлар дестинация ұғымын туристтің көзқарасы тұрғысынан тартымды объекті немесе турист бағытталған аумақ ретінде сипаттайды [10]. Земла М. туристік дестинация саласындағы еңбектерді саралай келе туристік дестинация концептіні анықтаудың бірнеше тәсілдерін тұжырымдаған, олар классикалық кеңістіктік тәсіл, экономикалық география және экономикалық тәсіл (сұраныс пен ұсынысқа қатынасы бойынша), жүйелілік және желілік тәсілдер [11].

М.А. Морозов, К. Каспар, С.С. Николаев [12, 13, 14] сынды зерттеушілер экономикалық көзқарас тұрғысынан туристік сұраныс пен қажетті туристік инфрақұрылым, туристік дестинацияны сипаттайтын параметрлер ретінде есептейді. Сонымен қоса, М.А. Морозов туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігінің теориялық аспектілеріне назар аударып, туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігін туристік нарықтың нақты сегментіне және тұрақты уақыт аралығына тиесілі кешенді көрсеткіш ретінде қарастыру керектігін ұсынды [15].

Туристік дестинация ұғымын зерттеген қазіргі тұжырымдарға назар аударатын болсақ Ён Чжу Ан және Жанна Бессьер [16] туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігі, мүмкіндіктерді кеңейту және тұрғындар арасындағы туризмді қолдауға қатысты байланысқа назар аударылған.

Ф. Моника және Б. Олимпиа еңбегі туристік дестинацияның бәсекеге қабілеттілігінің модельдерін зерттеуге бағытталған [17].

Әр кезеңдерде, әртүрлі ғалымдардың туристік дестинация ұғымын сипаттауға берген тұжырымдарына сүйене отырып, туристік дестинация бұл- аумақтық-географиялық, инфрақұрылымдық, ресурстық, маркетингтік, әлеуметтік және басқарушылық аспектілерді біріктіретін күрделі категория- деп қорытындылауға болады.

Қазақстан Республикасында әлемнің көптеген басқа елдеріндегідей, туризмнің ЖІӨ-де үлесінің арту үрдісі толық байқалмайды. Алайда, жалпы туристік саланың даму деңгейі алдыңғы қатарлы мемлекеттерге қарағанда төмен. Қазақстанның бюджетінің кіріс бөлігінде туризмнің үлесі 1,3-0,6 пайыздық межеден аспайды [18]. Туристік саланы дамытуды жеделдету қажеттілігі отандық туристік өнімнің ішкі және сыртқы нарықтағы бәсекеге қабілеттілігін арттыру мәселелерін шешу қажеттілігін тудырып отыр. Бұл мәселе кешенді бағалауды қажет етеді, өйткені әлеуметтік-экономикалық жүйенің бәсекеге қабілеттілігін арттыру мәселесі тұтастай алғанда туристік ресурстарды айтарлықтай саралаумен байланысты сонымен қатар мемлекет аумағының кеңдігімен байланысты. Отандық туризм саласын тиімді ұйымдастыру тікелей ішкі туристік дестинациялардың қалыптасуы, әрекет етуі және даму жағдайларына тәуелді. Бүгінгі таңда ішкі туристік дестинацияларды таңдау көлемі өсуде, бұл өз кезегінде нарық қатысушыларын қатаң бәсекелестікке итермелейді және туристік бизнесті басқарудың тиімділігін арттыру үшін оңтайлы шараларды қабылдауды талап етіп отыр. Ішкі туристік дестинацияларды дамыту шағын бизнестің дамуы мен жаңа жұмыс орындарын құруда оң әсер етеді. Туризм саласы экономика секторлары арасында ресурстарды қайта бөлуге қатысады.

Елдің жекелеген өңірлерінде және жалпы мемлекетте туристік дестинациялардағы ресурстарды пайдалану, туристік өнімнің бәсекеге қабілеттілігі деңгейінің төмендегі тәрізді сұрақтар өзінің өзектілігін көрсетуде. Бірінші кезекте ішкі және кіру туризмнің толыққанды өңірлік нарығының дамымауына байланысты, бұл бірқатар экономикалық және әлеуметтік факторларға тікелей тәуелді екендігі белгілі. Қазіргі уақытта өңірлердегі туристік әлеуетті толық пайдалану жағдайлары төмен деп есептеуге болады. Ол бірқатар көрсеткіштердің атап айтқанда туристік инфрақұрылымның даму деңгейінің төмендігіне, ішкі туристік өнімнің жоғары бағасы мен сапа қатынасының алшақтығына сонымен қатар туристік сала мамандарының кәсіби даярлық жағдайларының жеткіліксіздігінен деуге болады. Жалпы мемлекетте туристік ресурстардың таралу жағдайына байланысты республикалық және өңірлік тұрғыдан маңыздылығы бар туристік дестинация орталықтары қалыптасқан.

### **ЗЕРТТЕУДІҢ НЕГІЗГІ БӨЛІМІ**

Қазақстан Республикасының Мәдениет және спорт министрлігінің 2021 жылғы «Туристендіру картасын бекіту туралы» бұйрығына сәйкес туристік дестинациялар республикалық және өңірлік деңгейлері бойынша топтастырылды (Кесте 1) [20].

Кесте 1 – Туристік дестинациялардың топтастырылуы

Республикалық деңгейдегі туристік дестинациялар	Өңірлік деңгейдегі туристік дестинациялар
Ақмола облысының Щучинск-Бурабай және Зеренді курорттық аймағы	Алматы облысының Қапшағай қаласы Қапшағай су қоймасының жағалауы; «Таңбалы» мемлекеттік тарихи-мәдени және табиғи қорық музейі; «Жоңғар-Алатау» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі; Текелі қаласы
Алматы облысы Алакөл көлінің жағалауы; «Түрген» тау-шаңғы курорты; «Oi-Qaragai Lesnaya Skazka» Mountain Resort тау курорт-қонақ үйі; «Ақбулак» халықаралық туристік орталығы; «Хан Тенгри» халықаралық альпинистік лагері; «Арасан» санаториялық-курорттық аймағы; Шарын мемлекеттік ұлттық табиғи паркі; «Іле-Алатау» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі; «Алтын-Емел» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі; «Көлсай көлдері» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі; Балқаш көлінің жағалауы;	Атырау облысының «Ақжайық» мемлекеттік табиғи резерваты; Лотос алқабы; Индер тұзды көлі; Нарын құмдары; «Аккегершін» борлы таулары;
Атырау облысының «Ортағасырлық Сарайшық» кешені	Ақтөбе облысының Қарғалы су қоймасының курорттық аймағы
Шығыс Қазақстан облысының Алакөл көлінің жағалауы	Шығыс Қазақстан облысының Рахман қайнарлары шипажайы; «Катон-қарағай» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі; Бұқтырма су қоймасы; Алтай тау шаңғысы кластері;
Маңғыстау облысының Каспий теңізінің жағалауы	Жамбыл облысының «Ақыртас» сарай кешені; «Айша бибі» кесенесі; «Қарахан» кесенесі; «Көне Тараз» тарихи-этномәдени кешені; «Тектұрмас» этно-тарихи кешені;
Түркістан облысының Түркістан қаласы; Отырар қалашығы; Арыстанбаб кесенесі; Сауран қалашығы; «Ордабасы» ұлттық тарихи-мәдени қорығы; Кентау қаласы; Сайрам-Өгем мемлекеттік ұлттық табиғи паркінің аумағы	Батыс Қазақстан облысының «Батыс Қазақстан облыстық Хан Ордасы тарихи-мәдени, архитектуралық-этнографиялық музей-қорығы»; «Орал қаласының балалар-жасөспірімдер туризмінің кластері»;
Қарағанды облысының Балқаш қаласы Балқаш көлінің жағалауы; Приозерск қаласы Балқаш көлінің жағалауы	Қарағанды облысының Қарқаралы курорттық аймағы; «Ұлытау» тарихи-мәдени кешені;
Павлодар облысының Баянауыл курорттық аймағы	Қостанай облысы Алтынсарин ауданының курорттық аймағы
Солтүстік Қазақстан облысының Имантау-Шалқар курорттық аймағы	Қызылорда облысы Қамысты көлінің курорттық аймағы; Жаңақорған балшық курорттары
Астана қаласы	Маңғыстау облысының керуен жолдары; киелі орындары; Үстірт түбегі; таулары және шатқалдары; тарих бесігі және мәдениеті
Алматы қаласы	Солтүстік Қазақстан облысының «Қазақстан жұлдызы» алтары
	Түркістан облысының Сарыағаш курорттық аймағы; Ақмешіт үңгірі; Аппак Ишан сәулет кешені; Боралдай петроглифтері; Ақбура кесенесі; Ысмайыл ата кесенесі; «Ғайып Ерен Қырық Шілтен» жартасы
Ескерту – [20] әдебиет көзі негізінде құрастырылған.	

1-кестеде көрсетілгендей туристік ресурстардың таралу жағдайларына байланысты республикалық маңызды туристік дестинацияларға курорттық өңірлер, тарих-сәулет өнерінің бірегей ескерткіштері бар өңірлер, ұлттық табиғи парктермен қатар Астана және Алматы қалалары жатқызылса, өңірлік деңгейдегі туристік дестинацияларға тарихи-мәдени кешендер, этно-тарихи кешендер мен емдік туристік ресурстар таралған өңірлер және ерекше табиғат ескерткіштері орналасқан аумақтар енген. Ел аумағында орналасқан табиғат, тарих, сәулет өнері және т. б. туристік ресурстарға негізделе отырып, өңірлік және республикалық деңгейдегі 68 туристік дестинация анықталған. Ақмола облысында орналасқан Щучинск-Бурабай және Зеренді курорттық өңірлері республикалық деңгейдегі туристік дестинациялардың картасына еніп отыр. Ақмола облысының қызмет көрсету саласында туризмнің үлесі айтарлықтай басым. Өңірдегі туристік кластердің құрамына туризм саласындағы 500-ге жуық кәсіпорын кіреді. Өңірде «Бурабай», Қорғалжын мемлекеттік табиғи қорығы (қызғылт қоқиқаздың популяциясы бар) және 900 таяу мәдени және тарихи ескерткіштер орналасқан. Облыста 73 туристік маршрут ұйымдастырылған, оның ішінде Көкшетау, Бурабай, Зеренді, Қорғалжын, Ерейментау және Біржан Сал аудандарындағы тарихи және киелі жерлері бойынша да туристік қызметтерді



ұйымдастыруға болады. Туристтік қызмет көрсету мақсатында өңірдегі туристік дестинацияларды қолдану жағдайларына талдау жасайтын болсақ (Кесте 2).

Кесте 2 – Ақмола облысындағы туристік дестинацияларда қызмет көрсетілген келушілер саны, адам

	2017ж	2018ж	2019ж	2020ж	2021ж	Өсу қарқыны 2017-2021 жж, %	Өзгеруі, адам (+өсу, - төмендеу)
Кіру және ішкі келушілер саны	1122835	1070323	1181848	795283	1082 247	96,4	-40588
Орналастыру орындарында тоқтағандар	341399	338698	394935	237671	327754	96,0	-13645
Санаториялық-курорттық ұйымдарда демалғандар	36581	38188	34650	27185	41308	112,9	4727
Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарға барғандар	744855	693437	752263	530427	713185	95,7	-31670
«Өздігінен ұйымдастырылған» кіру және ішкі келушілер саны	560720	697390	634236	554224	540147	96,3	-20573
Ескерту – [19] ақпарат көзі негізінде есептелген.							

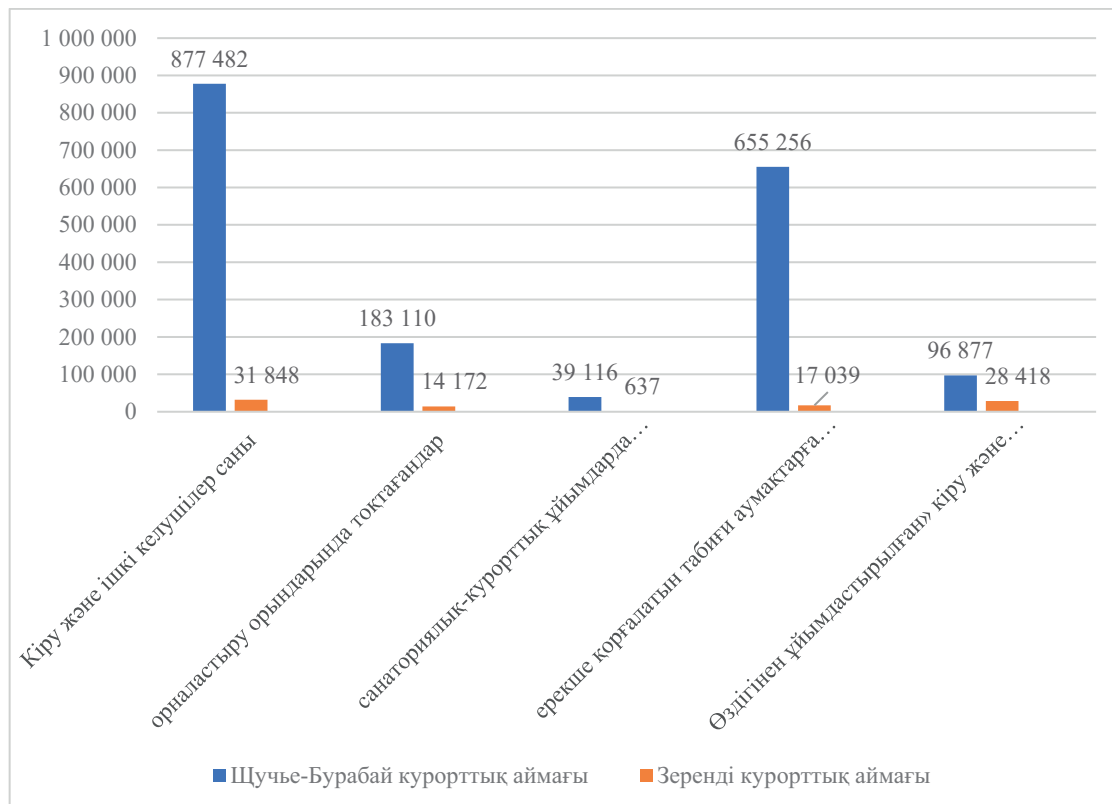
2-кестеге сәйкес талдауға алынған жылдар ішінде Ақмола облысында орналасқан туристік дестинациялардың қызметін пайдалану біршама төмендеген. Кіру және ішкі келушілердің саны 2021 жылы 2017 жылмен салыстырғанда 40 588 адамға немесе 3,6 %-ға төмендеген. Осы аралықта өңірдегі ірі туристік дестинациялардың ресурстық әлеуетінің қызметін тұтынушылар саны Щучье-Бурабай курорттық аймағында 877 482 адам және Зеренді курорттық аймағына 31 848 адамды құрады.

2021 жылы 327 754 адам өңірдегі қонақ үй индустриясының қызметін тұтынған. 2021 жылы өңірде 341 ресми тіркелген орналастыру орындары қызмет көрсеткен, қонақ үйлердің 3,8 %-ы немесе 13-і мемлекеттік меншік нысанында, 95,9 % немесе 327 бірлігі жеке меншік нысанында және 0,3 % немесе 1 кәсіпорын шетелдік меншік нысанында ұйымдастырылып, қызмет көрсетеді. Қонақ үй объектілерінің 8-і 4-жұлдызды; 9-ы 3-жұлдызды; 2-і 2-жұлдызды сонымен қатар 148 бірлігі санатсыз және 172 бірлігі басқа да орналастыру орындарының түрі ретінде тіркелген. Жалпы қонақ үйлердегі нөмірлер саны 5 441 бірлік; бір жолғы сыйымдылығы 15 040 төсек-орын, қонақ үйдің толтырылымдылығы 19,5 %-ды құраса, тәуліктік орташа құны 10 076 теңгені құрады. Орналастыру орындары 2021 жылы 10 522 812,7 мың теңгенің қызметін көрсеткен. Өңірдің туристік инфрақұрылымдық кешенін дамыту үшін 2021 жылы 6,7 млрд. теңге инвестиция көлемінде 22 жоба және жалпы сомасы 1,6 млрд. теңге мөлшерінде 7 жоба іске асырылған, оның ішінде «Wyndham Garden» қонақ үйінің («Зерновая индустрия – Астана» ЖШС) құрылысы және «AQBURA Resort» отбасылық үлгідегі курорттың құрылысы тәрізді екі маңызды жоба бар [21].

Санаториялық-курорттық ұйымдардың қызметін тұтынушылар саны 2021 жылы 2017 жылға қарағанда 112,9 % өскен. Облыс аумағында орналасқан жеті емдік-сауықтыру мекемелерінің басым бөлігі жүрек-тамыр жүйесі, тыныс алу мүшелері, жүйке жүйесі, тірек-қимыл аппараты, ас қорыту мүшелері, урологиялық аурулар және т.б. емдік бағыттар бойынша қызмет көрсетуге бағытталған. Пантымен емдейтін «Бурабай» орталығында мезгілсіз қартаюды алдын алудың, иммундық жүйені нығайтудың, күйзелісті басудың және жүйке жүйесін қалпына келтірудің және басқа да ем-шара түрлерін жүргізуге маманданған.

Ерекше қорғалатын табиғи аумақтарда көрсетілетін қызмет түрін пайдаланушылар саны 713 185 адамды құрады. Өңірде Қорғалжын мемлекеттік табиғи қорығы, «Көкшетау» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі, «Бурабай» мемлекеттік ұлттық табиғи паркі, зоологиялық типтегі Шығыс мемлекеттік қаумалы, Бұланды мемлекеттік табиғи қаумалы, Атбасар мемлекеттік табиғи қаумалы ұйымдастырылып, аумақтарды пайдаланудың тәртібіне сәйкес туристерге қызмет көрсетеді.

Өңірдегі ірі туристік дестинациялардың ресурстарын туристік-экскурсиялық мақсатта қолдану жағдайлары 2021 жылы оң өзгеріске ие болған (Сурет 1).



Сурет 1 – Щучье-Бурабай және Зеренді курорттық өңірлерде қызмет көрсетілген кіру және ішкі келушілер саны, адам (2021ж.)

Ескерту – [19] дерек көзі негізінде құрастырылған

Щучье-Бурабай және Зеренді курорттық өңірлерінің статистикалық-сандық көрсеткіштерін бағалайтын болсақ. Туристік қызметті тұтынушылардың 81,1 %-ы немесе 877 482 адам Щучье-Бурабай туристік дестинациясының және 2,9 %-ы немесе 31 848 адам Зеренді туристік дестинациясының қызметін тұтынған. Осы аралықта өңірде орналасқан қонақ үй индустриясы кәсіпорындарының қызметін пайдаланушылардың 60,2 % зерттеліп отырған екі туристік дестинацияда ұйымдастырылған кәсіпорындардың қызметіне жүгінген. Ал, Ақмола өңірі бойынша ерекше қорғалатын табиғи аумақтардың қызметіне 713 185 адам сұраныс білдірсе оның 94,3 % немесе 672 295 адамы Щучье-Бурабай және Зеренді курорттық өңірлеріне тиесілі.

Ақмола облысында орналасқан ірі туристік дестинациялардың туристік –ресурстық мүмкіндіктері және оны туризм мақсатында қолданудың қазіргі күнгі жағдайына жасалған талдауларға сүйене отырып, SWOT-талдау нәтижелері ұсынылады. SWOT-талдау зерттеу объектісінің даму стратегиясын әзірлегенде аумақтың ішкі мүмкіндіктерін (оның күшті және әлсіз жақтары) және сыртқы жағдайды (ішінара мүмкіндіктер мен қауіптерде көрсетілген) мүмкіндігінше жақсы үйлестіруі керек екенін көрсетеді (Кесте 3).

SWOT-талдаудың негізінде Ақмола облысы туризм тұрғысынан өте перспективалы өңір деген қорытынды жасауға болады. Өңірде бірегей артықшылықтардың кең ауқымы бар: ерекше табиғи, экологиялық, ресурстық, тарихи-мәдени әлеуеті. Ел үкіметі тарапынан туризм индустриясын қолдау, ынталандырушы бағдарламалардың болуы туризмнің жедел дамуына және Ақмола облысындағы

туристік дестинациялардың танымалдылығы мен туристік қызметке сұраныстың артуына үлкен мүмкіндіктер береді. Алайда, ел Үкіметі туризмді дамытудың ықтимал қауіптерін анық білуі керек және бақылауы, сонымен қатар институционалдық тетіктер арқылы оның дамуының шектері мен шарттарын белгілеуі керек.

Кесте 3 – Ақмола өңіріне жасалған SWOT-талдау нәтижелері

S (strengths) әлді жақтары	W (weaknesses) әлсіз жақтары
Ерекше табиғи, экологиялық және ресурстық әлеует. Ерекше мәдени-тарихи мұра ескерткіштері. Емдік- сауықтыру, демалыс және спорттық курорттар. Инфрақұрылымдық әлеует (темір жол, әуе және құрлық жолдарының дамуы; қонақ үй, орналастыру орындарының ұйымдастырылуы және т.б.). Мемлекеттік қолдаудың болуы (мыс: «Бурабай» арнайы экономикалық аймақтың ұйымдастырылуы). Туристер ағынының өсуі.	Ауа райының тұрақсыздығы. Туристік маусымның қысқалығы. Экологиялық жүктеменің артуы. Сервис және орналастыру орындарының қымбаттығы. Жеткілісіз инфрақұрылым объектілері (қарқынды туристік маусымдарда).
O (opportunities) мүмкіндіктері	T (threats) қауіптері
Туризм түрлерін дамытудың мүмкіндігі. Жаңа қонақ үй құрылыстарының жүргізілуі және қолданысқа берілуі («RixosBorovoe» отелі; «Wyndham Garden» қонақ үйі және т.б. объектілер). Туристік сала инфрақұрылымының және қонақ үй кешенінің инвестициялық жобалары. Туризм индустриясында кәсіпкерлік бастаманы дамытудың қолайлы институционалдық шарттары.	Туристік инфрақұрылым объектілерінде құрылыс көлемінің қарқынды өсуіне байланысты мәдени мұра объектілерінің жойылу қаупі. Ресурстардың сарқылуы. Су көздерінің ластануы. Ел өңіріндегі басқа туристік дестинациялардың белсенділігі.
Ескерту- [20; 21; 22] ақпарат көздері негізінде жүйелендірілді	

## ҚОРЫТЫНДЫ

Қазіргі таңда қызмет көрсету саласын дамыту, кез-келген мемлекетте экономиканы әртараптандырудың бір тетігі ретінде қарастырылып отырғаны белгілі. Қызмет көрсету саласының бір секторы ретінде туризмді дамытудың таяу болашақтағы маңыздылығы басым. Жалпы Қазақстанда туристік дестинациялар мен туристік ресурстардың болуына қарамастан, туризм саласын дамыту мәселесі өзінің өзектілігін жоғалтпай отыр. Туризм саласының дамуы бірқатар әлеуметтік-экономикалық сұрақтарды жүйелі шешуге әсер ететіндігін, туристік сферасы дамыған елдердің тәжірибесі көрсетіп отыр. Осы орайда, жергілікті тұрғындардың өмір сүру дәрежесін көтеруге, ішкі миграциялық процестерді тежеуге, жаңа жұмыс орындарын ашуға және валюталық түсімдерді қамтамасыз етуде – туризмді дамыту керектігі анық. Ал, Ақмола облысында орналасқан туристік дестинацияларға жасалған талдаулар, өңірдің туристік әлеуетінің жоғары екендігін көрсетіп, туристік қызметке арналған ресурстардың өңірде шоғырлануы саланың әрі қарай дамуының болашағы бар екенін көрсетіп отыр. Өңірлік туристік дестинацияларды оңтайлы дамыту үшін тиімді экономикалық, институционалдық, инвестициялық, кадрлық және инфрақұрылымдық тетіктердің тиімді жүйесін қалыптастыру керек.

## ӘДЕБИЕТТЕР ТІЗІМІ

1. Отчёт UNWTO: международный туризм в 2021 году [Электронды ресурсы] // B2B.Ostrovok.ru [web-портал]. – 2021. – URL: <https://b2b.ostrovok.ru/blog/otchyot-unwto-mezhdunarodnyj-turizm-v-2021-godu/> (Қарау уақыты: 01.01.2023).
2. Кирьянова Л. Г. Маркетинг и брендинг туристских дестинаций. – Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2011. – 264 с.
3. Кирьянова Л. Г. «Туристская дестинация» как комплексный концепт и ключевой элемент туристской системы // Вестник КемГУ. – 2012. – № 4(52). – С. 131-136.
4. Leiper N. Tourism Management. 3d ed. – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.

5. A practical guide to tourism destination management: Monograph. – Madrid: WTO, 2007. – 163 p.
6. Зорин А. И. Концептуальное дидактическое проектирование туристских дестинации. – М.: Советский спорт, 2012. – 79 с.
7. Рассохина Т. В. Менеджмент туристских дестинаций. – М.: Советский спорт, 2014. – 248 с.
8. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2020 жылға дейінгі тұжырымдамасын бекіту туралы Қазақстан Республикасының Президенті Жарлығының жобасы туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2013 жылғы 28 ақпандағы № 192 қаулысы [Электронды ресурс] // Әділет [web-портал]. – 2013. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1300000192> (Қарау уақыты: 01.12.2022).
9. Зорин А. И. Дестинация. – М.: ВЛАЦ, 2009. – 167 с.
10. Боголюбов В. С., Орловская В. П. Экономика туризма. – М.: Академия, 2005. – 192 с.
11. Zemła M. Tourism destination: The networking approach // Moravian Geographical Reports. – 2016. – № 4. – P. 2-14.
12. Kaspar C. Das Schweizerische Tourismuskonzept. – Bern, 1979. – 324 p.
13. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Издательский центр «Академия», 2009. – 288 с.
14. Морозов М. А., Львова Т. В. Дестинация как инструмент формирования конкурентных преимуществ туристского региона // Современная конкуренция. – 2012. – № 4(34). – С. 105-116.
15. Морозов М. А., Войт М. Н. Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ ее основных конкурентных преимуществ // Современная конкуренция. – 2013. – № 3(39). – С. 82-92.
16. Ahn Y.-J., Bessiere J. The Relationships between Tourism Destination Competitiveness, Empowerment, and Supportive Actions for Tourism // Sustainability. – 2023. – № 15. – Article 626. – DOI: <https://doi.org/10.3390/su15010626>.
17. Faur M., Ban O. Models of Tourism Destination Competitiveness // Proceedings of the 39th International Business Information Management Association (IBIMA), 30-31 May 2022, Granada, Spain. – P. 485-496.
18. Именнова Л. С. Музейная дестинация в системе культурного туризма: социокультурный анализ: монография. – М.: Логос, 2011. – 228 с.
19. Қазақстан туризмі. Статистикалық жинақ 2017-2021жж. – 2021. – 65 б.
20. Туристендіру картасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Мәдениет және спорт министрінің 2021 жылғы 27 қазандағы № 332 бұйрығы [Электронды ресурс] // Әділет [web-портал]. – 2021. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2100> (Қарау уақыты: 01.12.2022).
21. Как развивается туризм в Акмолинской области [Электронды ресурс] // Kazinform [web-портал]. – 2021. – URL: [https://www.inform.kz/ru/kak-razvivaetsya-turizm-v-akmolinskoy-oblasti\\_a3841139](https://www.inform.kz/ru/kak-razvivaetsya-turizm-v-akmolinskoy-oblasti_a3841139) (Қарау уақыты: 01.12.2022).
22. Қазақстан Республикасының туристік саласын дамытудың 2019 – 2025 жылдарға арналған мемлекеттік бағдарламасын бекіту туралы Қазақстан Республикасы Үкіметінің 2019 жылғы 31 мамырдағы № 360 қаулысы [Электронды ресурс] // Әділет [web-портал]. – 2019. – URL: <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (Қарау уақыты: 01.12.2022).

## REFERENCES

1. Otchyot UNWTO: mezhdunarodnyj turizm v 2021 godu. (2021). B2B.Ostrovok. Retrieved January 1, 2023, from <https://b2b.ostrovok.ru/blog/otchyot-unwto-mezhdunarodnyj-turizm-v-2021-godu/> (In Russian).
2. Kiryanova, L. G. (2011). Marketing i brending turistских destinacij. Izd-vo Tomского politekhnicheskogo universiteta, Tomsk, 264 p. (In Russian).
3. Kiryanova, L. G. (2012). «Turistskaya destinaciya» kak kompleksnyj koncept i klyuchevoj element turistской sistemy. Vestnik KemGU, 4(52), 131-136 (In Russian).
4. Leiper, N. (2004). Tourism Management. 3d ed. Pearson Education Australia, Sidney, 326 p.
5. A practical guide to tourism destination management: Monograph. (2007). WTO, Madrid, 163 p.
6. Zorin, A. I. (2012). Konceptual'noe didakticheskoe proektirovanie turistских destinacij. Sovetskij sport, Moscow, 79 p. (In Russian).



7. Rassohina, T. V. (2014). Menedzhment turistskih destinacij. Sovetskij sport, Moscow, 248 p. (In Russian).
8. Kazakstan Respublikasynyn turistik salasyn damytudyn 2020 zhylga dejingi tuzhyrymdamasyn bekitu turaly Kazakstan Respublikasynyn Prezidenti Zharlygynyn zhobasy turaly Kazakstan Respublikasy Ykimetin 2013 zhylgy 28 akpandagy № 192 kaulysy. (2013). Adilet. Retrieved December 1, 2022, from <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1300000192> (In Kazakh).
9. Zorin, A. I. (2009). Destinaciya. VLAC, Moscow, 167 p. (In Russian).
10. Bogolyubov, V. S. and Orlovskaya, V. P. (2005). Ekonomika turizma. Akademiya, Moscow, 192 p. (In Russian).
11. Zemla, M. Tourism destination: The networking approach // Moravian Geographical Reports. – 2016. – № 4. – P. 2-14.
12. Kaspar, S. (1979). Das Schweizerische Tourismuskonzept. Bern, 324 p.
13. Morozov, M. A. (2009). Ekonomika i predprinimatel'stvo v social'no-kul'turnom servise i turizme. «Akademiya», Moscow, 288 p. (In Russian).
14. Morozov, M. A. and Lvova, T. V. (2012). Destinaciya kak instrument formirovaniya konkurentnyh preimushchestv turistskogo regiona. Sovremennaya konkurenciya, 4(34), 105-116 (In Russian).
15. Morozov, M. A. and Vojt, M. N. (2013). Konkurentosposobnost' turistskoj destinacii, analiz ee osnovnyh konkurentnyh preimushchestv. Sovremennaya konkurenciya, 3(39), 82-92 (In Russian).
16. Ahn, Y.-J. and Bessiere, J. (2023). The Relationships between Tourism Destination Competitiveness, Empowerment, and Supportive Actions for Tourism. Sustainability, 15, 626, DOI: <https://doi.org/10.3390/su15010626>.
17. Faur, M. and Ban, O. (2022). Models of Tourism Destination Competitiveness. Proceedings of the 39th International Business Information Management Association (IBIMA), 30-31 May 2022, Granada, Spain. 485-496.
18. Imennova, L. S. (2011). Muzejnaya destinaciya v sisteme kul'turnogo turizma: sociokul'turnyj analiz: monografiya. Logos, Moscow, 228 p. (In Russian).
19. Kazakstan turizmi. Statistikal'nyj zhurnal 2017-2021. (2021). 65 p. (In Russian).
20. Turistendiru kartasyn bekitu turaly Kazakstan Respublikasy Madeniet zhane sport ministrinin 2021 zhylgy 27 kazandagy № 332 buirygy. (2021). Adilet. Retrieved December 1, 2022, from <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/V2100> (In Kazakh).
21. Kak razvivaetsya turizm v Akmolinskoj oblasti. (2021). Kazinform. Retrieved December 1, 2022, from [https://www.inform.kz/ru/kak-razvivaetsya-turizm-v-akmolinskoy-oblasti\\_a3841139](https://www.inform.kz/ru/kak-razvivaetsya-turizm-v-akmolinskoy-oblasti_a3841139) (In Kazakh).
22. Kazakstan Respublikasynyn turistik salasyn damytudyn 2019-2025 zhyldarga arналган мемлекеттік бағдарламасын bekitu turaly Kazakstan Respublikasy Ukimetin 2019 zhylgy 31 mamyrday № 360 kaulysy. (2019). Adilet. Retrieved December 1, 2022, from <https://adilet.zan.kz/kaz/docs/P1900000360> (In Kazakh).

## TOURIST DESTINATION AS A MECHANISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE REGION

R. Shokhan<sup>1\*</sup>, L. M. Mutaliyeva<sup>1</sup>

<sup>1</sup>L. N. Gumilyov Eurasian national university, Astana, Republic of Kazakhstan

---

### ABSTRACT

*Purpose of the research* – the organization and management of a tourist destination is a prerequisite for the development of the tourism market in the region. The article is aimed at considering the importance of a tourist destination for the sustainable development of the region, analyzing the current state of the industry and assessing the statistical indicators of such tourist destinations as Shchuchinsko-Borovskaya and Zerendinskaya, located in the Akmola region.

*Methodology.* Within the framework of the problem under consideration, the method of bibliographic analysis was used as the main research methods, with the help of which a review of the works of authors who studied this area was carried out. To assess the development of the tourist destination of the region in the analytical part of the study, economic and statistical methods were used. The development of the Shchuchinsko-Borovskaya and Zerenda tourist destinations in the Akmola region, included in the tourist grouping of the republican level, was characterized using the SWOT-analysis method. On the basis of abstract-logical methods, conclusions are drawn about the current state of the use of tourist destinations in the Akmola region for tourism purposes and proposals are formulated aimed at developing the industry.

*Originality / value of the research.* The results of the study allow making optimal decisions to improve the activities of tourist destinations.

*Findings:* the role of the tourism industry in the economy is determined, the specifics of the tourist destination as a category are characterized, the grouping of tourist destinations of republican and local significance is considered in accordance with the tourist resources on the territory of the country, and the assessment of the current state of tourist destinations in the Akmola region is given.

*Keywords:* tourism, tourist destination, region, tourist activity, tourist market, tourism industry.

## ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

Р. Шохан<sup>1\*</sup>, Л. М. Муталиева<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Евразийский национальный университет имени Л. Н. Гумилева, Астана, Республика Казахстан

---

---

### АННОТАЦИЯ

*Цель исследования* – организация и управление туристской дестинацией является предпосылкой развития туристского рынка региона. Статья направлена на рассмотрение значимости туристской дестинации для устойчивого развития региона, анализ современного состояния отрасли и проведение оценки статистических показателей таких туристских дестинаций как Щучинско-Боровская и Зерендинская, расположенных в Ақмолинской области.

*Методология.* В рамках рассматриваемой проблемы, в качестве основных методов исследования был использован метод библиографического анализа, с помощью которого проведен обзор работ авторов, изучавших данную область. Для оценки развития туристской дестинации региона в аналитической части исследования применялись экономико-статистические методы. Развитие Щучинско-Боровской и Зерендинской туристских дестинаций в Ақмолинской области, вошедших в туристскую группировку республиканского уровня было охарактеризовано с помощью метода SWOT-анализа. На основе абстрактно-логических методов сделаны выводы о современном состоянии использования туристских дестинаций в Ақмолинском регионе в туристских целях и сформулированы предложения, направленные на развитие отрасли.

*Оригинальность / ценность исследования.* Результаты исследования позволяют принимать оптимальные решения по совершенствованию деятельности туристских дестинаций.

*Результаты исследования:* определена роль туристской отрасли в экономике, охарактеризована специфика туристской дестинации как категории, рассмотрена группировка туристских дестинаций республиканского и местного значения в соответствии с туристскими ресурсами на территории страны и дана оценка современного состояния туристских дестинаций в Ақмолинской области.

*Ключевые слова:* туризм, туристская дестинация, регион, туристская деятельность, туристский рынок, туристская отрасль.

## АВТОРЛАР ТУРАЛЫ

**Шоқан Роза** – экономика ғылымдарының кандидаты, доцент, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан Республикасы, e-mail: roza-shokan@mail.ru\*

**Муталиева Ляйла Маратовна** – экономика ғылымдарының кандидаты, профессор, Л. Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті, Астана, Қазақстан Республикасы, e-mail: mutalieva\_leila@mail.ru

МРНТИ 06.61.53

JEL Classification: H54

DOI: <https://doi.org/10.52821/2789-4401-2023-3-93-107>

## ХРОМТАУ МОНОҚАЛАСЫН ДАМУДАҒЫ АУМАҚТЫҚ МАРКЕТИНГ МҮМКІНДІКТЕРІ

**Н. Б. Шуренов<sup>1</sup>, Н. А. Товма<sup>1\*</sup>, М. Д. Сайымова<sup>2</sup>**

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

<sup>2</sup>Қ.Жұбанов атындағы Ақтөбе мемлекеттік университеті, Ақтөбе, Қазақстан Республикасы

---

## АНДАТПА

*Зерттеудің мақсаты* – Ақтөбе облысындағы әлеуеті жоғары жалғыз моноқала Хромтау қаласының әлеуметтік-экономикалық даму жағдайына талдау жасау және одан әрі дамытуда маркетинг мүмкіндіктерін пайдалану.

*Әдіснамасы* – зерттеудің талдау, салыстыру, жалпылау, сауалнама, математикалық моделдеу сияқты ғылыми әдістері.

*Зерттеудің бірегейлігі/құндылығы.* Хромтау моноқаласының даму қарқынына әлеуметтік-экономикалық баға беру арқылы өңірдің имиджін қалыптастыру үшін жол картасын, кешенді даму жоспарын әзірлеуде қолданылуы мүмкін.

*Зерттеу нәтижесінде* Хромтау моноқаласының әлеуметтік-экономикалық жағдайын зерттеу қорытындысы бойынша экономикалық, әлеуметтік сала, инфрақұрылымдық ахуалы орташа деңгейде екендігі айқындалды. Хромтау қаласында өндіріліп, экспортқа шығарылатын хромит рудасы әлемде руданың бай болуына байланысты бәсекеге қабілетті және ең қатты химиялық элемент ерекше қасиетке ие. Хром рудасы Хромтау қаласын оны жоғары алдағы онжылдықтарға әлеуетті моноқала ретінде белгілейді. Дегенмен Кеңес дәуірінен қалған өндіріс орны мен қалада кейбір инфрақұрылымдық объектілердің тозу деңгейі жоғары болып келеді. Бұл бағытта ауқымды жұмыстардың жүргізілуіне қарамастан жалпы Қазақстандағы моноқалаларға тән ортақ мәселелер орын алып отыр. Моноқалаларды дамытудың басты мақсаты жаңа өндірістер құру, адамдардың өмір сүру деңгейі мен сапасын арттыру болуға тиіс. Сондықтан алдымен кәсіпорындарды өсу нүктесі ретінде құру керек, содан кейін осы кәсіпорындардан бюджетке түсетін түсімдер үшін инфрақұрылымды дамыту қажет. Ол үшін моноқаланың имиджін қалыптастыру ұсынылады.

*Түйін сөздер:* моноқала, қалатүзуші кәсіпорын, әлеуметтік-экономикалық көрсеткіштер, инфрақұрылым жағдайы, инвестициялық мүмкіндіктер, аумақтық маркетинг, брендинг.

*Алғыс:* Мақала BR18574200 «Аумақтық маркетинг негізінде Жаңа Қазақстанды құру жағдайында моноқалаларды жаңғырту» тақырыбындағы Қазақстан Республикасы Ғылым және жоғары білім министрлігінің Ғылым комитетінің бағдарламалық-нысаналы қаржыландыру шеңберіндегі бағдарлама бойынша орындалды.